

# AD MI NIS 3 TRA ÇÃO:

**Estudos organizacionais e sociedade**

Elói Martins Senhoras  
(Organizador)

  
Ano 2021



# AD MI NIS 3 TRA ÇÃO:

**Estudos organizacionais e sociedade**

Elói Martins Senhoras  
(Organizador)

  
Ano 2021

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Natália Sandrini de Azevedo

Daphynny Pamplona

Camila Alves de Cremo

Luiza Alves Batista

Maria Alice Pinheiro

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

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.

Open access publication by Atena Editora



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

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa

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. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí  
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  
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná  
Profª Drª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionale delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador  
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México  
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. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso  
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

**Diagramação:** Maria Alice Pinheiro  
**Correção:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizador:** Elói Martins Senhoras

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

A238 Administração: estudos organizacionais e sociedade 3 /  
Organizador Elói Martins Senhoras. – Ponta Grossa -  
PR: Atena, 2021.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-664-2

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.642211711>

1. Administração. I. Senhoras, Elói Martins  
(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](mailto: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; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.

## DECLARAÇÃO DA EDITORA

A Atena Editora declara, para os devidos fins de direito, que: 1. A presente publicação constitui apenas transferência temporária dos direitos autorais, direito sobre a publicação, inclusive não constitui responsabilidade solidária na criação dos manuscritos publicados, nos termos previstos na Lei sobre direitos autorais (Lei 9610/98), no art. 184 do Código penal e no art. 927 do Código Civil; 2. Autoriza e incentiva os autores a assinarem contratos com repositórios institucionais, com fins exclusivos de divulgação da obra, desde que com o devido reconhecimento de autoria e edição e sem qualquer finalidade comercial; 3. Todos os e-book são *open access, desta forma* não os comercializa em seu site, sites parceiros, plataformas de *e-commerce*, ou qualquer outro meio virtual ou físico, portanto, está isenta de repasses de direitos autorais aos autores; 4. Todos os membros do conselho editorial são doutores e vinculados a instituições de ensino superior públicas, conforme recomendação da CAPES para obtenção do Qualis livro; 5. Não cede, comercializa ou autoriza a utilização dos nomes e e-mails dos autores, bem como nenhum outro dado dos mesmos, para qualquer finalidade que não o escopo da divulgação desta obra.

## APRESENTAÇÃO

A evolução do pensamento administrativo tem sido apreendida no tempo como uma evolução incremental e contínua de debates sobre soluções e agendas estratégicas que podem otimizar processos, produtos e serviços ou resolver aqueles problemas que afetam a Sociedade e as Organizações.

O objetivo deste livro é caracterizar o campo científico da Administração em sua riqueza de agendas temáticas, por meio da apresentação de um conjunto diversificado de estudos que valoriza a reflexão sobre a realidade organizacional que é complexa, sem perder a praticidade de uma linguagem amplamente acessível ao grande público.

Neste sentido, a estruturação do presente livro fundamenta-se em um conjunto de 26 capítulos, os quais abordam, tanto as agendas teóricas e discursivas no campo epistemológico da Administração, quanto, a realidade empírica organizacional e da gestão estratégica, ilustradas no formato de estudos de caso.

A natureza exploratória, descritiva e explicativa dos capítulos do livro combina distintas abordagens quali-quantitativas, recortes teóricos e procedimentos metodológicos de levantamento e análise de dados, corroborando assim para a apresentação de uma genuína agenda eclética de estudos.

Resultado de um trabalho coletivo desenvolvido por meio de uma rede de autores brasileiros e estrangeiros, esta obra apresenta uma visão panorâmica sobre a realidade organizacional a partir de uma abordagem que valoriza a pluralidade de pensamento sobre a realidade dos desafios e problemas correntes.

Conclui-se para apreciação de leitura que uma panorâmica visão da do campo de Administração é fornecida ao público leitor, fundamentada em relevantes análises de estudos de casos que corroboram teórica e conceitualmente para a produção de novas informações e conhecimentos sobre a fluida realidade das organizacional no período contemporâneo.

Excelente leitura!

Elói Martins Senhoras




## SUMÁRIO

### CAPÍTULO 1..... 1

TRÊS ABORDAGENS DE ECONOMIA POLÍTICA INTERNACIONAL: UM DEBATE HIPOTÉTICO ENTRE EMINENTES PENSADORES SOBRE CRISES ECONÔMICAS INTERNACIONAIS

Virgilius de Albuquerque


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117111>

### CAPÍTULO 2..... 16

OS IMPACTOS DA ECONOMIA CIRCULAR SOB A PERSPECTIVA DA OFERTA E DO CONSUMO: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Dênio Almeida Carneiro

Miguel Norberto Mendes Soares


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117112>

### CAPÍTULO 3..... 35

DIFFERENCES BETWEEN A TRADITIONAL SUPPLY CHAIN AND AN INTEGRATED SUPPLY CHAIN

Bertha Molina Quintana


María Berta Quintana León

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117113>

### CAPÍTULO 4..... 44

NEED TO SHARE - A NOVA TENDÊNCIA, SEUS MECANISMOS E RISCOS

Danielle Sandler dos Passos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117114>


### CAPÍTULO 5..... 51

EL RECURSO HUMANO COMO FACTOR CLAVE PARA LA CERTIFICACIÓN E IMPLEMENTACIÓN DE MEJORA EN ISO 9001

Rebeca Teja Gutiérrez

Verónica Loera Suárez

Nidia López Lira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117115>


### CAPÍTULO 6..... 62






GESTÃO HUMANIZADA E LIDERANÇA: O PAPEL DA INTELIGÊNCIA EMOCIONAL

Daniele Campos do Nascimento


Deniz Helena Pereira Abreu

Elizabeth Luiza da Silva “*in memorian*”

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117118>

<b>CAPÍTULO 7.....</b>	<b>76</b>
TEORIA DE HOFSTEDE: UMA ANÁLISE DA DIMENSÃO LTO X STO E A CULTURA BRASILEIRA	
Juliana Ferreira Ribeiro Miguel	
Eric Cohen	
Andreia Freitas	
Michele Braga dos Santos Silva	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117117">https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117117</a>	
<b>CAPÍTULO 8.....</b>	<b>100</b>
TRABALHO VOLUNTÁRIO: RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA E APROPRIAÇÃO DO TRABALHO	
Edgard Gonçalves da Costa	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117118">https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117118</a>	
<b>CAPÍTULO 9.....</b>	<b>118</b>
ANÁLISIS ESTRATÉGICO: UN CASO PRÁCTICO	
Alma Elizabeth Miranda Quiñones	
María Magdalena Trejo Lorenzana	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117119">https://doi.org/10.22533/at.ed.6422117119</a>	
<b>CAPÍTULO 10.....</b>	<b>130</b>
FORU COMO HERRAMIENTA PARA EL SERVICIO UTILIDAD DENTRO DE LAS EMPRESAS	
Mtro. David Pérez Gómez	
Agustín Ortiz Romero	
Xochitl Patricia Ortega Angulo	
Emiliano Pérez Romero	
Andrea Guadalupe Silva Méndez	
Mauricio Armando Vélez Tello de Meneses	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171110">https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171110</a>	
<b>CAPÍTULO 11.....</b>	<b>139</b>
ROBOTIZAÇÃO APLICADA A ORGANISMOS VEGETAIS: INOVAÇÃO EM SERVIÇOS	
Maria Teresa Rodrigues Pessoa	
Clara Rose Zacharias de Oliveira Ferreira da Cruz	
Marco Aurélio Pinhel Peixoto	
Luciano Mendes Camillo	
Marcos Paulo Braga de Lima	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171111">https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171111</a>	
<b>CAPÍTULO 12.....</b>	<b>148</b>
LA EXPERIENCIA DEL CONSUMIDOR COMO GENERADORA DE VALOR DE MARCA PARA EL COMERCIO DETALLISTA	
Valentin Gallart Camahort	
Yeamduan Narangajavana Kaosiri	


Luis Callarisa-Fiol  
Javier Sánchez-García

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171112>

**CAPÍTULO 13..... 163**

AGRONEGÓCIO E A CADEIA PRODUTIVA DO LEITE: DESAFIOS, COMPORTAMENTO DOS PRODUTORES RURAIS E DESENVOLVIMENTO REGIONAL

Ariosto Sparemberger  
Pedro Luís Büttendender  
Luciano Zamberlan  
Darles Michel Assmann

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171113>

**CAPÍTULO 14..... 180**

PROJETOS COMPLEXOS: ESTUDO DE CASO SOBRE A COMPLEXIDADE DOS PROJETOS DE ENGENHARIA EM UMA EMPRESA DO SETOR DE ÓLEO E GÁS

Frederico Gonzaga Lafeté  
Carlos Frederico de Oliveira Barros  
Paulo de Oliveira Coelho Dutra Leal

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171114>

**CAPÍTULO 15..... 193**

ANÁLISE DE FALHAS DE MATERIAIS COMPÓSITOS EM CONSTRUÇÕES POPULARES

Thiago Leônidas de Souza Carvalho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171115>

**CAPÍTULO 16..... 204**

COMUNICAÇÃO INTERNA E PROPOSTAS PARA ALINHAMENTO DAS INFORMAÇÕES: O CASO DE UMA EMPRESA DE BOA VISTA-RR


Talita Hávila Lopes Silva  
Jacqueline Alves Machado

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171116>

**CAPÍTULO 17..... 211**

O USO DA PLATAFORMA P91 COMO ESTRATÉGIA DE TRANSFORMAÇÃO DIGITAL E SUAS APLICAÇÕES NO TRABALHO REMOTO DURANTE A PANDEMIA DO COVID-19

Talita de Souza Costa  
Weslei Alvim de Tarso Marinho  
José Geremonte Garcia  
Rafael Lucas Silva  
Marcelo Santos Carielo  
José Augusto de Lima Prestes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171117>

**CAPÍTULO 18.....217**


VICTIMIZATION OF COMPANIES, FROM THE POINT OF VIEW OF THE BUSINESSMEN AND ENTREPRENEURS OF THE PORT OF ACAPULCO, GRO., MEXICO

Moisés Carmona Serrano

José Adolfo Martínez Castellanos

Julio Cesar Cortez Jaimes

Remigio Marin Ibarra

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171118>

**CAPÍTULO 19.....227**

POSSÍVEIS INTERAÇÕES ENTRE CONHECIMENTOS EXTERNOS E INTERNOS NOS PROCESSOS DE INOVAÇÕES DE MICRO E PEQUENAS EMPRESAS

Mauricio Henrique Benedetti

Alexandre Nabil Ghobril

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171119>


**CAPÍTULO 20.....246**

ESTUDO BIBLIOGRÁFICO SOBRE O PROCESSO DE PRECIFICAÇÃO EM MICRO E PEQUENOS EMPREENDIMENTOS

Edda Jaqueline Sousa de Oliveira

Ingrid Cristina da Cruz Espindola

Edna Torres de Araújo


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171120>

**CAPÍTULO 21.....265**

MICRO E PEQUENAS EMPRESAS DE ARTESANATO NO MUNICÍPIO DE CERRO LARGO – RS E A INFLUÊNCIA DA FORMALIZAÇÃO

Denise Medianeira Mariotti Fernandes

Raquel Barragan Minosso

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171121>

**CAPÍTULO 22.....278**

LA MICROEMPRESA COMO ACTOR (OFERENTE Y DEMANDANTE) EN UN MODELO FINANCIERO A DESARROLLAR EN EL ESTADO DE COLIMA, MÉXICO


Julio Humberto Ríos Romo

Elvia Lorena Torres Alejandre

María Sánchez Losoya

Nayeli Viridiana Osorio Hernández

IbnerMora Silva


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171120>

**CAPÍTULO 23.....286**

IMPORTÂNCIA DA GESTÃO FINANCEIRA PARA OS TRANSPORTADORES DE PEQUENA ESCALA: ESTUDO DE CASO MOTOCICLISTAS DO 9º BAIRRO MUNHAVA CENTRAL-BEIRA-MOÇAMBIQUE (2018-2019)

Maria Albertina Lopes da Silva Barbito

Inácio Augusto Belo


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171123>

**CAPÍTULO 24..... 298**

OS DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES NEGRAS EMPREENDEDORAS NA CIDADE DE RIO GRANDE-RS

Simone Silva Porto Machado

Kettle Duarte Paes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171124>

**CAPÍTULO 25..... 317**

A ASCENSÃO DA MULHER NA GESTÃO E A TRANSFORMAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO NO CONTEXTO VAREJISTA DO MUNICÍPIO DE CACOAL/RO

Andréia Duarte Aleixo


Sabrina Bueno Fernandes

Ozana Rodrigues Boritza

Maria Bernadete Junkes

Suzenir Aguiar da Silva

Nilza Duarte Aleixo de Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171125>

**CAPÍTULO 26..... 328**


O MARKETING DIGITAL E A CAMPANHA INSTITUCIONAL #REPENSE: ANÁLISE FINANCEIRA E ESTRATÉGICA DE UMA ARENA ESPORTIVA PARA INCLUSÃO DO PÚBLICO FEMININO NO CENÁRIO DO FUTEBOL

Gustavo Samuel Cunha

Wanessa Leticia de Oliveira Miranda

Helena Belintani Shigaki

José Edson Lara

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.64221171126>

**SOBRE O ORGANIZADOR..... 350**

**ÍNDICE REMISSIVO..... 351**

# CAPÍTULO 25

## A ASCENSÃO DA MULHER NA GESTÃO E A TRANSFORMAÇÃO NO MERCADO DE TRABALHO NO CONTEXTO VAREJISTA DO MUNICÍPIO DE CACOAL/RO

*Data de aceite: 25/10/2021*

**Andréia Duarte Aleixo**  
(UNIR)

**Sabrina Bueno Fernandes**  
(UNIR)

**Ozana Rodrigues Boritza**  
(UNIR)

**Maria Bernadete Junkes**  
(UNIR)

**Suzenir Aguiar da Silva**  
(UNIR)

**Nilza Duarte Aleixo de Oliveira**  
(UNIR)

**RESUMO:** As mulheres estão ocupando cada vez mais o seu papel social dentro das organizações como líderes, tornando-se indispensáveis para a tomada de decisão na empresa. O presente estudo teve por objetivo geral analisar as diferenças, desafios e habilidades do trabalho da mulher no âmbito organizacional sob o enfoque da diversidade e das relações de gênero no contexto varejista de Cacoal/RO. Para tanto, foi utilizado o estudo exploratório-descritivo com pesquisa bibliográfica, pesquisa de campo com abordagem qualitativa, sendo os dados coletados por meio de entrevista in loco apoiada em roteiro semiestruturado. A coleta de dados se deu nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2016 com as gestoras

do setor varejista do município em diversos ramos, tais como: supermercadista, material de construção, concessionária e vestuário. Os resultados apontaram que a mulher passou por um avanço social ao longo dos anos e conquistou seu espaço no mercado de trabalho em virtude da competência que o perfil feminino apresenta ao exercer cargos de comando, verificando-se, por meio da pesquisa, o crescimento e a valorização do papel das mulheres como gestoras do setor varejista, não se evidenciando práticas de discriminação que afetam seu desenvolvimento profissional. Conclui-se, portanto, que o trabalho atendeu aos objetivos propostos nesta pesquisa e que a liderança da mulher se tornou fundamental para as empresas.

**PALAVRAS - CHAVE:** Liderança. Gênero. Mulher. Varejo. Decisão.

### 1 | INTRODUÇÃO

A participação das mulheres no mercado de trabalho vem apresentando um crescimento considerável no Brasil. Este crescimento está inteiramente relacionado às mudanças que as organizações estão sofrendo, à expansão do mundo do trabalho, às transformações culturais que mesmo brandas redirecionam as mulheres a outros espaços além do âmbito privado, à própria escolarização, que hoje já apresentam indicadores educacionais superiores aos dos homens, e à redução da taxa de fecundidade, entre outros (FONTOURA; GONZALEZ, 2009).

Segundo Marinho e Gonçalves (2016),

defende-se a existência de uma estrutura de poder desigual entre homens e mulheres, com maior detenção de controle e recursos por parte de homens, mas há abertura de possibilidade de exercício do poder por grupos diversificados e da resistência por parte das mulheres para alcançar seus objetivos mediante suporte, conscientização, dentre outros aspectos. É evidente que o ambiente laboral em que as mulheres estão inseridas é marcado por assimetrias entre gêneros que resultam em bloqueios estruturais à diminuição das desigualdades, fazendo-se necessário avaliar o contexto e as implicações que podem afetar o desenvolvimento profissional da classe feminina.

Com base no exposto, procurou-se responder a seguinte questão problema: Quais são as diferenças, desafios e habilidades do trabalho da mulher na gestão no âmbito organizacional sob o enfoque da diversidade e das relações de gênero para o seu crescimento profissional?

O presente estudo teve por objetivo geral analisar as diferenças, desafios e habilidades do trabalho da mulher no âmbito organizacional sob o enfoque da diversidade e das relações de gênero segundo a visão das gestoras do setor varejista de Cacoal/RO.

Para a realização da pesquisa foi utilizado o estudo exploratório-descritivo, pesquisa bibliográfica e de campo com abordagem qualitativa, tendo como método o dedutivo. Como técnica de pesquisa, foi adotado a entrevista com roteiro semiestruturado aplicada às gestoras das empresas do setor varejista. A coleta de dados ocorreu nos dias 5, 6 e 7 de outubro 2016.

Os resultados apontaram que a liderança feminina se destaca no mercado de trabalho em virtude da competência e habilidades com que a mulher exerce suas funções. Verificou-se, que o crescimento e valorização da mulher líder se tornaram evidentes, tornando-as fundamentais para o processo de decisão da empresa por meio de agregação de valores, não se evidenciando práticas de discriminação que afetam seu desenvolvimento e menos expressivas as desigualdades de gênero.

## **2 | A MULHER NO AMBIENTE DO TRABALHO**

A presença da mulher no mercado de trabalho existe desde os primórdios, onde o lar era a principal unidade econômica de produção de artesanatos, vestuários entre outras atividades que eram exercidas pela mulher, ficando o homem com as atividades fora do lar, sendo a caça e pesca (GOMES, 2005).

Pinho (2005) lembra que na evolução histórica das identidades de gênero, as mulheres são responsáveis pelos papéis de mãe, esposa e do lar, enquanto aos homens, a responsabilidade do sustento do lar como trabalhador e provedor financeiros da família. As mulheres estariam associadas às forças da natureza, à reprodução, à emoção e ao corpo, e os homens à produção, à cultura, à mente e à razão (FOLLADOR, 2009).

Deste modo, a participação das mulheres no mercado de trabalho cresceu de forma

significativa ao longo das últimas décadas. Fontoura e Gonzalez (2009) pontuaram os diversos fatores que contribuem para este crescimento, tais como: a) expansão do mundo do trabalho; b) transformações culturais; c) nível de escolaridade das mulheres, que apresenta indicadores superiores aos dos homens; e d) redução da taxa de fecundidade.

Assim, a autonomia econômica da mulher, dentre outros fatores, contribuiu para o aumento do número de brasileiras no mercado de trabalho, representando 45,4 % da população ocupada e 46,1% da economicamente ativa (IBGE, 2011). Apesar do positivo crescimento econômico da mulher, a classe representa a maior parte da população que ocupa funções temporárias, empregos informais e profissões socialmente desvalorizadas.

De acordo com a Relação Anual de Informações Sociais (RAIS, 2014), a participação das mulheres no mercado de trabalho formal tem aumento contínuo em seu processo, elevando o percentual de 42,79% em 2013 para 43,25% em 2014. Quanto à remuneração, apesar de apresentar um aumento de 1,89% nos rendimentos médios, (contra 1,83% dos homens) as mulheres permanecem recebendo menos, com uma média de R\$ 2.184,65 contra R\$ 2.651,52, recebidos pelos homens em 2014.

Segundo Castells (1999) a explicação para os baixos salários e a falta de valorização é devido à ocupação das mulheres em cargos que exigem qualificações semelhantes em troca de salários menores, com menos segurança e menores chances de se chegar a posições mais elevadas. A classe não é relegada pelo fato de executar serviços que exijam menos especialização, pois até são empregadas em todos os níveis da estrutura organizacional e esse crescimento do número de emprego de mulheres é cada vez maior.

O capital intelectual das mulheres nas organizações é um diferencial evidente. A mulher terá cada vez mais importância estratégica na empresa do conhecimento, pois sabe lidar com a diversidade e processos multifuncionais. Através da sensibilidade feminina é possível constituir equipes de trabalho marcadas pela diferença e heterogeneidade proporcionando soluções variadas e criativas para problemas aparentemente insolúveis (PROBST, 2010).

No que concerne à ocupação feminina em cargos de chefia no Brasil, de acordo com pesquisa *International Business Report (IBR) – Women in Business* (2016), a presença de mulheres em cargos de diretores executivos (*CEO*) obteve aumento de 5% em 2015, para 11% em 2016. “Nos cargos de direção e planejamento das empresas, os mais bem pagos na estrutura salarial, a participação feminina em geral é muito restrita e a das mulheres negras é bem menor do que a das não negras” (ETHOS, 2004, p. 23).

Portanto, Queiroz *et. al* (2010) ressalta que o papel social e organizacional da mulher teve significativa mudança ao longo da evolução histórica, levando-se em conta a luta e consciência da classe por novas perspectivas de vida. Os fatores como especialização, proporcionaram à mulher oportunidades de exercer cargos almeçados e ascensão. No entanto, ainda há diversidade de gênero a ser analisada no âmbito organizacional a fim de proporcionar melhores condições e igualdade.

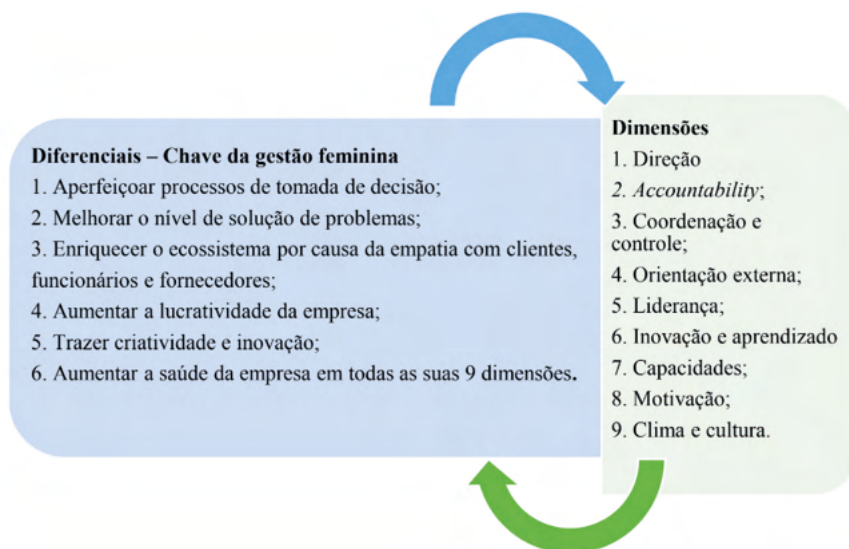


### 3 | CARACTERÍSTICAS DA GESTÃO FEMININA

Segundo Barsh e Lagarde (2015), a gestão feminina pode ser caracterizada por meio da “liderança centrada” que é uma abordagem diferente de liderança que visa valorizar atributos femininos. A diversidade feminina em sua forma de liderar vem ocasionando cada vez mais resultados notáveis e se fortalecendo nas organizações. Os autores ainda, destacam, como os principais aspectos da liderança centrada feminina:

- Lideram com base em algo que tenha significado, tirando proveito de forças suas e de outros, e construindo propósito compartilhado;
- Entendem desafios, sobretudo como oportunidades de aprendizado, substituindo padrões de comportamento reativos;
- Alavancam confiança alheia para criar relações com as pessoas e com a comunidade e forte senso de pertencimento;
- Mobilizam os outros por meio da esperança, combatendo o próprio medo de assumir riscos e de agir de maneira ousada sobre as oportunidades;
- Injetam energia positiva e renovação no ambiente mantendo alto desempenho.

A liderança feminina apresenta vários diferenciais-chave que enriquecem e aperfeiçoam o funcionamento da empresa no processo de gestão tendo como consequência o aumento da saúde financeira em todas as dimensões. Segundo a Barsh e Lagarde (2015), esses diferenciais de gerenciamento, bem como as dimensões que são particulares às mulheres as tornam desse modo a “peça-chave” na organização, conforme evidencia a figura 1.



**Figura 1: Características da Gestão Feminina.**

Fonte: Adaptado por Barsh e Lagarde (2015) - HSM Management

Para Favaro *et. al.* (2015), as mulheres representaram 3,6% dos novos Ceo's (Diretores executivos) nas 2,5 mil maiores empresas de capital aberto do mundo. De 2004 a 2013, houve 68% mais mulheres assumindo do que deixando o posto de CEO. No entanto, nesse período, as mulheres presidentes foram mais contratadas de outras organizações (35%) do que os homens (22%), já que empresas individuais não foram capazes de desenvolver e promover executivas em número suficiente.

Conforme Lagarde (2015), do Fundo Monetário Internacional, "todas as economias obtêm ganhos em poupança e produtividade quando as mulheres têm acesso ao mercado de trabalho". Assim, a figura 2, destaca exemplos de mulheres que ingressaram no mundo dos negócios e obtiveram sucesso e reconhecimento pelo trabalho oferecido.

Empresa	Mulheres	Histórico de Liderança na Empresa
<b>Dudalina</b>	Sônia Hess	Presidente da camisaria Dudalina. Com forte dedicação, foi a herdeira escolhida para dirigir a Dudalina em 2003 e expandiu notavelmente o negócio, que hoje tem mais de 2 mil colaboradores, cinco fábricas e 50 lojas.
<b>General Electric (GE)</b>	Adriana Machado	Vice-presidente de assuntos governamentais e políticas públicas para a América Latina da General Electric (GE). A primeira mulher a chegar ao alto comando de uma subsidiária latino-americana da gigante GE.
<b>Momentive Química (multinacional de origem norte-americana)</b>	Marcia Gouveia Schultz	Economista formada pela Universidade Federal do Paraná e pós-graduada em marketing, Marcia chegou a um posto executivo responsável pela área de comércio exterior após 12 anos na empresa. Tinha boa renda, 14 <sup>o</sup> salário, um bom plano de saúde e outros benefícios.
<b>Plataforma Bliive</b>	Lorrana Scarpioni	Lorrana. Criou, em 2013, a plataforma Bliive, baseada na <i>internet</i> , que hoje tem 75 mil usuários em mais de cem países. Recentemente, seu empreendimento social foi reconhecido pelo <i>Massachusetts Institute of Technology (MIT)</i> , que incluiu Lorrana em um <i>ranking</i> dos dez brasileiros mais inovadores com menos de 35 anos, publicado na edição em português da revista <i>Technology Review</i>
<b>C2M RH</b>	Carolina Fernandez	"Busquei adaptar toda a minha vivência de RH ao cenário de residências e pequenas e médias empresas, e nasceu a C2M". Hoje a C2M tem mais de dois mil clientes cadastrados entre pessoas físicas, pequenas e médias empresas, operando em todo o estado do Rio de Janeiro.
<b>Bacardi</b>	Raquel Alvarenga	Representa a primeira mulher em posição de liderança na Bacardi Brasil e que levantou a bandeira da diversidade de gêneros. Bacardi é um exemplo de empresa que valoriza o ingresso feminino, ao modo que visou ampliar o número de cargos de liderança e mudar a composição, dando ênfase à atuação das mulheres.

**Figura 2: Perfil de Líderes Femininas**

Fonte: Barsh; Lagarde (2015) — Revista *HSM Management*

Para Kets de Vries (1997), os talentos femininos são tão perceptíveis que a grande maioria das empresas no momento está sob medida para as habilidades das mulheres. O desafio agora é encontrar e mostrar em sua própria personalidade um ponto de equilíbrio entre a firmeza e feminilidade, competitividade e solicitude, fatos e sentimentos.

Portanto, a liderança feminina é almejada pelas empresas em geral, uma vez que elas possuem diferenciais – chave que beneficiam as organizações. O exercício da liderança por parte das mulheres está muito mais receptivo, apesar de ainda apresentar um baixo número, pois o mercado e o mundo dos negócios atual estão em busca de soluções alternativas para se tornarem diferenciais e competitivas e a partir da gestão feminina que se tem obtido tais resultados (TONANI, 2011).

## 4 | METODOLOGIA

Nessa seção tratou-se dos procedimentos metodológicos utilizados para a realização da pesquisa. Quanto aos objetivos propostos, tratou-se de uma pesquisa de caráter exploratório e descritivo. Segundo Cervo *et. al.* (2007), a pesquisa exploratória realiza descrições precisas de uma situação e procura descobrir as relações existentes entre seus elementos componentes.

Já a descritiva tem como objetivo descobrir com a maior precisão possível a frequência com que um fenômeno ocorre, sua relação e conexão com outros, sua natureza e características (CERVO, 2007). Assim, a pesquisa exploratório-descritiva proporcionou ao pesquisador analisar as diferenças, desafios e habilidades do trabalho da mulher na gestão no âmbito organizacional sob o enfoque da diversidade e das relações de gênero no contexto varejista do município de Cacoal/RO.

Quanto aos procedimentos, a pesquisa classificou-se como bibliográfica e de campo. Por meio da bibliográfica, o pesquisador busca informações e dados já existentes sobre o assunto em livros, artigos e publicações. Para Fonseca (2002), a pesquisa de campo caracteriza-se por ter investigações que vão além da bibliográfica e/ou documental, com coleta de dados, utilizando-se diversos meios de pesquisa como ferramenta.

No que se refere à abordagem qualitativa segundo Cooper e Schindler (2016, p.146), esta é definida como sendo um “conjunto de técnicas interpretativas que procuram descrever, decodificar, traduzir e, de outra forma, apreender o significado”, ou seja, visa alcançar uma percepção mais profunda da situação. A abordagem qualitativa é responsável pelo estudo do uso e coleta de dados sobre grupos, sendo utilizado na pesquisa a entrevista e o conhecimento da experiência pessoal para posterior tabulação de informações.

A pesquisa foi realizada com 5 (cinco) gestoras das maiores empresas do setor varejista do município de Cacoal/RO. O levantamento das empresas foi realizado junto à Câmara de Dirigentes e Lojistas de Cacoal (CDL) e Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo de Cacoal/RO, objetivou-se identificar quantas empresas estariam

aptas a participarem da pesquisa. Após o levantamento, 20 (vinte) empresas varejistas foram identificadas, todavia, apenas 5 (cinco) foram selecionadas por representarem as maiores empresas varejistas, obtendo a quantidade mínima de funcionários, 60, e por obterem mulheres em sua gerência. Destacando-se as empresas: 2 (dois) supermercados, 1 (um) material de construção, 1 (uma) vestuário e 1 (uma) de concessionárias.

Quanto às técnicas de pesquisa foram adotadas, para a coleta de dados, entrevistas com roteiro semiestruturado em conformidade com o referencial teórico. A coleta de dados aconteceu nos dias 5, 6 e 7 de outubro de 2016, *in loco* com as gestoras a fim de avaliar sua atuação no âmbito organizacional, analisando as diferenças e desafios vivenciados, bem como as habilidades do perfil de gestão feminina sob o contexto das diversidades e relações de gênero.

## 5 | ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Nesta seção descrevem-se os resultados da pesquisa, bem como a análise dos mesmos à luz do referencial teórico abordado.

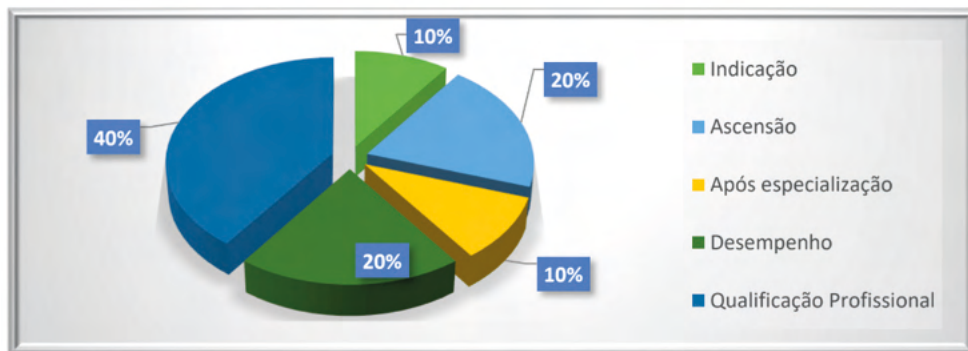
O primeiro ponto abordado refere-se à remuneração salarial. Questionados se existe na empresa equiparidade salarial quando se trata de pessoas do sexo masculino que exercem a mesma função de gestor na empresa. A pesquisa demonstrou que existe equidade entre os pares, a partir da resposta de 3 (três) gestoras que alegaram a equidade na empresa, podendo-se perceber que as empresas específicas do setor varejista apresentam um cenário diferenciado quanto aos demais setores, por visar avanços quanto às políticas de igualdade e valorização entre os gêneros.

No que diz respeito à organização, foi indagado às líderes se o ambiente de trabalho em que atuam são “dominados” pela presença masculina. A partir das considerações feitas pelas três gestoras dos ramos de supermercado, material de construção e concessionária, os homens são em número superior às mulheres. Entende-se o número elevado de homens nesses ramos pelo fato de ainda serem “tachados” como setores masculinos, e por exigirem uma capacidade física maior. Quanto aos cargos de chefia, 3 são ocupados por mulheres, segunda a pesquisa.

Quanto aos maiores desafios encontrados pelas mulheres para o desenvolvimento profissional no cargo de liderança, de acordo com as gestoras, são: competitividade, desigualdade e o preconceito. As líderes relataram que a atuação feminina na gestão procura atender às diversas perspectivas para o desempenho considerável, sendo elas a busca efetiva de igualdade entre gêneros, a conquista incansável por um maior espaço em cargos estratégicos, a eliminação de fato de todo e qualquer preconceito, respeito profissional e confiança na competência da mulher para enfim alcançar a tão almejada ascensão em cargos gerenciais.

No tocante ao ingresso das gestoras dentro da organização, buscou-se compreender

como elas chegaram a função atual e os motivos que as impulsionaram para entrar para o mercado de trabalho como gestoras. Conforme se pode observar na figura 3, a partir das formas de ingresso realizado pelas líderes, podendo ser de mais de uma forma, ter uma qualificação profissional foi o diferencial para que as gestoras obtivessem a oportunidade de gerir os negócios da empresa e a busca por crescimento profissional foi o fator relevante para a entrada no mundo da gestão, uma vez que mulheres mais qualificadas e com maior renda geram um mercado consumidor maior e mais dinâmico, com repercussões positivas em toda economia (ETHOS, 2004).



**Figura 3: Posição das gestoras dentro da empresa**

**Fonte:** Dados da pesquisa (2016)

A satisfação de exercer o cargo em que atua, assim como ter o privilégio de desempenhar a função de liderança foram pontos abordados e considerados fundamentais pelas gestoras para se obter um bom rendimento na empresa, como também são expressões próprias de realização profissional que sentem no momento. Outro ponto em questão é o fato de que ser bem-sucedida na função em que atua aliado à busca constante por aperfeiçoamento e qualificação são consideradas por elas a “peça-chave” para atender as demandas da empresa e obter, portanto, êxito nas decisões.

Quanto à liderança feminina, as gestoras foram indagadas sobre a postura utilizada para solucionar problemas na equipe. As líderes ressaltaram a importância de ter o diálogo, o *feedback* para resolver conflitos, ouvindo as partes a fim de se chegar a uma solução que beneficie a coletividade. Acrescenta-se também a postura de mediador e facilitador, sabendo ouvir as opiniões de forma imparcial e tomar a atitude correta. Nota-se que as mulheres executivas buscam maior apoio de sua equipe para tomar decisões, são mais receptivas, cuidadosas, o que implica em escolhas mais assertivas.

Após análise de frequência, no que se refere aos atributos essenciais para o exercício da liderança as gestoras atribuíram para cada habilidade apresentada um grau de relevância, conforme pode ser observado na figura 4.



**Figura 4: Ranking dos atributos da liderança feminina**

Fonte: Dados da pesquisa (2016)

Ainda, segundo as gestoras, a comunicação e a sinceridade são as habilidades indispensáveis para um líder que almeja conquistar boas relações interpessoais e capacidade de resolver conflitos nas adversidades existentes dentro da organização, ocupando o primeiro lugar no *Ranking*. Contudo, as gestoras ressaltaram que a mulher possui um estilo único de liderança, em que o perfil feminino é baseado em habilidades emocionais e técnicas que fazem com que a mulher administre não só os negócios, como também as pessoas.

## 6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve por objetivo analisar as diferenças, desafios e habilidades das gestoras do ramo varejista das empresas de Cacoal/RO, bem como constatar se há presença de discriminação de gênero e barreiras ao crescimento profissional no cargo em que atuam. Neste cenário, fez-se necessário aferir o crescimento do papel social da mulher como modelo de liderança e sua inserção no mercado de trabalho diante dos desafios enfrentados.

Por meio do estudo foi possível verificar o avanço social pelo qual a mulher passou ao longo dos anos em virtude da competência do perfil feminino ao exercer cargos de responsabilidade e a luta constante para enfrentar os desafios e barreiras, como

preconceitos e discriminação, que apesar de minimizados ainda existem.

Pode-se notar que as empresas estão oferecendo qualificação profissional a seus funcionários de forma igualitária, principalmente no que se refere aos cargos de gestão, e a mulher vem se destacando por seus atributos e pela busca contínua por aperfeiçoamento, seja por meio de ingresso em curso superior ou por capacitação profissional oferecida pela própria empresa, fazendo com que a mulher se torne o perfil de liderança desejado pelas organizações.

Apesar de as empresas obterem um percentual alto de homens em exercício nas diversas funções, são as mulheres, em sua maioria, que ocupam os cargos de chefia. Diante desta perspectiva, as mulheres executivas possuem a habilidade de comunicação perante os liderados, alto grau de relacionamento interpessoal com a equipe a fim de motivá-los à participação e apoio, sendo estes os elementos facilitadores que contribuem para o processo decisório na empresa.

No tocante à remuneração salarial, constatou-se que as gestoras das empresas varejistas de Cacoal/RO, em sua maioria, são satisfeitas com o que recebem e não há evidências de discriminação de gênero no ambiente em que exercem a função. Isso representa a evolução das empresas pesquisadas para promover cada vez mais um ambiente harmonioso e justo, sem distinção de gênero. Entretanto, há indícios de práticas de diferenciação, quando homens são mais favorecidos que mulheres na atuação de mesmo cargo, gerando desigualdade que ainda persiste no meio corporativo como desafio a ser ultrapassado na atualidade.

Conclui-se, portanto, que o trabalho atendeu aos objetivos propostos nesta pesquisa e que a liderança da mulher se tornou fundamental para as empresas, e por meio dos resultados desta pesquisa pode-se verificar que houve de fato o crescimento e a valorização do papel das mulheres como gestoras, não se evidenciando práticas de discriminação que afetam seu desenvolvimento profissional.

## REFERÊNCIAS

BARSH, J.; Entrevistada: Christine Lagarde. **A ascensão das mulheres e a transformação do Capitalismo**. HSM Management, 2015

CASTELLS, M. **O Poder da Identidade**. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

CERVO, L.; BERVIAN, P. A.; SILVA, R. D. **Metodologia científica**. 6. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.

COOPER, D. R.; SCHINDLER, P. S. **Métodos de Pesquisa em Administração**. AMGH Editora Ltda. 12ª edição, 2016

ETHOS. **Perfil social, racial e de gênero das 500 maiores empresas do Brasil**, São Paulo, 2010.

FAVARO, ; KARLSSON, P.-O.; NEILSON, Melissa, a líder de 2040. **HSM Management**, 2015.

FOLLADOR, K. J. **A mulher na visão do patriarcado brasileiro**: Uma herança ocidental. Revista Fato & Versões, v. 1, p. 3-6, 2009. ISSN 2. Acesso em: 27 Maio 2016.

FONSECA, J. J. S. **Metodologia da pesquisa científica**, Fortaleza: UEC, 2002.

FONTOURA, N. D. O.; GONZALEZ, R. **Aumento da participação de mulheres no mercado de trabalho**: mudança ou reprodução da desigualdade? IPEA Mercado de trabalho, Novembro 2009. Acesso em: 15 maio 2016.

GOMES, A. F. **O outro no trabalho**: mulher e gestão. Revista de Gestão USP, São Paulo, v. 12, n. 3, p. 1, julho/setembro 2005. Disponível em: <<http://www.regeusp.com.br/arquivos/313.pdf>>. Acesso em: 10 maio 2016.

IBGE. Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Mulher no mercado de trabalho: perguntas e respostas**. Diretoria de Pesquisas, Coordenação de Trabalho e Rendimento, Pesquisa Mensal de Emprego 2011.

KETS DE VRIES, M. F. R. **Liderança na Empresa — como comportamento dos líderes afeta a cultura interna**. São Paulo: Atlas, 1997.

PINHO, A. P. D. D. **Nem tão frágil assim**: Um estudo sobre mulheres em cargos de chefia. Dissertação (Mestrado em Psicossociologia de Comunidades e Ecologia Social), Rio de Janeiro: Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2005. Acesso em: 20 Maio 2016.

PROBST, E. R. **A evolução da mulher no mercado de trabalho**. Revista Leonardo Pós Órgão de Divulgação Científica e Cultura do Instituto Catarinense de Pós Graduação, v. 1, n. 2, jan-jun 2003. Disponível em: <<http://www.posuniasselvi.com.br/artigos/rev02-05.pdf>>. Acesso em: 30 Maio 2016.2010. Acesso em: 28 Maio 2016.

ROMBACH, M. **Trabalho, Mulheres**, Tecnologia e Políticas públicas: um diálogo possível? Seminário Internacional Fazendo Gênero 10 (Anais Eletrônicos), Florianópolis, 2013. Acesso em: 15 Maio 2016.

QUEIROZ, M. G. et al. **Diversidade nas Organizações**: Construindo um Olhar sobre a Evolução da Mulher no Contexto Organizacional. ENANPAD 2010 - XXXIV Encontro da ANPAD, Rio de Janeiro/RJ, 2010. Acesso em: 28 Maio 2016.

TEIXEIRA, L. M.; POPADIUK, . **Confiança e Desenvolvimento de Capital Intelectual**: o que os Empregados Esperam de Seus Líderes? Revista de Administração Contemporânea, Curitiba, abril/jun. 2003. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-65552003000200005](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552003000200005)>. Acesso em: 5 Junho 2016.

TONANI, A. V. **Gestão feminina - um diferencial de liderança mito ou nova realidade**, 2011. ISSN 1984-9354. Disponível em:<[http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg7/anais/T11\\_0452\\_2131.pdf](http://www.excelenciaemgestao.org/Portals/2/documents/cneg7/anais/T11_0452_2131.pdf)>. Acesso em: Maio 2016.



## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Administração 1, 3, 1, 62, 68, 74, 75, 87, 97, 99, 113, 114, 116, 117, 163, 178, 191, 222, 239, 240, 243, 246, 247, 257, 258, 259, 260, 271, 272, 293, 295, 309, 310, 311, 321, 322, 329, 332, 345

Agronegócio 6, 140, 141, 142, 143, 163, 164, 166, 167, 168, 169, 177, 178, 179

### B

Big Data 48

Blockchain 206, 207, 209, 210, 211

Brasil 8, 12, 44, 64, 74, 75, 85, 86, 91, 94, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 104, 107, 108, 111, 113, 115, 129, 146, 163, 164, 166, 168, 169, 177, 178, 186, 207, 241, 245, 246, 254, 256, 257, 258, 259, 260, 261, 263, 264, 268, 271, 272, 282, 283, 291, 292, 294, 296, 297, 298, 310, 311, 312, 314, 316, 321, 324, 341, 342

### C

Cadeia de abastecimento 31, 35

Cadeia Produtiva 6, 163, 164, 169, 172, 176, 177, 235, 237, 238, 243, 245

Capitalismo 2, 3, 4, 5, 8, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 299, 309, 321

Cliente 57, 73, 127, 130, 131, 132, 133, 135, 136, 148, 149, 150, 152, 153, 154, 158, 159, 189, 234, 235, 250, 325, 326, 327, 329, 330, 331, 337, 338, 339, 342

Comércio 2, 8, 9, 11, 12, 14, 245, 246, 256, 271, 308, 316, 317

Complexidade 6, 27, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191

Comunicação 45, 68, 71, 104, 105, 139, 190, 207, 227, 284, 287, 320, 321, 325, 328, 329, 330, 331, 332, 334, 337, 339, 345

Confiança 48, 186, 222, 226, 230, 232, 233, 234, 238, 250, 315, 318, 322

Conhecimento 2, 19, 44, 45, 46, 48, 50, 62, 63, 67, 72, 73, 79, 80, 89, 96, 141, 165, 170, 171, 176, 186, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 238, 239, 252, 267, 270, 285, 286, 288, 291, 314, 317, 328, 334

Consumidor 5, 18, 30, 32, 84, 105, 133, 148, 150, 151, 152, 153, 158, 159, 164, 165, 169, 172, 177, 250, 319, 326, 327, 330, 331, 338

Consumo 4, 3, 4, 16, 17, 18, 19, 22, 29, 30, 31, 32, 46, 77, 85, 91, 93, 104, 168, 169, 236, 237, 327, 338

Covid-19 6, 103, 115, 120, 206, 207, 209, 210, 211

Cultura 5, 44, 46, 47, 49, 56, 58, 60, 66, 67, 68, 76, 77, 78, 79, 80, 81, 82, 84, 85, 87, 89, 91, 93, 95, 97, 98, 101, 114, 115, 127, 172, 176, 227, 264, 311, 313, 322

## D

Desafios 3, 6, 8, 17, 31, 64, 116, 163, 168, 182, 207, 210, 293, 294, 300, 301, 303, 305, 307, 308, 309, 311, 312, 313, 315, 317, 318, 320

Desenvolvimento Regional 6, 85, 163, 172, 178

## E

Economia 4, 1, 2, 4, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 20, 25, 31, 34, 81, 92, 103, 107, 109, 115, 168, 175, 177, 178, 179, 224, 241, 243, 246, 247, 250, 258, 259, 260, 263, 264, 269, 272, 280, 281, 284, 293, 311, 319, 345

Empreendedorismo 7, 25, 88, 90, 241, 243, 256, 263, 264, 271, 284, 293, 294, 297, 298, 299, 302, 304, 309, 310, 311

Empresa 6, 180, 240, 258, 259, 267, 271, 316, 322

Estado 7, 1, 3, 5, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 32, 48, 51, 60, 65, 71, 72, 90, 91, 102, 107, 108, 110, 118, 129, 136, 139, 165, 194, 203, 229, 257, 258, 262, 263, 273, 275, 277, 279, 297, 298, 299, 316, 333

Estratégia 6, 24, 28, 71, 84, 108, 110, 184, 206, 207, 236, 251, 263, 327, 329, 345

## F

Feminismo 293, 294, 295, 296, 309, 310, 311

Finanças 1, 9, 173, 281, 284, 285, 286, 288, 289, 290, 340

FORU 5, 130, 133, 134, 135

Futebol 8, 323, 324, 325, 332, 339, 340

## G

Gestão 3, 4, 7, 8, 12, 19, 20, 24, 27, 28, 44, 45, 50, 62, 63, 64, 66, 67, 68, 71, 72, 73, 74, 75, 78, 83, 84, 87, 88, 89, 101, 102, 104, 105, 107, 108, 113, 114, 116, 117, 118, 163, 165, 166, 170, 171, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 188, 190, 191, 192, 206, 208, 209, 210, 222, 223, 224, 226, 227, 228, 235, 236, 237, 238, 240, 241, 242, 243, 244, 248, 249, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 288, 289, 290, 291, 292, 310, 311, 312, 313, 315, 317, 318, 319, 321, 322, 323, 325, 329, 345

Governança corporativa 76, 79, 80, 86, 87, 88, 89, 90, 94, 96, 97, 99

## I

Incerteza 81, 82, 95, 180, 182, 183, 184, 186, 187, 189

Informação 44, 45, 46, 47, 48, 49, 81, 91, 104, 140, 189, 206, 207, 210, 230, 232, 234, 243, 251, 252, 253, 265, 267, 270, 281, 282, 283, 284, 287, 326, 330

Inovação 5, 28, 31, 66, 88, 89, 94, 139, 143, 144, 166, 168, 206, 210, 222, 223, 224, 225,

226, 227, 228, 229, 230, 231, 233, 235, 237, 238, 239, 240, 241, 244, 263, 264, 272, 345  
Inteligência emocional 4, 62, 63, 70, 71, 72, 73, 74

## **L**

Liberal 1, 2, 5, 10, 14, 15

Liderança 4, 8, 62, 63, 64, 66, 68, 69, 71, 72, 73, 226, 284, 312, 313, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322

## **M**

Marca 5, 60, 105, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 158, 159, 245, 250, 251, 332

Marketing 8, 24, 26, 29, 33, 97, 105, 114, 116, 131, 136, 137, 149, 151, 152, 160, 161, 162, 168, 178, 212, 236, 248, 249, 250, 255, 304, 316, 323, 325, 326, 327, 328, 329, 330, 331, 332, 334, 338, 339, 340, 341, 342, 343, 344

Mercado 8, 1, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 31, 52, 54, 57, 63, 66, 68, 69, 72, 73, 78, 85, 99, 101, 105, 107, 121, 124, 125, 128, 131, 139, 144, 145, 151, 164, 165, 166, 169, 172, 173, 176, 177, 186, 224, 225, 234, 241, 243, 245, 246, 248, 249, 250, 251, 254, 255, 257, 261, 264, 265, 266, 268, 269, 272, 276, 284, 288, 293, 294, 295, 297, 298, 301, 302, 306, 308, 310, 312, 313, 314, 316, 317, 319, 320, 322, 324, 328, 332, 337

Moçambique 7, 281, 282, 283, 284, 285, 289, 291

Mulher 8, 82, 175, 293, 294, 295, 296, 297, 302, 305, 308, 309, 312, 313, 314, 316, 317, 318, 320, 321, 322, 323, 324, 339

## **N**

Nacional-Intervencionista 1, 2, 14

Need to know 46, 47, 50

Need to share 4, 44, 45, 50

## **O**

Organização 11, 14, 47, 68, 104, 186, 207, 295, 311

## **P**

Pandemia 6, 52, 57, 103, 115, 206, 207, 210, 211

Privacidade 44, 47, 48, 49, 50

Projetos 6, 89, 100, 101, 103, 109, 111, 112, 178, 180, 181, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 224, 226, 234, 237, 255, 256, 257, 259, 341

## **R**

Responsabilidade Social 5, 100, 101, 103, 104, 105, 106, 108, 114, 116

## **S**

Segurança 17, 44, 46, 47, 48, 49, 50, 64, 83, 86, 111, 172, 188, 190, 196, 198, 201, 208,

210, 251, 266, 270, 282, 285, 300, 314, 345

Serviços 3, 5, 7, 11, 15, 49, 66, 102, 104, 106, 107, 109, 110, 139, 143, 144, 145, 189, 210, 211, 223, 224, 227, 229, 241, 243, 254, 256, 257, 258, 281, 282, 283, 284, 285, 289, 290, 294, 295, 297, 302, 303, 310, 314, 326, 328, 332

Socialismo 1, 2, 5, 13, 14

Socialista 1, 2, 6, 13, 15

Sociedade 1, 3, 2, 5, 6, 10, 13, 14, 45, 48, 49, 76, 77, 80, 82, 83, 85, 87, 92, 96, 98, 101, 102, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 113, 117, 264, 283, 284, 285, 291, 293, 295, 298, 302, 303, 305, 308, 309, 311, 332, 345

Sustentabilidade 16, 17, 18, 19, 27, 29, 79, 87, 97, 106, 174, 176, 177, 327

## **T**

Trabalho 3, 5, 6, 8, 1, 3, 4, 7, 12, 18, 19, 24, 45, 63, 64, 66, 69, 72, 73, 76, 78, 79, 81, 83, 85, 86, 90, 91, 92, 93, 95, 98, 100, 101, 102, 103, 106, 107, 108, 109, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 139, 140, 175, 182, 184, 185, 187, 190, 195, 206, 207, 209, 210, 226, 228, 229, 234, 235, 237, 257, 258, 261, 264, 265, 270, 271, 272, 288, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 301, 302, 303, 304, 305, 306, 307, 308, 310, 311, 312, 313, 314, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 324, 325, 326, 333

## **V**

Valor 5, 5, 7, 17, 29, 30, 31, 32, 45, 49, 55, 56, 57, 82, 87, 92, 96, 99, 124, 130, 136, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 157, 158, 159, 175, 177, 189, 224, 225, 227, 231, 234, 250, 259, 264, 289, 294, 304, 308, 325, 327, 330, 331, 333, 337, 338, 339

Varejista 8, 164, 312, 313, 317, 318, 320


Voluntariado 100, 101, 102, 103, 106, 107, 108, 111, 112, 113, 114, 115, 116, 117


# AD MI NIS 3 TRA ÇÃO:

**Estudos organizacionais e sociedade**

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

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

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

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

**Atena**  
Editora

Ano 2021

# AD MI NIS 3 TRA ÇÃO:

**Estudos organizacionais e sociedade**

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

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

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

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

Atena  
Editora

Ano 2021