



# ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras  
(Organizador)

3



# ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras  
(Organizador)

3



**Atena**  
Editora  
Ano 2022

**Editora chefe**

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

**Editora executiva**

Natalia Oliveira

**Assistente editorial**

Flávia Roberta Barão

**Bibliotecária**

Janaina Ramos

**Projeto gráfico**

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

**Imagens da capa**

iStock

**Edição de arte**

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 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. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

Prof. Dr. Alexandre de Freitas Carneiro – Universidade Federal de Rondônia

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 Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador  
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  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Cristina Gaio – Universidade de Lisboa  
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília  
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> 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  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice  
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco  
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  
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre  
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros  
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> 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. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás  
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> 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  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande  
Prof<sup>ª</sup> Dr<sup>ª</sup> 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



## Administração: gestão, empreendedorismo e marketing 3

**Diagramação:** Daphynny Pamplona  
**Correção:** Yaidy Paola Martinez  
**Indexação:** Amanda Kelly da Costa Veiga  
**Revisão:** Os autores  
**Organizador:** Elói Martins Senhoras

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

A238 Administração: gestão, empreendedorismo e marketing 3 /  
Organizador Elói Martins Senhoras. – Ponta Grossa -  
PR: Atena, 2022.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-258-0056-1

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.561221603>

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



## 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 construída com base em contribuições que se estabeleceram, tanto, no contexto empírico do dia-a-dia das organizações, quanto, na construção epistemológica dos estudos acadêmicos, consolidando assim uma série de conceitos, modelos e teorias para a aplicação na gestão pública e privada.

A trajetória histórica de construção do pensamento administrativo apresenta a emergência de novos paradigmas e áreas temática, uma vez que a incremental e combinada evolução empírica e teórica propicia a consolidação de um campo absorvente e altamente hibridizado por forças de curta e longa duração, entre tradicionalismos e novidades.

Tomando como referência a plasticidade da evolução do pensamento administrativo, o presente livro tem o objetivo de apresentar uma coletânea de estudos fundamentadas em três grandes eixos de discussão temática, relacionados respectivamente à gestão, empreendedorismo e marketing, permitindo assim compreender a crescente relevância que este tripé administrativo possui no âmbito organizacional.

A complexidade existente no mundo material e do mundo das ideias é captada neste livro a partir vinte e quatro capítulos que compartilham a preocupação de apresentar os respectivos debates e análises temáticas dentro de um explícito rigor científico, sem perder a contextualização de um implícito ecletismo teórico-metodológico presente na obra como um todo.

Caracterizado por uma natureza exploratória, descritiva e explicativa quanto aos fins e por uma abordagem qualitativa quanto aos meios, este livro foi organizado com base em diferentes recortes teórico-metodológicos e por meio de um trabalho colaborativo entre pesquisadores brasileiros e estrangeiros comprometidos com o campo científico da Administração.

Ao combinar análise e reflexão, teoria e empiria, os vinte e quatro capítulos do presente livro apresentam análises, reflexões e discussões que transversalmente abordam temas e estudos de caso que são reflexivos ao entendimento do que é o estado da arte do campo administrativo em sua materialidade no mundo real e na dimensão das ideias no século XXI.

A indicação deste livro é recomendada para um extenso número de leitores, uma vez que foi escrito por meio de uma linguagem fluída e de uma abordagem didática que valoriza o poder de comunicação e da transmissão de informações e conhecimentos, tanto para um público leigo não afeito a tecnicismos, quanto para um público especializado de acadêmicos interessados pelos estudos de administração.

Excelente leitura!

Elói Martins Senhoras




## SUMÁRIO

### **CAPÍTULO 1..... 1**

#### **A TRAJETÓRIA DA DÍVIDA PÚBLICA BRASILEIRA ANALISADA POR MEIO DO MÉTODO DE QUEBRAS ESTRUTURAIS**


Kleydson Jurandir Gonçalves Feio  
Marina Delmondes de Carvalho Rossi  
Cícero Pereira Leal

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216031>

### **CAPÍTULO 2..... 15**

#### **AÇÕES DA GESTÃO PÚBLICA NO ENFRENTAMENTO DOS AVANÇOS DA COVID-19 NO BRASIL**


Maria Alice Carvalho da Silva  
Matheus Assunção Cardoso de Carvalho  
Vanessa Souza Lima  
Mara Águida Porfírio Moura  
Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216032>

### **CAPÍTULO 3..... 27**

#### **APLICAÇÃO DE FERRAMENTAS DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS NA GESTÃO DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONSULTORIA NO SERVIÇO PÚBLICO**


Thiago Davi Rosa  
Lucas Guerreiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216033>

### **CAPÍTULO 4..... 45**

#### **GASTOS EM SAÚDE NA REGIÃO METROPOLITANA DE MARINGÁ: UM ESTUDO SOBRE A APLICAÇÃO E ÁREAS DE PRIORIDADES NO ORÇAMENTO PÚBLICO**


Roberto Rivelino Martins Ribeiro  
Laís Tamires de Sá Custódio  
Juliane Andressa Pavão  
Kerla Mattiello

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216034>

### **CAPÍTULO 5..... 63**

#### **ESTUDO DO PROGRAMA DE SAÚDE NA ESCOLA NO PROCESSO DE PREVENÇÃO DE DOENÇAS**

Hortência Araújo Reis  
Guilherme dos Santos Rocha  
Mara Águida Porfírio Moura  
Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216035>

<b>CAPÍTULO 6</b> .....	<b>80</b>
O PROCESSO HISTÓRICO DE FORMAÇÃO DA SOCIEDADE BRASILEIRA, A CULTURA ORGANIZACIONAL E O JOGO DA SEDUÇÃO	
Roseane Grossi Silva	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216036">https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216036</a>	
<b>CAPÍTULO 7</b> .....	<b>95</b>
UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NA GASTRONOMIA GOURMET	
Adriana Queiroz Silva Igor Antonio Slociak João Pedro Batistel	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216037">https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216037</a>	
<b>CAPÍTULO 8</b> .....	<b>108</b>
A IMPORTÂNCIA DO DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL PARA O BEM DA SOCIEDADE COMUM	
Matias Vinicius Araújo Santos	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216038">https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216038</a>	
<b>CAPÍTULO 9</b> .....	<b>114</b>
TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO EN EMPRENDIMIENTOS, COMO RESPUESTA A LOS IMPACTOS OCASIONADOS POR EL COVID 19	
Katherine Coronel Pangol Juan Carlos Aguirre Quezada Jonnathan Jiménez Yumbra	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216039">https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216039</a>	
<b>CAPÍTULO 10</b> .....	<b>129</b>
VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA: GERAÇÃO DE ENERGIA FOTOVOLTAICA	
Paulo André Dias Jacome Pítias Teodoro Lacerda Letícia Santana Ferreira Alyson Santana e Silva	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160310">https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160310</a>	
<b>CAPÍTULO 11</b> .....	<b>145</b>
ORGANIZATIONAL CLIMATE AND STRATEGIES: MIPYME OF THE METALWORKING SECTOR	
Araceli Nolasco Vásquez Alejandra Torres López	
 <a href="https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160311">https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160311</a>	
<b>CAPÍTULO 12</b> .....	<b>155</b>
PRÁTICAS DE ECOINOVAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE AS DIMENSÕES ECO-ORGANIZACIONAIS, ECO-PROCESSOS E ECO-PRODUTOS NAS INDÚSTRIAS TÊXTIL	

## DO SUL BRASIL

Marcia Sierdovski

Marlete Beatriz Maçaneiro

Marcos Roberto Kuhl

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160312>

### **CAPÍTULO 13..... 172**

ELEMENTOS DO PILAR SOCIAL DA SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL:  
UM ESTUDO SOBRE AS PRÁTICAS NAS 150 MELHORES EMPRESAS PARA SE  
TRABALHAR NO BRASIL

Marcia Sierdovski

Silvio Roberto Stéfani

Sandra Mara de Andrade

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160313>

### **CAPÍTULO 14..... 193**


AS EMPRESAS MAIS VERDES DO MUNDO: UMA ANÁLISE DAS EMPRESAS  
BRASILEIRAS LISTADAS NO RANKING GLOBAL 100 DA CORPORATE KNIGHTS

Helen Cristina Ribeiro Soares

Matheus Florêncio Fernandes

Mara Águida Porfirio Moura


Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160314>

### **CAPÍTULO 15..... 204**

ESTUDO SOBRE AS PRÁTICAS DE ENGENHARIA REVERSA POR MEIO DA ANÁLISE  
DAS ATIVIDADES PARA A GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS DO AÇAÍ QUANDO  
ADOTADO O CUSTEIO BASEADO EM ATIVIDADES E TEMPO

José Luiz Nunes Fernandes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160315>

### **CAPÍTULO 16..... 226**

CONTRIBUIÇÃO DO PROFISSIONAL DA CONTABILIDADE NA TOMADA DE DECISÕES  
ESTRATÉGICAS EM INDÚSTRIA MOVELEIRA

Mônica Stormowski

Adelino Pedro Wisniewski

Anderson Pinceta


Antonio Roberto Lausmann Ternes

Denise Felber Chaves

Janice Walter

Marcos Rogério Rodrigues

Nedisson Luis Gessi


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160316>

### **CAPÍTULO 17..... 239**

MENSURAÇÃO DO GRAU DE MATURIDADE NA GESTÃO DE PESSOAS NA INDÚSTRIA

## MOVELEIRA


Mônica Stormowski  
Luis Cláudio Eifert (In Memoriam)  
Alexandre Chapoval Neto  
Anderson Pinceta  
Antonio Roberto Lausmann Ternes  
Denise Felber Chaves  
Juliane Colpo  
Nedisson Luis Gessi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160317>

## **CAPÍTULO 18.....253**

**FINANCIAMENTO ECONÔMICO. A CHAVE PARA O SUCESSO DAS INDÚSTRIAS DE PANIFICAÇÃO NA ZONA CENTRO-NORTE DE TLAXCALA, MÉXICO?**


Ximena Oróztico Cerón  
Jorge Luis Castañeda Gutierrez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160318>

## **CAPÍTULO 19.....260**

**GESTÃO DE ESTOQUE: ANÁLISE DA GESTÃO DE ESTOQUES POR MEIO DA APLICAÇÃO DA CURVA ABC NA ATACADISTA COMERCIAL BIRIBA LTDA, NO MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS/MG**


Lusiane Batista dos Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160319>

## **CAPÍTULO 20.....272**

**APLICAÇÃO DAS MATRIZES SWOT E BCG E DAS 5 FORÇAS DE PORTER EM UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE ROUPAS**

Ariadne Guerra Souza  
Denny Gabriel Xavier Torres  
Mariana Paiva Brito  
Paloma dos Santos Alves Nunes  
Taliana Samara Cavalcante de Freitas  
Vanessa Nóbrega da Silva  
Amanda Paiva e Silva  
Bruno Pereira Diniz  
Isabella Thyfany Cavalcante Palmeira  
José Cordeiro do Nascimento Júnior  
José Leonardo Figueiroa Burgos  
Karla Isabelle Alves de Sousa


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160320>

## **CAPÍTULO 21.....288**

**VISÃO DOS FUNCIONÁRIOS SOBRE MOTIVAÇÃO ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMBANCO PRIVADO**

Isabella Rezende de Faria  
Evelyn de Souza Silva Leites

Thiago Rodrigues Moreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160321>

**CAPÍTULO 22.....302**

APLICABILIDADE DAS FERRAMENTAS DE GESTÃO EMPRESARIAL ESTRATÉGICA  
USADAS NOS EMPREENDIMENTOS DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Ana Isabelle Gomes Lopes

Ellen Letícia Gonçalves Andrade


Mairilly Roana Araújo Dantas

Maria do Socorro Rufino de Sousa

Valeria Pereira de Meneses

Sara Acácio Evangelista

Gildeilson Silva Paulino


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160322>

**CAPÍTULO 23.....316**

PLANEJAMENTO DE MARKETING DIGITAL NA EDITORA UFSM: UM ESTUDO DE CASO

Gustavo de Souza Carvalho


Daniel Arruda Coronel

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160323>

**CAPÍTULO 24.....336**

ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS E DIMENSÃO CULTURAL: UMA REVISÃO  
SISTEMÁTICA

Roseane Grossi Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160324>

**SOBRE O ORGANIZADOR.....354**

**ÍNDICE REMISSIVO.....355**

# CAPÍTULO 8

## A IMPORTÂNCIA DO DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL PARA O BEM DA SOCIEDADE COMUM

*Data de aceite: 01/02/2022*

**Matias Vinicius Araújo Santos**

Graduado em Publicidade e Propaganda,  
Universidade Metodista de São Paulo –  
UMESP

**RESUMO:** De acordo com o tema escolhido “Ensino, Pesquisa e Extensão em Empreendedorismo Social” o desenvolvimento deste artigo visa mostrar a importância do desenvolvimento do empreendedorismo social para o bem da sociedade comum, o papel das universidades neste contexto e dos jovens na construção de uma comunidade mais justa e igualitária juntamente com as empresas que, cada vez, mais buscam mostrar que possuem valor ao adquirirem a responsabilidade social como fato determinante de suas tomadas decisões. Mostrando como é possível e necessário impactar e transformar o mundo positivamente e sempre estar disponível ao diálogo.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo Social; Empreendedor; Empresa; Inovação; Políticas Públicas; Sustentabilidade; Jovens.

**ABSTRACT:** According to the topic chosen “Teaching, Research and Extension in Social Entrepreneurship” the development of this article aims to show the importance of the development of social entrepreneurship for the good of the common society, the role of universities in this context and of the young in the construction

of a community more equitable and fair with the companies that, every time, more seek to show that they have value when acquiring social responsibility as a determining factor of their decisions. Showing how it is possible and necessary to impact and transform the world positively and always be available to dialogue.

**KEYWORDS:** Social Entrepreneurship; Entrepreneur; Company; Innovation; Public policy; Sustainability; Young.

### AS EMPRESAS E AS COBRANÇAS DA “NOVA GERAÇÃO”

De acordo com o livro “empresas que se cuidam prosperam” as pessoas tem se preocupado de com questões ambientais e sociais e veem nas empresas o potencial para impactar positivamente o mundo.

“... A crise aumentou a expectativa dos consumidores de que as empresas devem dar tanto quanto recebem. A voz do consumidor já exerce grande influência e esse fenômeno só vai aumentar (...) a forma como as empresas conduzem seus negócios está se tornando mais importante do que nunca (...) 86% das pessoas acham importante que as empresas não visem apenas o lucro.” (David Jones, Empresas que se cuidam prosperam. P.19.)

Atentas, não só as cobranças dos consumidores, mas ao rumo que o mundo está tomando e as exigências das futuras gerações, as corporações buscam maneiras de agregar valor a elas próprias, assim promovendo e gerando discussões na sociedade de como

impactar positivamente o mundo.

“As empresas que esperam ser forçadas para agir, ou que consideram isso apenas em termos de gerenciamento da reputação ou RSC (Responsabilidade Social Corporativa), vão fazer muito pouco, tarde demais e talvez não consigam sobreviver”, adverte Paul Polman, Presidente da Unilever sobre as empresas que não são socialmente responsáveis e o perigo que elas correm de não sobreviver.

Responsáveis por promoverem o diálogo e o debate, as universidades tem o papel de incentivar a discussão de assuntos que atingem a todos e como resolve-los. Segundo o livro, “empresas que se cuidam prosperam”, podemos observar que os responsáveis por essa mudança de curso nos negócios são os jovens que estimulam a ascensão do ativismo social que estão definindo os tempos atuais, inclusive nas universidades que dão autonomia aos alunos a estimularem as discussões sobre sustentabilidade e desenvolvimento social. Essa geração é que está acelerando o movimento mundial a um futuro com mais responsabilidade social. Os jovens de hoje (...) pretendem fazer algo a respeito, pois sabem, com uma triste convicção, que a geração mais velha demonstrou ser incapaz de resolver o problema.

## **SE EDUCAR PARA EMPREENDER**

Sabendo do poder de influência, dado através das redes sociais, essa geração tem mostrado o quanto se importa com o desenvolvimento humano sustentável e como deve se posicionar diante de erros cometidos por empresas que não sigam esse princípio. E, diante desta situação, eles têm buscado soluções através do conhecimento e da inovação para resolver os problemas atuais e tem buscado formas de empreender socialmente impactando, de forma positiva, o mundo.

Ou seja, motivados pelo desgosto com corporações que não prezam um desenvolvimento social e humano, os “novos empreendedores” tem buscado isso com muita vontade.

Por ser uma geração que não se conforma, desde cedo, algumas escolas têm estimulado o ensino empreendedor que desenvolve conversas sobre sonhos pessoais e profissionais e possibilita melhorar habilidades necessárias para a vida como planejar, buscar informações, estabelecer metas, ser persistentes, autoconfiantes, protagonistas. “Tão importante quanto aprender é colocar em prática o que se aprendeu.” (Carneiro, Caio. Seja Foda, p.30)

A sociedade comum, por estar frustrada e desiludida com o fracasso das empresas e dos métodos antigos que faziam seus negócios crescerem, acreditam de fato em uma transformação e em mudanças positivas.

A discussão das possibilidades no cotidiano de cada um gera pautas para serem abordadas nas universidades, o que viabiliza o desenvolvimento de projetos de extensão

que possui extremo valor na sociedade ao lidar com dificuldades como o desenvolvimento social, sustentável e econômico, que ela enfrenta.

## **PAPEL DA UNIVERSIDADE**

Segundo o site da Universidade Metodista, os projetos de extensão podem ser entendidos como uma comunicação que a universidade mantém com a sociedade, utilizando das necessidades ditas por esta e dando um aparato acadêmico como resposta. É fundamental conhecer como as buscas surgem e por que surgem. Por estar presente na vida da sociedade, as universidades que mantêm projetos de extensão, devem estar sempre sensíveis as suas dificuldades, estudando, pesquisando e propondo ideias que visem sair dos problemas e superar as condições de desigualdade e exclusão atualmente presentes no Brasil e no mundo. O conhecimento oferecido à sociedade não é propriedade exclusiva da universidade, nem está pronto e acabado. Mediante o envolvimento com os grupos sociais e através das atividades próprias de ensino, por meio de questionamentos, pesquisa e extensão, novas resoluções são disponibilizadas, posto que, tanto individual quanto coletivamente, a dinâmica da vida impõe um constante diálogo entre a universidade e os demais agentes sociais.

Ou seja, a extensão é a prática universitária que oferece a sociedade, diante de um diálogo constante, conhecimento, desenvolvido na própria universidade, na resolução de conflitos e desafios dos grupos humanos. Essas ações alicerçam-se nas prioridades da região metropolitana de São Paulo o ABCDMR, em primeiro lugar, seguidas daquelas existentes no Estado de São Paulo e no país.

## **GESTÃO SOCIAL EM TODAS AS ÁREAS**

Com o avanço das tecnologias a gestão social que, permanece no campo da pesquisa científica, com cursos como ciências sociais, políticas, relações públicas, agora está envolvida com as ciências da tecnologia da informação.

Segundo, Luíza Alonso, ao IPEA, A *gestão social* está preocupada com as relações entre tecnologia, ciência e sociedade. Tem focado no estudo da dinâmica entre a criação do conhecimento, área impactada pelo desenvolvimento das tecnologias da informação, a ética e o significado social e político da forma e do uso como novos conhecimentos estão sendo produzidos em tempos de globalização. A perspectiva da gestão social se estrutura a partir de dois focos: o social em complementado ao econômico e no foco do espaço público, como lugar de interface entre a sociedade civil e o Estado.

A partir desses dois focos o campo desenvolve uma diversidade de estudos com ênfase nos processos de controle social, regulação, TI e sociedade, organização do trabalho e precarização. A área da gestão social está em formação. Ela recebe contribuições tanto



da Sociologia e da Política quanto das Ciências da Computação e da Informação. Em princípio, um de seus principais locais de atuação são os órgãos da administração pública e diferentes práticas de solidariedade econômicas, sociais e éticas. Outros temas referem-se à participação social e ao controle social.

## **DESAFIOS NA CAMINHADA**

Contudo existem desafios que devem ser enfrentados, um deles é o político. Com base na experiência do Time Enactus Metodista, o projeto “Gente é para Brilhar”. Um projeto que o objetivo era construir uma panificadora e melhorar cozinha para a comunidade padre pio, que ajuda a recuperar ex-moradores de rua, para eles conseguirem se auto sustentar. O Time ganhou o edital do Mcdonald’s “ComMc mudamos o mundo” e com o dinheiro do edital começou a comprar os materiais para a reforma da cozinha. Porém, o projeto passou por dificuldades políticas que o time teve que aprender a desenvolver formas de solucionar problemas de forma muito precisa para contornar situações adversas e lidar com elas da melhor maneira possível. O que ajudou a desenvolver nossa autoconfiança e autonomia para saber que projetos passam por dificuldades e cada uma delas é uma lição.

Em seu livro, “seja foda!”, Caio Carneiro vai dizer que quando você se dedica totalmente a algo, sem dúvida, vão surgir opiniões contrárias e comentários desmotivadores. Isso faz parte do modo de ser de alguém que não tem coragem de se entregar totalmente a um objetivo e conta a experiência dele quando começou a empreender que, além de caçoarem, algumas pessoas se afastaram.

## **“UMA MÃO LAVA A OUTRA”**

Os trabalhos de pesquisa em gestão social, segundo Luiza Alonso, têm como objetivo superar a distinção entre pesquisa básica e pesquisa aplicada, ao se concentrarem no desenvolvimento de propostas que contemplem a sustentabilidade social e ambiental e o interesse na transformação social, o que chamaríamos de “Triple Button Line” ou “Tripé da Sustentabilidade”, em tradução livre, o termo usado para corporações que prazam pelo desenvolvimento sustentável do meio ambiente, econômico e social. É uma área que visa apresentar alternativas para a crescente hegemonia dos interesses do mercado e do capital. O interesse é em superar os princípios da ordem econômica considerando lógicas sociais e ambientais. Os campos de atuação da gestão social envolvem os processos de gestão considerando o interesse da sociedade enquanto um todo e sua interrelação com o econômico. Os estudos incluem a perspectiva do cidadão - dos trabalhadores, dos consumidores, dos jovens empreendedores. Seu processo epistemológico contempla as noções do sujeito que aprende constantemente sobre si e a sociedade em que vive na convivência com o outro, o que implica na adoção de abordagens multi e interdisciplinares.

O Time Enactus Metodista tem experiência com um projeto de empreendedorismo

social que reuniu cursos de várias áreas junto a medidas multi e interdisciplinares. O nome do projeto era “Quilombos de Barra do Turvo” que tinha por finalidade a construção de uma fábrica de açúcar mascavo, totalmente, sustentável e que os quilombolas pudessem ser ensinados a gerar a própria empresa. Durante o desenvolvimento deste projeto foram feitas pesquisas sobre solo, área geográfica, saneamento básico, rios, como construir uma empresa que não agredisse a área de mata preservada, pesquisa em vendas, economia, administração, marketing, sociologia e outros estudos necessários para a construção dessa empresa, para entender como a comunidade, que ia gerá-la, pensava e os seus valores e costumes e em como gerenciar a sustentabilidade da empresa em relação as pessoas que iriam trabalhar nela e a sustentabilidade disso tudo em todos os aspectos. Nessa empreitada estavam envolvidos os cursos: Administração, Engenharia Ambiental, Ciências Sociais e Publicidade e Propaganda. A vivência dos alunos desses cursos proporcionou descobertas que complementava a dos outros e o enriquecimento do conhecimento para ambos deu muito mais prestígio ao trabalho.

## **GESTÃO SOCIAL SEM FRONTEIRAS**

Segundo a professora Aldaíza Sposati, as fronteiras possíveis entre os campos do Serviço Social e da Gestão Social, ela afirma assertivamente que “a gestão não é algo próprio da gestão social, mas é também algo importante para o serviço social”; destaca, pois, que a gestão é um objeto muito importante para a Administração de Empresas, para a Administração Pública; enfim, conclui que a “gestão é algo que ninguém pode se apropriar”.

Com essa análise, Aldaíza se aproxima do que nós também pensamos a aplicabilidade da gestão social em todos setores do mundo dos negócios e também na responsabilidade dos setores públicos já que gestão social é o processo de gerência e administração de projetos ou programas sociais e é ela que orienta as empresas nas ações e projetos de responsabilidade social corporativa, que valorizem o relacionamento ético entre empresa, trabalhadores e a comunidade, contribuindo para o desenvolvimento sustentável.

## **CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Portanto, é necessário que as instituições públicas e privadas mostrem o seu comprometimento com o desenvolvimento social, pensando não somente nas gerações futuras, mas percebendo o impacto positivo que elas podem causar no mundo e reconhecer que as pessoas, em especial a geração y, prezam por empresas mais socialmente responsáveis e que, eles, possuem um papel influenciador e que possuem a certeza que podem provocar uma mudança mundial positiva e nas tomadas de decisões das corporações através de suas opiniões.

## REFERÊNCIAS

Jones, David. Empresas que se Cuidam Prosperam. São Paulo: Integrare, 2012.

Carneiro, Caio. Seja foda. São Paulo: Buzz, 2017.

Junqueira, Luciano Antônio Prates et al. Gestão Social: Mobilizações e Conexões. 1ed. São Paulo: LCTE, 2012.

Garofalo, Débora. Empreendedorismo e Educação: Como eles se relacionam. 2018. <[https://novaescola.org.br/conteudo/13219/empreendedorismo-e-educacao-como-eles-se-relacionam?gclid=CjwKCAjwk7rmBRAaEiwAhDGhxPsJ5MeQvldcv1WtDERtgWy8pMKeRbS78OZN\\_aSitfdHIUxYm-yWABoCaPIQAVD\\_BwE](https://novaescola.org.br/conteudo/13219/empreendedorismo-e-educacao-como-eles-se-relacionam?gclid=CjwKCAjwk7rmBRAaEiwAhDGhxPsJ5MeQvldcv1WtDERtgWy8pMKeRbS78OZN_aSitfdHIUxYm-yWABoCaPIQAVD_BwE)> Acesso em: 05 de Maio de 2019.

Conceitos da Gestão Social. Portal Educação. <<https://www.portaleducacao.com.br/conteudo/artigos/administracao/conceitos-de-gestao-social/63860>> Acesso em: 04 de Maio de 2019.

Alonso, Luíza. Gestão Social. Observatório Ipea de Gestão do Conhecimento. <<http://www.ipea.gov.br/observatorio/palavra-de-especialista/108-luiza-alonso/136-gestao-social>> Acesso em: 03 de Maio de 2019.

Apresentação de Extensão. Universidade Metodista. <<http://portal.metodista.br/extensao/sobre/apresentacao>> Acesso em: 03 de Maio de 2019.

## ÍNDICE REMISSIVO

### A

Administração 1, 2, 7, 14, 16, 18, 22, 27, 29, 30, 39, 44, 50, 52, 61, 62, 80, 83, 92, 93, 94, 106, 111, 112, 129, 177, 190, 192, 222, 223, 225, 226, 228, 229, 237, 238, 239, 250, 251, 252, 254, 261, 262, 271, 286, 287, 289, 298, 299, 302, 303, 304, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 331, 332, 333, 350, 352

Arranjos produtivos locais 7, 223, 334, 335, 338, 342, 343, 349, 350, 351

Atacado 260, 261, 263, 270

### B

Banco 6, 13, 14, 114, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 126, 143, 154, 202, 230, 288, 295, 300, 352

Brasil 3, 5, 2, 3, 7, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 61, 62, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 110, 130, 131, 133, 144, 155, 156, 159, 161, 163, 164, 169, 170, 172, 173, 174, 177, 180, 181, 183, 187, 188, 190, 191, 192, 193, 196, 201, 202, 204, 205, 213, 221, 223, 224, 241, 286, 302, 303, 304, 305, 313, 325, 332, 337, 342, 347, 349, 350

### C

Cidadãos 46, 47, 50, 67

Cluster 128, 161, 167, 169, 334, 338, 347, 350, 351

Compra 4, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 104, 105, 106, 107, 119, 261, 277, 279, 280, 305, 320, 330

Consultoria 3, 27, 29, 31, 34, 38, 43, 196, 197, 203, 337

Consumidor 4, 95, 96, 97, 99, 101, 102, 104, 105, 106, 107, 108, 131, 194, 196, 207, 212, 261, 278, 279, 282, 285, 317, 323, 325, 327, 328, 340

Contabilidade 5, 61, 62, 192, 203, 222, 223, 226, 227, 228, 229, 230, 232, 234, 235, 236, 237, 286, 350

Covid-19 3, 3, 13, 15, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 114, 117, 119, 120, 126, 127, 128, 148, 150, 281

Cultura 4, 18, 20, 68, 74, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 121, 176, 181, 186, 234, 275, 294, 312, 337, 344, 345, 349

Curva ABC 260, 262, 264, 265, 266, 267, 268, 269

Custeio baseado em atividades e tempo 5, 204, 205, 208, 213

## D

Demonstrações financeiras 228, 229

Desempenho 27, 34, 36, 37, 38, 41, 42, 43, 46, 75, 157, 159, 160, 164, 176, 179, 185, 191, 196, 198, 210, 225, 230, 234, 240, 241, 243, 244, 246, 248, 249, 250, 273, 275, 285, 286, 288, 289, 352

Desenvolvimento local 334, 335, 336, 338, 340, 341, 342, 343, 348, 349, 350, 351

Dimensão cultural 7, 334, 336, 340, 344, 345, 346, 347, 348, 349

Dívida líquida 1, 2, 7, 12, 13, 14

Dívida pública 3, 1, 2, 7, 12, 13, 14

## E

Empreendedor 97, 108, 109, 205, 206, 233, 245, 299, 310, 337

Empreendedorismo 1, 2, 4, 108, 111, 113, 202, 313, 344

Empresa 6, 88, 89, 90, 91, 92, 95, 96, 97, 98, 108, 112, 118, 120, 132, 137, 144, 158, 159, 165, 168, 172, 176, 178, 179, 183, 185, 186, 189, 190, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 223, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 253, 257, 258, 260, 261, 262, 263, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 324, 325, 331, 338, 347, 349

Energia 4, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 142, 143, 155, 156, 157, 160, 165, 167, 169, 177, 201, 202, 203, 208, 217, 218, 220

Engenharia reversa 5, 204, 205, 206, 207, 212, 213, 221, 222, 223, 224, 225

Estoque 6, 233, 260, 261, 262, 263, 264, 270, 279, 280, 283

Estudo de caso 6, 7, 27, 29, 43, 74, 93, 222, 227, 228, 231, 232, 240, 242, 251, 260, 263, 287, 288, 297, 314, 322, 333, 351

## F

Faturamento 235, 318

Financiamento 6, 1, 2, 13, 14, 29, 48, 51, 52, 133, 138, 143, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 294, 297, 338, 339

Forças de porter 6, 272, 273, 274, 284, 285, 287

Funcionários 6, 84, 161, 165, 169, 178, 179, 182, 189, 192, 246, 248, 258, 288, 289, 290, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 300, 311

## G

Gastos 3, 1, 11, 45, 47, 52, 53, 55, 56, 57, 60, 61, 65, 100, 114, 121, 123, 125, 126, 137,

157, 201, 209, 211, 234

Gastronomia 4, 95, 97, 100, 101, 103, 104, 105, 106

Gestão 1, 2, 3, 5, 6, 7, 1, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 31, 43, 44, 48, 52, 60, 61, 62, 71, 73, 74, 83, 84, 93, 106, 110, 111, 112, 113, 144, 155, 158, 159, 160, 162, 165, 169, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 195, 196, 197, 198, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 210, 211, 212, 213, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 239, 240, 241, 242, 243, 245, 246, 248, 249, 250, 251, 252, 258, 260, 261, 262, 263, 270, 271, 274, 289, 297, 302, 304, 305, 306, 307, 309, 310, 311, 312, 325, 329, 331, 346, 347, 350, 352

Global 100 5, 193, 194, 195, 197, 198, 200, 202, 203

Grau de maturidade 5, 239, 241, 242, 246, 250

## I

Indústria 5, 162, 164, 170, 177, 191, 193, 202, 206, 226, 227, 228, 232, 239, 240, 241, 242, 245, 250, 252, 257, 277, 344

Inovação 23, 25, 108, 109, 156, 157, 158, 159, 160, 165, 171, 176, 191, 240, 249, 278, 299, 315, 335, 337, 338, 340, 343, 344, 345, 347, 349, 350, 352

## M

Marketing 1, 2, 7, 95, 96, 98, 102, 106, 107, 112, 117, 118, 127, 246, 271, 286, 287, 309, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 327, 329, 330, 331, 332, 333

Matriz BCG 273, 274, 275, 276, 282, 283, 285, 286, 306, 311

Matriz SWOT 273, 274, 275, 279, 281, 282, 285, 287, 313

Microempreendimentos 302, 304, 305, 311

Motivação 6, 246, 288, 289, 290, 291, 292, 294, 295, 296, 297, 299, 300, 301, 303

## O

Orçamento 3, 14, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 60, 61, 62, 132, 133, 137, 321, 322, 324

Organização 15, 16, 17, 20, 28, 32, 33, 34, 35, 36, 51, 69, 81, 83, 84, 87, 88, 89, 90, 92, 93, 97, 98, 110, 157, 158, 160, 161, 163, 165, 169, 174, 176, 177, 178, 185, 187, 217, 232, 236, 241, 242, 243, 244, 250, 251, 253, 258, 259, 260, 261, 270, 271, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 284, 285, 289, 290, 296, 297, 304, 305, 306, 315, 317, 318, 319, 320, 322, 323, 325, 340, 341

## P

Pandemia 3, 12, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 102, 115, 116, 117, 119, 120, 127, 279, 280

PDCA 302, 303, 304, 305, 308, 309, 310, 311, 312

Pilar social 5, 172, 173, 174, 175, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190

## **Q**

Quebras estruturais 3, 1, 2, 3, 7, 12, 13

QVT 172, 173, 176, 177, 179, 184, 185, 186, 187, 188, 189

## **R**

Responsabilidade social 108, 109, 112, 174, 187, 192, 203

Revisão sistemática 7, 334, 336, 346, 348, 349

## **S**

Saúde 3, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 182, 183, 184, 187, 188, 189, 191, 210, 211, 289, 294, 297, 342, 346

Serviço público 3, 27, 29, 43

Sociedade 4, 17, 18, 19, 20, 64, 65, 67, 68, 73, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 108, 109, 110, 111, 157, 160, 164, 174, 178, 190, 193, 194, 196, 202, 229, 239, 250, 254, 273, 304, 309, 317, 340, 341, 352

Sustentabilidade 5, 2, 3, 14, 108, 109, 111, 112, 143, 157, 162, 172, 173, 174, 175, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 195, 196, 198, 202, 203, 233, 245

## **T**

Tomada de decisão 12, 175, 226, 227, 229, 236, 263, 274

## **V**


varejo 177, 261, 318





# ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

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

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

 @atenaeditora

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

3








# ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

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

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

 @atenaeditora

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

3

