

ADMINISTRAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE:

RELATOS DE PESQUISA

Volume 1

Organizadores:

Milena Nunes Alves de Sousa

Larissa de Araújo Batista Suárez

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino

Denilson Costa de Carvalho

ADMINISTRAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE:

RELATOS DE PESQUISA

Volume 1

Organizadores:

Milena Nunes Alves de Sousa

Larissa de Araújo Batista Suárez

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino

Denilson Costa de Carvalho

Editora Omnis Scientia

ADMINISTRAÇÃO NA CONTEMPORANEIDADE: RELATOS DE PESQUISA

Volume 1

1ª Edição

TRIUNFO – PE

2021

Editor-Chefe

Me. Daniel Luís Viana Cruz

Organizador (a)

Milena Nunes Alves de Sousa

Larissa de Araújo Batista Suárez

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino

Denilson Costa de Carvalho

Conselho Editorial

Dra. Pauliana Valéria Machado Galvão

Dr. Wendel José Teles Pontes

Dr. Walter Santos Evangelista Júnior

Dr. Cássio Brancalone

Dr. Plínio Pereira Gomes Júnior

Editores de Área – Ciências Sociais Aplicadas

Dra. Helga Midori Iwamoto

Dra. Milena Nunes Alves de Sousa

Dr. Thiago Barbosa Soares

Assistentes Editoriais

Thialla Larangeira Amorim

Andrea Telino Gomes

Imagem de Capa

Freepik

Edição de Arte

Leandro José Dionísio

Revisão

Os autores



Este trabalho está licenciado com uma Licença Creative Commons – Atribuição-NãoComercial-SemDerivações 4.0 Internacional.

O conteúdo abordado nos artigos, seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores.

**Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)
(eDOC BRASIL, Belo Horizonte/MG)**

A238 Administração na contemporaneidade [livro eletrônico] : relatos de pesquisa / Organizadores Milena Nunes Alves de Sousa... [et al.]. – Triunfo, PE: Omnis Scientia, 2021.
233 p. : il.

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-88958-31-5

DOI 10.47094/978-65-88958-31-5

1. Administração de empresas. 2. Planejamento estratégico.
3. Empreendedorismo. I. Sousa, Milena Nunes Alves de. II. Suárez,
Larissa de Araújo Batista. III. Claudino, Vera Lúcia Soares de
Oliveira. IV. Carvalho, Denilson Costa de.

CDD 658.4

Elaborado por Maurício Amormino Júnior – CRB6/2422

Editora Omnis Scientia

Triunfo – Pernambuco – Brasil

Telefone: +55 (87) 99656-3565

editoraomnisscientia.com.br

contato@editoraomnisscientia.com.br



DEDICATÓRIA

Dedicamos a todos aqueles, que como nós, amam a administração!

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos nossos alunos e a Faculdade São Francisco da Paraíba por todo apoio.

SINOPSE

Esta obra intitulada “*Administração na Contemporaneidade: Relatos de Pesquisa*”, retrata o esforço de gestores, professores e alunos em realizarem estudos atuais na área de gestão. Portanto, traz em seu cerne uma coletânea de 19 artigos que abarcam as mais distintas temáticas.

Entre as abordagens, têm-se enfoques nas áreas de 1) Marketing, com capítulo sobre marketing pessoal; 2) Finanças, contemplando a educação financeira; 3) Empreendedorismo, abarcando a mulher no mercado de trabalho; 4) Recursos humanos, enfocando a comunicação interpessoal nas organizações, liderança, recrutamento e seleção de pessoas; 5) Planejamento estratégico, como o capítulo sobre a implantação de ferramentas do planejamento estratégico em uma empresa do setor varejista; 6) Administração geral, com pesquisas sobre gestão em organizações do terceiro setor, criatividade e inovação, desafios organizacionais no mundo digital, bem com gestão escolar democrática e outros; e por fim, 7) Gestão da Produção, com estudos sobre planejamento da gestão da produção, sobre a curva ABC e classificação XYZ, por exemplo.

Esperamos que este compêndio seja uma valorosa fonte de consulta e de transmissão de saberes!

Os organizadores

ORGANIZADORES

Milena Nunes Alves de Sousa – Turismóloga, Administradora e Enfermeira. Especialista em Gestão e Análise Ambiental, Saúde da Família, Saúde Coletiva, Enfermagem do Trabalho, Docência em Enfermagem, Docência e Pesquisa para a Área de Saúde, Formação em Coaching, Administração Estratégica, Administração e Auditoria em Serviços de Saúde, Metodologias Ativas e Enfermagem em Oncologia. MBA em Liderança Sustentável e Coaching Executivo. Mestrado em Ciências da Saúde. Doutorado e Pós-Doutorado em Promoção de Saúde. Pós-Doutorado em Sistemas Agroindustriais pela Universidade Federal de Campina Grande (UFCG), Campus Pombal, Paraíba. Pró-Reitora de Pesquisa, Extensão e Pós-Graduação no Centro Universitário de Patos (UNIFIP). Docente no Curso de Medicina do UNIFIP, Patos, Paraíba. Docente na Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras-PB, Brasil. E-mail: minualsa@gmail.com.br

Orcid: 0000-0001-8327-9147

Larissa de Araújo Batista Suárez – Administradora e Psicóloga. Doutoranda e Mestre em Psicologia Clínica pela Universidade Católica do Pernambuco (UNICAP). Especialista em Psicologia Organizacional, Psicopedagogia Institucional, Gestão de Marketing, Gestão de Pessoas, Tutoria em EaD e Docência do Ensino Superior e Terapia Familiar. Consultora empresarial, Coordenadora do Curso de Administração e Docente na Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras-PB e Docente na Faculdade São Francisco do Ceará (FASC), Iguatu, Ceará, Brasil. E-mail: labsuarez@gmail.com.

Orcid: 0000-0002-6658-5019

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino – Bióloga. Mestrado em Educação. Diretora Presidente da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba. Diretora Presidente da Faculdade São Francisco do Ceará (FASC), Iguatu, Ceará, Brasil. E-mail: veraluciaclaudino@bol.com.br

Orcid: 0000-0001-5292-9725

Denilson Costa de Carvalho – Administrador. Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal da Paraíba. Professor no Curso de Graduação em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: denilsoncarvalho.sdm@gmail.com.

Orcid: 0000-0003-3366-9889

AUTORES

Afrânio Souto Duque de Abrantes - Mestre em Sistemas Agroindustriais pela Universidade Federal de Campina Grande. Professor da Faculdade de Filosofia, Ciências e Letras de Cajazeiras. Professor do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: afranioabrant@fsf.edu.br.

Aleska Ketley Feitosa Ferreira – Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: aleskaferreira@gmail.com.

Ana Paula Pinheiro da Silva - Especialista em Docência do Ensino Superior – IFCE, Doutoranda em Ciência e Engenharia de Materiais (UFSCAR), São Carlos, São Paulo, Brasil. E-mail: anapaulapinh@estudante.ufscar.br.

André Luiz Dantas Bezerra – Enfermeiro e Cirurgião Dentista. Mestre em Sistemas Agroindustriais. É estudante na Residência Multiprofissional em Atenção Primária à Saúde pelo Centro Universitário de Patos (UNIFIP). Atualmente é professor do curso de Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP) e do Instituto Superior de Educação de Cajazeiras (ISEC), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: dr.andreldb@gmail.com.

Brenna Maria Moura Germano - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: brennamaria96@gmail.com.

Bruno Stéfano de Medeiros Plácido – Graduado em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail:bruno_placido@yahoo.com.br.

Cleilson Moraes da Silva - Graduado em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: cleilson2380@gmail.com.

Cynthia Monielly de Souza – Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: moniellycynthia@gmail.com.

Danilo de Sousa Cezario - Mestrado em Educação pela Universidade Internacional Três Fronteiras. Doutorando em Ciências da Religião pela Universidade Católica de Pernambuco (UNICAP). Atualmente é professor do curso de Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP) e do Instituto Superior de Educação de Cajazeiras (ISEC), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: daniloscezar@hot.com.

Denilson Costa de Carvalho – Mestre em Engenharia de Produção pela Universidade Federal da Paraíba. Professor no Curso de Graduação em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: denilsoncosta@fsf.edu.br.

Edivânia Maria Leite da Silva - Graduada em Administração pela Universidade Federal da Paraíba. Especialista em Administração pela Fundação Getúlio Vargas. Mestrado em Sistemas Agroindustriais pela Universidade Federal de Campina Grande. Coordenadora da Pós-Graduação da Faculdade de

Filosofia, Ciências e Letras da Paraíba (FAFIC). Professora na FAFIC e na Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E- Consultora e Instrutora do Serviço de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE Paraíba e Pernambuco) nas áreas de Planejamento Empresarial, Empreendedorismo e Recursos Humanos. E-mail: edivanasilva@fsf.edu.br.

Francisca Alves da Silva - Graduada em Letras. Professora Mestra do curso de Administração Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: neidinhaalves@fsf.edu.br.

Jael Marla de Souza Albuquerque - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: jaelalbuquerque@gmail.com

Jean Alencar de Oliveira – Possui graduação em Administração pelo Centro Universitário de João Pessoa (2001) e mestrado pela Universidade Potiguar (2010). Atualmente é professor do curso de Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: jeanalencar@fsf.edu.br.

Joandeson Lacerda de Oliveira – Graduado em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: joandeson_lacerdak3@hotmail.com.

José Ciedston Tomaz de Sousa Andrade - Graduado em Ciências, com habilitação em Matemática. Professor Mestre do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: ciedston@fsf.edu.br.

Josineuda Vieira de Freitas - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: josineudafreitas@hotmail.com.

Kelly Simonne Sarmiento de Oliveira - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: kelly_simonne18@hotmail.com.

Larissa de Araújo Batista Suárez – Administradora e Psicóloga. Mestre e Doutoranda em Psicologia Clínica pela Universidade Católica do Pernambuco (UNICAP). Coordenadora do Curso de Administração e Docente na Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras-PB, Brasil. E-mail: labsuarez@gmail.com.

Leiana Isis Soares de Oliveira - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: isyolliveira@gmail.com.

Luma Ronnielli Dias Menezes - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: lumamenezes@gmail.com.

Marcos Vinícius Lins Ferreira - Possui graduação em Administração pela Universidade Federal da Paraíba. Pós-graduação em Metodologia do Ensino e em Estatística Aplicada Mestrando do curso de Ciências da Educação pela Universidade Tecnológica Intercontinental (UTIC). Professor do Curso de Graduação em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba,

Brasil. E-mail: marcoslins@fsf.edu.br.

Maria Aparecida Cavalcanti de Oliveira - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: macavalcanti@gmail.com.

Milena Nunes Alves de Sousa – Turismóloga, Administradora e Enfermeira. Doutorado e Pós-Doutorado em Promoção de Saúde. Pós-Doutorado em Sistemas Agroindustriais. Docente no Curso de Medicina do Centro Universitário de Patos (UNIFIP) e Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP). E-mail: minualsa@gmail.com.br.

Mirian de Sousa Lira Ferreira - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: miriankm123@gmail.com.

Nethanya Kleysla Faustino Santos - Graduada em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: nethanyakfaustino@gmail.com.

Patrick Nobre da Silva – Bacharel em Ciências Contábeis pelo Centro Universitário do Rio Grande do Norte. Auditor Interno da Prefeitura Municipal de Cajazeiras. Professor do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: patricknobre@fsf.edu.br.

Pedro Ítalo Alexandre Coelho - Graduado em Administração pela Faculdade São Francisco do Ceará (FASC), Iguatú, Ceará, Brasil. E-mail: pedaoalexandre@gmail.com.

Rafael Andrade Lins de Almeida – Mestrado em Administração pela Universidade Potiguar. Professor do Curso de Bacharelado em Administração da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: rafaellins@fsf.edu.br.

Robério Vieira de Meneses – Graduado em Administração pela Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba, Brasil. E-mail: roberiocz2290@gmail.com.

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino – Bióloga. Mestrado em Educação. Diretora Presidente da Faculdade São Francisco da Paraíba (FASP), Cajazeiras, Paraíba. Diretora Presidente da Faculdade São Francisco do Ceará (FASC), Iguatu, Ceará, Brasil. E-mail: veraluciaclaudino@bol.com.br.

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1.....19

**COMUNICAÇÃO INTERPESSOAL NAS ORGANIZAÇÕES: UM ESTUDO DE CASO
REALIZADO EM INDÚSTRIA DA PARAÍBA**

Kelly Simonne Sarmiento de Oliveira

André Luiz Dantas Bezerra

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/19-27

CAPÍTULO 2.....28

**EMPODERAMENTO FEMININO: O PROCESSO DE EXPANSÃO DA MULHER NO
MERCADO DE TRABALHO NA ÁREA ADMINISTRATIVA**

Aleska Ketley Feitosa Ferreira

Marcos Vinícius Lins Ferreira

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/28-36

CAPÍTULO 3.....37

**EMPREENDEDORISMO NA PERSPECTIVA DE ESTUDANTES DO CURSO DE
VESTUÁRIO DE CAJAZEIRAS-PB**

Robério Vieira de Meneses

Edivânia Maria Leite da Silva

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/37-44

CAPÍTULO 4.....45

**PROCESSO DE GESTÃO EM ORGANIZAÇÕES DO TERCEIRO SETOR: O CASO DA
PROJETARE SOCIAL**

Maria Aparecida Cavalcanti de Oliveira

Larissa de Araújo Batista Suárez

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/45-56

CAPÍTULO 5.....57

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO NAS EMPRESAS BRASILEIRAS

Pedro Ítalo Alexandre Coelho

Ana Paula Pinheiro da Silva

Larissa de Araújo Batista Suárez

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/57-68

CAPÍTULO 6.....69

GESTÃO DE ESTOQUES: UTILIZAÇÃO DAS FERRAMENTAS CURVA ABC E CLASSIFICAÇÃO XYZ EM SUPERMERCADO

Joanderson Lacerda de Oliveira

José Ciedston Tomaz de Sousa Andrade

Rafael Andrade Lins de Almeida

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/69-83

CAPÍTULO 7.....84

IMPLANTAÇÃO DE FERRAMENTAS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO EM UMA EMPRESA DO SETOR VAREJISTA

Mirian de Sousa Lira Ferreira

Patrick Nobre da Silva

Rafael Andrade Lins de Almeida

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/84-97

CAPÍTULO 8.....98

CUSTO DE ARMAZENAGEM: ESTUDO DE CASO NA LERIO'S DISTRIBUIDORA DE BEBIDAS DE SANTA CRUZ-PB

Cleilson Morais da Silva

Afrânio Souto Duque de Abrantes

Rafael Andrade Lins de Almeida

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/98-110

CAPÍTULO 9.....111

ESTUDO SOBRE A SATISFAÇÃO NO PÓS VENDA DOS CLIENTES DE LOJA VAREJISTA DA PARAÍBA

Josineuda Vieira de Freitas

Larissa de Araújo Batista Suárez

Jean Alencar de Oliveira

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/111-116

CAPÍTULO 10.....117

PEQUENAS EMPRESAS E DESAFIOS NO MUNDO DIGITAL: ESTUDO EM ORGANIZAÇÕES DE PEQUENO PORTE CEARENSES

Juscileudo Lucas Belo

Patrick Nobre da Silva

Denilson Costa de Carvalho

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/117-125

CAPÍTULO 11.....126

PLANEJAMENTO DA GESTÃO DA PRODUÇÃO EM UMA CERÂMICA

Jael Marla de Souza Albuquerque

Danilo de Sousa Cezario

Denilson Costa de Carvalho

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/126-137

CAPÍTULO 12.....138

FINANÇAS PESSOAIS: IMPORTÂNCIA DA EDUCAÇÃO FINANCEIRA PARA DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Luma Ronnielly Dias Menezes

Afrânio Souto Duque de Abrantes

Denilson Costa de Carvalho

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/138-145

CAPÍTULO 13.....146

RECRUTAMENTO E SELEÇÃO DE PESSOAS COM DEFICIÊNCIA E A RESPONSABILIDADE SOCIAL NAS EMPRESAS

Myllene Dantas da Silva

Denilson Costa de Carvalho

Larissa Araújo Batista Suárez

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/146-158

CAPÍTULO 14.....159

EDUCAÇÃO FINANCEIRA COMO ESTRATÉGIA DE MINIMIZAÇÃO DE IMPACTOS CAUSADOS PELO COVID-19

Brenna Maria Moura Germano

Patrick Nobre da Silva

José Ciedston Tomaz de Sousa Andrade

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/159-170

CAPÍTULO 15.....171

LIDERANÇA COMO DIFERENCIAL ESTRATÉGICO NO BANCO DO BRASIL

Bruno Stéfano de Medeiros Plácido

Larissa de Araújo Batista Suárez

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/171-180

CAPÍTULO 16.....181

RELEVÂNCIA DA CONSTRUÇÃO DO MARKETING PESSOAL: ESTUDO COM CONCLUINTEs DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Leiana Isis Soares de Oliveira

Larissa de Araújo Batista Suárez

Milena Nunes Alves de Sousa

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/181-192

CAPÍTULO 17.....193

PERFIL DAS MULHERES EMPREENDEDORAS DE BARRO-CE E OS IMPACTOS DA COVID-19 NOS SEUS NEGÓCIOS

Nethanya Kleysla Faustino Santos

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino

Francisca Alves da Silva

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/193-204

CAPÍTULO 18.....205

AVALIAÇÃO DO USO DO HOME OFFICE NO AMBIENTE VIRTUAL DE ENSINO E APRENDIZAGEM DOS DOCENTES DO CURSO DE BACHARELADO EM ADMINISTRAÇÃO

Cynthia Monielly de Souza

Milena Nunes Alves de Sousa

Denilson Costa de Carvalho

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/205-214

CAPÍTULO 19.....215

DESAFIOS E BENEFÍCIOS DA GESTÃO ESCOLAR DEMOCRÁTICA: UM MODELO EM QUE AS VANTAGENS SOBRESSAEM AOS DESAFIOS

Daniilo de Sousa Cezario

Milena Nunes Alves de Sousa

Vera Lúcia Soares de Oliveira Claudino

DOI: 10.47094/978-65-88958-31-5/215-226



CAPÍTULO 5

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO NAS EMPRESAS BRASILEIRAS

Pedro Ítalo Alexandre Coelho
Ana Paula Pinheiro da Silva
Larissa de Araújo Batista Suárez

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO NAS EMPRESAS BRASILEIRAS

Pedro Ítalo Alexandre Coelho

Ana Paula Pinheiro da Silva

Larissa de Araújo Batista Suárez

INTRODUÇÃO

A globalização facilitou o processo da expansão tecnológica e implicou, dentre outras coisas, no surgimento de novos prismas e necessidades no que concerne aos diversos segmentos da economia como, por exemplo, a emergência da criação e/ou aprimoramento de fundamentos ligados às especificidades de inovação e criatividade (ABREU, 2014).

A criatividade e inovação, numa visão de amplo espectro, são fatores primordiais para a eficácia do desenvolvimento político, social e econômico, principalmente nos dias atuais, onde a sociedade encontra-se imersa na chamada revolução 4.0, ou seja, a revolução tecnológica (KOTLER; KARTAJAYA; SETIAWAN, 2017). Segundo Fleming (2018), o mercado mundial está cada vez mais competitivo e no Brasil não é diferente, com tantas opções, os envolvidos nesse mecanismo em inflação, deverão apresentar habilidades para além da competência técnica, como no caso da sensibilidade, imaginação produtiva e na capacidade de suprir as demandas das necessidades atuais da sociedade seguindo a mesma velocidade na qual a tecnologia está sendo consumida por ela.

Segundo Tardif (2014) toda organização que almeje destaque possui emergência em inovar, portanto, há urgência de estratégias metódicas e dinâmicas para que a inovação aconteça de forma constante e sistêmica e, para tal, faz-se necessário um maior investimento tanto na dimensão tecnológica, quanto na capacitação dos colaboradores, bem como na promoção de subsídios motivacionais destes, uma vez que, a motivação assume um papel primordial nas tomadas de decisões, na criatividade, na proatividade e na capacidade de protagonismo crítico, sendo essas as principais idiosincrasias esperadas de um colaborador/empreendedor (LINHARES; FREIREM; ÁVILA, 2017).

Todavia, além das qualidades anteriormente citadas, os empreendedores necessitam de suporte técnico-gerencial e, logicamente, apoio financeiro e científico-tecnológico por parte do governo para que seus empreendimentos surtam efeitos reais, viabilizando assim a geração de impactos socioeconômicos com valores expressivos e positivos, sendo outro grande destaque a liberdade de inovação, que necessita ir além de uma oportunidade inerente à criação de um novo negócio e/ou de crescimento de mercado, mas, fundamentalmente, como forma estratégica para redefinir a organização de um sistema (TURCHI; MORAIS, 2017).

Infelizmente, de acordo com Capra (2019), nas empresas do Brasil percebe-se a insuficiência de políticas voltadas para a disseminação do desenvolvimento da gestão da inovação, bem como as dificuldades do exercício de sua aplicabilidade, o que pode vir a ser um dos maiores desafios para empreendedores, pois a ausência/baixa capacidade em elaborar novos recursos criativos e atrativos podem determinar possíveis falências de produtos empreendidos e/ou desvalorização do próprio nicho.

A relevância dessa pesquisa perpassa a própria contribuição acadêmica sobre o tema abordado, pois ao expor a realidade contemporânea de assuntos tão significantes para toda sociedade, promove então uma reflexão crítica. Os achados desse trabalho poderão nortear empresas/empreendedores na promoção de novas possibilidades estratégicas de capacitação de gestão de inovação, culminando assim numa maior produtividade de qualidade.

O presente estudo pretende apresentar um panorama atual sobre inovação e criatividade no âmbito geral do desenvolvimento, identificar possíveis desafios das temáticas em questão e avaliar seus impactos no desenvolvimento econômico brasileiro.

Diante do exposto, surge a questão norteadora desta pesquisa: qual o atual cenário das práticas de gestão e inovação no Brasil e qual sua influência no desenvolvimento econômico do país? Logo, a inquietação supramencionada, requer uma profunda análise de como está sendo arquitetada a dimensão inovação no contexto do atual cenário econômico brasileiro. Para tal, faz-se necessário a discussão de aspectos inerentes a temática em questão para que se possibilite uma maior compreensão dos fatos e do processo organizacional das ideias inovadoras.

Nesse sentido, a inovação científica ou tecnológica é como a transformação de uma ideia em um novo produto ou em um produto aprimorado introduzido no mercado, em um novo processo ou em um processo aprimorado utilizado na indústria ou comércio, ou em uma nova abordagem de um serviço de cunho social (CANIËLS; STOBBELEIR; CLIPPELEE, 2014).

Tal abordagem incita a importância da inovação para o sucesso de qualquer organização. A inovação organizacional é a transformação nos métodos de negócio da empresa e pode ser considerada como inovação qualquer tipo de mudança no local de trabalho ou na relação com mercado, clientes e fornecedores, ou seja, a inovação trata-se de mudanças significativas na proposta de entrega de produto ou serviço aos seus clientes.

De modo que, para criar uma cultura de inovação na organização é preciso estratégia, na qual cada membro da mesma empresa deve ser integrado, atualmente, se fala muito em inovar, mas pouca gente conhece formas práticas de fazer, mas inovar não é só um ato de criatividade, mas um processo coordenado que envolve muitos agentes, recursos e análises, assim inovação é o resultado de três fatores importantes: criatividade, viabilidade e demanda (CHEDLI, 2014).

Ainda na visão de Chedli (2014), a inovação organizacional é quando uma empresa descentraliza os seus processos; amplia a comunicação; busca melhorar a prática de sua gestão; melhoras mudanças na sua estratégia empresarial e oferta programa de treinamento para seus colaboradores, portanto, inovação organizacional é basicamente o desenvolvimento de um novo método organiza-

cional ou de logística nas práticas da empresa, na organização do trabalho ou suas relações externas, e as empresas que usam dessa tática são maleáveis quando se trata de processos que otimizam a produtividade e o empreendedorismo.

Empreendedorismo é perceber as vantagens de ter a inovação organizacional bem aplicada e estruturada podem proporcionar benefícios para as empresas, tais como, melhorias nos métodos de trabalho e nos resultados finais da empresa, onde muitas dessas vantagens são alcançadas através das mudanças que ocorrem durante a implementação deste modelo de gestão, dentre elas, é possível citar o uso eficiente dos recursos; maior eficácia no atendimento; maior lucratividade e melhorias nos processos (CANIËLS; STOBBELEIR; CLIPPELEE, 2014).

E importante que se torne rotina nas empresas a ótica da importância de se estabelecer um processo contínuo de mudanças e melhorias dos processos e produtos, tendo em vista que inovar é essencial para que a organização esteja sempre um passo à frente da concorrência, deste modo, percebe-se que empresas que têm uma cultura voltada para inovação demonstram maior agilidade para identificar tendências de mercado e atender as novas demandas que elas trazem (SOHMEN, 2015)

De acordo com Fleming (2018) hoje não só no Brasil, mas, também no mundo, já se tem como senso comum que toda organização precisa buscar inovação para uma melhor eficácia em relação a suas metas, devendo ainda se adequar ao mercado para garantir sua sobrevivência e, conseqüentemente, lucrar mais. Todavia, um dado que preocupa muito no sentido da inovação das empresas e na motivação dos funcionários brasileiros para tonarem a mudança real é a alta rotatividade de material humano nas empresas e falhas nos processos criativos e de gestão.

Para Motta (1999) a criatividade é uma característica que existe em todas as pessoas, mas são poucos os que a desenvolve com propriedade, sendo o primeiro passo, ou seja, o pressuposto para inovação os estímulos no trabalho, ambiente ou até mesmo mediatizada por situações simuladas para que essa criatividade se torne uma inovação.

Para ressaltar as dimensões inovação e criatividade nos colaboradores, inicialmente deve-se transgredir a ideia de que um erro seja o fim, mas, um meio para recomeçar e tentar novamente. Tal perspectiva deve ser fixada na metodologia da empresa e esse primeiro passo depende do papel central dos gestores no incentivo a criatividade individual dos colaboradores, pois deve-se aprender a gerir os pontos positivos dentro de uma situação conflituosa, e assim estimular as pessoas a buscarem novos objetivos, metas e saídas para determinado problema (FLEMING, 2018).

De acordo com Motta (1999) para criar condições organizacionais e individuais favoráveis à condução do processo de inovação é preciso identificar possíveis bloqueios (seja físico ou subjetivo) que possam atrapalhar esse processo. São exemplos de bloqueios o comodismo, insegurança, instabilidade e frustrações anteriores, podendo assim prejudicar o trabalho criativo. Para que se tenha um ambiente favorável ao controle desses bloqueios deve se ter uma organização incentivadora, transparente e flexível para com os seus recursos humanos, que é de onde o capital criativo será aflorado.

Um dos passos mais importantes, talvez, seja a parte mais difícil, pois pode vir a sofrer problemas na sua execução desde a não aceitação do novo centro das organizações à desmotivação, sendo bastante recorrentes nas empresas brasileiras, mas, em contrapartida, quando gestores e colaboradores aderem à implementação da ideia como resolução de problemáticas torna-se mais fácil a aplicabilidade de uma ideia conjunta (TARDIF, 2014).

Fazer uso de dinâmicas de relação humanas pode ser de grande valia para um trabalho de inovação, pois as interações sociais tendem a propiciar a mutualidade ainda que no traçar de pequenos objetivos alcançáveis em curto prazo, pois permite inclusive a formação de grupos competidores, salientando que muitas vezes os grupos buscam pelo reconhecimento de suas ideias, além da remuneração (CAPRA, 2019).

Uma ideia individual só poderá se tornar uma inovação de fato quando houver interesses de outros e que eles acreditem nessa ideia, pois não deixa de ser um processo democrático, mas o que também não quer dizer que se não tiver a aceitação de todos no primeiro momento, deve-se desistir da ideia primária (CAPRA, 2019).

MATERIAIS E MÉTODOS

O presente estudo pretende descrever as práticas de inovação e criatividade no contexto do desenvolvimento; identificar possíveis desafios das temáticas em questão e avaliar possíveis impactos na economia nacional. Para tal, realizou-se uma revisão sistemática a qual fez uso da pesquisa qualitativa e quantitativa com abordagem descritiva. Minayo (2001) reflete que a importância desse tipo de estudo consiste na interpretação de significados, valores, realidade contemporânea. É também descritiva, uma vez que irá abordar uma temática específica, visando aprofundar no assunto proposto e expor as questões pertinentes as dimensões investigadas (GIL, 2008).

O universo dessa pesquisa encontra-se delimitado em obras cuja temática aborde as dimensões relacionadas à inovação e criatividade, bem como seus respectivos desafios e possibilidades para empresas, bem como seus empreendedores/colaboradores, voltando-se para elementos de investigação relacionados ao desenvolvimento econômico do país e dinamismo do próprio setor.

Visto isso, para a coleta de dados, fizeram-se buscas no portal de periódicos CAPES com a finalidade de obter pesquisas capazes de contemplar todos os objetivos propostos por este estudo utilizando-se de descritores (Inovação; Criatividade; Desenvolvimento econômico e Empreendedorismo), obtendo inicialmente (n=10) obras, estas foram selecionadas por leitura preliminar dos resumos e relevância do conteúdo e após uma leitura minuciosa restaram (n=5) obras. Foram inclusos os trabalhos similares ao desta pesquisa, em idioma português, visto que, o enfoque da presente obra é o cenário brasileiro. Excluíram-se todos os estudos que apresentaram ambiguidade ou se encontravam fora da margem estabelecida de significância e contemporaneidade, especificadamente os últimos cinco anos (2016 a 2020). Além disso, também se recorreu a dados do DataSebrae para se avaliar o percentual da atividade das empresas.

Para análise dos dados utilizou-se o método de Bardin (2011) no qual consiste na identificação de eixos de sentido gerados a partir de aspectos semelhantes entre os resultados do objeto de estudo, ou seja, os principais resultados dos artigos obtidos após as filtrações, foram agrupados e discutidos segundo suas respectivas similaridades.

A análise aplicada nesta pesquisa transcorreu em três fases. Na primeira fase, a pré-análise é desrespeito à escolha dos documentos a serem estudados, onde ocorre a leitura flutuante, formulação e reformulação de hipóteses e objetivos. Nessa primeira etapa é determinada a unidade de registro (palavras-chave) e a unidade de contexto (delimitação do contexto de compreensão da unidade de registro).

Na segunda fase, exploração do material, constitui-se de uma ação classificatória que tem como objetivo alcançar o núcleo de entendimento do texto, sendo dessa maneira a forma como os temas serão organizados mediante a especificação e anexação da informação, implicando na representação de um compacto de ideias a serem discutidas.

E, por fim, a terceira fase, tratamento dos resultados obtidos e interpretação, aqui os achados da análise passaram por um processo no qual são traçadas hipóteses para execução das interpretações, surgindo novas teorias e entendimentos após a leitura minuciosa do material, sendo essa a etapa final da análise que culminou nos achados desta pesquisa, os quais serão discutidos no tópico a seguir.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Feita a análise dos cinco artigos da amostra, optou-se por contextualizar os eixos (similaridades) encontrados e posteriormente apontar percepções críticas acerca das especificidades dos objetivos e resultados. Todos os artigos demonstram relação estreita com os impactos do processo de inovação aplicado na realidade brasileira, como demonstra o quadro abaixo.

Quadro 1 – Filtragem de artigos para construção do *Corous* discursivo, 2020.

Autores (Ano)	Título	Objetivo	Resultados
Costa (2020)	Pandemia e desemprego no Brasil.	Apontar as consequências que a crise sanitária vem promovendo para os trabalhadores brasileiros, bem como propomos medidas de enfrentamento que não se limitem aos auxílios emergenciais.	A recuperação e a criação de ocupações dependerão, entre outros fatores, da retomada dos gastos com programas sociais e econômicos que reduziram as desigualdades sociais no início deste século, como o Programa de Aceleração do Crescimento econômico.
Freire, Maruyama e Polli (2017)	Inovação e empreendedorismo: políticas públicas e ações privada.	Examinar a importância crescente do empreendedorismo nos processos de inovação no século XXI.	Os espaços para desenvolvimento de novos negócios podem assumir diferentes modelos, destacando-se as incubadoras e as aceleradoras.
Guerrazzi e Serra (2017)	Declínio em pequenas empresas: abordagens e trabalhos relevantes.	Ampliar a criatividade coletiva a partir de ações orquestradas, ancoradas na cultura da organização, no processo de liderança e no indivíduo em suas relações sociais.	Há quatro principais temas pesquisados entrelaçando causas internas e externas como causadoras do declínio: empreendedorismo; administração estratégica e desempenho; inovação e evolução e ambiente.
Autores (Ano)	Título	Objetivo	Resultados
Lopes e Lima (2019)	Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo.	Apresentar uma revisão de literatura, e informações adicionais quanto aos principais desafios. Identificar caminhos promissores para seu avanço.	Uma leitura crítica indica que o campo de pesquisas de empreendedorismo enfrenta o desafio de superar a cilada do caminho mais seguro para seus estudos e publicações, que usa abordagens já estabelecidas, o que leva ao crescimento incremental das pesquisas respondendo a questões estreitas.
Muzzio (2017)	Indivíduo, Liderança e Cultura: Evidências de uma Gestão da Criatividade.	Analisar a prática gerencial do que se chama aqui gestão da criatividade, a partir do indivíduo em seu grupo, do processo de liderança e da cultura.	A atividade econômica baseada na criatividade requer novos valores e novas práticas, como gestões da criatividade, com ações envolvendo o indivíduo, o líder e a cultura organizacional.

Fonte: Elaborado pelo autor com base em artigos extraídos do Portal Periódicos CAPES, 2020.

Os artigos selecionados pontuaram diversas dimensões equivalentes, uma das mais relevantes foi justamente a falta de investimento na formação técnica dos sujeitos. Além do quesito financeiro, acessibilidade, adequação de espaço, recursos didáticos e técnicos são escassos.

Há uma insuficiência na grade curricular dos cursos de gestão e também quanto ao investimento significativo da união nesse setor, mesmo com a implantação da Portaria nº 615 de 2007 que instituiu Diretrizes Curriculares Nacionais gerais com o foco do desenvolvimento de cursos de aprendizagem, visando à formação dos alunos que tenham como prioridade a qualificação tanto profissional como social de maneira correta, tendo como foco as diversidades e demandas tanto no quesito

trabalho como sociedade (BRASIL, 2007; LOPES; LIMA, 2019).

Outro grande desafio no âmbito da criatividade e inovação é a ausência de criticidade, ou seja, os indivíduos apenas reproduzem métodos, alguns até obsoletos. Justifica-se tal ato, segundo o achado desta pesquisa, a falta de preparo também científico, pois as condições para pesquisa e aprendizado não estão sendo motivadas como deveriam pelas escolas e universidades (FREIRE; MARUYAMA; POLLI, 2017).

Nesse sentido os cursos de gestão e desenvolvimento deveriam ter o enfoque na formação holística do aluno, através de um aprendizado técnico geral e com conhecimentos e habilidades que serão específicas, e assim fazer com que o jovem tenha um maior aporte de conhecimentos em relação a essa temática já na educação básica, mas para que isso é preciso que ocorra o incentivo à realização de esforços nas áreas trabalho, educação, da tecnologia e da ciência, tendo em vista que tal ação seria profilática em relação às dimensões satisfação e criatividade (LOPES; LIMA, 2019).

A insatisfação despontou como outro enorme desafio para a inovação e apresentou unanimidade entre os artigos estudados, principalmente por parte dos colaboradores, que ressaltaram a desvalorização, a pressão constante e a supressão de incentivos motivacionais.

Identificou-se que a motivação é o aspecto fundamental que move os sujeitos em suas tomadas de decisões, direcionamentos e/ou busca na realização de uma determinada tarefa/ação, o que desencadeia reações bastante persuasivas nos sujeitos, influenciando sua permanência, persistência diante do que almeja. Ou seja, a motivação está inserida no processo de desenvolvimento do indivíduo, na percepção de sobrevivência, em suas necessidades, personalidade e potencialidade (LUBART, 2007; MUZZIO, 2017).

Outro aspecto chave é a identificação da não realização do desejo de estabilidade. Os estudos direcionaram para o entendimento da frustração mediante ao não reconhecimento de ideias e ações, logo, os sujeitos adquirem certo desânimo e descrença do objetivo de meta, uma vez que, seu objetivo inicial (realização pessoal e estabilidade) não se concretizou. A motivação gera impulsos primários, intermediários e de alto nível que são influenciadores na adesão e manutenção do reforço de meta (MALAVASI; BOTH, 2005; GUERRAZZI; SERRA, 2017).

Ao analisar a motivação nos sujeitos, identificou-se que alguns fatores motivacionais eram, relevantemente, pois o homem tende primeiramente a satisfazer suas necessidades primárias (fisiológicas, segurança, psíquica e física) antes de almejar as consideradas necessidades de alto nível (MASLOW, 1987).

Verificou-se que a motivação atuante nos indivíduos, pode ser primária e/ou secundária, variando de acordo com a premissa inicial, indicando direções intencionais divergentes que remetem a tomadas de decisões entre o prazer e a obrigatoriedade de eventos e/ou circunstâncias (COSTA, 2020). A dimensão conflitos pessoais, obteve um notório destaque na maioria dos artigos estudados, e este fator pode estar associado diretamente ao declínio da empresa, podendo inclusive acarretar para o empreendedor um desequilíbrio financeiro.

Os dados alarmantes desta pesquisa revelam que em relação a falências de pequenas empresas apontam como motivo real os problemas enfrentados “na deficiência no planejamento prévio à abertura da empresa, a má gestão dessa empresa, conflitos particulares, divergências entre sócios, problemas conjunturais, custos elevados, dentre outros” (NEVES; PESSOAS, 2006, p. 178). Diante disso, é essencial que todos os tramites entre sócios sejam previamente discutidos e formalizados em um documento oficial, para que todos os envolvidos possam estar cientes do processo desde a sua fase de planejamento até a sua aplicabilidade.

Segundo o Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2004) de São Paulo (2004), os empresários falham por não terem o hábito de planejar e estabelecer metas para serem atingidas, ademais, não dedicam tempo para uma pesquisa inicial de levantamento de dados referentes aos aspectos pertinentes da empresa, há ausência de preparo técnico do empreendedor ou até mesmo de estrutura da empresa para comportar os produtos/serviços. Logo, a insuficiência ou ausência de inovação delimita o desenvolvimento do negócio e impacta negativamente a economia.

Outro grande fator explicativo é que muitos microempresários não identificam sua incapacidade de gestão e, por sua vez, “não contratam sequer um profissional da área que possa auxiliá-lo nessa atividade de gestão, esse fato implica no fechamento da empresa por incompetência administrativa” (NEVES; PESSOAS, 2006, p. 178). Ou seja, é de suma importância que haja um profissional qualificado para exercer suas funções em seus negócios, implicando fortemente no desempenho da empresa.

Ressaltando que, no ano de 2020, a pandemia do novo coronavírus influenciou fortemente na extinção das micro e pequenas empresas a nível global (COSTA, 2020). No Brasil, pode-se perceber que o quantitativo de empresas abertas no comparativo de 2016 a 2020 apresentou um aumento significativo, mas, na contramão, um declínio acentuado de empresas que fecharam (Tabela 1).

Tabela 1 – Comparação da abertura e fechamento de empresas 2016/2020, DataSebrae.

EMPRESAS ATIVAS - TOTAL		NOVAS EMPRESAS		EMPRESAS FECHADAS	
2016	2020	2016	2020	2016	2020
5.000.000	19.228.025	1.199.373	319.227	70.800	88.175

Fonte: Pesquisa DataSebrae segundo a Receita Federal do Brasil, em 11 de agosto, de 2020.

Diante disso, é inquestionável a disparidade entre as empresas abertas no ano de 2016 e 2020, a crise econômica causada pela pandemia atual enfraqueceu principalmente os negócios de pequeno e médio porte, gerando uma enorme onda de desemprego no país, onde os dados da apontam cerca de 9 milhões de trabalhadores perderam seus empregos por conta das falências de empresas nesse mesmo período, sendo os setores mais afetados encontram-se em destaque o comércio e hotelaria (DATASE-

BRAE, 2020).

Tonetto e Schorr (2020) refletem que as empresas que permanecem ativas foras as que adaptaram seus produtos ou serviços para um mercado virtual ou de sistema delivery devido à situação de isolamento social, ou seja, a capacidade de se reinventar repeliu a falência e diminuiu os cortes exacerbados na mão de obra.

CONCLUSÃO

O cenário atual no contexto da temática abordada enfrenta desafios severos quanto às valências de inovação e criatividade, pois há falta de capacitação técnica na formação inicial e continuada, notou-se também uma lacuna quanto ao investimento tecnológico de qualidade por parte do governo.

Essas séries de fatores podem vir a tornar um empreendedor de sucesso em potencial num mero reprodutor, em suma, alguém que não planeja ações, diretrizes e nem gerencia uma escolha satisfatória de profissionais qualificados, buscando sempre mão de obra barata. Esses elementos culminam numa desvalorização em massa da empresa, do produto e dos colaboradores.

No contexto do desempenho econômico e financeiro, a desmotivação e a inabilidade técnica e de gestão, afetam o desempenho das empresas de tal modo que algumas até decretam falência. A crise passou ser também um resultado do despreparo diante de uma sociedade cada vez mais dinâmica e que por isso urge a emergência de ideias inovadoras. Isso afeta também a economia, pois aumenta o número de desemprego no país e faz com que os sujeitos acumulem dívidas e, conseqüentemente, há uma diminuição do consumo.

Ademais, sugere-se que as lacunas deixadas por esta pesquisa se tornem ponto de partida para novos estudos mais investigativos e assim possa ampliar a ótica e reflexão dos leitores sobre a temática em questão.

REFERÊNCIAS

ABREU, I. Criatividade e inovação. **Revista da SET**, 2014. Disponível em: http://www.set.org.br/artigos/ed145/145_revistadaset_94.pdf. Acesso em: 23 set 2020.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2011.

BRASIL. Ministério do Trabalho e Emprego. **Portaria n. 615, de 13 de dez. 2007**. Diário Oficial da União, Brasília, 14 dez. 2007. Disponível em: http://www.mte.gov.br/legislacao/Portarias/2007/p_20071213_615.pdf. Acesso em: 2 set 2020.

CANIËLS, M. C. J.; STOBBELEIR, K.; CLIPPELEE, I. The antecedents of creativity revisited: a process perspective. **Creativity and Innovation Management**, v. 23, n. 2, p. 96-110, 2014.

CAPRA, R. **Reflexões sobre o impacto dos dados na sociedade e nos negócios em 2019**, CAPRA INSTITUTE, E-book: Data Thinking 2019. Disponível em: <http://innovationinsider.com.br/wp-content/uploads/2019/01/datathinking2019-capra-compressed.pdf>. Acesso em: 10 ago 2020.

COSTA, S. S. Pandemia e desemprego no Brasil. **Rev. Adm. Pública**, Rio de Janeiro, v. 54, n. 4, p. 969-978, 2020.

CHEDLI, M. K. E. Obtained resources through individual networking inside the organization, creativity of the supervisor and innovation. **Economics, Management, and Financial Markets**, v. 9, n. 4, p. 376-394, 2014.

DATASEBRAE. **Indicadores: Total de Empresas**. Pesquisa e dados extras. Disponível em: <https://datasebrae.com.br/totaldeempresas/>. Acesso em: 210 out 2020.

FREIRE, C. T.; MARUYAMA, F. M.; POLLI, M. Inovação e empreendedorismo: políticas públicas e ações privadas. **Novos estudos**. São Paulo, v. 36, n. 3, p. 51-76, 2017.

FLEMING, T. A economia criativa brasileira. **Criativa online**, 2018. Disponível em: https://www.britishcouncil.org.br/sites/default/files/brasil_economia_criativa_online2.pdf. Acesso em: 2 ago 2020.

GIL, A. C. **Didática do Ensino Superior**. São Paulo: Atlas, 2012.

GUERRAZZI, L. A. C.; SERRA, F. A. R. Declínio em pequenas empresas: abordagens e trabalhos relevantes. **Rev. eletrôn. Administração**. Porto Alegre, v. 23, n. 3, p. 206-238, dez. 2017.

KOTLER, P.; KARTAJAYA, H.; SETIAWAN, I. **Marketing 4.0: do tradicional ao digital**. Rio de Janeiro: Sextante, 2017.

LINHARES, R. N.; FREIRE, V. P.; ÁVILA, E. G. **Educação, criatividade inovação e as tecnologias da informação e comunicação**. Aracaju: EDUNIT, 2017.

LOPES, R. M. A.; LIMA, E. Desafios atuais e caminhos promissores para a pesquisa em empreendedorismo. **Rev. adm. empres.**, São Paulo, v. 59, n. 4, p. 284-292, 2019 .

LUBART, T. I. **Psicologia da criatividade**. Porto Alegre: Artmed, 2007.

MALAVASI, L. M.; BOTH, J. Motivação: uma breve revisão de conceitos e aplicações. **Revista Digital**, v. 8, n. 1, p. 247-265, 2005.

MASLOW, A. H. **Motivation and Personality**. Princeton Imprensa universitária, Princeton, 1987.

MINAYO, M. C. S. **O desafio do conhecimento: pesquisa qualitativa em saúde**. 12. ed. São Paulo: Editora Hucitec, 2010.

MINAYO, M. C. S. **Pesquisa Social: Teoria, método e criatividade**. 18. ed. Petrópolis: Vozes, 2001.

MOCELIN, D. G.; AZAMBUJA, L R. Empreendedorismo intensivo em conhecimento: elementos

para uma agenda de pesquisas sobre a ação empreendedora no Brasil. **Sociologias**, Porto Alegre, v. 19, n. 46, p. 30-75, 2017.

MOTTA, P. R. **Gestão Contemporânea: A ciência e a arte de ser dirigente**. Rio de Janeiro, 1999.

MUZZIO, H. Indivíduo, Liderança e Cultura: Evidências de uma Gestão da Criatividade. **Rev. adm. Contemporânea**. Curitiba, v. 21, n. 1, p. 107-124, 2017.

NEVES, J. A.; PESSOAS, R. W. N. Causas da mortalidade de micros e pequenas empresas: o caso das lojas de um shopping center. **Organizações em contexto**, v. 2, n. 4, 2006.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Por que implantar micros e pequenas empresas**. São Paulo: Sebrae, 2004.

SOHMEN, V. S. Reflections on creative leadership. **International Journal of Global Business**, v. 8, n. 1, p. 1-14, 2015.

TARDIF, M. **Saberes docentes e formação profissional**. 17ª edição, Petrópolis, RJ: Vozes, 2014.

TONETTO, A. P.; SCHORR, J. S. Lei complementar nº 167/2019: uma análise do recente instituto da empresa simples de crédito. **Braz. J. of Develop.**, Curitiba, v. 6, n.5, p.29795- 29811, 2020.

TURCHI, L. M.; MORAIS, J. M. **Políticas de apoio à inovação tecnológica no Brasil: avanços recentes, limitações e propostas de ações**. Instituto de pesquisa econômica aplicada, Brasília, 2017.

Índice Remissivo

A

ação planejada 46
acesso ao crédito 139, 140
administração de empresas 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35
administração escolar 216
ambiente organizacional 20, 21, 174
ambientes educacionais 38
armazenagem dos produtos 99
ascensão social 29
aspecto logístico 112
atividade comercial 127
atividade econômica 38, 63, 198
atividades de consumo 139
atividades empreendedoras 38, 195

B

base gerencial sólida 46

C

campanhas publicitárias 118
capacidade de articulação 47
capacidades técnicas específicas 47
capacitação 35, 38, 58, 59, 66, 154, 191
capitalismo no Brasil 46
capital parado 99, 100
cenário mercadológico 172
cliente 88, 90, 93, 99, 107, 108, 112, 113, 114, 115, 116, 118, 119, 120, 121, 133, 134
clientes e a empresa 112
comunicação 8, 20, 21, 22, 23, 26, 27, 41, 42, 52, 53, 54, 55, 56, 59, 67, 86, 95, 118, 119, 120, 173, 175, 176, 207, 211
comunicação de massa 21
comunicação empresarial 20, 26
comunicação interpessoal 8, 21
comunidade escolar 216, 218, 219, 221, 223, 224, 225
concorrência 60, 85, 92, 133, 189
conectividade 118, 119
conflitos étnicos 46
conflitos internos 20, 21, 22, 23, 32
conquista do voto 29
conquista por cidadania 29
consumidor 71, 81, 115, 118, 119, 149
consumo descontrolado 139
controle de estoque 70, 99

controle de produtos 99
controle financeiro 139, 140, 143, 144
corrupção 46
credibilidade 32, 33, 148, 173
crescimento da população 139
crescimento das mídias 112
crescimento de mercado 58
criatividade 8, 41, 58, 59, 60, 61, 63, 64, 66, 67, 109, 191
crime organizado 46
crise sanitária do Covid19 194
crises inflacionárias 139
custo de armazenagem 99, 100, 104, 105, 106, 107, 108, 109

D

deficiência no gerenciamento 46
delivery 66, 195
demanda 59, 70, 71, 74, 100, 114, 132, 136, 139, 194
desafios financeiros 139
desenvolver estratégias 47
desenvolvimento econômico brasileiro 59
desenvolvimento tecnológico 112, 120
desigualdades sociais 33, 46, 63, 149
desregulamentação de políticas sociais 46
direito igualitário 29
direitos femininos 29
direitos humanos 46, 149
distribuidora de bebidas 99, 100, 109, 110

E

educação financeira 8, 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 160, 161, 162, 165, 166, 168, 170
empoderamento feminino 29, 30, 31, 32, 33, 34, 35
empreendedor 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 58, 64, 65, 66, 88, 124, 194, 196, 198, 203
empreendedores brasileiros 38
empreendedores individuais 38, 43
empreendedorismo no Brasil 31, 194
empregados com deficiências 147
empresa-alvo 128
empresas 29, 30, 32, 33, 38, 42, 43, 44, 59, 60, 61, 63, 65, 66, 67, 68, 70, 71, 85, 88, 89, 96, 97, 99, 107, 115, 118, 119, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 128, 147, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 164, 172, 173, 194, 195, 200, 203, 206
empresa varejista 85, 87, 96
endividamento 139, 140, 141, 142, 143, 144, 145, 167, 168
endividamento da população 139
ensino de qualidade 207
escolha do produto 112
esferas educacionais 207, 216

essência da administração 47
estagnação econômica 139
estilos de liderança 173
estoques competente 70
estratégia empresarial 59
estratégia organizacional 27, 56, 85
estratégias de liderar 172
exclusão 147, 148, 217
expansão da mulher no mercado 29, 30, 32, 34, 35
expansão tecnológica 58

F

facilidade de crédito 139, 144, 164
feminino na sociedade contemporânea 29
ferramentas gerenciais 47
fidelização dos clientes 118
flexibilidade de horários 206
formação pessoal e profissional 35
forma remota 206, 209
funcionamento de estoque 100
funções básicas do administrador 47

G

geração de empregos 39
gerenciamento de matérias-primas 127
gerenciamento de recursos 139
gerenciamento do serviço logístico 112
gestão ao democrático/participativo 216
gestão da produção 8, 127, 130, 133, 136
gestão de estoque 70, 99, 100, 104, 106, 107, 109
gestão de estoques 70, 71, 72, 83
gestão democrática 216, 218, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226
gestão do Terceiro Setor 47
gestão escolar 8, 216, 218, 219, 223, 225, 226
gestor 42, 46, 48, 51, 88, 93, 127, 128, 133, 134, 135, 136, 218, 219, 221, 222, 224, 225, 226
gestores de produção 128
grupos competidores 61

H

Home Office 206, 207, 209, 210, 211, 213, 214

I

igualdade 29, 34, 149, 150, 151
imagem institucional 47, 149
Indústria 21
inflação 58, 139

inovação 8, 31, 43, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 90, 112, 151, 214
inovação organizacional 59, 60
instituições educacionais 216
instituições governamentais 38

L

líder 46, 63, 172, 173, 175, 176
liderança 8, 27, 31, 33, 38, 51, 54, 63, 154, 155, 172, 173, 174, 175, 176, 194, 195, 197, 219, 221, 222, 223
líder de equipe 46
limitações 68, 91, 116, 144, 147, 153
luta das mulheres 29
lutas feministas 29

M

marketing de relacionamento 119, 192
marketing digital 118, 119, 122, 123, 124, 125
marketing pessoal 8, 189, 190, 191, 192
mercado saturado 85
metas corporativas 20
mídias sociais 26, 42, 119, 120, 124
modalidade de Educação a Distância (EAD) 207
modelos de lideranças 172
modernização do mercado financeiro 140
modo de trabalho 206
movimento feminista 29
mudanças no regime de trabalho 195

N

negócios 31, 38, 41, 42, 49, 50, 53, 63, 65, 67, 71, 119, 120, 124, 149, 194, 195, 196, 197, 198, 201, 202, 203
nicho de mercado 118, 194, 197
níveis de desemprego 139
nível de estoque adequado 70

O

oferta de produtos 119
oferta do crédito 139
oportunidades no mercado de trabalho 147
organizações 8, 21, 27, 34, 35, 38, 42, 46, 47, 49, 51, 53, 56, 61, 71, 90, 93, 99, 103, 121, 147, 148, 151, 152, 156, 191, 214
organizações não governamentais (ONG's) 46

P

pandemia 42, 48, 65, 160, 161, 162, 164, 165, 166, 167, 168, 170, 194, 195, 202, 203, 206, 207, 209, 210, 213
panorama conceitual 30
papéis gerenciais 47
pequenas empresas 85, 86, 118, 124

peças de baixa renda 139
peças portadoras de deficiência 147, 152
planejamento 8, 42, 47, 49, 51, 53, 54, 56, 65, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 93, 94, 96, 97, 115, 116, 127, 128, 130, 133, 135, 136, 139, 140, 143, 144, 151, 154, 155, 156, 157, 160, 162, 166, 190, 213, 218, 219, 222
planejamento da gestão 8, 127, 136
planejamento de produção 128
planejamento estratégico 8, 51, 85, 86, 87, 88, 89, 93, 94, 96, 157
poder de compra 139, 167
prática de trabalho 207
prática empreendedora 38, 39
preconceito 30, 32, 35, 147, 152, 153
preconceitos 29, 31, 32
privatização de serviços essenciais 46
processo administrativo 47, 48, 54
processo de educação 216
processo de gestão 47, 49, 70
produtividade 26, 27, 59, 60, 97, 127, 152, 191, 206, 209, 213
Produto Interno Bruto (PIB) 139
produtos em estoque 99, 103
profissional especializado 118, 211
Projetare Social 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 54
provedores de mercadorias 194
público-alvo 49, 118

Q

qualidade de serviços 47
qualidade de vida da sociedade 46
qualidade dos serviços 112, 207
quantidade de itens/produtos 99
questão social 147

R

realidade contemporânea 59, 61
recrutamento de pessoas 147, 148, 149, 150, 151, 154, 155, 156, 157
recrutamento de pessoas com deficiência 147, 149, 150, 151, 154, 155, 156, 157
recursos computacionais 207
recursos criativos 59
recursos duráveis ou não duráveis 70
Recursos Humanos (RH) 147
recursos tecnológicos 206, 211
redes sociais 112, 118, 121, 122, 123, 124, 162
relações de gênero 29, 36
relações humanas 20, 218
rendimentos pessoais 139
resistência feminina 29
revolução 4.0 58

revolução tecnológica 58

S

satisfação do cliente 112

satisfação do cliente após as vendas 112

satisfação no pós-venda 112

SEBRAE 11, 38, 44, 65, 68, 89, 97, 119, 124, 149, 158, 195, 203

segmentos da economia 58

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas 38, 65, 119, 158, 195

serviço de cunho social 59

serviços bancários 139

setor alimentício 85, 96

setor industrial 127

stakeholders 47

sucesso empresarial 172

sujeito criativo 38

supermercado 70, 76, 77, 78, 81, 82

suporte técnico-gerencial 58

sustentabilidade 47

T

tele trabalho 206, 209

tendências de mercado 60

terceiro setor 8, 46, 55

trabalho criativo 60

transparência 20, 47, 54

V

vantagens competitivas 127

vendas online 195, 200

viabilidade 59, 144

visão estratégica 38

vivência diária 20

editoraomnisscientia@gmail.com 
<https://editoraomnisscientia.com.br/> 
[@editora_omnis_scientia](https://www.instagram.com/editora_omnis_scientia) 
<https://www.facebook.com/omnis.scientia.9> 
[+55 \(87\) 9656-3565](tel:+55(87)9656-3565) 

editoraomnisscientia@gmail.com 
<https://editoraomnisscientia.com.br/> 
[@editora_omnis_scientia](https://www.instagram.com/editora_omnis_scientia) 
<https://www.facebook.com/omnis.scientia.9> 
+55 (87) 9656-3565 