

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: edivanciasilva@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 17

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

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

INTRODUÇÃO

O empreendedorismo é uma das principais áreas de estudo dentro da administração, focando em investigações sobre as características e diferentes perfis dos empreendedores, razões para empreender, fatores de sucesso e as variáveis que influenciam o processo empreendedor (DAMASCENO, 2010). Já Chiavenato (2007) afirma que os empreendedores não são apenas provedores de mercadorias ou de serviços, mas fontes de energia que assumem riscos em uma economia que sofre constantes mudanças principalmente em relação ao crescimento e aos clientes.

Situado no âmbito do trabalho, empreender remete a um processo de identificar oportunidades e gerar algo inovador sob condições de incerteza, assumindo os riscos aí envolvidos (HISRICH; PETERS, 2002). Devem-se inovar em produtos, serviços ou até estruturas para assim agregar valor aos negócios já existentes e por fim atrair mais clientes.

O empreendedorismo no Brasil vem crescendo de forma cada vez mais significativa e os motivos que justificam o interesse pelos estudos sobre o empreendedorismo são vários, mas especificamente no Brasil, destacam-se a preocupação com a criação de negócios duradouros e a atenção voltada para a diminuição da taxa de mortalidade das empresas como aspectos que explicam o interesse no tema (ARAUJO, 2013).

Conforme o relatório do *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM, 2016) sobre o empreendedorismo no Brasil, as mulheres enfrentam mais desafios no mundo dos negócios, a conversão de “Empreendedoras” em “Donas de Negócios” é 40% mais baixa, comparado aos homens, as mulheres ganham 22% a menos e a maioria não possui CNPJ. Mesmo enfrentando dificuldades as empreendedoras, em sua maioria, não demonstram o desejo de desistir do negócio (FABRÍCIO; MACHADO, 2013), que geralmente são de pequeno porte (BAYGAN, 2000 apud MACHADO *et al.*, 2003). Elas buscam no negócio motivos relacionados à sua sobrevivência, insatisfação com a liderança masculina, descoberta de um nicho de mercado e satisfação em fazer as próprias decisões.

Por parte das pequenas e médias empresas, a crise sanitária do Covid19 tem afetado tanto a oferta como a demanda. A pesquisa *O impacto da pandemia de coronavírus nos pequenos negócios*,

realizada pelo Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE, 2020) comprovou que a maioria das empresas interrompeu o funcionamento temporariamente, por determinação do governo e 31% delas tiveram que fazer mudanças. Em meio às dificuldades as empresas precisaram inovar para dar continuidade ao seu trabalho mesmo diante da pandemia, algumas medidas veem acontecendo para buscar amenizar os impactos econômicos provocados, como as vendas online, *delivery* e mudanças no regime de trabalho.

Nesse contexto, analisando estudos publicados anteriormente sobre o tema surgiu a seguinte problemática: *Qual o perfil das mulheres empreendedoras no Município de Barro-CE e o impacto da covid-19 nos seus negócios?* Assim, o objetivo deste trabalho é analisar as razões que levam as mulheres a se tornarem empreendedoras e as maneiras de gerenciamento usadas em seu negócio para melhorar o seu perfil como profissional, bem como verificar os primeiros impactos causados pela pandemia do Covid-19.

Segundo Takahashi e Graeff (2004), onde cresce o número de pequenas e médias empresas cresce também a quantidade de empreendedoras, conseqüentemente crescerá os estudos que tem como objetivo analisar o perfil das mesmas como gestoras do negócio.

Com base em estudos anteriores, a presente pesquisa buscou compreender quais as razões que levam as mulheres a empreender, e as dificuldades enfrentadas no processo de gerenciamento, para que assim possamos entender como elas estão ganhando tanto espaço no mercado de trabalho. Segundo Machado (2002, p. 61), o comportamento gerencial feminino se caracteriza por:

- i) ter objetivos definidos e amplos, entre eles segurança e satisfação no trabalho, satisfação dos clientes, ética do cuidar e responsabilidade social; ii) manter as estruturas organizacionais simples, informais, horizontais e descentralizadas, dando ênfase à cooperação, à integração e aos relacionamentos interpessoais; iii) adotar estratégias inovadoras em busca de qualidade e da satisfação de todos os envolvidos; iv) empregar muitas mulheres; v) exercer uma liderança interativa e cooperativa, facilitando a adoção de um processo decisório participativo.

As mulheres empreendedoras sabem envolver sua equipe, o que fazem realizar seus objetivos. O modelo de liderança determinado por elas é, no geral, voltado para pessoas sem deixar de lado a execução de suas metas, o que faz com que demonstrem seu lado de gerenciamento voltado para tarefas.

O empreendedorismo é tido como uma forma de conseguir espaço no mercado de trabalho, e alcançar a realização profissional e pessoal. Empreender em algo que lhe é atraente faz com que o seu negócio tenha maiores chances de conseguir um espaço sólido no mercado, buscando também sempre exercer inovações nos seus serviços ou produtos, para que seu empreendimento se destaque de forma positiva.

A palavra empreender é original da França tida como *entreprendre*, segundo (BRITTO; WEVER, 2003), significa aquele que assume riscos e começa algo novo. É perceptível que mesmo com mínimos incentivos para atividades empreendedoras, as pessoas têm se arriscado no ramo do empreendimento. O Brasil tem uma média de empreendedores acima da média de outros países (GEM, 2011).

Pesquisas realizadas pela GEM (2011) apontam que de forma geral o brasileiro não é ensinado a empreender, mas mesmo assim o país tem um grande número de empreendedores.

Culturalmente o brasileiro é voltado para si mesmo, não buscando oportunidades para novos negócios, a não ser quando ele sente a necessidade de sobrevivência. Poucos são os que empreendem por oportunidade e mesmo este não tem uma culturavoltada para o exterior (GEM, 2011, p. 33).

Como mostram as pesquisas, a população brasileira não é estimulada a empreender, mas o Brasil tem um enorme potencial empreendedor, isso se deve ao fato da diversificação brasileira trazendo vastas oportunidades de negócios.

No Brasil, dados de 2016 indicam que a taxa de empreendedorismo inicial é de 19,6% da população adulta, o que coloca o Brasil na 8ª posição entre 31 países pesquisados. Comparando-se a razão entre o número de empreendedores e empreendedoras iniciais no Brasil, a relação entre homens e mulheres é muito próxima, sendo 19,9% para mulheres e 19,2% para homens o que pode ser considerado uma distribuição equilibrada. Considerando-se inicialmente, as empreendedoras estabelecidas, ou seja, as que conduzem negócios já existentes, o Brasil encontra-se com uma taxa de 14,3% da população adulta. Mesmo enfrentado muitos desafios é notável o crescimento das mulheres no mundo dos negócios (GEM, 2016).

Por muito tempo foi usada a desigualdade de gênero como justificativa para a não inserção da mulher no mercado de trabalho, porém hoje a ela já conseguiu seu espaço no mercado de forma mais abrangente. Mas, as questões sobre a desigualdade não desapareceram. Lodon (2008) registrou uma comparação satírica que mostrava, de forma preconceituosa e machista, a distinção entre um homem e uma mulher de negócios:

Um homem de negócios tem agressividade; uma mulher de negócio faz muita pressão.

Um homem de negócios é detalhista; ela é chata.

Algumas vezes ele perde a paciência por estar muito envolvido em seu trabalho; ela é ranzinza.

Ele sabe como ir até o fim; ela não sabe quando desistir. Ele permanece firme; ela é dura.

Ele é um homem que conhece o mundo; ela andou por aí. Ele não tem medo de dizer o que pensa; ela é tagarela.

Ele toma alguns minutos devido a pressão excessiva do trabalho; ela se embriaga. Ele exerce ativamente a sua autoridade; ela é fanática pelo poder. Ele subiu a escada do sucesso; ela conseguiu deslizar até o topo.

Ele é chefe rígido; é duro trabalhar para ela. (LONDON, 2008, p. 23.)

Esse tipo de pensamento do London não é mais admissível no mundo dos negócios. Com muita luta as mulheres conquistaram espaço em diversos setores pela competência e qualificação que possuem. Por isso, quando uma empresa apresenta comportamento espelhado no citado acima, a insatisfação leva as mulheres a buscarem alternativas que permitam a realização do seu potencial, e o campo do empreendedorismo é o mais fecundo.

No entanto, alguns dados do GEM (2016) requer reflexão quanto à questão de gênero. As donas de negócios, segundo o relatório, ganham 22% a menos que os homens e pagam taxa de juros maiores, embora sejam menos inadimplentes que eles. O que justificaria esses números, senão a desigualdade de gênero?

Segundo Villas Boas (2010, p.51) “Existem importantes diferenças entre os estilos de empreender masculino e feminino. Elas têm uma ótima capacidade de persuasão e se preocupam com clientes e fornecedores, o que contribui para o progresso da empresa”, sendo um diferencial em relação à gestão masculina.

A mulher consegue construir um sentimento de comunidade, por meio do qual os membros da organização se unem, e aprendem a acreditar e a cuidar uns dos outros. As informações são compartilhadas e todos os que serão afetados por uma decisão têm a oportunidade de participar da tomada desta decisão. (GRZYBOVSKI et al. 2002, p. 192).

Essa forma que a mulher possui de gerenciar é aceita de forma benéfica pelos consumidores e colaboradores. Com as consequências do empreendedorismo, verifica-se que as empreendedoras apresentam maiores índices de realização profissional do que as executivas por vários motivos. Entre eles se destacam a sobrevivência, a insatisfação com a liderança masculina, a descoberta de um nicho de mercado, a satisfação em fazer as próprias decisões, a percepção do desafio que, em combinação com o prazer e o contentamento aí associados, constitui o fator principal.

A tendência, conforme pode ser conferido no relatório do GEM (2016), tem sido que as mulheres acabam deixando de lado, muitas vezes, seus empregos para empreender, pois têm a certeza que assim conseguirão sua autonomia e liberdade além de conhecerem a si mesmas enfrentando problemas diariamente e encontrando saídas para assim terem seu reconhecimento e desenvolvimento profissional.

As pessoas agem para atingir objetivos pessoais que são determinados pelas suas necessidades individuais. À medida que o trabalho conduz direta ou indiretamente rumo a seus próprios objetivos, as pessoas tendem a realizá-lo mais e melhor. Como o trabalho está voltado para o alcance dos objetivos empresariais, torna-se importante relacioná-lo também com o alcance dos objetivos pessoais daqueles que o realizam (CHIAVENATO, 2007, p. 174).

A mulher que entra no mundo do empreendedorismo está à procura de algo além da realização de uma meta pessoal. Muitas vezes, elas buscam essa alternativa por sofrerem discriminações em seus ambientes de trabalho e até mesmo por acabarem percebendo a desigualdade de gênero em realizações de tarefas “mulheres que sentem discriminações ou restrições em uma empresa e preferem iniciar um negócio que possam dirigir independentemente dos outros” (CHIAVENATO, 2007, p. 11).

MATERIAIS E MÉTODOS

Do ponto de vista metodológico esta pesquisa enquadra-se: (i) quanto aos objetivos como pesquisa exploratória de abordagem qualitativa, (ii) quanto aos procedimentos, levantamento e estudo de campo (iii) quanto ao arcabouço teórico uma pesquisa bibliográfica. Quanto aos objetivos, a pesquisa

caracterizou-se como exploratória de abordagem qualitativa, pois é um trabalho que proporciona maior familiaridade com o problema (explicitá-lo), envolve levantamento bibliográfico, entrevistas com pessoas que tiveram (ou tem) experiências práticas com o problema pesquisado e análise de exemplos que estimulem compreensão (GIL, 2008).

Quanto aos procedimentos adotou-se o levantamento e estudo de campo que procura o aprofundamento de uma realidade específica. É basicamente realizada por meio da observação direta das atividades do grupo estudado e de entrevistas com informantes para captar as explicações e interpretações do ocorrem naquela realidade (GIL, 2008).

Quanto ao arcabouço teórico, adotou-se a pesquisa bibliográfica, compreendendo consulta a livros, artigos de revistas especializadas e disponíveis na internet, anais de congressos, dissertações e teses sobre o tema, o que se faz necessário para a definição conceitual deste trabalho. Segundo Gil (2008, p.44) “a pesquisa é desenvolvida com base em material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos. Não recomenda-se trabalhos oriundos da internet.”

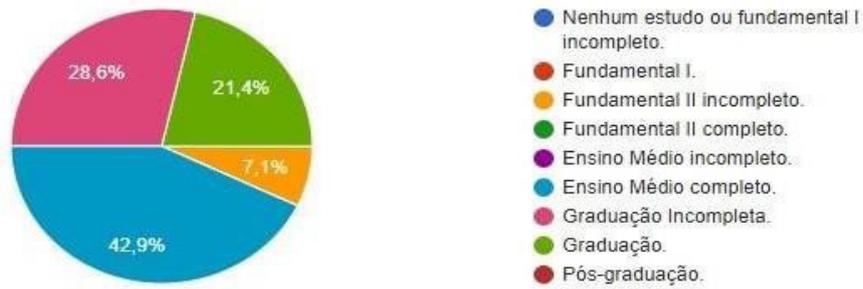
O cenário da pesquisa foi a Cidade de Barro. Esta possui 67 anos de existência, é um Município do Estado do Ceará, localizado na Microrregião do Cariri. É cortado pela BR-116, uma das mais importantes do Brasil. De acordo com o IBGE, em 2019 sua população era estimada em 21.556 habitantes. Barro é a cidade natal da empresária Sylvia Design, nacionalmente famosa por sua rede de lojas de utilidades domésticas.

O universo da pesquisa compreende a atividade econômica empreendedora feminina da Cidade de Barro - CE. O cenário empreendedor compreende calçados, roupas, beleza e alimentação (de anos de experiência ou recém-inseridas no mercado). Adotaram-se os seguintes critérios de inclusão: a aceitação voluntária para responder a pesquisa, feita através do Termo de Livre Consentimento, com aplicação de questionário via plataforma do Google Forms. A amostra colhida deu-se por meios tecnológicos, sem contato presencial com as colaboradas devido às instruções de distanciamento social da Organização Mundial da Saúde (OMS). O questionário foi enviado por meio de links para o total de 20 empreendedoras, onde todas possuem perfil da empresa em plataforma online, o que constituiu critério de inclusão na pesquisa das quais 14 responderam prontamente as perguntas estabelecidas.

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Contatou-se durante a pesquisa de campo que a maioria das empreendedoras da Cidade de Barro – CE, num total de 42,9% possui ensino médio completo ou graduação incompleta, que ocupa 28,6% das respostas, como pode ser visto no gráfico 1. Isso nos leva a entender que o mundo dos negócios não atrapalha o desenvolvimento pessoal das mulheres e que elas conseguem conciliar trabalho e estudo, o que futuramente pode vir a agregar na forma de gerenciar seu empreendimento.

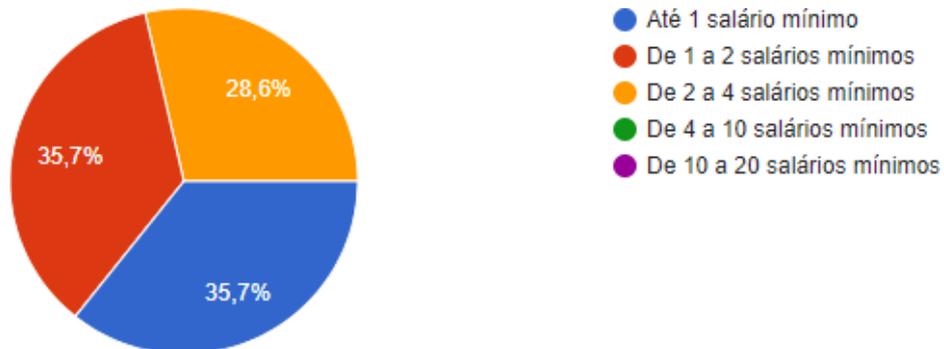
Gráfico 1 – Grau de Escolaridade das Entrevistadas



Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

O gráfico 2 demonstrou que 5 das 14 entrevistadas possuem renda de um salário mínimo, as que possuem entre 1 e 2 salários também consta um total de 5 enquanto a minoria já se classifica com renda superior a dois salários podendo chegar até o total de quatro.

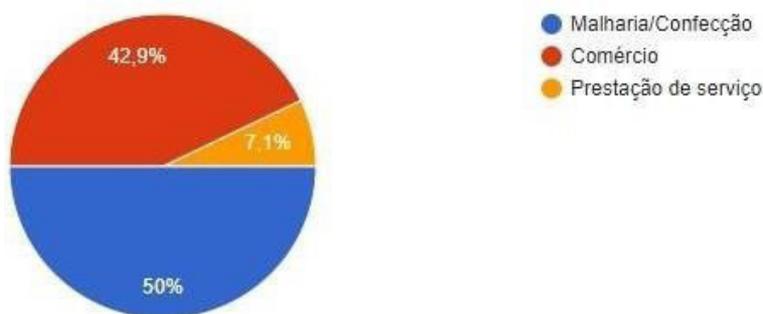
Gráfico 2 – Renda Familiar



Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

Nota-se que a maioria das entrevistadas mantem seu ramo de negócio concentrado nas malharias/confeções como pode ser notado no gráfico 3, sendo seguido pelo ramo de comércio e por fim, com apenas 01 entrevistada, está o ramo de prestação de serviços.

Gráfico 3 – Ramo de Atividade



Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

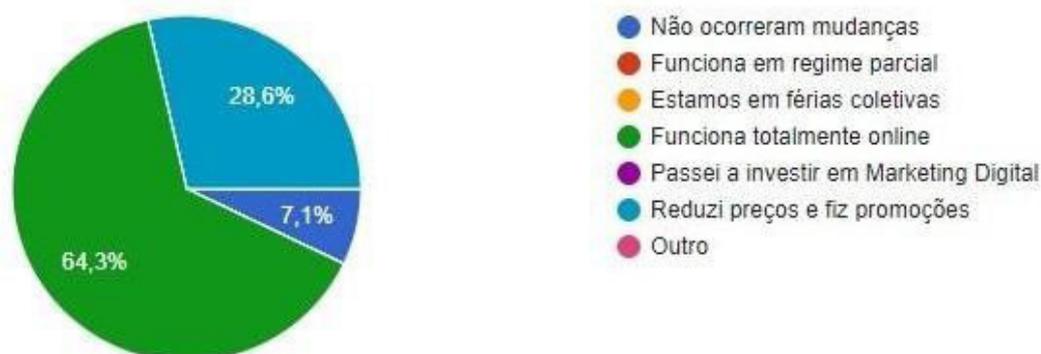
De acordo com o Relatório GEM (2010, p. 46) “uma tendência indica que as mulheres buscam alternativa de empreendimentos para complementar a renda familiar, além do que nos últimos anos elas vêm assumindo cada vez mais o sustento do lar como chefe da família, ampliando a participação na economia do país”.

Quando perguntadas sobre o que motivou a abertura do próprio negócio, as entrevistadas responderam que a autonomia e a realização pessoal foram os pontos de motivação. Em porcentagem cada um desses pontos teve 42,9%, o que vai ao encontro do que diz Chiavenato (2007):

A motivação está intimamente relacionada com as necessidades pessoais. Assim, as necessidades direcionam o comportamento daqueles que procuram satisfazer carências pessoais. Tudo o que leva a alguma satisfação dessas necessidades motiva o comportamento, isto é, provoca as atitudes das pessoas. (CHIAVENATO, 2007, p.172.).

Observou-se ainda que apenas 21,4% das empresas estão em funcionamento a mais de 7 anos, enquanto 42,9% iniciaram suas atividades em menos de um ano. Assim foi possível ver o impacto do Covid-19 em ambas e analisar se as empresas com menos tempo de atividade foram mais ou menos afetadas pelo mesmo. Constatou-se que 71,4% estão funcionando normalmente ou funcionando respeitando as recomendações sanitárias, oferecendo serviços de vendas online ou até mesmo reduzindo preços e realizando promoções como nos mostra o gráfico 4.

Gráfico 4 – Mudanças na Gestão do Empreendimento entre março e abril de 2020

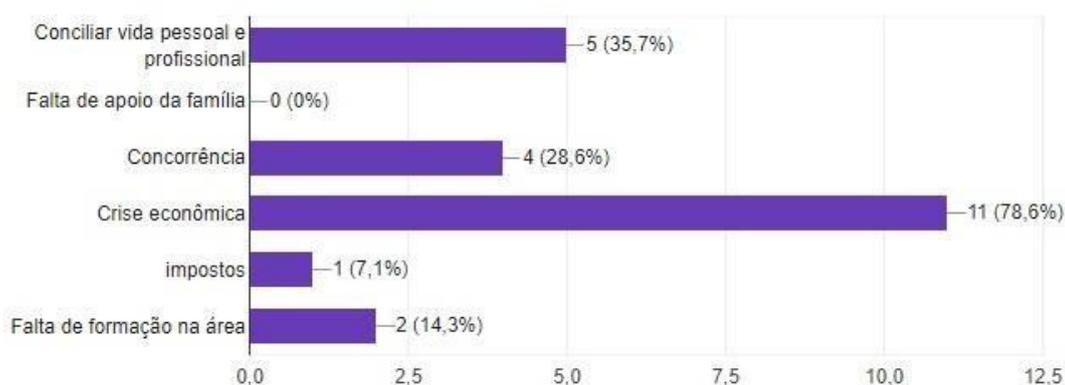


Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

A pesquisa apontou ainda que 21,4% fechou o empreendimento por força de decreto governamental. Embora, poucas sejam empregadoras, apenas 14,3%, a crise financeira provocada pelo Covid-19 não resultou na demissão de funcionários, nesses primeiros meses.

Ainda questionadas sobre os desafios enfrentados em serem mulheres empreendedoras houve uma grande variedade nas respostas, podendo chegar à conclusão que esse mundo dos negócios traz incertezas e conflitos pessoais e profissionais para as mulheres que na sua maioria são casadas e possuem filhos. A crise econômica foi apontada por 78,6% das entrevistadas como o maior desafio encarado por elas, sendo seguido pela dificuldade de conciliar a vida pessoal e profissional, que ocupou 35,7% ao final da pesquisa. Todas contam com o apoio familiar e apenas 14,3% veem como um desafio à falta de formação na área e acreditam que se tivessem um aprofundamento nos estudos se dariam melhor nesse mundo empresarial, conforme gráfico 5.

Gráfico 5 – Desafios Enfrentados por ser Empreendedoras



Fonte: Dados da pesquisa, 2020.

A pesquisa ainda revelou que 100% das entrevistas tem a intenção de ampliar os seus negócios, embora 50% delas ainda não possuam CNPJ, nem cadastro como MEI, estando essas empreendedoras na mesma situação de muitas outras no país, conforme aponta o GEM (2016), que 70% das mulheres de negócios não possuem CNPJ.

CONCLUSÃO

A pesquisa teve como objetivo responder o seguinte questionamento: Qual o perfil das mulheres empreendedoras no Município de Barro - CE e o impacto da covid-19 nos seus negócios? Assim, o propósito principal deste trabalho foi analisar as razões que levam as mulheres a se tornarem empreendedoras e as maneiras de gerenciamento usadas em seu negócio para melhorar o seu perfil como profissional.

Foi possível chegar à conclusão de que a maioria das empreendedoras de Barro – CE, que colaboraram com a pesquisa, são casadas e possuem filhos, possuem ensino médio completo ou graduação incompleta, onde podemos observar que uma melhoria no nível de educação acarreta uma melhoria no desenvolvimento da empresa, visto que a maioria dos empreendimentos já conta com um tempo expressivo no mercado de trabalho, e que as entrevistadas viram como maior desafio ao seu empreendimento à crise econômica no país.

Diante da pandemia do Covid-19 a maioria dos empreendimentos tem funcionado seguindo todas as recomendações sanitárias, e tendo seu funcionamento exercido totalmente na parte online, sendo necessária a adoção de estratégias para manter o fluxo de vendas através da redução de preços e promoções diversas. Analisou-se que a maioria das entrevistadas não teve acesso ao auxílio emergencial destinado aos microempreendedores individuais, pois estas não são cadastradas no MEI e que também, àquelas que buscaram crédito no sistema financeiro devido à crise provocada pelo Covid-19, tiveram sua seu pedido negado.

Um aspecto que merece ser destacado é o grau de satisfação das empreendedoras em relação ao seu negócio, constatou-se que a maioria se mostra regularmente satisfeita. Como sugestão para futuras pesquisas interessaria saber se é um fenômeno regional ou se a falta de satisfação total ou boa satisfação foi causada devido à pandemia do Covid-19. Entretanto, o empreendedorismo feminino é um tema pouco explorado e merece ser mais estudado principalmente pelos diferenciais de gêneros.

REFERÊNCIAS

ARAÚJO, N. **Empreendedorismo feminino e o conflito trabalho-família**: Estudo de múltiplos casos de empreendedoras da zona norte da Cidade de Natal. 2013. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Administração) – Universidade Federal do Rio Grande do Norte, 2013.

BRITO, F.; WEVER, L. **Vivendo e aprendendo com grandes nomes**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

- CHIAVENATO, I. **Empreendedorismo: dando asas ao espírito empreendedor**. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2007.
- DAMASCENO, L. D. J. **Empreendedorismo Feminino: um estudo das mulheres empreendedoras com modelo proposto por Dornelas**. 2010. Monografia (Graduação em Administração) - Faculdade 7 de setembro – FA7, Fortaleza, 2010.
- FABRÍCIO, J. S.; MACHADO, H. V. Dificuldades para criação de negócios: um estudo com mulheres empreendedoras no setor do vestuário. **Gestão & Planejamento-G&P**, v. 13, n. 3, p. 515-529, 2013.
- GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2016. Disponível em: <http://ibqp.org.br/wp-content/uploads/2017/07/AF-GEM-Nacional-BAIXA.pdf>. Acesso em: 02 maio 2019.
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil**. Curitiba: IBQP, 2011. Disponível em: <https://www.gemconsortium.org/docs/2406/gem-brazil-2011-report-portuguese>. Acesso em: 02 maio 2019
- GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR (GEM). **Empreendedorismo no Brasil 2010**. Disponível em: https://www.sebrae.com.br/sites/PortalSebrae/estudos_pesquisas/Quem-s%3%a3o-os-pequenos-neg%3%b3ciosF,destaque,5. Acesso: 06 maio 2019.
- GRZYBOVSKI, Denize et al. Estilo feminino de gestão em empresas familiares gaúchas. **Revista de administração Contemporânea**, v. 6, n. 2, p. 185-207, 2002. Disponível em: https://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552002000200011&script=sci_arttext. Acesso em: 04 maio 2019.
- HISRICH, R. D.; PETERS, M. P. (2002). **Entrepreneurship**. 5. ed. Boston:Irwin/McGrawHill, 2002.
- LODEN, M. **Liderança feminina: como ter sucesso nos negócios sendo você mesma**. São Bernardo do Campo, SP: Bandeirante, 2008.
- MACHADO, H. V. **Identidade empreendedora de mulheres no Paraná**. 2002. Tese (doutorado) - Universidade Federal de Santa Catarina, Centro Tecnológico. Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2002.
- MACHADO, H. V. et al. O processo de criação de empresas por mulheres. **RAE eletrônica**, v. 2, n. 2, 2003.
- SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **O Impacto da pandemia de corona vírus nos Pequenos Negócios**. 2. ed. 2020. Disponível em: https://datasebrae.com.br/wp-content/uploads/2020/04/Impacto-do-coronav%3%ADrus-nas-MPE-2%-C2%AAedicao_geral-v4-1.pdf. Acesso em: 15 jun. 2020.

TAKAHASHI, A. R. W.; GRAEF, J. F. Gestão Feminina e Planejamento Estratégico emMPE's: Uma Análise Preliminar do Perfil no setor educacional de Curitiba. **Anais...** VII SEMEAD, 2004.

VILLAS BOAS, A. **Valor Feminino:** desperte a riqueza que há em você. São Paulo:Ed. Do autor, 2010.

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 