

Área Temática: Estudos Organizacionais

**ANÁLISE DA DINÂMICA ORGANIZACIONAL DO GRUPO HOPE SOB A
PERSPECTIVA DO NOVO CONTEXTO ORGANIZACIONAL DA TEORIA GERAL
DA ADMINISTRAÇÃO**

RESUMO

Este estudo visa investigar a dinâmica organizacional do Grupo HOPE sob a perspectiva da Teoria Geral da Administração. O objetivo específico foi analisar a dinâmica organizacional do Grupo HOPE à luz do Novo Contexto Organizacional dessa teoria. A pesquisa adotou uma abordagem qualitativa, utilizando métodos bibliográficos e documentais, com fins exploratórios. A estratégia utilizada foi o estudo de caso, e a coleta de dados primários incluiu questionários e entrevistas. A análise dos dados foi realizada através da análise de conteúdo de Bardin. A unidade de análise foi o Grupo HOPE, e os sujeitos da pesquisa foram gerentes e colaboradores da organização. Os resultados indicaram uma aplicação robusta de várias teorias administrativas. A globalização se faz presente a partir das tecnologias usadas e relações com empresas estrangeiras, bem como flexibilidade e adaptação. Bem como os Programas e Estratégias de mudança com a Administração Estratégica, *Endomarketing* e Melhoria contínua. Bem como a Responsabilidade Social Corporativa, que comporta os Indicadores ETHOS e por fim a análise SWOT bastante presente no Grupo HOPE

Palavras-chave: Teoria Geral da Administração; Dinâmica organizacional; Grupo Hope.

ABSTRACT

The aim of this study was to investigate the organizational dynamics of the HOPE Group from the perspective of the General Management Theory. The specific objective was to analyze the organizational dynamics of the HOPE Group in the light of the pillars of this theory. The research adopted a qualitative approach, using bibliographic and documentary methods for exploratory purposes. The strategy used was a case study, and primary data collection included questionnaires and interviews. The data was analyzed using Bardin's content analysis. The unit of analysis was the HOPE Group, and the research subjects were managers and employees of the organization. The results indicated a robust application of various management theories. Globalization is present in the technologies used and relations with foreign companies, as well as flexibility and adaptation. Programs and strategies for change with Strategic Management, Endomarketing and Continuous Improvement. As well as Corporate Social Responsibility, which includes the ETHOS Indicators and finally the SWOT analysis which is very present in the HOPE Group

Keywords: General Management Theory; Organizational dynamics; Hope Group.

1 INTRODUÇÃO

Este artigo foca na análise do Grupo HOPE através da Teoria Geral da Administração(TGA), buscando deixar claro os princípios e conceitos dessa teoria e como ela se manifesta e influencia o funcionamento dessa Organização.

Nesse contexto, é importante por diversos motivos; primeiramente ele contribui para a academia ao proporcionar uma análise detalhada dos conceitos da TGA nesse contexto importantíssimo que são as Organizações privadas. A compreensão da dinâmica organizacional do Grupo HOPE pode proporcionar a experiência de como a teoria se adapta e opera nas organizações privadas, complementando assim a teoria com a prática.

Tendo isso em vista, a questão central do estudo é: como se caracteriza a dinâmica organizacional do Grupo HOPE à luz da Teoria Geral da Administração? O processo que buscamos entender é como o Novo Contexto Organizacional da Administração influenciam direta ou indiretamente nas práticas do Grupo HOPE. Sendo assim, têm-se, como objetivo geral, investigar a dinâmica organizacional do Grupo HOPE à luz da Teoria Geral da Administração. De forma específica, busca-se analisar a dinâmica organizacional do Grupo HOPE à luz do Novo Contexto Organizacional da Teoria Geral da Administração.

A pesquisa adota uma abordagem metodológica qualitativa para obter uma compreensão ampla da dinâmica organizacional do Grupo HOPE. A tipologia da pesquisa é bibliográfica e documental, com uma estratégia de estudo de caso para um exame aprofundado da organização. A coleta de dados primários inclui questionários e entrevistas com gestores do Grupo HOPE. A análise dos dados é realizada por meio da análise de conteúdo de Bardin para os dados qualitativos.

O artigo está organizado em cinco seções principais: introdução, que apresenta o contexto, a relevância, a questão de pesquisa e os objetivos do estudo; referencial teórico, que explora o Novo Contexto Organizacional da teoria geral da administração, fornecendo a base conceitual para a análise; aspectos metodológicos, que descreve a metodologia utilizada, incluindo a tipologia, métodos de coleta e análise de dados; análise dos resultados, que apresenta os resultados da pesquisa, analisando a aplicação da TGA no Grupo HOPE e as considerações finais; que oferece um resumo das principais conclusões e implicações do estudo. Ao final do artigo, são apresentadas as referências utilizadas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Novo Contexto Organizacional

A administração estratégica surgiu como uma adaptação do conceito de estratégia, originalmente utilizado em contextos militares, para o ambiente corporativo, visando aprimorar a competitividade e a sobrevivência das organizações. Desde a década de 1950, os estudos nessa área evoluíram, destacando fases como planejamento financeiro, projeções externas e administração estratégica. Igor Ansoff (1965) citado por Maximiano (2012,p. 242), em sua obra *Estratégia Corporativa*, descreveu a administração estratégica como um processo abrangente que inclui o planejamento e a implementação de estratégias baseadas na análise ambiental. Esse planejamento, deve considerar o modelo de negócios e os elementos que moldam a organização, como operações, mercado e vantagens competitivas (Maximiano, 2018). Por fim, é importante

salientar que a definição de missão, visão e valores torna-se crucial nesse processo, moldando a identidade e a cultura organizacional, além de orientar decisões estratégicas (Kaplan e Norton, 2004; Caravantes, Panno e Kloeckner, 2005).

Nessa perspectiva, a análise SWOT, ferramenta fundamental no planejamento estratégico, permite às organizações identificarem forças, fraquezas, oportunidades e ameaças. Essa análise facilita a tomada de decisões ao integrar avaliações internas e externas, criando uma visão abrangente da posição estratégica da empresa (Yanaze, 2021). A análise interna, conforme Oliveira (2023), abrange funções administrativas como marketing, finanças, produção e recursos humanos, avaliando aspectos controláveis da organização. Já a análise externa, segundo Maximiano (2012), enfoca elementos como tecnologia, economia e sociedade, ajudando a identificar ameaças como instabilidade política e novas concorrências, além de oportunidades externas que impulsionam o crescimento (Boschmann, 2014; Lima, 2016).

Ademais, há de se considerar o fator da globalização, caracterizada como um processo contínuo e dinâmico de integração econômica, social, cultural e política, iniciado com os avanços da revolução industrial e intensificado nas últimas décadas (Campos, 2007; Ribeiro, 2016). Lacombe (2009), descreve a globalização como a ruptura de barreiras nacionais, permitindo a influência mútua em diversas áreas. Esse fenômeno, embora traga benefícios como o acesso a produtos de qualidade e preços competitivos, também aumenta a desigualdade social e a polarização entre países ricos e pobres (Ribeiro, 2016). Para os administradores, a globalização eleva os padrões de desempenho e exige que empresas alcancem ou superem esses padrões para manterem-se competitivas no cenário global (Hitt, Ireland e Hoskisson, 2011).

Ainda visando a melhoria do desempenho organizacional, alguns programas e estratégias de mudanças são idealizados, pois o ambiente organizacional contemporâneo é marcado por transformações rápidas impulsionadas pela tecnologia, pela globalização e pelas mudanças no padrão de consumo. Nesse contexto, as organizações precisam adotar estratégias inovadoras para se manterem competitivas. Dessa forma, Kim e Mauborgne (2015) enfatizam a importância da criação de valor por meio da inovação, com uma visão estratégica que integra a gestão de mudanças, análise ambiental e criatividade. A reengenharia, como proposta de transformação organizacional profunda, surge para auxiliar as empresas a se adaptarem a esse novo cenário, buscando maior eficiência e competitividade (Hammer; Champy, 1993).

Dentro desse ambiente dinâmico, práticas como o endomarketing e a gestão da qualidade total são fundamentais. O endomarketing foca na mudança comportamental dos colaboradores, promovendo engajamento e retenção (Bekin, 2004), enquanto a gestão da qualidade total prioriza a eficiência no atendimento das necessidades do cliente (Britto, 2015). A melhoria contínua, por meio de filosofias como o Kaizen, visa aprimorar os processos e cortar custos, enquanto o benchmarking ajuda a identificar práticas exemplares para aumentar a competitividade (Imai, 1986; Maximiano, 2018). A responsabilidade social corporativa e ética empresarial também desempenham um papel importante, equilibrando o lucro e o impacto social e ambiental, o que se tornou um requisito indispensável para a sustentabilidade e competitividade das organizações.

3 METODOLOGIA

Em relação aos aspectos metodológicos, essa pesquisa se caracteriza como de natureza qualitativa, quanto aos meios, como bibliográfica, documental e quanto aos fins, descritiva e exploratória.

Como estratégia de pesquisa foi utilizado o estudo de caso. Para coleta de dados primários foram realizadas 3 entrevistas com gestores nomeados de G1, G2 e G3. Os dados secundários foram coletados por meio da análise documental. A análise dos dados se deu por meio da análise de conteúdo de Bardin (Bardin, 2016).

Como categorias de análise, foram observados os principais aspectos teóricos do Novo Contexto Organizacional da TGA. Como unidade de análise, utilizou-se o Grupo HOPE pela sua importância e pioneirismo quando se trata a respeito de moda íntima, sendo uma grande marca no Estado do Ceará.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Análise da empresa a partir do Novo Contexto Organizacional da Administração

No que diz respeito a globalização, o Grupo Hope sempre está atento ao mercado, buscando em empresas estrangeiras, práticas que possam ser aplicadas a sua dinâmica organizacional. Não sendo estudado somente as práticas, mas também sendo estudado métodos de produção, sempre buscando a expansão e a agilidade na fabricação de peças. Sendo esse estudo realizado com o intuito de melhorar a automatização aplicando as mesmas estratégias que as empresas estrangeiras utilizam, para assim poder se manter competitivo no em relação ao mercado (G1; G2, 2025).

Atrelado a isso o Grupo HOPE busca sempre uma nova forma de expandir seu alcance, seja por meio das franquias, por meio de lojas que o grupo abre não somente no cenário nacional, mas internacional para que cada vez mais eles possam estar inseridos no mercado de modo geral.

Outro tópico da globalização é o relacionamento do Grupo com as empresas estrangeiras é o melhor possível visto que algumas tecnologias são de empresas europeias fazendo com que o Grupo tenha contato diretamente com essas empresa, como no caso de um maquinário que vem diretamente da Itália, fazendo com que processos fiquem mais rápidos e automatizados.

A análise de ambiente também é feita minuciosamente uma vez que se eles não fizerem essa análise a possibilidade de eles ficarem atrás nesse mercado, tendo como seus principais concorrentes diretos empresas Chinesas e Paraguias; a retroalimentação também é um processo importantíssimo uma vez que se a empresa não colher esses feedbacks ela não consegue inovar ou crescer, fator determinante na vantagem competitiva frente às empresas Nacionais e Internacionais.

A flexibilidade e adaptação fazem parte direta no processo decisório da empresa já que o Grupo tem que estar sensível às demandas do mercado e de seus consumidores buscando melhor tecnologia e vendo o que realmente o mercado está propondo.

Em relação à administração estratégica, foi analisado que o Grupo Hope realiza uma profundo análise estratégica para sempre se manter competitiva no mercado de modo geral, seja pelo modelo de franquias implementadas no grupo desde 2011, fazendo com que ela fique cada vez mais presente, já que são quase

260 franquias espalhadas por todo o Brasil. Fazendo com que através dessas franquias eles possuam um controle maior sobre o que os clientes mais procuram e sobre o que futuramente pode ser uma tendência na marca, buscando sempre a excelência, deixando a empresa cada vez mais presente no mercado (G1, 2025).

Em relação ao endomarketing, no Grupo Hope essa prática é bem vista, tendo em vista que na empresa existem práticas voltadas aos funcionários, sendo essas práticas feitas por meio das reuniões semanais que eles possuem ou através das inúmeras formas de *feedbacks* que eles têm na empresa sempre abertos a ouvir todos os funcionários sejam por meios formais como reuniões e *E-mail* ou meios informais como grupos de *WhatsApp* ou em uma conversa com determinado líder ou gestor (G2, 2025).

Em relação ao gerenciamento de qualidade, essa prática é constantemente aplicada no Grupo Hope, tendo em vista que eles sempre querem deixar tanto funcionários quanto clientes satisfeitos, sendo dado aos funcionários condições dignas de trabalho, plano odontológico, plano de saúde, vale-alimentação, além de existir um planejamento para que todas as sextas-feiras todos os funcionários possam sair às 15 horas da tarde, e a prática de deixar o cliente mais satisfeito, buscando sempre acelerar a logística de entregas, aumentando a velocidade de produção e buscando sempre entregar um produto durável e de qualidade, para poder satisfazer seus clientes (G2, 2025).

A melhoria contínua sempre está no alvo do Grupo HOPE uma vez que eles possuem práticas a serem realizadas para poder aumentar o nível de satisfação tanto dos funcionários quanto dos clientes, buscando sempre evoluir e construindo falhas antes cometidas sem ter aquela cobrança exacerbada em cima dos funcionários (G1, 2025).

A respeito do *benchmarking* no Grupo Hope, essa prática é muito utilizada na empresa, uma vez que constantemente eles vão ao mercado saber o que as empresas do Brasil e Europeias estão fazendo em seus processos de produção e automatização dos meios de trabalhos, buscando máquinas que possam facilitar e acelerar o processo produtivo (G1, 2025).

Em relação ao *empowerment*, essa prática no grupo HOPE está presente, uma vez que não são somente os altos cargos que tomam decisão, mas supervisores ou líderes também tomam decisões e possuem responsabilidades nos seus próprios processos, sendo também dado aos funcionários uma liberdade a mais no processo produtivo, sem ficar dependendo de um sistema fixo de montagem e aos supervisores e dado mais autonomia nos processos criativos (G2, 2025).

Em relação ao gerenciamento da Qualidade total ele é necessário já que ele impõe as qualidades físicas do produto e segundo o G1 essa é uma prática muito implementada no Grupo HOPE um exemplo prático é uma aquisição de uma máquina de relaxar tecido que estão com planejamento de adquirir esse ano, já que alguns tecidos quando chegam de viagem eles têm que descansar 24 horas, 48 horas ou até mesmo 72 horas, mas com essa máquina esse processo é reduzido a 30 minutos por rolo de tecido acelerando bem mais o processo de cura do tecido, fazendo com que a qualidade da cura aumente entregando um produto final bem melhor para o cliente; atrelado a isso a melhoria contínua é realmente um pilar norteador já que por mais que você otimize os processos sempre vai ter uma oportunidade de padronização.

Com relação ao *benchmarking* é presente já que por mais que você faça o possível para manter a empresa original é necessário você analisar e ver o que as outras empresas estão fazendo e caso você consiga implementar essas práticas na

empresa; sendo feito pelo Grupo HOPE já que existe uma máquina de *Seamless* (sem costura) que consiste em uma máquina que usa uma linha que faz fio a fio roupas de academia, diminuindo o desperdício, aumentando a produção e automatização de processos; mas esse processo mencionado foi feito primeiro por uma empresa chamada Delfa localizada também no Maracanaú, e isso foi feito mediante uma abertura que o Grupo HOPE tem com a Delfa, relacionando o *benchmarking* como mais um caso que fez sucesso, sendo extremamente necessário esse relacionamento com outras empresas do mesmo segmento ou segmentos diferentes

A respeito da terceirização, ela está parcialmente presente no Grupo Hope, uma vez que toda a equipe de serviços gerais e a empresa que fornece comida aos funcionários são terceirizadas, entretanto, nenhuma de suas atividades principais são terceirizadas, o que traz um senso de responsabilidade muito grande já que o Grupo HOPE está por dentro de todas as atividades da empresa, os serviços de transportes de caminhões são próprios, a portaria também é própria do Grupo já que eles têm esse senso de importância muito grande com o que é feito (G3, 2025).

Em relação à responsabilidade sócio corporativa, o Grupo Hope possui um projeto chamado Costurando sonhos, em que eles fazem treinamentos para caso a pessoa queira trabalhar na área da confecção de roupas, tanto dentro quanto fora da fábrica, feito em conjunto com a cidade de Maranguape e todas as peças fabricadas são doadas para entidades (G1, 2025).

Em relação à análise SWOT do Grupo Hope, são visíveis quatro pontos fortes bem definidos, sendo o primeiro a qualidade de seus produtos, por mais que o preço de determinadas peças sejam bem elevados a qualidade é algo que nunca falta nas roupas, o segundo ponto forte é o canal de vendas, pois a HOPE possui um ótimo acesso aos clientes facilitando sempre a chegada de seus produtos com uma boa logística e uma rede de caminhões própria buscando sempre entregar excelência nos produtos, outra qualidade identificada foi a qualificação da equipe, tanto no setor de produção quanto na área administrativa, que sempre estão buscando se qualificar e a última qualidade observada foi a sustentabilidade, uma vez que a empresa adota o uso de materiais biodegradáveis e aplica diversas medidas para evitar desperdícios (G1; G3, 2025).

A respeito das fraquezas, identificou-se três pontos fracos, sendo o primeiro a falta de espaço, uma vez que ao redor de onde a empresa se localiza não existe para onde ela expandir, a única forma seria expandir para cima, o que também é uma desvantagem, visto que seria necessária uma logística complicada para a transportação de maquinário e tecidos, a segunda fraqueza é a automação, tendo em vista que para realizar essa automação é necessário fazer a aquisição de maquinários que por sua maioria são caros e demoram para chegar na cidade de Maranguape, pois algumas das máquinas utilizadas são importadas da Itália, a terceira e última fraqueza é a falta de mão de obra, uma das formas que continua sendo implementado pelo Grupo para contornar essa situação é a oficina de talentos, feitas para capacitar um grupo pessoas para que futuramente elas possam trabalhar na produção (G1, 2025).

A respeito das oportunidades no Grupo Hope, é possível destacar três oportunidades, o primeiro deles são as franquias que no ano de 2024 representou 60% do lucro da empresa, outra oportunidade vista pelo grupo foram as mídias digitais através da parceria com grandes influenciadores, potencializa o seu alcance de divulgação, consequentemente aumentando seus lucros e a última oportunidade vista foi a inovação a possibilidade de criarem algo novo no mercado virando

tendência tendo sempre a oportunidade de lançar algo novo já que a equipe de criação do Grupo HOPE é livre para que eles possam sempre criar novas tendências no mercado (G1, 2025).

A respeito das ameaças, o único ponto observado foram os preços de mercado, pois os preços dos produtos do Grupo HOPE são bem elevados comparados com outras marcas cuja moeda são mais fracas que o real, acabam assim ameaçando o Grupo HOPE que por mais que eles possuam uma qualidade gigantesca algumas pessoas olham única e exclusivamente para o preço, fazendo assim com que os consumidores tenham maior preferência pelos produtos de baixa qualidade (G1, 2025).

Em relação à visão, missão e valores do Grupo HOPE, é apresentado definições claras sobre Visão, Missão e Valores, sendo tema amplamente espalhado entre os funcionários, propagado durante reuniões, treinamentos e comunicações internas (G2, 2025).

Em relação à estratégia no Grupo HOPE, é constantemente debatido na empresa, com o intuito de acompanhar as tendências do mercado, podendo assim garantir a competitividade e evitar que sejam tomadas decisões que afetem a empresa, mantendo a organização alinhadas às necessidades do setor (G1, 2025).

A respeito da governança, no Grupo HOPE é adotada práticas rigorosas e prestação de contas, prezando pela eficiência e minimização de desperdícios. Tomando decisões que visem melhorar processos produtivos e promover automação para maior agilidade operacional (G1, 2025).

A respeito do âmbito social no Grupo HOPE, é observado que a empresa valoriza o bem-estar dos funcionários, oferecendo uma jornada de trabalho reduzida às sextas-feiras, além de benefícios como plano de saúde, apoiando também o crescimento profissional dos colaboradores, incentivando o acesso a capacitação e formação superior (G1, 2025).

Em relação à questão ambiental, no Grupo HOPE a sustentabilidade é considerada prioridade, sendo desenvolvido pela empresa produtos como peças biodegradáveis e calcinhas absorventes reutilizáveis, com o intuito de ajudar a reduzir o impacto ambiental (G3, 2025)

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve por objetivo analisar a dinâmica organizacional do Grupo Hope à luz da Teoria Geral da Administração. De forma específica, buscou-se analisar a dinâmica organizacional do Grupo HOPE à luz do novo contexto organizacional da Teoria Geral da Administração.

Sendo assim, percebeu-se uma integração complexa de conceitos. Conforme a Globalização, o Grupo HOPE se mostra bastante atento às práticas que podem prejudicar vendas da empresa e práticas que podem ajudar a alavancar a empresa tornando assim ela bastante competitiva; baseando-se nas relações com empresas estrangeiras é possível notar que essa prática se faz presente no Grupo HOPE através da compra de máquinas italianas da Santoni, fazendo com que ela acelere o processo produtivo na empresa.

Com relação às Vantagens Competitivas essa é uma prática presente no Grupo HOPE uma vez que se ela não se mantém atenta ao mercado eles podem perder um espaço significativo, eles fizeram isso através do crescimento de *tears* que são máquinas que fazem a confecção de roupas fio-a-fio que são comumente usados em roupas da moda *fitness*, seguindo essa análise outro ponto presente são

as questões da Análise de Ambiente, que é feita baseado tanto na análise interna quanto externa, independente se é em âmbito nacional ou até mesmo internacional, olhando para seus clientes, o que eles querem no momento e as constantes ameaças de empresas estrangeiras que por possuir uma moeda mais fraca frente ao real possuem essa vantagem financeira frente ao Grupo HOPE, como os exemplos de empresas Paraguaías e Chinesas.

Outro ponto bem presente no Grupo HOPE é a constante atualização uma vez que eles ressaltam a importância da retroalimentação e através disso eles buscam analisar todas as melhorias possíveis para que consigam sempre inovar e crescer baseado nessa análise prévia; e outro ponto presente é a Flexibilidade e Adaptação eles buscam estar atentos tanto ao mercado quanto aos clientes, fazendo uma análise da peça que está sendo mais utilizada, o motivo disso está acontecendo e buscam através da análise de mercado ver o que está funcionando, quais maquinários, tecnologias ou até mesmo que fatores estão sendo determinantes para o crescimento de outras empresas, buscando se adaptar para o cliente consiga sair satisfeito com seu produto.

Além da Globalização outro ponto analisado foram os Programas e Estratégias de Mudança, ponto bastante observado sendo um deles bastante presente é a Administração Estratégica que é feita através da matriz SWOT, através de reuniões que eles buscam analisar os objetivos para aquele ano e além desses pontos eles possuem reuniões mensais e semanais com gestores para que eles não esqueçam o objetivo e o propósito para aquele ano, sempre lembrando sua missão visão e valores; outro ponto presente é o *Endomarketing* uma vez que eles têm práticas de reconhecimento por eficiências e também através de eventos comemorativos eles buscam ter uma maior conexão com todos que fazem parte do Grupo HOPE.

Uma prática que se faz presente é o Gerenciamento de Qualidade Total já que eles buscam melhorar continuamente a produção do seu produto para que ele aconteça com a melhor qualidade possível, e eles fazem esse processo através da melhoria de tecnologia, um exemplo mencionado foi uma máquina que tinha o objetivo de descansar o tecido mais rápido, já que quando o tecido chega de viagem existe uma possibilidade bem grande dele sendo manipulado assim que ele chega a maior chance é dele se rasgar, seguindo esse raciocínio existem tecidos que precisam de 24 horas, 48 horas e até mesmo 72 horas de descanso e com essa máquina esse processo cairia muito já que ela diminuiria para 30 minutos o processo de descansar o tecido.

Outro ponto presente é a Melhoria Contínua que como falado você pode ter o melhor maquinário e até mesmo a melhor tecnologia, mas sempre por mais que você otimize o processo, ele vai sempre ter alguma oportunidade de melhorar e padronizar a produção; seja pelo planejamento, fazendo, verificando e atuando na resolução da falha ou problema que surja ou através mesmo da obtenção de metas ou até mesmo elaboração do plano de ação; o *Benchmarking* é um processo feito com empresas nacionais ou internacionais, um exemplo é a Delfa que iniciou o processo usando o *Seamless* que são as roupas sem costura fazendo com que o Grupo faça essa análise com outras empresas identificando esses processos e implementando essa funcionalidade.

Seguindo nossa análise outro tópico observado foi a Responsabilidade Social Corporativa do Grupo HOPE que dentro dessa análise foram verificados a existência de padrões da Organização Internacional de Normatização conhecido como Certificações ISO, baseando-se nesse tópico foi observado ausente os certificados

ISO, apesar de toda base de fundamentação da área de sistema é relacionada a gestão de qualidade, eles não pegaram a certificação ISO, até porque não é uma exigência e para o Grupo o mais importante é a prática, o resultado, então é algo que eles não possuem formalmente, mas buscam colocar essa certificação sempre em prática por mais que eles não possuam a formalidade.

O segundo tópico dos indicadores ETHOS foram a Governança e Gestão que se faz presente no Grupo através dos sistemas de gestão uma vez que eles buscam veementemente ter um Sistema de Gestão Integrado, como qualidade, meio ambiente, saúde e segurança, buscando trazer uma maior eficiência, redução de custos e uma melhoria na comunicação; Sistema de Gestão de Fornecedores é feito através de uma análise prévia baseado na confiabilidade e se a missão visão e valores desses fornecedores estão alinhados com o Grupo HOPE fazendo esse gerenciamento prévio de todos os fornecedores; outro ponto presente é o Desenvolvimento Humano, Benefícios e Treinamento que se faz presente através da tentativa máxima em colocar os colaboradores cada vez mais engajados entre eles mesmos, fazendo grupos de formas voluntárias para que eles consigam trabalhar em grupo, se engajando com pessoas de outros setores para que o trabalho seja melhor, outro ponto é fazer com que a sexta-feira eles saiam mais cedo para aproveitar o fim de semana, eles possuem o incentivo a educação que é através de parcerias e conveniando-se a instituições de ensino para que exista a possibilidade de descontos para que caso o colaborador queira fazer uma faculdade e crescer profissionalmente é amplamente influenciado pelo Grupo HOPE.

Por fim nosso último tópico analisado foi a Matriz SWOT que são a combinação de forças e fraquezas com oportunidades e ameaças para que eles possam saber onde estão no mercado; as forças do Grupo são a Qualidade, Canal de Vendas, Equipe Qualidade e a Sustentabilidade, a qualidade é observada nas próprias peças que por mais que sejam com um preço elevado eles compensam na qualidade oferecida no produto, o Canal de vendas que é feito através de marcas próprias que possui uma rede de lojas físicas em todo o Brasil, o e-commerce do Grupo que é bastante elogiado e as exportações para mais de 18 países expandindo sempre sua presença internacional.

Nas Oportunidades existe a Inovação, Franquias e Mídias digitais, a Inovação é observada através da criação que muitas vezes o Grupo lança uma peça de roupa e logo seus concorrentes já buscam fazer algo parecido, as franquias foram implementadas através da pandemia que através delas cerca de 40% da receita vem através de todas as franquias do Grupo possuindo mais de 300 franquias espalhadas em todo Brasil e com a criação de conteúdo eles viram uma forma de conseguir mais clientes usando pessoas públicas como o caso da cantora Anitta e da atriz Gisele Bündchen.

Observando as fraquezas vem a automação, mão de obra e falta de espaço da fábrica; a automação vem através de que existem processos que podem ser melhorados, mas por falta de tecnologia ou até mesmo recursos impossibilita o maior crescimento do Grupo, a falta de mão de obra vem que infelizmente poucas pessoas querem trabalhar na confecção por ser um trabalho monótono e repetitivo alguns funcionários por não se adequarem aquela rotina acabam saindo da mesma, por mais que o Grupo HOPE faça o possível para manter os funcionários e a falta de espaço foi observada através das visitas feitas na empresa que não existe para onde a empresa crescer e conforme o maquinário vem aumentando o espaço vem reduzindo, todos esses três pontos são bem analisados pelo Grupo para que eles consigam resolver essas fraquezas da melhor forma.

E quanto as ameaças foram possíveis observar as instabilidades políticas e as Empresas estrangeiras, quanto as instabilidades políticas de desvalorização do Real Brasileiro acabam prejudicando o importação de máquinas europeias que facilitam a automação do Grupo e outro ponto mencionado são as empresas estrangeiras como no caso das empresas Chinesas e Paraguaioas que são grandes produtores de moda no geral que acabam criando uma concorrência desleal por conta da mudança cambial que o Real tem frente ao Guarani Paraguaio e ao Yuan Chines.

Analisou-se que nessa pesquisa, lacunas importantes podem ser analisadas para investigações futuras. Uma dessas limitações foram as quantidades limitadas de entrevistas e questionários que não conseguimos aplicar na organização, o que impediu uma análise profunda e detalhada dos processos administrativos e a percepção interna da Organização. Ampliar essa coleta seria essencial para proporcionar uma visão mais assertiva da realidade organizacional. Com mais dados seria possível identificar mais facilmente os desafios e chances na estrutura e gestão do Grupo HOPE.

Ademais é que a pesquisa se concentrou primariamente nos aspectos internos do Grupo HOPE, não observando com profundidade o ambiente externo já que práticas governamentais, críticas econômicas ou mudanças políticas, sobre a gestão e operação do Grupo HOPE. Análise de relacionamento com outras organizações nacionais e internacionais também são pontos a serem analisados.

A ausência de uma comparação com outras instituições também representam uma importante lacuna, já que pegamos um caso isolado que foi o Grupo HOPE e buscamos identificar padrões de gestão. Comparar a dinâmica organizacional do Grupo HOPE com outras empresas de moda íntima faria com que a pesquisa pudesse ser feita com uma maior contextualização e riquezas de detalhes, podendo até mesmo mostrar práticas de gestão eficazes em outras empresas de moda ou até mesmo pontos que só existem no Grupo HOPE.

Por fim, outro campo promissor para futuras pesquisas seria uma análise da Responsabilidade Social corporativa. A pesquisa evidenciou que a estrutura organizacional do Grupo HOPE está atenta a essas práticas, mas algumas vezes notamos que algumas práticas não eram colocadas em prática na sua totalidade do Grupo HOPE. Estudos futuros poderiam investigar a relação entre a Responsabilidade sócio corporativa do Grupo HOPE se relaciona com os indicadores ETHOS diretamente, especialmente nesse cenário que ano após ano as organizações globais de modo geral estão cada vez mais preocupadas com o meio ambiente de modo geral. Isso abriria caminho para que o Grupo HOPE possa compreender cada vez mais a respeito da sustentabilidade, colocando em prática todos os pontos dos indicadores ETHOS para que sua eficiência e sustentabilidade melhorem, alinhando-se com as práticas colocadas pela Agenda ESG (Ambiental, social e Governança).

6 REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. São Paulo: Edições 70, 2016.

BEKIN, S. F. **Endomarketing: como praticá-lo com sucesso**. São Paulo: Prentice Hall, 2004.

BRITTO, Eduardo. **Qualidade Total**. Porto Alegre: +A Educação - Cengage Learning Brasil, 2015.

CAMPOS, Luís. **Introdução à globalização**. 2007.

CARAVANTES, G. R.; PANNO, C. C.; KLOECKNER, M. **Administração: teorias e processo**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2005.

HAMMER, Michael; CHAMPY, James. ***Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution***. New York: HarperBusiness, 1993.

HITT, M. A.; IRELAND, R. D.; HOSKISSON, R. E. **Administração Estratégica: competitividade e administração**. 2. ed. Tradução da 7. ed. norte-americana. São Paulo: Cengage Learning, 2011.

IMAI, Masaaki. Kaizen: ***The Key to Japan's Competitive Success***. New York: McGraw-Hill, 1986.

KAPLAN, R. S., & Norton, D. P. **Mapas estratégicos: convertendo ativos intangíveis em resultados tangíveis**(11a ed.). Rio de Janeiro: Alta Books, 2004.

LACOMBE, Francisco. **Teoria geral da administração**. Rio de Janeiro: Saraiva, 2009.

MAXIMIANO, Antonio Cesar Amaru. **Teoria geral da administração: da revolução urbana à revolução digital**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2018.

MAXIMIANO, Antônio Cesar. **Teoria Geral da Administração**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2012.

MAXIMIANO, Antonio Cesar A. **Teoria Geral da Administração: da revolução urbana à revolução digital**. 8ª ed. São Paulo: Atlas, 2018.

OLIVEIRA, Djalma de Pinho Rebouças de. **Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologia e Práticas**. 35. ed. Rio de Janeiro: Atlas, 2023.

RIBEIRO, Antônio de L. **Teorias da administração**. 3. ed. Rio de Janeiro: Saraiva, 2016.

YANAZE, Mitsuru Higuchi. **Gestão de marketing e comunicação**. 3ª ed. Editora Saraiva, 2021.