



ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras
(Organizador)



ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras
(Organizador)



Atena
Editora
Ano 2022

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

Gabriel Motomu Teshima

Luiza Alves Batista

Natália Sandrini de Azevedo

Imagens da capa

iStock

Edição de arte

Luiza Alves Batista

2022 by Atena Editora

Copyright © Atena Editora

Copyright do texto © 2022 Os autores

Copyright da edição © 2022 Atena Editora

Direitos para esta edição cedidos à Atena Editora pelos autores.

Open access publication by Atena Editora



Todo o conteúdo deste livro está licenciado sob uma Licença de Atribuição *Creative Commons*. Atribuição-Não-Comercial-NãoDerivativos 4.0 Internacional (CC BY-NC-ND 4.0).

O conteúdo dos artigos e seus dados em sua forma, correção e confiabilidade são de responsabilidade exclusiva dos autores, inclusive não representam necessariamente a posição oficial da Atena Editora. Permitido o *download* da obra e o compartilhamento desde que sejam atribuídos créditos aos autores, mas sem a possibilidade de alterá-la de nenhuma forma ou utilizá-la para fins comerciais.

Todos os manuscritos foram previamente submetidos à avaliação cega pelos pares, membros do Conselho Editorial desta Editora, tendo sido aprovados para a publicação com base em critérios de neutralidade e imparcialidade acadêmica.

A Atena Editora é comprometida em garantir a integridade editorial em todas as etapas do processo de publicação, evitando plágio, dados ou resultados fraudulentos e impedindo que interesses financeiros comprometam os padrões éticos da publicação. Situações suspeitas de má conduta científica serão investigadas sob o mais alto padrão de rigor acadêmico e ético.

Conselho Editorial**Ciências Humanas e Sociais Aplicadas**

Prof. Dr. Adilson Tadeu Basquerote Silva – Universidade para o Desenvolvimento do Alto Vale do Itajaí

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

Prof. Dr. Alexandre Jose Schumacher – Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Paraná

Prof. Dr. Américo Junior Nunes da Silva – Universidade do Estado da Bahia

Profª Drª Ana Maria Aguiar Frias – Universidade de Évora

Profª Drª Andréa Cristina Marques de Araújo – Universidade Fernando Pessoa



Prof. Dr. Antonio Carlos da Silva – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. Antonio Carlos Frasson – Universidade Tecnológica Federal do Paraná
Prof. Dr. Antonio Gasparetto Júnior – Instituto Federal do Sudeste de Minas Gerais
Prof. Dr. Antonio Isidro-Filho – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Arnaldo Oliveira Souza Júnior – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Carlos Antonio de Souza Moraes – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Crisóstomo Lima do Nascimento – Universidade Federal Fluminense
Prof^ª Dr^ª Cristina Gaio – Universidade de Lisboa
Prof. Dr. Daniel Richard Sant’Ana – Universidade de Brasília
Prof. Dr. Deyvison de Lima Oliveira – Universidade Federal de Rondônia
Prof^ª Dr^ª Dilma Antunes Silva – Universidade Federal de São Paulo
Prof. Dr. Edvaldo Antunes de Farias – Universidade Estácio de Sá
Prof. Dr. Elson Ferreira Costa – Universidade do Estado do Pará
Prof. Dr. Eloi Martins Senhora – Universidade Federal de Roraima
Prof. Dr. Gustavo Henrique Cepolini Ferreira – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Humberto Costa – Universidade Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Ivone Goulart Lopes – Istituto Internazionele delle Figlie de Maria Ausiliatrice
Prof. Dr. Jadilson Marinho da Silva – Secretaria de Educação de Pernambuco
Prof. Dr. Jadson Correia de Oliveira – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. José Luis Montesillo-Cedillo – Universidad Autónoma del Estado de México
Prof. Dr. Julio Candido de Meirelles Junior – Universidade Federal Fluminense
Prof. Dr. Kárpio Márcio de Siqueira – Universidade do Estado da Bahia
Prof^ª Dr^ª Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^ª Dr^ª Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^ª Dr^ª Lucicleia Barreto Queiroz – Universidade Federal do Acre
Prof. Dr. Luis Ricardo Fernandes da Costa – Universidade Estadual de Montes Claros
Prof. Dr. Lucio Marques Vieira Souza – Universidade do Estado de Minas Gerais
Prof^ª Dr^ª Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^ª Dr^ª Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^ª Dr^ª Maria Luzia da Silva Santana – Universidade Federal de Mato Grosso do Sul
Prof. Dr. Miguel Rodrigues Netto – Universidade do Estado de Mato Grosso
Prof. Dr. Pedro Henrique Máximo Pereira – Universidade Estadual de Goiás
Prof. Dr. Pablo Ricardo de Lima Falcão – Universidade de Pernambuco
Prof^ª Dr^ª Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^ª Dr^ª Rita de Cássia da Silva Oliveira – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof. Dr. Rui Maia Diamantino – Universidade Salvador
Prof. Dr. Saulo Cerqueira de Aguiar Soares – Universidade Federal do Piauí
Prof. Dr. Urandi João Rodrigues Junior – Universidade Federal do Oeste do Pará
Prof^ª Dr^ª Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^ª Dr^ª Vanessa Ribeiro Simon Cavalcanti – Universidade Católica do Salvador
Prof. Dr. William Cleber Domingues Silva – Universidade Federal Rural do Rio de Janeiro
Prof. Dr. Willian Douglas Guilherme – Universidade Federal do Tocantins



Administração: gestão, empreendedorismo e marketing

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

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

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

Formato: PDF

Requisitos de sistema: Adobe Acrobat Reader

Modo de acesso: World Wide Web

Inclui bibliografia

ISBN 978-65-5983-854-7

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.547222401>

1. Administração. I. Senhoras, Elói Martins
(Organizador). II. Título.

CDD 658

Elaborado por Bibliotecária Janaina Ramos – CRB-8/9166

Atena Editora

Ponta Grossa – Paraná – Brasil

Telefone: +55 (42) 3323-5493

www.atenaeditora.com.br

contato@atenaeditora.com.br



Atena
Editora
Ano 2022

DECLARAÇÃO DOS AUTORES

Os autores desta obra: 1. Atestam não possuir qualquer interesse comercial que constitua um conflito de interesses em relação ao artigo científico publicado; 2. Declaram que participaram ativamente da construção dos respectivos manuscritos, preferencialmente na: a) Concepção do estudo, e/ou aquisição de dados, e/ou análise e interpretação de dados; b) Elaboração do artigo ou revisão com vistas a tornar o material intelectualmente relevante; c) Aprovação final do manuscrito para submissão.; 3. Certificam que os artigos científicos publicados estão completamente isentos de dados e/ou resultados fraudulentos; 4. Confirmam a citação e a referência correta de todos os dados e de interpretações de dados de outras pesquisas; 5. Reconhecem terem informado todas as fontes de financiamento recebidas para a consecução da pesquisa; 6. Autorizam a edição da obra, que incluem os registros de ficha catalográfica, ISBN, DOI e demais indexadores, projeto visual e criação de capa, diagramação de miolo, assim como lançamento e divulgação da mesma conforme critérios da Atena Editora.



DECLARAÇÃO DA EDITORA

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



APRESENTAÇÃO

O campo científico da Administração tem passado por uma crescente renovação epistêmica nas últimas décadas em função da emergência de discussões ligadas a macro transformações socioeconômicas e seus reflexos nas organizações por meio das temáticas mercadológicas e de empreendedorismo, bem como de novas agendas sobre gestão estratégica e de contato multidisciplinar com outras áreas.

Partindo destes avanços científicos, o objetivo deste livro, “Administração: Gestão, Empreendedorismo e Marketing 1”, é analisar o estado da arte sobre a Administração a partir de um conjunto de estudos que valorizam a combinação de revisões da literatura especializada e estudos de caso, possibilitando assim a decodificação de novos conhecimentos existentes na realidade.

Organizada em vinte e dois capítulos, a presente obra é ao mesmo tempo um trabalho acadêmico e um livro de reflexão para instigar os leitores, o qual foi desenvolvido de modo colaborativo entre pesquisadoras e pesquisadores, brasileiros e estrangeiros, comprometidos com o campo epistemológico da Administração, a despeito de suas diferentes formações acadêmicas e expertises.

Advindos de instituições de ensino superior e de pesquisa públicas e privadas, os autores produziram um conjunto de discussões que se aglutinam dentro de quatro eixos temáticos, os quais são identificados, respectivamente, por abordagens empíricas sobre: a) gestão em instituições de ensino superior; b) empreendedorismo e gestão de microempresas; c) gestão mercadológica; e, d) gestão contábil e controladoria.

Com base nestes eixos temáticos, a presente obra coaduna diferentes prismas do complexo caleidoscópio administrativo, caracterizando-se por um olhar que estimula a pluralidade teórica e metodológica, ao apresentar distintos estudos que visam em sentidos contraditórios, tanto, delimitar a fronteira disciplinar do campo epistemológico de Administração, quanto, ampliar a dinâmica fronteira multidisciplinar com outras áreas.

Em razão das discussões levantadas e dos resultados apresentados após um marcante rigor metodológico e analítico, o presente livro caracteriza-se como uma obra amplamente recomendada para estudantes em cursos de graduação e pós-graduação ou mesmo para o público não especializado na área de Administração, por justamente trazer de modo didático e linguagem acessível novos conhecimentos sobre a atual e prospectiva realidade administrativa.

Excelente leitura!

Elói Martins Senhoras

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1


ANÁLISE DE REDES SOCIAIS: UM ESTUDO SOBRE A PRODUÇÃO CIENTÍFICA BRASILEIRA NO PERÍODO 2005 - 2015

Donizetti Calheiros Marques Barbosa Neto

Claudio Zancan

Diego da Guia Santos

Kleber José dos Santos


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5472224011>

CAPÍTULO 2..... 18

O PROCESSO DE TRANSFERÊNCIA TECNOLÓGICA E A RELAÇÃO UNIVERSIDADE-EMPRESA: UM ESTUDO BIBLIOMÉTRICO

Pedro Paulo Cardoso de Souza

Ana Cláudia Fernandes Terence


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5472224012>

CAPÍTULO 3..... 32

GESTÃO POR COMPETÊNCIAS: UMA AVALIAÇÃO DAS PRÁTICAS DE GESTÃO DE PESSOAS EM UMA INSTITUIÇÃO PÚBLICA DE CIÊNCIA E TECNOLOGIA EM SAÚDE

Fernando Victor Cavalcante

Thiago Borges Renault

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5472224013>

CAPÍTULO 4..... 44

LA METODOLOGÍA KI WO TSUKAU (KWT) Y SU VINCULACIÓN CON LA UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Itzel Natalia Lendechy Velázquez

Juana Velásquez Aquino

Erika Cortes Flores

Francisco Lendechy León

Sandra García Pérez

Samuel Jiménez Abad

Dinorah Arely Escudero Campos


Luz María Gutiérrez Hernandez

Ángel Francisco Velázquez Rodríguez

Dionisio Gutiérrez Lira

Leticia González Cuevas

Carlos Enrique Levet Rivera


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5472224014>

CAPÍTULO 5..... 53

LA TECNOLOGÍA APLICADA EN LOS PROGRAMAS DE ESTUDIO DE CONTADURÍA Y ADMINISTRACIÓN DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA DE LA UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Ángel Francisco Velázquez Rodríguez


Rodolfo Terán y Ramos
Hugo Eduardo Barradas Velásquez
Myriam González Guerrero
Itzel Natalia Lendechy Velázquez
Juana Velásquez Aquino
Sandra García Pérez
Samuel Jiménez Abad
Beatriz Rocas Rocas
Guillermo Leonel Sánchez Hernández
Susana García Aguilar
Sajid Lonngi Reyna

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5472224015>

CAPÍTULO 6..... 63

LOS TUTORES ACADÉMICOS DEL SISTEMA DE ENSEÑANZA ABIERTA Y EL GRADO DE DOMINIO Y APROPIACIÓN TECNOLÓGICA DE LA PLATAFORMA INSTITUCIONAL, SIT DELA UNIVERSIDAD VERACRUZANA


Ángel Francisco Velázquez Rodríguez
Rodolfo Terán y Ramos
Hugo Eduardo Barradas Velásquez
Myriam González Guerrero
María de los Ángeles García Oviedo
Irma Jiménez Ortega
Liliana Pineda Salas
María Elena Hernández Castillo
Susana García Aguila
Sajid Lonngi Reyna
Jeysira Jacqueline Dorantes Carrión
Anid Cathy Hernández Baruch

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5472224016>

CAPÍTULO 7..... 71

ESTRATEGIAS DE MARKETING PARA LA PROMOCIÓN DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS


Irbin Salomón Zavaleta Arellanes
Yessica Lucero Zavaleta Arellanes
Yesenia Juárez Rivera







 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5472224017>

CAPÍTULO 8..... 86

DISCURSOS (RE)PRODUZIDOS A PARTIR DAS FALHAS E APAGAMENTOS NA CELEBRAÇÃO DOS 10 ANOS DO INSTITUTO FEDERAL DE EDUCAÇÃO, CIÊNCIA E TECNOLOGIA

Sandra Maíra Souza Miranda


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5472224018>

CAPÍTULO 9	99
SISTEMA ELETRÔNICO DE INFORMAÇÃO (SEI) EM UMA INSTITUIÇÃO DE ENSINO SUPERIOR MULTICAMPI, COM ENFASE NO PERÍODO DA PANDEMIA DA COVID-19	
Bonifácio Benício de Souza Maylle Alves Benício	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5472224019	
CAPÍTULO 10	115
ANÁLISIS DEL IMPACTO EN LAS RUTINAS DE LOS ESTUDIANTES ANTE EL COVID-19 EN UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA	
Verónica E. Cuadra Hernández Jorge Alemán Andrés Magaly Hernández Gómez Nahaquin C. Rodríguez Mino José Manuel Nava Cruz	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240110	
CAPÍTULO 11	125
INTELIGENCIA EMOCIONAL Y FACTORES SOCIOECONÓMICOS DEL SECTOR TURÍSTICO EN LAS CIUDADES PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD TRAS EL COVID-19	
Ana Belén Mudarra-Fernández Ana María Cazallo-Antúnez	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240111	
CAPÍTULO 12	135
CRESCIMENTO DE MICROEMPREENDEDORES EM PATOS DE MINAS EM MEIO À PANDEMIA	
Lorena Silva Pinto Paula Fernanda Mota de Oliveira Regina Macedo Boaventura	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240112	
CAPÍTULO 13	146
EMPREENDEDORISMO FEMININO: DESAFIOS ENFRENTADOS PELAS MULHERES EMPREENDEDORAS NA GESTÃO DE SEUS NEGÓCIOS	
Paolla Jacomel Vieira	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240113	
CAPÍTULO 14	152
ANÁLISE DO PERFIL DE MICROEMPREENDEDOR INDIVIDUAL EM TEMPOS DE COVID-19	
Valéria Pereira dos Santos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240114	
CAPÍTULO 15	154
MARKETING DIGITAL E O PERFIL DO CONSUMIDOR: UMA ANÁLISE DO IMPACTO DA	

COVID 19 NO COMÉRCIO DE CODÓ/MA

Adson André Dos Santos de Andrade

Inácio Ferreira Façanha Neto


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240115>

CAPÍTULO 16..... 174

AS FASES DE UMA COMPRA COMPROMETIDA. ESTUDO DE MARKETING COM CAUSA EM CONSUMIDORES ALEMÃO, AUSTRIACO E ESPANHOL

Estefanía Pérez Sancho

Rosario Vázquez Carrasco


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240116>

CAPÍTULO 17..... 195

UM ESTUDO SOBRE HÁBITOS E PREFERÊNCIAS DO CONSUMIDOR DE VIDEO ON DEMAND

João Renato de Souza Coelho Benazzi


Katarina Nachamkes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240117>

CAPÍTULO 18..... 208

ASPECTOS INTRÍNSECOS A SEREM CONSIDERADOS NO RELATÓRIO FINAL DE AUDITORIA INDEPENDENTE DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL HISTÓRICA

Romeu Schvarz Sobrinho

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240118>

CAPÍTULO 19..... 222

INTERESSES COGNITIVOS PREDOMINANTES NA PÓS-GRADUAÇÃO EM CONTABILIDADE NO BRASIL

Alexandra Alencar Siebra

Nayana de Almeida Adriano

Joelma Leite Castelo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240119>

CAPÍTULO 20..... 235

LA PLANEACIÓN FISCAL COMO OBJETIVO ESTRATEGICO EN LAS EMPRESAS

Ángel Francisco Velázquez Rodríguez

Rodolfo Terán y Ramos

Hugo Eduardo Barradas Velásquez

Myriam González Guerrero

María de los Ángeles García Oviedo

Irma Jiménez Ortega

Liliana Pineda Salas


Anabell Hernández Venegas

María Elena Hernández Castillo

Juan Pablo García Cuevas

Mayra Mahé Couturier

Felipe de Jesús Montero Vázquez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240120>

CAPÍTULO 21.....248


GESTÃO FINANCEIRA DE MICROEMPRESAS: A ATRIBUIÇÃO DE UM SALÁRIO AO PROPRIETÁRIO DA EMPRESA

Maricarmen Rico Galeana

Edith Olivo García

María Angélica Martínez Arizpe

Miguel Àngel Viramontes Romero

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.54722240121>

SOBRE O ORGANIZADOR.....257

ÍNDICE REMISSIVO.....258

GESTÃO FINANCEIRA DE MICROEMPRESAS: A ATRIBUIÇÃO DE UM SALÁRIO AO PROPRIETÁRIO DA EMPRESA

Data de aceite: 01/01/2022

Fecha de envío: 08/10/2021

Maricarmen Rico Galeana

Universidad Politécnica de Querétaro.
Departamento Económico Administrativo.
Querétaro, México.
ORCID: 0000-0002-2812-7084.

Edith Olivo García

Universidad Autónoma de Querétaro.
Departamento Económico Administrativo.
Querétaro, México.
ORCID:0000-0001-7351-4246.

María Angélica Martínez Arizpe

Universidad Politécnica de Querétaro.
Departamento Económico Administrativo.
Querétaro, México
ORCID: 0000-0002-3416-9045

Miguel Ángel Viramontes Romero

Universidad Politécnica de Querétaro.
Departamento Económico Administrativo
Querétaro, México
ORCID: 0000-0002-018207435

RESUMO: Uma variável que explica o sucesso dos pequenos negócios é a correta gestão financeira que se dá aos recursos disponíveis para o seu funcionamento. Um aspecto central no cálculo dos custos de uma empresa é medir e compensar adequadamente os custos implícitos incorridos pelo proprietário por dedicar tempo e esforço a ela desde a atribuição de um salário. O objetivo desta pesquisa é investigar qual proporção de microempresários, formais e

informais, no município de Querétaro e na região metropolitana mensuram adequadamente esses custos, atribuindo um salário, bem como a relação que esse fator tem tido com a gestão financeira de o negócio. Os resultados mostram que uma baixa proporção dos pesquisados contabiliza adequadamente seus custos e, portanto, realiza uma gestão financeira incorreta dos recursos.

PALAVRAS-CHAVE: Benefícios econômicos e contábeis, custos implícitos e de oportunidade.

ABSTRACT: A variable that explains the success of small businesses is the correct financial management given to the resources available for their operation. A central aspect in calculating the costs of a company is to measure and adequately compensate the implicit costs incurred by the owner for dedicating time and effort to it from the assignment of a salary. The objective of this research is to investigate what proportion of microentrepreneurs, formal and informal, in the municipality of Querétaro and the metropolitan area adequately measure these costs, assigning a salary, as well as the relationship that this factor has had with the financial management of the business. The results show that a low proportion of those surveyed adequately account for their costs and, therefore, carry out an incorrect financial management of resources.

KEYWORDS: Economic and accounting benefits, implicit and opportunity costs.

1 | INTRODUCCIÓN

La presente investigación se publicará como capítulo de un libro, está centrada en

indagar si los microempresarios con empresas familiares, ya sea formales e informales en el municipio de Querétaro, asientan correctamente sus costos. Se parte del supuesto de que tradicionalmente los empresarios solamente toman en cuenta sus costos explícitos al momento de calcular sus utilidades, olvidando contabilizar los costos implícitos en que se incurre al momento de decidir abrir un negocio; lo anterior provoca un cálculo erróneo de las utilidades y, por tanto, un inadecuado manejo financiero de las microempresas familiares.

El objetivo central de cualquier empresa es maximizar la utilidad. Para lograrlo, se busca incrementar los ingresos totales y disminuir los costos totales, ya que el beneficio es igual al ingreso total de la empresa menos los costos totales incurridos. Para el caso del ingreso total, se obtiene multiplicando el precio del bien o servicio por la cantidad de bienes vendidos. En el caso de los costos, la contabilidad nos dice que básicamente se obtienen sumando los costos fijos de la empresa a los costos variables de la misma¹. No obstante, la teoría económica menciona que tradicionalmente al momento de calcular los costos, solamente se consideran los costos explícitos, es decir, aquellos que tienen como contraparte un pago monetario y se dejan de lado los costos implícitos, que son aquellos costos en los que incurre un empresario al decidir abrir un negocio pero que no implican devengar una cantidad monetaria². Dentro de estos últimos costos, hay tres muy importantes que deben considerarse para el caso de las microempresas familiares: el sueldo (Roca, 1977; Arriagada, 2017; Bonilla, 2019), el capital (Vera, 2006) y la renta³. El sueldo se refiere al ingreso que podría obtener un microempresario y sus familiares si en lugar de dedicar su tiempo al negocio estuvieran realizando otra actividad remunerativa. El capital se refiere a que muchos microempresarios comienzan su negocio con recursos monetarios propios y, por tanto, dejan de percibir la tasa de interés que obtendrían si en lugar de dedicar su dinero al negocio lo tuvieran ahorrado.

Por último, la renta se refiere a que una gran cantidad de microempresarios familiares utilizan un local, bodega o inmueble propio para instalar su negocio; por tanto, incurren en un costo si en lugar de usar ese bien inmueble para su negocio, lo rentaran a un tercero. En el caso particular de este artículo el análisis está centrado en lo referente al sueldo.

La figura 1 muestra que cuando no son tomados en cuenta los costos implícitos, existe una diferencia en el cálculo de los beneficios, debido a que el beneficio contable se

1 El costo fijo es aquel costo que no cambian considerablemente conforme incrementa la producción; un ejemplo es la renta de un local o la compra de una máquina. El costo variable es aquel costo que cambia conforme incrementa la producción; ejemplo de lo anterior sería la compra de materia prima (Slavin (2014).

2 Tradicionalmente algunos estudios consideran los costos económicos para actividades que tienen que ver con políticas públicas como son de salud (Arredondo, 1999), violencia política y social (Londoño, 1999) conflictos armados (Álvarez, 2008), contaminación (García, 1998) entre otros, pero existen pocos relacionados con los costos económicos en las empresas en general.

3 En la literatura no se encontró evidencia de algún autor que hable concretamente del caso de la Renta como un costo de oportunidad de las microempresas, sin embargo, para el tema tratado es fundamental ya que un alto porcentaje de las microempresas familiares se encuentran establecidas en la misma propiedad del dueño o de alguno de los integrantes familiares del mismo. Cuando una persona decide abrir una tienda, papelería, fonda, etc. acondicionando la cochera, el patio o cualquier otro espacio propio, incurre en un costo de oportunidad, ya que, si no estuviera ocupándolo su negocio, podrían rentarlo a un tercero para usarlo en un espacio comercial.

refiere a contabilizar los costos sin considerar los costos implícitos, es decir, solamente se consideran los costos contables o monetarios mientras que el beneficio económico es aquél en donde se consideran los costos implícitos o no monetarios. (Bernanke, 2004) Es evidente que resulta complicado incorporar como costo contable un costo implícito ya que tiene un componente subjetivo ¿Qué sueldo debe asignarse un microempresario o alguno de sus familiares que le apoya? Resulta algo subjetivo pues no existe una regla contable o económica que lo indique, pero existe un consenso en que debe ser un monto que obtendría si en lugar de dedicarse al negocio utilizar su tiempo en una labor alternativa⁴.



Figura 1. Diferencia entre beneficio contable y beneficio económico.

Fuente: Elaboración propia

Aquí entra en discusión la cuestión de que no es lo mismo atender un negocio propio que ser empleado de otro, puesto que las responsabilidades y actividades son totalmente distintas, así que resulta difícil realizar una equivalencia, pero el concepto de Costo de Oportunidad esclarece esta situación. Se entiende como Costo de Oportunidad el valor de

4 En el caso de la asignación de un sueldo con el objetivo de recuperar el costo de oportunidad difiere de las teorías que aseguran que el sueldo asignado debe ir acorde a la productividad que muestra un individuo en la empresa (Aguilar, 2012) o en aquellos que consideran que al como el pago por un trabajo, pero a la vez una medida del valor de un individuo en una organización, o incluso un medio para posicionar jerárquicamente a un individuo en una organización (Corral, 2006) o un sueldo basado en el número de personas que dependen económicamente de la persona a cargo del trabajador (De Vuolo, 2009).

la mejor opción rechazada (Mankiw, 2012), por tanto, si un microempresario o un familiar apoyan el negocio, la mejor forma de compensarlo es asignarse un sueldo o salario y sería aquél que estaría obteniéndose en lugar de estar en el negocio, trabajara. No obstante, eso no implica que no deba hacerse. La forma de compensar el costo podría resultar subjetiva pero no hacerla implica calcular en forma incorrecta los costos.

Debido a lo anterior, los microempresarios deben basar sus decisiones en base a los beneficios económicos y no en base a los beneficios contables. Cuando el microempresario les asigna un valor monetario a sus costos de sueldo, interés y renta y lo registra como tal, entonces ya no existe diferencia entre el costo contable y económico y ese es el registro ideal para no incurrir en errores⁵.

21 DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO

Se trata de un estudio cuantitativo, de tipo exploratorio y descriptivo. Se aplicó una encuesta a una muestra representativa de las microempresas familiares⁶ del municipio de Querétaro, la cual se determinó utilizando la fórmula para poblaciones finitas, con un nivel de confianza del 95%. Para las respuestas, se utilizó la escala likert con cinco posibles respuestas: totalmente en desacuerdo, parcialmente en desacuerdo, indiferente, parcialmente de acuerdo y totalmente de acuerdo, dando un valor de 1 a 5, respectivamente, a las posibles respuestas. Para validar la encuesta se calculó el coeficiente alfa de Cronbach con cinco ítems y el resultado obtenido fue de un alfa de 0.71 lo que indica una buena consistencia interna para esta escala, con una varianza de 0.51. Se aplicaron un total de 426 encuestas a los dueños de microempresas familiares, formales e informales del Municipio. En este sentido, el 42% de los encuestados fueron informales y el resto formales. Las encuestas se llevaron a cabo en el periodo comprendido entre enero de 2020 a marzo de 2021.

5 Pongamos un sencillo ejemplo: supongamos que una persona renunció a su empleo donde ganaba \$ 10 000 mensuales para iniciar un negocio propio (Sueldo). Además, utiliza \$ 150 000 que recibió como liquidación para invertirlo en el nuevo negocio y que pudo depositar en el banco que le paga un 10% de interés anual (Interés). Además, tiene un espacio adecuado en su casa que utiliza para instalar el negocio y que, de no usarlo para el negocio, puede rentarlo en \$ 5000 mensuales (Renta). Ninguno de los costos de oportunidad antes mencionados son contabilizados (Solamente se calcula el costo contable) y al final de operaciones del primer año el contador le muestra que los ingresos fueron de \$ 4 000 000 y que los costos totales en que se incurrió fueron de \$ 3 800 000 por tanto obtuvo ganancias contables de \$ 200 000. El ahora microempresario pudiera estar satisfecho, pero al momento de reflexionar se da cuenta que, si hubiera seguido trabajando, si hubiera tenido el dinero en el banco y hubiera rentado el local hubiese tenido ingresos por \$195 000 (sus costos implícitos); por tanto, en realidad, su beneficio económico por abrir el negocio fue de tan sólo \$5 000, lo que pudiera cambiar su percepción acerca de qué tan rentable fue dejar su empleo.

6 A diferencia de la microempresa que es identificada con base en cifras, la empresa familiar es aquella que es propiedad y, a su vez, es dirigida en su mayor parte por personas que comparten lazos consanguíneos o maritales, que tienen entre sus propósitos la transferencia del conocimiento, del control de la propiedad y de las decisiones empresariales de una a otra generación (Belausteguigoitia, 2010; Poza, 2011; Puig, 2007; Rodríguez, 2005; Ronquillo, 2006). Adicionalmente, para este artículo se consideró negocios con menos de 6 integrantes incluyendo al dueño.

3 | COMENTARIOS FINALES

Resumen de resultados

La tabla 1 resume algunos de los resultados obtenidos en la encuesta. Se puede apreciar que un 94% de los encuestados no se asignan un sueldo regular en su negocio mientras que en los negocios formales es de un 86%. La tendencia es misma para el caso de asignar un sueldo a sus colaboradores que son familiares donde los porcentajes son 89% y 81% respectivamente. Para todos aquellos que contestaron que no se asignan un sueldo, se complementó la pregunta para saber algunas de las causas por las que no se asignan un sueldo o por qué no se lo asignan a algún familiar. En este caso no se hizo diferenciación entre formales e informales pero las diferencias no son significativas en las respuestas obtenidas. En el caso de los sueldos, el 38% respondió que no se auto-asignaba porque era el dueño, un 22% que no era necesario, un 17% que el dinero lo podía obtener en cualquier momento y un 23% dio otra respuesta como que no sabía que podía asignarse un sueldo o que nunca lo había considerado.

El caso de los familiares de la asignación de una retribución a los familiares que apoyan al negocio, un 24% de los microempresarios encuestados consideró que no era necesario pagar a sus familiares, un 56% considera que es obligación o responsabilidad de los familiares apoyar en el negocio, aunque no reciban paga por ello y un 20% dio otras razones como que el familiar es socio del negocio o que recibe apoyo en especie o de otra índole. Aunque el cuadro no lo muestra, en el caso del género, no hubo diferencia significativa en lo que respecta a la asignación de un sueldo, pero si fue significativo el porcentaje de microempresarias que sí asignan un sueldo a familiares o conocidos por apoyar en el negocio. En el caso referente a si son formales e informales, se mostró que un mayor número de microempresarios informales sí asignan un sueldo a familiares que los apoyan.

PREGUNTA	RESPUESTA NEGATIVA		CAUSAS DE NO ASIGNAR UN SUELDO				
	FORMAL	INFORMAL	PORQUE SOY EL DUEÑO	NO PIENSO QUE SEA NECESARIO	PUEDO TOMAR DINERO PARA CUALQUIER NECESIDAD EN CUALQUIER MOMENTO	ES SU OBLIGACIÓN APOYARME	OTRA
¿USTED SE ASIGNA UN SUELDO?	86%	94%	38%	22%	17%	n/a	23%

¿ASIGNA UN SUELDO A COLABORADORES QUE SON FAMILIARES?	81%	89%	n/a*	24%	n/a	56%	20%
---	-----	-----	------	-----	-----	-----	-----

Tabla 1. Porcentaje de microempresarios que no se asignan un sueldo y las razones esgrimidas para no hacerlo. * n/a No aplica.

La tabla 2 muestra algunas características del manejo financiero que llevan a cabo los microempresarios familiares que no se otorgan un sueldo y que, al mismo tiempo, no dan retribución a los familiares que colaboran con ellos. El 23% respondió que no lleva ningún tipo de registro contable, ya sea por algún medio convencional o electrónico. Un 31% de ellos no tiene idea certera de sus deudas o cuentas por cobrar, mientras que un 67% aseguró conocer el monto de sus pérdidas o ganancias mensuales. Casi un 70% de ellos ha considerado recurrir a algún asesor, ya sea contador, administrador, familiar, etc. que lo apoye a manejar las cuentas de su negocio. Por último, un 38% de ellos piensa que el negocio le provee la satisfacción económica que esperaba. Ante la intuición de que es necesario manejar de mejor forma las finanzas de la empresa, casi un 70% reportó que estaba considerando la opción de buscar apoyo por parte de un profesional que lo apoyara en llevar un registro adecuado de las operaciones relacionadas con la empresa.

Algunas características financieras de microempresarios	Lleva algún tipo de registro contable	Conoce las cuentas por pagar o por cobrar	Conoce las utilidades / pérdidas mensuales del negocio	Considera que el negocio le proveerá satisfacción que esperaba	Ha considerado buscar asesoría de algún experto que le ayude a manejar las cuentas de su negocio
No se asigna un sueldo y no asigna una remuneración a familiares	23%	31%	67%	38%	69%

Tabla 2. Algunos aspectos financieros de los microempresarios que no se asignan un sueldo ni a ellos ni a familiares.

4 | CONCLUSIONES

Los resultados obtenidos por las encuestas confirman el supuesto inicial con el que se inicia el estudio y es que un alto porcentaje de los microempresarios que tienen microempresas familiares en el Estado de Querétaro no se asignan un sueldo. Lo anterior confirma que el manejo de los recursos financieros por parte de las pequeñas empresas, en general, es ineficiente (Pedro 2016; Mariño 2009 y Parra 2017). Lo anterior se debe a

que cuando los microempresarios no se asignan un sueldo, necesariamente deben obtener el ingreso de alguna parte y lo hacen seguramente de las ventas que se van obteniendo, obteniendo nuevos préstamos o en artículos en especie del mismo negocio. De esta manera, se afecta tanto al cálculo de los costos como de los ingresos y al final, el conocer adecuadamente las utilidades, lo que provoca que los microempresarios no tengan una idea certera de cuál es la situación financiera del negocio. Lo mismo es aplicable para los familiares que participan en el negocio, pues al no recibir un sueldo por su apoyo en el negocio, no hay una idea certera de los costos que tendría para el empresario si en lugar de utilizar los servicios de familiares, tuviera que pagar un sueldo a terceros.

Una cuestión adicional para considerar es la cuestión fiscal que esto implica. En el presente estudio se consideraron una cantidad importante de microempresarios que pagan impuestos, por tanto, cuando ellos mismos no se asignan un sueldo y sus parientes tampoco, los costos son subvaluados y, por tanto, sus utilidades reflejadas son mayores lo que implica que su base gravable para el pago de impuestos es mayor ya que los costos asentados son menores de lo que son. Adicionalmente, los sueldos de los trabajadores, hasta cierto monto, se pueden deducir de los impuestos pagados⁷¹. En síntesis, además de no conocer la situación financiera de la empresa, fiscalmente las empresas formales acaban declarando una base gravable mayor a la que deberían tener.

5 | RECOMENDACIONES

El presente documento muestra que el conocimiento sobre los costos implícitos es un tema que debe considerarse en el estudio de los costos. En la literatura contable pura, es difícil encontrar una referencia extensa sobre los costos implícitos. Generalmente se mencionan los tipos de costos y la forma de asentarse, pero no se hace una referencia a que los sueldos, las rentas y los intereses deben considerarse dentro de los costos, salvo cuando se contratan trabajadores, se pagan rentas a terceros o se pide un préstamo a una institución financiera. En una encuesta informal realizada en meses anteriores con un grupo de profesores que imparten la materia en distintas universidades públicas y privadas, expresaban que cualquier empresario con sentido común debería considerar como costos a los anteriores y, por ello, no le daban importancia en los cursos básicos de contabilidad. El conocimiento de los costos económicos se concreta a explicarse en los libros para economistas, lo que resulta incomprensible puesto que, al considerar solamente los costos contables, los microempresarios carecen de una herramienta mucho más completa para calcular debidamente sus costos.

⁷¹ De acuerdo con la nueva LISR, para que las personas morales puedan deducir la nómina de sus trabajadores, deberán realizarla por los medios que la propia ley señala y expedir los comprobantes fiscales que correspondan. Lo anterior, en virtud de que el artículo 27, fracción III, de la LISR, ya no comprende la excepción prevista en la Ley anterior, es decir, que este requisito no aplicaba al pago de salarios, por lo que, de acuerdo con lo que prevé el citado precepto legal, para que sea deducibles aquellos pagos por concepto de salarios cuyo monto sea mayor a \$2,000.00, deberán realizarse a través de los medios que establece dicho precepto legal (PRODECON, 2014).

Sería deseable profundizar en las razones por las que no se considera en los planes y programas de estudio, la enseñanza de los costos implícitos y la forma en que deben contabilizarse como explícitos. Otro aspecto importante para profundizar es la forma en que los empresarios deciden cuánto dinero deben asignarse como dueño de los negocios, de qué forma se lo asignan, si en especie o de qué forma y cuáles son las formas en que compensan a sus familiares por el apoyo que reciben en el negocio. Adicionalmente, sería deseable conocer si existen diferencias significativas entre empresas, dependiendo su tamaño, del giro y entre aquellas que tienen una contabilidad formal. La cuestión de género sería una cuestión aparte, puesto que un importante porcentaje de los empresarios entrevistados son hombres y sus apoyos son sus esposas o parejas y está confirmado las diferencias salariales que existen en género, pero en el caso estudiado no se trata de recibir un salario bajo sino de no recibir paga alguna.

REFERENCIAS

- Aguiar Medina, Miguel Alfredo; Pérez Domínguez, Franklin Jair; Madriz, Delia (2012) **Incentivos laborales como aporte a la productividad y a la calidad de servicio en las empresas del rubro farmacias Ingeniería Industrial. Actualidad y Nuevas Tendencias**, vol. III, núm. 9, julio-diciembre, pp. 33-48 Universidad de Carabobo Carabobo, Venezuela.
- Álvarez, Stephanie y Rettberg Angelika (2008) “**Cuantificando los efectos económicos del conflicto: una exploración de los costos y los estudios sobre los costos del conflicto armado colombiano**”. Colombia Internacional, no 67: 14-37. <https://doi.org/10.7440/colombiaint67.2008.01>
- Arredondo, Armando (1997). **Costos económicos en la producción de servicios de salud: del costo de los insumos al costo de manejo de caso**. Centro de Investigación en Sistemas de Salud, Instituto Nacional de Salud Pública. México.
- Arriagada Rojas, S. (2019). **Análisis laboral y tributario de las remuneraciones de los dueños de las empresas**. *Revista de Estudios Tributarios*, (22), pp. 31-51.
- Belausteguigoitia, R. (2010). **Empresas familiares. Su dinámica, equilibrio y consolidación** (2a. edición). México: Mc Graw Hill.
- Bernanke, Ben (2004) **Principios de Economía**. Mc Graw2 Hill, México.
- Bonilla, A. L. (2017). **Análisis de la importancia del concepto de “salario emocional” al interior de las PYMES**. Recuperado de: <http://hdl.handle.net/10554/36343>.
- Corral, Fernando (2004) Recursos Humanos: **Compensación. Apuntes de un MBA**, Repositorio de la Universidad de Panamá.
- Lo Vuolo, Rubèn (2009) **Asignación por hijo**. Centro Interdisciplinario para el estudio de las Políticas Públicas, Serie de análisis por coyuntura N.21. Argentina.
- Londoño J. y Guerrero R. (1999). **Violencia en América Latina Epidemiología y Costos**. Red de Centros de Investigación de la Oficina del Economista Jefe Banco Interamericano de Desarrollo (BID) Documento de Trabajo R-375 agosto.
- Mankiw, N.(2006) **Principios de Economía**. Cengage, México. p.6

Mariño Becerra Gladys y Medina Sandoval Inelia (2009). **La Administración financiera una utopía en las microempresas**. Criterio Libre, ISSN 1900-0642, págs. 123-144. Colombia.

Parra, Jeniree; La Madriz, Jenniz (2017). **Presupuesto como instrumento de control financiero en pequeñas empresas de estructura familiar**. Negotium, vol. 13, núm. 38, noviembre, pp. 33-48 Fundación Miguel Unamuno y Jugo Maracaibo, Venezuela.

Poza, E. (2011). **Empresas familiares (3a. edición)**. México: CENGAGE Learning.

PRODECON. **Previsión Social y Deducibilidad de la Nómina**. DOCUMENTO TÉCNICO – INVESTIGACIÓN SUBPROCURADURÍA DE ANÁLISIS SISTÉMICO Y ESTUDIOS NORMATIVOS. **Procuraduría Federal de la Defensa del Contribuyente**. México, marzo 2014.

Puig, I. (2007). **Retratos de familia**. España: Empresa Activa.

Roca Friedheim, F. A. (1977). **Importancia de la administración de personal en la empresa**. Revista Aula, (20-21), 181-190.

Rodríguez Pedro (2016) **Manejo Financiero de las PYMES**. Revista Publicando, ISSN-e 1390-9304 (Ejemplar dedicado a: Julio- septiembre), págs. 588-596) Central University of Ecuador.

Rodríguez, J., & González, L. (2012). **Narratopedia y sus alcances interdisciplinarios: prácticas narrativas en la red**. *Nómadas*, (36), 179-193.

Ronquillo, J. (2006). **Administración básica de la empresa familiar**. México: Panorama editorial.

Slavin, Stephen (2014) **Microeconomics**, Mc Graw Hill, New York.

Vera Colina, Mary A. (2006). **Gerencia Basada en Valor: La Inclusión del Costo Financiero como un Costo de Oportunidad Actualidad Contable** *FACES* Año 9 N.º 13, Julio-diciembre. Mérida. Venezuela. (154-165).

SOBRE O ORGANIZADOR

ELÓI MARTINS SENHORAS - Professor associado e pesquisador do Departamento de Relações Internacionais (DRI), do Programa de Especialização em Segurança Pública e Cidadania (MJ/UFRR), do Programa de MBA em Gestão de Cooperativas (OCB-RR/UFRR), do Programa de Mestrado em Geografia (PPG-GEO), do Programa de Mestrado em Sociedade e Fronteiras (PPG-SOF), do Programa de Mestrado em Desenvolvimento Regional da Amazônia (PPG-DRA) e do Programa de Mestrado em Propriedade Intelectual e Transferência de Tecnologia para a Inovação (PROFNIT) da Universidade Federal de Roraima (UFRR). Graduado em Economia. Graduado em Política. Especialista pós-graduado em Administração - Gestão e Estratégia de Empresas. Especialista pós-graduado em Gestão Pública. Mestre em Relações Internacionais. Mestre em Geografia - Geoeconomia e Geopolítica. Doutor em Ciências. *Post-Doc* em Ciências Jurídicas. *Visiting scholar* na Escola Nacional de Administração Pública (ENAP), no Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), na University of Texas at Austin, na Universidad de Buenos Aires, na Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México e na National Defense University. *Visiting researcher* na Escola de Administração Fazendária (ESAF), na Universidad de Belgrano (UB), na University of British Columbia e na University of California, Los Angeles. Professor do quadro de Elaboradores e Revisores do Banco Nacional de Itens (BNI) do Exame Nacional de Desempenho (ENADE) e avaliador do Sistema Nacional de Avaliação da Educação Superior (BASIS) do Instituto Nacional de Estudos e Pesquisas Educacionais Anísio Teixeira (INEP/MEC). Professor orientador do Programa Agentes Locais de Inovação (ALI) do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE/RR) e pesquisador do Centro de Estudos em Geopolítica e Relações Internacionais (CENEGRI). Organizador das coleções de livros Relações Internacionais e Comunicação & Políticas Públicas pela Editora da Universidade Federal de Roraima (UFRR), bem como colunista do Jornal Roraima em Foco. Membro do conselho editorial da Atena Editora.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Administração 1, 2, 1, 2, 3, 4, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 31, 32, 33, 35, 42, 43, 99, 100, 101, 102, 104, 105, 109, 112, 113, 150, 151, 170, 171, 195, 208, 211, 216, 217, 218, 220, 225, 233, 234, 257

Administração pública 1, 2, 3, 4, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 32, 33, 35, 42, 100, 101, 102, 104, 105, 109, 112, 113, 234, 257

Agência de inovação 22, 23

Alemão 6, 174

Alocação 35, 37, 38, 39, 41

Auditoria 6, 208, 209, 210, 211, 212, 213, 214, 215, 216, 217, 218, 219, 220, 221

Austríaco 6, 174

B

Brasil 6, 4, 9, 16, 17, 19, 20, 24, 29, 30, 31, 33, 35, 38, 40, 42, 87, 88, 89, 90, 97, 100, 101, 102, 104, 105, 108, 109, 110, 112, 136, 139, 140, 144, 152, 153, 171, 195, 196, 197, 198, 201, 207, 208, 209, 210, 211, 215, 218, 219, 221, 222, 223, 224, 227, 228, 231, 232, 233, 234

C

Competências 3, 32, 33, 34, 35, 36, 37, 39, 40, 41, 42, 43, 105

Compra comprometida 6, 174, 175, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 184, 185, 187, 188, 189, 193

Comunicação 92, 101, 105, 135, 136, 141, 144, 150, 155, 157, 158, 159, 163, 164, 170, 195, 257

Conhecimento 2, 4, 5, 8, 10, 19, 20, 21, 22, 34, 39, 42, 86, 89, 96, 102, 103, 113, 152, 156, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 230, 231, 232, 233, 234

Consumidor 5, 6, 154, 155, 156, 157, 159, 160, 161, 164, 165, 166, 168, 169, 170, 171, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 195, 197, 198, 199, 200, 201, 207

Contabilidade 6, 9, 10, 208, 209, 210, 211, 215, 219, 221, 222, 224, 225, 227, 228, 230, 231, 232, 233, 234

Coronavírus 99, 100, 109, 110, 111, 135, 136, 141

Covid-19 5, 46, 49, 99, 100, 101, 106, 109, 111, 114, 115, 116, 123, 124, 125, 126, 129, 131, 135, 136, 141, 152, 153, 154, 155, 156, 162, 167, 169

D

Desempenho 2, 5, 33, 35, 36, 37, 40, 41, 42, 43, 215, 219, 257

Discurso 86, 88, 90, 91, 94, 96, 97, 98, 204, 233

E

Empreendedorismo 1, 2, 5, 20, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 144, 146, 147, 150, 152, 153, 170

Empresa 3, 7, 18, 20, 21, 22, 23, 26, 30, 31, 43, 46, 47, 48, 58, 59, 60, 61, 62, 72, 74, 128, 137, 147, 149, 150, 152, 158, 159, 160, 171, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 185, 186, 187, 189, 192, 193, 197, 198, 201, 202, 205, 206, 207, 220, 237, 238, 241, 242, 243, 244, 246, 248, 249, 250, 251, 253, 254, 256

Espanhol 6, 174

F

Ferramentas 17, 91, 140, 144, 154, 155, 156, 157, 158, 160, 164, 166, 167, 168, 169, 170, 171, 173, 200, 204, 210

G

Gestão 1, 2, 3, 5, 7, 10, 12, 17, 20, 22, 31, 32, 33, 35, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 88, 90, 92, 99, 101, 104, 105, 106, 107, 111, 112, 113, 125, 137, 146, 147, 171, 174, 200, 232, 233, 234, 248, 257

H

Hélice tríplice 18, 22, 23

I

Informação contábil histórica 6, 208, 209, 210

Instagram 155, 158, 160, 161, 164, 166, 169, 172, 173, 189

Interesses cognitivos 6, 222, 223, 224, 228, 232

K

Ki Wo Tsukau 3, 44, 45, 47, 48

M

Marketing 1, 2, 4, 5, 6, 71, 72, 73, 74, 81, 83, 84, 85, 86, 125, 126, 129, 131, 132, 154, 155, 156, 157, 158, 160, 164, 166, 169, 170, 171, 174, 175, 176, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 194, 195, 200, 206

MEI 135, 138, 139, 142, 145, 152, 153

Microempreendedor individual 5, 138, 145, 152

Mídias sociais 94, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 166, 167, 169, 170, 172, 173

Mulheres 5, 142, 146, 147, 148, 149, 150, 151

N

Negócio 125, 140, 144, 146, 148, 150, 152, 210, 248

Netflix 196, 197, 198, 200, 201, 205, 206, 207

Normas 47, 58, 60, 105, 113, 187, 200, 208, 209, 210, 213, 215, 216, 219, 221, 226, 237

Now 202, 206

P

Pandemia 5, 46, 50, 99, 100, 101, 106, 109, 110, 111, 114, 117, 125, 127, 129, 130, 132, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 144, 153, 155, 156, 159, 160, 161, 162, 168, 169, 170, 173

Paraná 1, 13, 16, 89, 113, 146

Pós-graduação 2, 6, 9, 15, 16, 17, 32, 89, 103, 162, 163, 170, 222, 223, 224, 225, 227, 228, 231, 232, 234

Preconceito 87, 146, 147

Produção científica 3, 1, 2, 3, 8, 9, 10, 11, 15, 17, 22, 24, 113, 223, 224, 225, 228, 231, 232, 234

Propaganda 92, 93, 94, 95, 157, 169, 199, 201

R

Recrutamento 35, 36, 37, 38, 41

Redes sociais 3, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 8, 9, 10, 11, 15, 16, 17, 136, 141, 154, 155, 157, 158, 159, 160, 165, 167, 168, 171

Remuneração 36, 37, 40, 41, 42

S

Salário 7, 40, 41, 152, 248

SEI 5, 99, 100, 101, 102, 104, 105, 106, 107, 108, 109, 110, 111, 112, 113, 114

Seleção 35, 36, 37, 38, 39, 41, 43, 92, 110, 227

Sistema eletrônico de informações 102, 104

Spin-Off 20, 23

T

Tomada de decisão 36, 170, 197, 198, 199, 200, 201

Transferência tecnológica 3, 18, 20, 21, 22, 23, 26, 27, 28, 29, 30, 31

Treinamento 36, 39, 40, 41

U

Universidade 3, 1, 18, 20, 21, 22, 23, 26, 30, 31, 97, 99, 100, 102, 103, 104, 105, 106, 111,

112, 113, 114, 146, 170, 171, 195, 222, 225, 233, 234, 257

V

VOD 195, 196, 197, 198, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207


W


WhatsApp 81, 83, 84, 158, 160, 161, 164, 166, 169, 182





ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

@atenaeditora 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 



ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing



www.atenaeditora.com.br 

contato@atenaeditora.com.br 

@atenaeditora 

www.facebook.com/atenaeditora.com.br 

