



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^o 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^o 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^o 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^o Dr^a Keyla Christina Almeida Portela – Instituto Federal do Paraná
Prof^o Dr^a Lina Maria Gonçalves – Universidade Federal do Tocantins
Prof^o 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^o Dr^a Natiéli Piovesan – Instituto Federal do Rio Grande do Norte
Prof^o Dr^a Marianne Sousa Barbosa – Universidade Federal de Campina Grande
Prof. Dr. Marcelo Pereira da Silva – Pontifícia Universidade Católica de Campinas
Prof^o 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^o Dr^a Paola Andressa Scortegagna – Universidade Estadual de Ponta Grossa
Prof^o 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^o Dr^a Vanessa Bordin Viera – Universidade Federal de Campina Grande
Prof^o 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 ÊNFASE 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

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

Data de aceite: 01/01/2022

Data de submissão: 08/11/2021

Pedro Paulo Cardoso de Souza

UNESP, Faculdade de Ciências e Letras,
Câmpus de Araraquara
Araraquara - São Paulo
<http://lattes.cnpq.br/1471908860433079>

Ana Cláudia Fernandes Terence

UNESP, Faculdade de Ciências e Letras,
Departamento de Administração Pública,
Araraquara - São Paulo
<http://lattes.cnpq.br/5841773093984772>
<https://orcid.org/0000-0001-5657-1177>

RESUMO: Este artigo tem como objetivo identificar fatores propulsores da transferência tecnológica e da relação universidade-empresa; discutir a realidade brasileira após a implementação da Lei de Inovação e analisar o caso da Agência Unesp de Inovação (AUIN) nesse cenário. Para isso, foi realizado um estudo bibliométrico, a fim de compreender os estudos científicos sobre o tema; e um estudo de caso aplicado à AUIN. O estudo bibliométrico foi realizado com auxílio do *software Bibliometrix*, foi criada uma sentença (*string*) com as principais palavras-chave relacionadas com a pesquisa e os dados foram levantados em duas bases de dados internacionais. O estudo apontou claro aumento no interesse pelo tema nos últimos anos, assim como a participação brasileira na publicação de artigos. A segunda etapa do estudo foi o levantamento de dados dos

NITs brasileiros, coletados através do Formict, divulgado anualmente pelo Ministério de Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC); e comparar os resultados nacionais com os resultados divulgados pela AUIN. A evolução dos NITs brasileiros e da AUIN, em certa medida, acompanha a evolução do interesse pelo tema pela academia. A AUIN está em posição de destaque dentro do cenário brasileiro dos escritórios de transferência tecnológica (ETT). Além do esforço realizado pela AUIN, podemos relacionar esse resultado positivo com o ambiente propício à inovação em que está inserida, com forte desenvolvimento local, presença de empresas interessadas em P&D (mesmo que externas), incentivo do governo local com políticas públicas aditivas à política federal e cultura inovativa. Os resultados internos da AUIN demonstram que esses fatores são imprescindíveis para a implementação bem sucedida da relação universidade-empresa, uma vez que os câmpus em locais menos desenvolvidos economicamente tiveram resultados piores, e o oposto também foi perceptível.

PALAVRAS-CHAVE: Agência de Inovação; Transferência Tecnológica; Inovação; Hélice Tríplice; Universidade-Empresa.

THE TECHNOLOGY TRANSFER PROCESS AND THE UNIVERSITY- INDUSTRY RELATIONSHIP: A BIBLIOMETRIC STUDY

ABSTRACT: The main objective of this article is to identify the factors and drivers of the technological transfer and the relationship company-university; identify the Brazilian reality

after the implementation of the Innovation Law (Lei de Inovação) and insert the Agência Unesp de Inovação (AUIN) in this scenario. To accomplish that, the academic scenario has been analyzed through a bibliometric study, which made possible a better understanding of the factors and agents necessary to create a successful relationship between company and university. The bibliometric study was made with the help off the software Bibliometrix, a sentence (sting) was created with the most important keywords related to the research and the data were raised from two international data bases. The study showed clear rise in interest for the topic in recent years, alongside the brazilian participation in article publication.

The second step of the study was raising data from brazilian NITs, collected through Formict, published yearly by the Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações (MCTIC); and comparing the national results with the ones disclosed by the AUIN. The evolution of the brazilian NITs and AUIN, in a certain rate, goes along the evolution of interest in the topic by the academy.

The AUIN is in prominent position in the brazilian writings of technological transfers scene (ETT). Along with the efforts made by the AUIN, it is possible to relate the positive results with the propitious environment to innovation in which it is inserted, with strong local development, presence of interested companies in P&D (even external), local government incentives with public policies alongside federal policies and an innovative culture. The internal results of the AUIN show that these factors are essential to create a successful relationship between the company and the university, since the campus located in less economically developed areas had inferior results, and the opposite also was noticeable.

KEYWORDS: Innovation; Technological Innovation Offices; Technology Transfer; Triple Helix; University-Company.

1 | INTRODUÇÃO

O processo de inovação encontra-se intrinsecamente ligado ao conhecimento, seja este no contexto empresarial ou acadêmico. E, um dos aspectos essenciais para a competitividade e desenvolvimento científico, tecnológico e também econômico é a capacidade de geração de inovações pelos países. O papel da pesquisa acadêmica no processo inovativo é um processo dinâmico, sendo mais ou menos intenso em determinadas etapas, além de distinto e específico nos setores da economia (CALIARI, RAPINI, 2017; HAASE; ARAÚJO; DIAS, 2005; LOBOSCO; MORAES, MACCARI, 2010).

As inovações políticas e institucionais almejadas no Brasil, ainda que com alguns resultados expressivos, têm sido menos bem-sucedidos do que seria desejável (ALVES; PIMENTA-BUENO, 2013). Estudos empíricos em diversos países sustentam a visão de que empresas de diversos segmentos industriais precisam manter contatos ou envolvimento contínuos com pesquisas universitárias para garantir inovações bem sucedidas (LOBOSCO; MORAES, MACCARI, 2010).

O crescimento econômico de um país está diretamente ligado ao desenvolvimento de novas tecnologias (SCHUMPETER, 1982). Nos países em desenvolvimento é comum que as empresas de pequeno e médio porte não tenham atividades internas de pesquisa e

desenvolvimento (P&D) estruturadas. Tal fato gera a necessidade de recorrerem a fontes externas, dentre as quais estão as universidades. (BENEDETTI; TORKOMIAN, 2011).

No Brasil, as universidades desempenham papel importante nas pesquisas e inovações científicas. Uma maneira de fomentar esse desenvolvimento é a união de esforços entre setores públicos e empresas privadas, com isso, as universidades receberam a missão de levar os conhecimentos adquiridos nas pesquisas às empresas. Para Haase, Araújo e Dias (2005), além do ensino, a função da universidade estende-se também à produção e divulgação de resultados de pesquisa básica e aplicada. Por isso, as universidades são consideradas tradicionalmente como fonte principal de inovações e mudança tecnológica (LOBOSCO; MORAES, MACCARI, 2010). Segundo Sbragia et al (2006), o processo de interação entre empresas, universidades e institutos de pesquisa se intensificou devido à revolução tecnológica e à crescente necessidade de inovação. Os aspectos tradicionais que envolviam o relacionamento entre empresa-universidade, que antes consistia basicamente do aproveitamento de recursos humanos qualificados, se modificou e passou a ser de agregar novos conhecimentos e tecnologias ao setor produtivo.

Os principais agentes que compõem um sistema nacional de geração e apropriação do conhecimento são empresas, universidades e o governo. É importante analisar como estes agentes podem trabalhar em conjunto para propiciar a geração de conhecimento. A interação universidade-empresa se torna fator crucial para a geração, absorção e difusão da informação, conhecimento e tecnologia por estes agentes (LOBOSCO; MORAES, MACCARI, 2010).

A criação da Lei de Inovação foi um esforço do governo brasileiro em gerar um cenário que fomente um ambiente modernizador. A Lei de Inovação, nº 10.973, determina que qualquer Instituição Científica e Tecnológica (ICT) pública deve dispor de Núcleo de Inovação Tecnológica (NIT), próprio ou em associação com outras ICTs. (BRASIL, 2004). Mecanismos institucionalizados de interação universidade-empresa para transferência tecnológica passaram a ser delineados e implantados nos últimos anos, resultando muitas vezes em arranjos físicos dentro da própria universidade. O NIT da UNESP é representado pela Agência Unesp de Inovação (AUIN) e é objeto de estudo desta pesquisa.

Os Escritórios de Transferência Tecnológica (ETTs) geralmente orientam-se por três principais atividades: a proteção da propriedade intelectual, a transferência de tecnologia (licenciamento) e o suporte às atividades de *spin-off* e incubação de empresas (BRESCIA; COLOMBO; LANDONI, 2016; FREGA; ROSA, 2017). A AUIN realiza estudos de viabilidade das criações da UNESP, atua na proteção do patrimônio intelectual e nos trâmites necessários para gestão dos mesmos. Cuida ainda de todos os processos relacionados à transferência tecnológica para os setores empresariais, por meio de licenciamentos e também de incentivo ao empreendedorismo e criação de empresas nascentes (por *spin-off*) (AUIN, 2014).

A relação universidade-empresa se baseia em uma cooperação entre instituições

com objetivos semelhantes. A transferência de tecnologia pode se dar por diversos meios como pesquisas conjuntas, prestação de serviços, consultorias, criação de novas empresas - *spin-offs* e o licenciamento de patentes. Em processo ainda incipiente, as patentes têm se mostrado como um instrumento eficaz para o processo de transferência de tecnologia, pelo qual a universidade detém direitos de propriedade de seus inventos e, ao mesmo tempo, licencia e transfere tecnologias para o setor produtivo (GARNICA; TORKOMIAN, 2005).

Este processo de interação não é algo que acontece de forma simples, dificuldades diversas permeiam esta relação, tais como, preconceitos e diferenças de valores, objetivos e cultura organizacional. Os vários tipos de conflitos são inerentes aos objetivos dessas instituições, as universidades são entidades sem fins lucrativos, cuja missão é integrar o ensino, a pesquisa e a extensão, formar recursos humanos e realizar pesquisas de caráter prioritariamente exploratórias, com total liberdade para escolha dos temas, que complementam o ensino e aumentam o nível geral de conhecimentos. Do outro lado, empresas buscam gerar lucros para que possam cumprir sua função social de criar empregos e contribuir para o desenvolvimento do país, propiciando aos acionistas retornos sobre seus investimentos. Equalizar esta relação é pressuposto básico para que aconteça uma sinergia entre estes atores e seus anseios, propiciando a ambos atingirem seus objetivos básicos.

A aproximação entre as universidades e o setor produtivo é cada vez mais aceita no mundo acadêmico, rompendo aos poucos as barreiras que existem entre ele, políticas governamentais têm incentivado estes vínculos. A cooperação passou a ter um caráter formal, planejado, com relações regidas por contratos que incluem regulação de eventuais direitos de propriedade intelectual sobre resultados de projetos cooperativos de pesquisa.

O processo de viabilidade de inovação comumente segue uma estrutura básica: o pesquisador comunica a invenção, busca patente no Instituto Nacional da Propriedade Industrial (INPI), e divulga em busca de parceria com professores e/ou empresas. O papel da AUIN é auxiliar o pesquisador no processo de pesquisa, garantir os direitos da UNESP e dos pesquisadores sobre os retornos da pesquisa e buscar a melhor forma de transferir o conhecimento da universidade a terceiros.

A relação entre essa estrutura e as obrigações da AUIN podem gerar questionamentos sobre sua efetividade, bem como se os objetivos da agência condizem com sua aplicação. Diante do contexto, visualiza-se a relevância da análise da atuação da AUIN no processo de transferência tecnológica. Assim sendo, o problema da pesquisa resume-se na seguinte questão: como se caracteriza o processo de transferência tecnológica na relação universidade empresa por meio da atuação da AUIN?

2 | OBJETIVOS

Este estudo tem como objetivo identificar os intervenientes do processo de

transferência tecnológica na relação universidade-empresa e o papel da agência de inovação neste processo. Esse estudo busca mapear e sistematizar as variáveis existentes neste processo em diversos campus da UNESP. Os objetivos específicos são: identificar e analisar a produção científica sobre a gestão da inovação e transferência tecnológica a partir dos anos 2000; caracterizar os tipos de relações firmadas pelos agentes que são objeto dessa pesquisa; apresentar os aspectos condicionantes nessa relação; e identificar os procedimentos utilizados, os resultados, os benefícios, as dificuldades e os desafios.

3 | MÉTODOS

A pesquisa caracteriza-se como descritiva, de cunho qualitativo, caracterizada como um estudo de caso. Há pouco conhecimento acumulado e sistematizado sobre os intervenientes no processo de transferência tecnológica por meio de agentes, como a AUIIN, por exemplo. De forma geral, encontram-se, na literatura, estudos variados sobre relatos de experiências (VEDOVELLO; FIGUEIREDO, 2005).

A unidade de análise é a agência de inovação da UNESP, bem como as relações estabelecidas na ligação universidade-empresa intermediadas pela agência. A escolha da AUIIN deve-se ao fato da UNESP ser uma das principais universidades brasileiras, tanto em termos quantitativos, quanto qualitativos, tornando-a fundamental para o desenvolvimento de um ambiente inovador. A escolha da UNESP como objeto de estudo se deve, também, à sua importância como universidade, como fomentadora de pesquisas e inovações, e por sua presença descentralizada no estado de São Paulo.

A pesquisa foi dividida em duas etapas: (1) levantamento e análise bibliométrica, e (2) estudo de caso da Agência Unesp de Inovação, a AUIIN.

4 | ESTUDO BIBLIOMÉTRICO

O estudo foi dividido em três etapas, sendo: (1) definição das palavras-chave; (2) coleta de dados; e (3) análise bibliométrica.

4.1 Definição de palavras-chave

Para a realização desta análise, foi necessário estabelecer palavras-chave que possuam forte relação com o tema da pesquisa, assim como com o objetivo de atuação da AUIIN. As palavras-chave em português são: inovação; ciência; desenvolvimento; pesquisa; empresa filha¹; universidade-empresa; transferência tecnológica; hélice tríplice; e agência de inovação.

As palavras chave foram separadas em duas categorias: o primeiro grupo são as palavras com sentido generalizado, e o segundo grupo são palavras que fazem referência mais específica à pesquisa. As palavras também foram traduzidas para o inglês, respeitando

o uso de termos próprios. Dessa forma temos:

Grupo	Palavra-chave	Palavra-chave em inglês
Geral	Inovação	Innovation
	Ciência	Science
	Desenvolvimento	Development
	Pesquisa	Research
Específica	Empresa filha	Spin-off
	Universidade-empresa	University-Company
	Transferência tecnológica	Technology transfer
	Hélice Tríplice	Triple Helix
	Agência de inovação	Technological innovation offices e technology transfer offices

Quadro 1: palavras-chave.

Para fazer a busca nas bases de dados, as palavras-chave foram combinadas criando uma sentença (string) utilizando *AND* ou *OR*. Entre as palavras de mesmo grupo, foi utilizado o termo de alternativa, já entre os grupos foi utilizado o termo adicional para uni-los. A sentença final foi:

“Innovation” OR “science” OR “development” OR “research” AND “spin-off” OR “spin-offs” OR “university-Company” OR “technology transfer” OR “triple helix” OR “technological innovation offices” OR “Technology transfer Offices”.

4.2 Coleta de dados

Foi utilizado duas bases de dados para a coleta de dados, sendo elas a *Scopus* e a *Web Of Science*. A escolha das bases de dados se justifica pela importância e tamanho das mesmas, por serem bases internacionais e por serem bases multidisciplinares; características necessárias para a viabilidade da análise. A coleta de dados ocorreu em setembro de 2020.

A busca seguiu alguns condicionantes para filtrar os resultados para apenas os desejáveis. O primeiro filtro foi de combinar as palavras-chave apenas com o título; assim como pesquisar apenas por artigos; e pela data: produzidos entre 2000 e 2020. A pesquisa não limitou área de estudo ou país de origem.

A coleta de dados foi realizada nas duas bases de dados, os resultados foram unidos, e houve a exclusão dos resultados duplicados. A busca final resultou em 672 artigos.

4.3 Análise bibliométrica

Os dados coletados foram salvos em formato *.bib* e lidos com auxílio do *software* Bibliometrix. O *software* permite a quantificação e a leitura de padrões a partir dos dados coletados.

Dentre os 672 artigos buscados, há 383 fontes de publicação diferentes, com média de 25.05 citações por documento. A produção de artigos no tema cresceu em média 9% ao ano.

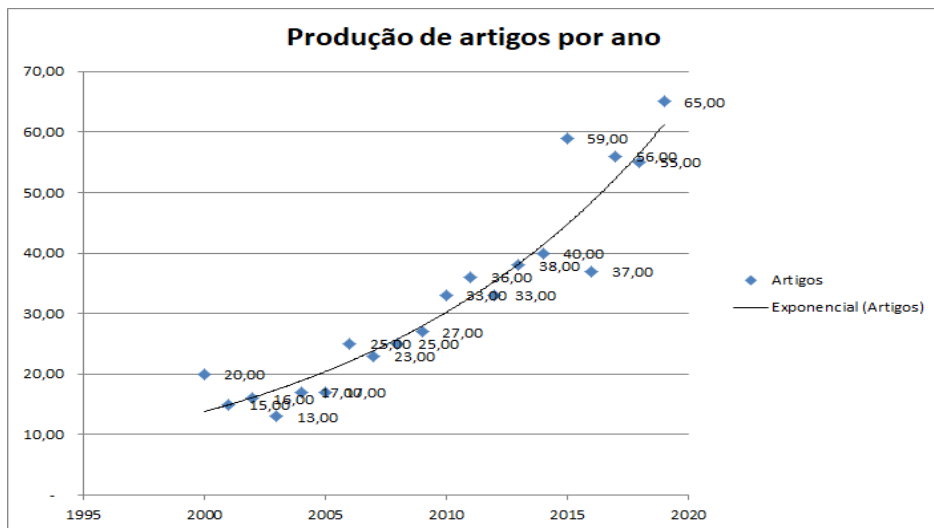


Gráfico 1: produção de artigos por ano e crescimento exponencial.

É possível observar um crescimento exponencial na produção científica, indicando o aumento no interesse acadêmico pelo assunto. Em produção por países, os Estados Unidos e o Brasil lideram com grande vantagem para os próximos países da lista.

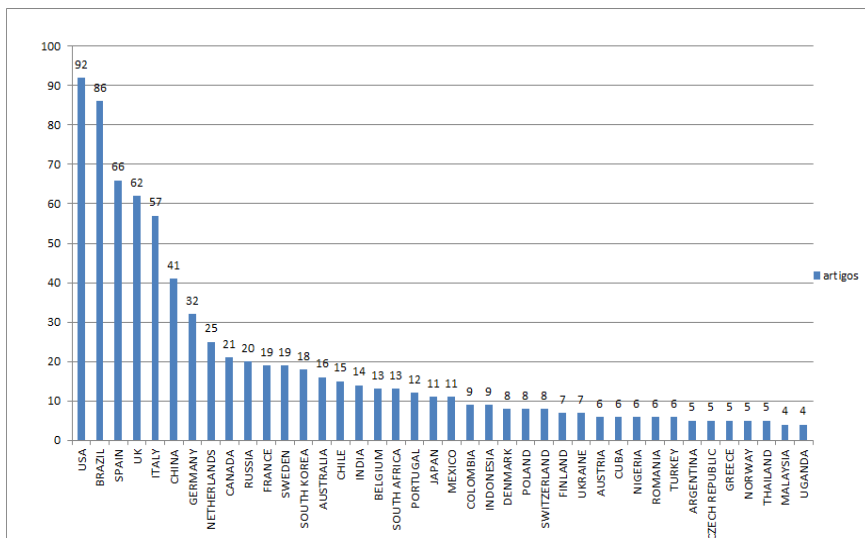


Gráfico 2: Produção de artigos por país.

Os principais autores em número de citações são:

Autores	Citações	Autores	Citações
ETZKOWITZ	483	CARAYANNIS	92
LEYDESDORFF	305	MOWERY	92
SHANE	121	MUSTAR	91
COHEN	119	BOZEMAN	89
SIEGEL	115	FREEMAN	88
NELSON	112	LUNDVALL	84
AUDRETSCH	107	CHESBROUGH	82
LEE	104	PORTER	78
WRIGHT	98	KIM	77
CLARYSSE	93	ROGERS	76

Quadro 2: Autores mais citados.

As principais referências, de acordo com o número de citações, são Etzkowitz e Leydesdorff; o artigo mais citado possui 2987 citações e é de co-autoria dos dois autores mais citados: “The dynamics of innovation: from National Systems and “Mode 2” to a Triple Helix of university–industry–government relations”.

5 I A AGÊNCIA UNESP DE INOVAÇÃO

Como principal forma de analisar a realidade da AUIN, comparamos os dados divulgados pela instituição com os dados gerais divulgados pelo Ministério da Ciência, Tecnologia, Inovações e Comunicações. Todos os NITs são obrigados a divulgar seus dados anualmente através do Formict, um formulário das instituições tecnológicas que recolhe todas as informações.

Vale ressaltar as características do cenário brasileiro de núcleos tecnológicos e inovação (NITs), para isso utilizamos os dados do último relatório Formict disponibilizado pelo Ministério De Ciências, Tecnologias, Inovações E Comunicações (MCTIC, 2020), que tem como ano base 2018. “Das 305 instituições que preencheram o Formict, 209 apresentaram-se como instituições públicas e 96 como instituições privadas. No que diz respeito à natureza das instituições, verificou-se que 67,5% correspondem ao nível federal. Já as instituições em nível estadual correspondem a 29,7%, enquanto as instituições em nível municipal apenas 2,9%. Sendo assim, o total de instituições públicas foi de 68,5% e o de instituições privadas, 31,5%.” (MCTIC, 2020).

A região sudeste representa a principal região em quantidade de instituições, sendo 86 públicas e 35 privadas, somando 121 instituições, que equivale a 39,7% do total. Em estágio de implementação dos NIT das ICT públicas e privadas, 72,1% estão implementados, 16,4% em implementação e 11,5% de não implementação.

Durante os últimos anos, é possível notar um aumento considerável nos números de interação universidade-empresa, indicando a prosperidade no sistema de inovação brasileiro. “Alguns dos pontos mais destacados nesse ano-base de 2018 foram o montante dos contratos de tecnologia, com um acréscimo de R\$ 717,6 milhões, e o número de pedidos de proteção concedidos, com o aumento de 480 pedidos deste tipo em relação ao ano-base de 2017.” (MCTIC, 2020)

5.1 Atuação e resultados da AUIN

A AUIN também disponibiliza seus resultados, dessa forma podemos compará-la e classificá-la no cenário brasileiro das agências responsáveis pela transferência tecnológica entre universidade e sociedade. A Agência Inovação da Unesp atua na região mais desenvolvida economicamente do país, assim como a região mais avançada na atuação de transferência tecnológica, também por contar com importantes universidades, além da própria Unesp.

No ano de 2018, foram comunicados 3.323 invenções, a AUIN foi responsável por 92 desses comunicados, ou 2,77% do total. Considerando os 3323 pedidos, e que há 305 instituições, a média simples seria de 10,9 comunicados por instituição; dessa forma, a AUIN está comunicando 8,4 vezes acima da média. Os pedidos de patente da AUIN representaram 3,1% do total no ano de 2018, sendo 49 pedidos de 1575 totais.

Ainda vale destacar o aumento significativo no ano de 2019 nos comunicados

de invenção e pedidos de patente da AUIN, os comunicados subiram de 92 para 139, um aumento de 51%; e as patentes saíram de 49 para 99, um aumento de 102%. Até o momento de conclusão dessa pesquisa, ainda não temos o Formict com ano base 2019 para comparar esses dados.

Em 2018, houve 240 pedidos de proteção para programas de computador, dos quais, 33 são provenientes da AUIN, ou seja, 13,75% dos pedidos.

“De acordo com as informações recebidas por meio do Formict, verificou-se que a grande maioria não possui contratos de transferência de tecnologia. Apenas 66 instituições informaram possuir contratos firmados em 2018, sendo 47 instituições públicas e 19 instituições privadas.” Apesar de apenas uma pequena parcela dos NITs possuírem contratos, essas instituições acumulam números expressivos. A AUIN acumula 37 contratos de transferência tecnológica em 2018 (76 em 2019), de 2374 contratos totais.

Ao analisar os montantes oriundos desses contratos, podemos perceber a importância dessa política pública para as universidades, principalmente as públicas, que em sua maioria vivem em situações complicadas financeiramente. Esses valores crescentes podem significar uma ajuda aos orçamentos, ainda que não sejam significativos ao ponto de serem a solução definitiva. Em 2018, as universidades declararam um total de R\$486 milhões em rendimento, sendo R\$374,3 milhões para universidades públicas.

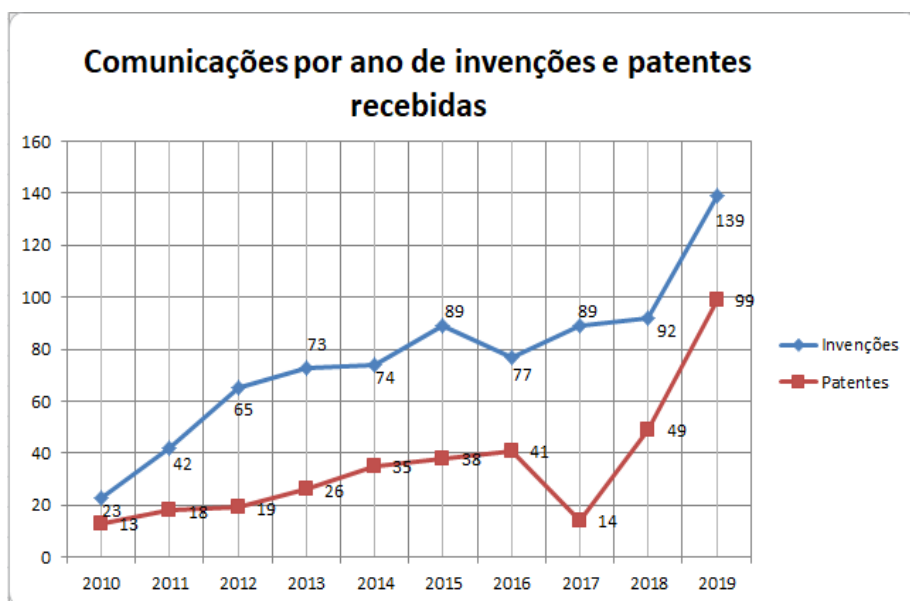


Gráfico 3: Comunicações por ano de invenções e patentes recebidas pela AUIN.

Fonte: UNESP, 2020.

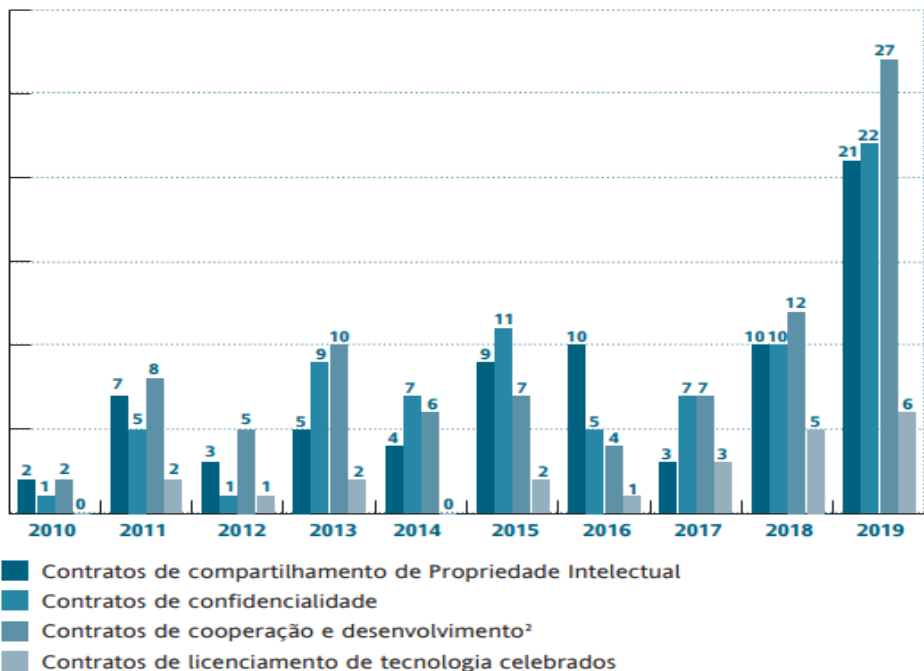


Gráfico 4: Contratos de transferência de tecnologia, por modalidade.

Fonte: UNESP, 2020.

Os gráficos 3 e 4 demonstram os números de invenções e patentes enviadas à AUIN, e os contratos de transferência de tecnologia por modalidade da agência. Os resultados da AUIN demonstram uma evolução durante os anos, mostrando o resultado de política pública bem sucedida. Os gráficos que retratam as invenções e patentes e os contratos de transferência tecnológica demonstram uma grande ascensão em 2019, após pequeno aumento gradual nos anos anteriores.

5.2 Participação da Unesp por câmpus

Ainda que uma das características da Unesp seja a sua presença descentralizada no estado de São Paulo, vemos um acúmulo nos resultados por câmpus. 54% dos pedidos de patente acumulados estão concentrados em apenas 3 câmpus, com destaque para Araraquara com 31,2% dos pedidos.

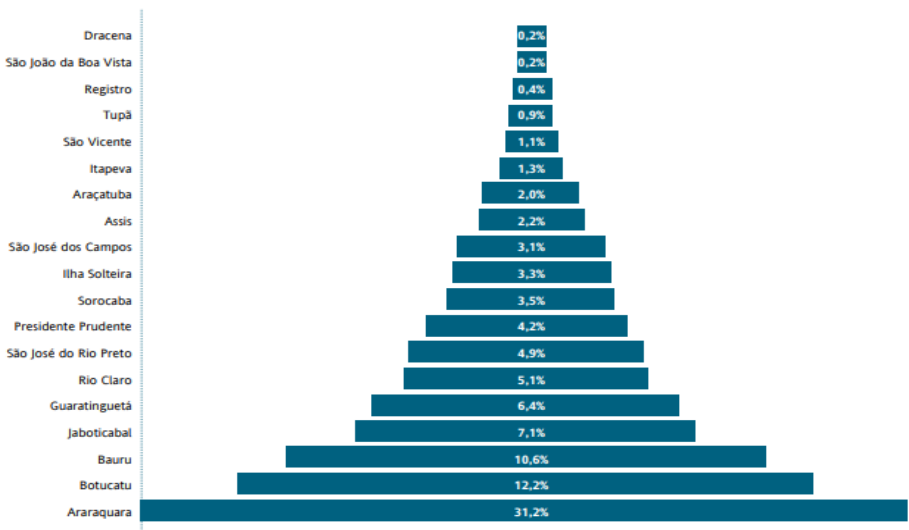


Gráfico 5: Participação (%) dos câmpus da Unesp nos pedidos de patente depositados junto ao INPI, acumulada em 2019.

Fonte: UNESP, 2020.

A divisão da participação dos câmpus da Unesp parece seguir a mesma lógica do cenário nacional, reforçando o argumento da importância do desenvolvimento local na implementação dos NITs. A região sudeste é a região mais desenvolvida economicamente do país, concentra universidades com boas avaliações, e há esforço para o fomento de inovações e desenvolvimento local, e, também, apresenta a maior quantidade de NITs implementados.

Araraquara se encontra na região central do estado de São Paulo, que concentra riqueza, possui a presença de empresas de todos os portes, e diversas universidades de importância nacional. O câmpus araraquarense da Unesp condensa cursos complementares para o desenvolvimento de projetos, e também por ser um câmpus antigo, possui estabilidade e esforço para criar um ambiente inovativo. Além dessas condições, o governo local possui interesse e incentiva políticas públicas que facilitem as transferências tecnológicas.

6 | CONSIDERAÇÕES FINAIS

O estudo bibliométrico aponta o crescimento do interesse científico na transferência tecnológica em diversos países, inclusive no Brasil. Ainda que já existam diversos estudos sobre o tema, a aplicação de políticas públicas ainda é recente. A lei de inovação 10.973 criou a obrigação da existência de NITs pelas ICTs públicas há mais de 15 anos, e ainda

assim, grande parte destas ainda está em fase de implementação.

A transferência de tecnologia depende de diversos fatores e integra a relação entre universidade, empresas e governo. Ao comparar os resultados da AUIN com os resultados gerais do Formict e também os resultados internos da Unesp, é possível observar a necessidade maior de alguns desses fatores; ainda que o principal sentido de transferência de tecnologias seja do meio acadêmico para o meio produtivo, os resultados demonstram a necessidade de um forte ambiente produtivo para a recepção dessas informações, assim como políticas públicas suplementares do governo local.

A implementação dos NITs, por meio da Lei de Inovação, como obrigatórias a todas as ICTs públicas parece não levar em consideração as necessidades básicas para que sua existência seja justificada em resultados, assim como não considera as realidades locais das ICTs. Ainda que a implementação dos NITs tenha aumentado significativamente nos últimos anos, os resultados preliminares apontam grande centralização em ambientes em que existiam condições prévias para a transferência tecnológica e um ambiente fomentador de inovações.

A AUIN se destaca nacionalmente como uma das principais atuantes na relação universidade-empresa. Entretanto, faltam dados para uma conclusão mais detalhada sobre sua eficiência dentro do cenário em que está inserida.

Como indicativo para futuros estudos, é útil considerar o levantamento de dados individuais dos principais NITs, a fim de mapear com precisão os fatores positivos e negativos desses trabalhos, de forma que possam ser melhor aplicados por NITs em implementação ou de menor presença nacional.

REFERÊNCIA

ALVES, Alex da Silva; PIMENTA-BUENO, José-Antônio. **Uma análise exploratória do financiamento público à interação universidade-empresa no Brasil**. Prod., São Paulo, v. 24, n. 4, p. 898-910, Dec. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-65132014000400014&lng=en&nrm=iso>. acesso em: 26 Nov. 2020. Epub Sep 24, 2013. <https://doi.org/10.1590/S0103-65132013005000073>.

BENEDETTI, Mauricio Henrique; TORKOMIAN, Ana Lúcia Vitale. **Uma análise da influência da cooperação Universidade-Empresa sobre a inovação tecnológica**. Gest. Prod., São Carlos, v. 18, n. 1, p. 145-158, 2011. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2011000100011&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 26 Nov. 2020. <https://doi.org/10.1590/S0104-530X2011000100011>.

BRASIL. **Lei nº 10.973**, de 2 de dezembro de 2004. Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências. [S. l.], 2 dez. 2004. Disponível em: http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/10.973.htm. Acesso em: 26 nov. 2020.

CALIARI, Thiago; RAPINI, Márcia Siqueira. **Diferenciais da distância geográfica na interação universidade-empresa no Brasil**: um foco sobre as características dos agentes e das interações. Nova econ., Belo Horizonte, v. 27, n. 1, p. 271-302, Apr. 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-63512017000100271&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 26 Nov. 2020. <https://doi.org/10.1590/0103-6351/2670>.

LOBOSCO, A.; MORAES, M. B.; MACCARI, E. A. **Inovação**: uma análise do papel da Agência USP de Inovação na geração de propriedade intelectual e nos depósitos de patentes da Universidade de São Paulo. Revista de Administração da UFSM, v. 4, n. 3, art. 6, p. 406-424, 2011.

GARNICA, Leonardo Augusto; TORKOMIAN, Ana Lúcia Vitale. **Gestão de tecnologia em universidades**: uma análise do patenteamento e dos fatores de dificuldade e de apoio à transferência de tecnologia no Estado de São Paulo. Gest. Prod., São Carlos, v. 16, n. 4, p. 624-638, Dec. 2009. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0104-530X2009000400011&lng=en&nrm=iso>. acesso em 23 Nov. 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/S0104-530X2009000400011>.

MCTIC, Ministério De Ciências, Tecnologias, Inovações E Comunicações. **Relatório Formict Ano-base 2018**: política de propriedade intelectual das instituições científicas, tecnológicas e de inovação do Brasil. 2020. Disponível em: http://fortec.org.br/wp-content/uploads/2019/12/Relatório-Formict-2019_Ano-Base-2018.pdf. Acesso em: 26 nov. 2020.

PARANHOS, Julia; CATALDO, Bruna; PINTO, Ana Carolina de Andrade. **Criação, institucionalização e funcionamento dos núcleos de inovação tecnológica no brasil**: características e desafios. REAd. Rev. eletrôn. adm. (Porto Alegre), Porto Alegre, v. 24, n. 2, p. 253-280, ago. 2018. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-23112018000200253&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 23 nov. 2020. <https://doi.org/10.1590/1413-2311.211.84988>.

ROSA, Rodrigo Assunção; FREGA, José Roberto. **Intervenientes do processo de transferência tecnológica em uma universidade pública**. Rev. adm. contemp., Curitiba, v. 21, n. 4, p. 435-457, July 2017. Disponível em: <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-65552017000400435&lng=en&nrm=iso>. Acesso em: 26 Nov. 2020. <https://doi.org/10.1590/1982-7849rac2017160097>.

UNIVERSIDADE ESTADUAL PAULISTA “JÚLIO DE MESQUITA FILHO”. **Anuário estatístico 2020**: Ano-base 2019. Disponível em: https://ape.unesp.br/anuario/pdf/Anuario_2020.pdf. Acesso em: 26 nov. 2020.

VEDOVELLO, Conceição; FIGUEIREDO, Paulo N.. **Incubadora de inovação**: que nova espécie é essa?. RAE electron., São Paulo, v. 4, n. 1, jun. 2005. Disponível em <http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1676-56482005000100006&lng=pt&nrm=iso>. acessos em 23 nov. 2020. <http://dx.doi.org/10.1590/S1676-56482005000100006>.

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 

