



ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras
(Organizador)



ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

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

CAPÍTULO 20

LA PLANEACIÓN FISCAL COMO OBJETIVO ESTRATEGICO EN LAS EMPRESAS

Data de aceite: 01/01/2022

Ángel Francisco Velázquez Rodríguez

Docente de Tiempo Completo, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

Rodolfo Terán y Ramos

Docente de Tiempo Completo, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

Hugo Eduardo Barradas Velásquez

Docente de Tiempo Completo, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

Myriam González Guerrero

Docente, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

María de los Ángeles García Oviedo

Docente, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

Irma Jiménez Ortega

Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

Liliana Pineda Salas

Docente, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

Anabell Hernández Venegas

Docente, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana, México

María Elena Hernández Castillo

Docente, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

Juan Pablo García Cuevas

Docente, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

Mayra Mahé Couturier

Estudiante, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

Felipe de Jesús Montero Vázquez

Estudiante, Cuerpo Académico “ Innovación y Gestión en los Sistemas de las Entidades” Universidad Veracruzana
México

RESUMEN: El planear fiscalmente indica una serie de procesos de investigación, donde se analiza la situación actual de las empresas y se construyen acciones para alcanzar las aspiraciones que incrementen sus utilidades para el futuro. La planeación fiscal como objetivo y estrategia, permite estudiar el entorno de las empresas, para cumplir de forma oportuna con las obligaciones tributarias, los tipos de impuestos que deben enterar a nivel federal, estatal y municipal, así como las facilidades administrativas y los beneficios fiscales. En el presente artículo, se destaca la importancia sobre el análisis e implementación de la herramienta de planeación fiscal que las empresas deben llevar a cabo, como un objetivo y una estrategia de cumplimiento y aprovechamiento de las acciones tributarias, en búsqueda de una optimización en sus costos y por consiguiente la mejora en su productividad. En nuestra opinión, este trabajo es importante, porque compila en forma ordenada variables dispersas, que dan sentido a la problemática de no proyectar en forma anticipada o previa una planeación fiscal en las empresas, principalmente en las pequeñas y medianas, originando un efecto e impacto en su flujo de efectivo, por pagos indebidos de impuestos, infracciones y multas. Esta investigación considera la reflexión que deben adoptar las entidades económicas, para producir su planeación fiscal cada año. Para lograr una planeación fiscal efectiva, que produzca el efecto esperado, lo recomendable es seguir una metodología que resulte provechosa, destacando que consiste en planear medidas preventivas más no correctivas.

PALABRAS CLAVE: Planeación, Fiscal, Estrategia, Objetivo, Beneficios.

ABSTRACT: Fiscal planning indicates a series of investigation processes, where the current situation of companies is analyzed and actions are built to achieve aspirations that increase their profits for the future. Tax planning as an objective and strategy, allows to study the environment of the companies, to comply in a timely manner with tax obligations, the types of taxes that must be reported at the federal, state and municipal level, as well as administrative facilities and tax benefits. In this article, the importance of the analysis and implementation of the tax planning tool that companies must carry out, as an objective and a strategy for compliance and use of tax actions, in search of optimization in their tax actions, is highlighted. costs and consequently the improvement in its productivity. In our opinion, this work is important, because it compiles dispersed variables in an orderly way, which give meaning to the problem of not projecting tax planning in advance or in advance in companies, mainly in small and medium-sized companies, causing an effect and impact in your cash flow, due to improper payments of taxes, infractions and fines. This research considers the reflection that economic entities must adopt to produce their fiscal planning each year. To achieve effective fiscal planning that produces the expected effect, it is advisable to follow a methodology that is profitable, highlighting that it consists of planning preventive measures, rather than corrective ones.

KEYWORDS: Planning, Fiscal, Strategy, Objective, Benefits

IDENTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA O TEMA

Muchas empresas pequeñas y medianas no llevan a cabo la primera etapa del proceso administrativo, que es la planeación, misma que debe constituir algo obligatorio en materia de administración para las organizaciones de nuestro país. Esto permite optimizar

sus recursos, evitando erogaciones innecesarias, a fin de canalizarlos para incrementar su productividad y fortalecer su planta de empleos, especialmente en esta época de crisis económica.

Para poder planear en cualquier empresa del sector industrial, comercial o de servicios se requiere conocer sus objetivos claramente, su actividad, recursos con los que cuenta y todas las disposiciones normativas que la regulan y con ello dar cierto grado de seguridad a las decisiones de la organización. Como en toda actividad, en el caso de la disciplina fiscal, para las pequeñas y medianas empresas es necesario que prevengan antes que corregir, anticipar en vez de reaccionar, darle un rumbo, un destino.

La planeación fiscal exige que el contribuyente esté aplicando las normas fiscales correctamente, sin ella, cualquier herramienta de proyección que se aplique seguramente no producirá los resultados esperados, además los lineamientos fiscales también proporcionan facilidades y beneficios en materia tributaria, que deben ser identificados y aplicados para una optimización de los costos y utilidades.

La planeación fiscal debe aplicarse como objetivo y estrategia en las entidades, es una etapa del proceso administrativo que se encarga de que las empresas tengan todo lo necesario para funcionar óptimamente y tiene por finalidad indicar la ruta más adecuada de actuación de la entidad, contando además con caminos alternativos para el logro de los objetivos.

OBJETIVO GENERAL

Aplicar estrictamente las disposiciones fiscales, como resultado de una interpretación armónica, producto de relacionar los preceptos tributarios con normas mercantiles, civiles y laborales, entre otras, con la finalidad de que al momento de implementarlas sea con el objetivo de lograr un beneficio económico, siendo sustancial dar pautas de acción para pagar un impuesto justo en correspondencia con las finanzas.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Lograr que la empresa tenga una mejor imagen desde el punto de vista fiscal ante las autoridades.
- Procurar tranquilidad y confianza a los accionistas de la empresa, sabiendo que la misma está cumpliendo cabalmente con sus obligaciones fiscales.
- Maximizar los ahorros fiscales aprovechando las facilidades administrativas y los beneficios fiscales.

JUSTIFICACIÓN

Actualmente las empresas y en particular las pequeñas y medianas, están sobrellevando y haciendo frente a los cambios generados por reformas fiscales, aunque algunas empresas presentan declives, podría decirse que estas decaídas se deben a la falta de una cultura fiscal preventiva, o simplemente a menospreciar la ayuda de asesores profesionales en materia fiscal.

Una empresa que desea cumplir sus objetivos para lograr su crecimiento y ser competente, deberá contar con una amplia planeación fiscal, como objetivo y estrategia para enfrentar los cambios en el entorno, de manera que las acciones diarias se acerquen cada vez más a las metas.

“Las empresas deben buscar medios legales que les permita abatir dichos costos si realmente quieren permanecer en el mercado. Desafortunadamente el principal problema consiste en un alto porcentaje de empresarios en México, que improvisan sus operaciones; es decir, las realizan sin un análisis y consulta previa con los expertos del área fiscal internos o externos. Esto ocasiona que, en muchos casos, una vez efectuada la transacción fiscal poco o nada se pueda hacer al respecto. Así como se presupuestan los gastos y los costos, la materia fiscal no debe estar ajena a una anticipación” Sánchez Miranda (2008, p.54)

Por ello es esencial que las compañías incluyan en sus planes fiscales, a parte del cumplimiento correspondiente, los beneficios relacionados con los distintos marcos fiscales y legales, esto con la intención fundamental de disminuir las cargas fiscales. La planeación fiscal debe ser analizada correctamente, para no generar riesgos futuros que impliquen desventajas fiscales, siempre encaminada a las actividades económicas de las empresas del sector turismo, para obtener el máximo rendimiento, con la intención de optimizar los recursos y con el fin de obtener una ganancia.

PLANEACIÓN FISCAL

El plan fiscal debe formar parte de un esfuerzo de planeación estratégica del negocio en su conjunto, por lo que habrá de considerar un esquema tributario que produzca beneficios operativos y de productividad para el negocio. Bajo este contexto hoy en día el cumplimiento de las obligaciones fiscales por los empresarios no debe de ser un tema secundario. Ante esta situación, se debe buscar el mejor camino de cómo pagar los impuestos con estrategias y proponer planes a la medida.

Reyes Mora, Reyes Corona y Esquerra Lupio (2008, p.9) señalan que la planeación fiscal siempre deberá de establecerse para prever el rumbo de los contribuyentes, ya que esta es la mejor forma de prevenir ese futuro y no se deberá de realizar la planeación fiscal mirando hacia la historia (hacia atrás), misma que servirá para realizar el estudio pertinente de prevención (prevenir en lugar de lamentar), pues solo se podrá obtener mediante la adecuada educación, instrucción o capacitación continua, constante del conocimiento

social-económico-legal, sin existir pretextos. Los mismos autores manifiestan que al determinar los objetivos y determinar los cursos de la acción, se establece la mejor opción para la planeación, ya que esta estará basada en opciones, en específico legales, acciones permitidas por las leyes tributarias y que fueron aprobadas por el legislador. Por lo tanto, entendemos por opción legal: el conjunto de actos permitidos por la ley que nos concede eficientizar nuestros recursos o disminuir la carga fiscal.

Rezzoagli (2006, p.134), destaca apropiado, realizar un breve análisis de las ventajas y los inconvenientes más importantes que pueden atribuirse a la utilización del mecanismo de facilidades administrativas y beneficios fiscales.

En cuanto a las ventajas que representan, podemos nombrar entre otras, las siguientes:

I. El menor costo administrativo que origina la utilización de facilidades administrativas y beneficios fiscales, ello se produce porque en el gasto fiscal se elimina en el plano externo el circuito ingreso-gasto, con la consiguiente reducción de la gestión administrativa y de las fases de ejecución del gasto público. Esta ventaja depende del marco institucional y administrativo que ofrezca cada país, así como también de las características de su sistema fiscal.

II. La utilización de este mecanismo permite, cuando no se produce la desventaja anterior, impulsar el desarrollo económico y social de un país o una región, como así también promover el empleo, la salud y mejores condiciones de vida.

III. Permite la acogida de gran número de sujetos, por cuanto se establece en forma automática o a través de reducidas y simples gestiones administrativas.

Es interesante destacar la importancia que tiene la realización de un permanente seguimiento de las facilidades administrativas y beneficios tributarios existentes, para apreciar en qué medida se alcanza con ellos la finalidad económica para la que fueron concedidos, ya que existe la posibilidad de que estos no representen fielmente la utilidad esperada o pretendida por el legislador, resultando de esta manera, verdaderos privilegios que deben ser extirpados del ordenamiento tributario por no responder a ninguna finalidad constitucional y contrariar los principios informadores del sistema tributario. Sin embargo, la mayoría de las críticas contra la figura de las facilidades administrativas y beneficios no son acertadas, porque confunden esta figura: los privilegios fiscales.

Las desventajas derivadas de su utilización son las siguientes:

- I. Incentivan la conducta de los sujetos en la realización de determinadas actividades, que normalmente habrían realizado aun sin que fueran beneficiados por las correspondientes desgravaciones impositivas, lo que genera una efectiva pérdida de ingresos en esos casos.
- II. La generalidad en su concesión obstaculiza las tareas de gestión de la Administración, complica las labores de recaudación e inspección y en suma, eleva el costo de la aplicación del sistema tributario.

Como un comentario adicional, estos autores hacen referencia a lo que la Suprema Corte de Estados Unidos de Norteamérica ha decidido “Los empresarios no solamente tienen el derecho de planear sus actividades comerciales para reducir sus impuestos, sino que tienen la obligación de hacerlo”

- III. Son injustos al beneficiar más a los sujetos con rentas altas (ya que son los que tienen posibilidad de realizar inversiones y emprender actividades pretendidas por el legislador) que a los de rentas bajas o que se encuentran fuera del sistema impositivo por estar exentos en la Ley o con pérdidas.
- IV. La crítica principal, desde el punto de vista jurídico a las facilidades administrativas y beneficios fiscales es la violación del principio de Capacidad Contributiva y el criterio de Justicia Tributaria, que se produce al beneficiar fundamentalmente a las rentas altas frente a las bajas. De esta forma los que más tienen no pagan más, sino menos, incluso nada. La desigualdad de las capacidades contributivas no se refleja a la hora del pago del tributo. Es una visión estática y aislada de la finalidad de bienestar general que persigue el Derecho, solo puede aceptarse si consideramos la Justicia Tributaria como finalidad última, aislando así el aspecto tributario de las otras ramas del Derecho con las que tendría que colaborar, y considerando al principio de Capacidad Contributiva como criterio autónomo y guardián de la nombrada justicia, en detrimento del principio de Igualdad, verdadero criterio rector a tener en cuenta en la lucha contra la arbitrariedad y defensa del bienestar general.

Sánchez Miranda (2008, p.94) manifiesta que toda estrategia encaminada al correcto pago de los impuestos debe tener al menos los siguientes objetivos básicos e indispensables:

- Reducción de la base del impuesto.
- Diferimiento de los impuestos por pagar.
- Recuperación de los saldos a favor.
- Cumplimiento correcto de las obligaciones fiscales.
- Certeza para planear en términos financieros.

Los elementos de los impuestos participan de una manera importante entre la relación fisco-contribuyente. Dicha relación es considerada como la esencia del surgimiento de la obligación tributaria. Las partes que intervienen tanto del sujeto activo como el sujeto pasivo tienen obligaciones primarias y obligaciones secundarias.

Por lo que respecta al sujeto activo Rodríguez Lobato (1986, p.133) señala que en México, constitucionalmente, el único sujeto activo de la obligación fiscal es el Estado, ya que el artículo 31, fracción IV de la Constitución Política del país, al establecer la obligación de contribuir para los gastos públicos, únicamente menciona a la Federación, los Estados y los Municipios, y no prevé en la Ley Fundamental a ninguna otra persona, individual o colectiva, como sujeto activo, ni se prevé, tampoco, la facultad del Estado para delegar el

ejercicio de su potestad tributaria.

Rodríguez Lobato (1986, p.147) afirma que el sujeto pasivo de la obligación fiscal es la persona que conforme a la ley debe satisfacer una prestación determinada a favor del fisco, ya sea propia o de un tercero, o bien se trate de una obligación fiscal sustantiva o formal. Dicho de otra manera es el propio contribuyente el que es considerado como sujeto pasivo dentro de la relación tributaria.

Reyes Mora, Reyes Corona y Esquerria Lupio (2008, p.24), manifiestan que el propósito de la planeación es la determinación racional de donde se quiere llegar, así como los medios y técnicas que deben emplearse para hacerlo, es decir, se trata de determinar que debemos hacer esta semana, este mes o este año, para estar en una situación determinada y elegida como conveniente dentro de una semana, un mes o un año.

Los objetivos o la finalidad de la planeación tributaria, que mencionan Reyes Mora, Reyes Corona y Esquerria Lupio son:

- a. Lograr que la empresa tenga una mejor imagen desde el punto de vista fiscal ante las autoridades.
- b. Procurar tranquilidad y confianza a los accionistas de la empresa, sabiendo que la misma está cumpliendo cabalmente con sus obligaciones fiscales lo que significa aprovechar los beneficios que implícitamente tiene la Ley, así como los explícitos.

Sánchez Miranda (2008, p.57) señala que las condiciones de una exitosa planeación fiscal en las organizaciones tienen como propósito lo siguiente:

- a. Evitar perder el control de la empresa o del grupo de empresas. No proponer estructuras jurídicas ineficientes que hagan imposible la administración del patrimonio.
- b. Conservar la utilidad de la información financiera. Debe cuidarse que la información contable no resulte falseada con motivo de la implementación de una medida de planeación.
- c. Observación estricta de las disposiciones fiscales. Esta es la condición más importante, ya que la medida propuesta debe ser apegada a lo establecido en la Ley, y contar con: soporte jurídico, contable, documental, lógica operativa y razón de negocio.

Este autor coincide con Reyes Corona, el cual ha utilizado en su práctica profesional una gran diversidad de esquemas de planeación fiscal y señala que son indispensables los puntos citados anteriormente.

Las fases de la planeación tributaria son las etapas que el experto fiscal deberá utilizar para una adecuada optimización de recursos en materia tributaria. En este sentido Corona Funes (2007, p.89) describe las fases de la planeación tributaria: 1. Análisis, 2. Diseño de medidas, 3. Presentación, 4. Plan estratégico, 5. Plan operacional (manual de operación) y 6. Actuación y mantenimiento.

En este contexto Sánchez Vega (2009, p.57) señala que la aplicación de una

estrategia fiscal tendrá por objeto la optimización de la carga tributaria, siempre dentro del más absoluto respeto a los preceptos legales relativos, a efecto de prever los resultados financieros y fiscales, sin ubicarse en los supuestos delictivos. Este autor señala además que, dentro de la finalidad de la estrategia fiscal, su utilización debe realizarse dentro del marco legal, su implementación tiene como objetivo el desarrollo y permanencia de las entidades económicas mediante un plan de negocios, para obtener, entre otros, los siguientes beneficios: 1.- Aprovechar los estímulos fiscales, 2.- Aplicar lo permitido por las leyes, 3.- Diferir el pago de las contribuciones, 4.- Disminuir la carga fiscal, 5.- Programar los resultados, 6.- Evitar sanciones fiscales, 7.- Propiciar el crecimiento, fortalecimiento y permanencia en el mercado, 8.- Disminuir los efectos negativos de la competencia desleal, 9.- Fomentar la creatividad de los directivos en cuanto al diseño de la empresa que desean tener, establecer retos mayores y la forma de alcanzarlos, siempre dentro del marco legal, 10.- Tener una empresa fiscalmente sana.

Sánchez Vega (2009, p.82) menciona que el diseño de la estrategia consiste en visualizar los posibles escenarios, estudiando las oportunidades o alternativas que se tienen dentro del marco legal, así como sus efectos financieros y organizacionales, trazando objetivos, medios que se utilizarán (personal, operaciones necesarias, celebración de contratos, asesoría, etc.), resultados esperados, medios de control y supervisión entre otros.

PLANEACIÓN FISCAL ES UNA EMPRESA MEDIANA DEL SECTOR TURISMO RESTAURANT BON APPETIT

Inició operaciones el 15 de enero de 2010, actualmente cuenta con 30 trabajadores distribuidos en las diferentes áreas. Se trata de un restaurante en el que se ofrece comida internacional. Pertenece al sector de servicios, ya que dentro de este se encuentran las empresas cuyo principal elemento es la capacidad humana para realizar trabajos físicos o intelectuales

PLANEACIÓN FISCAL

De naturaleza económica, administrativa y financiera: involucra recursos, ingresos y gastos; en la administración se centra la responsabilidad de optimizar recursos; y es en el área financiera donde se miden los resultados obtenidos.

Es la aplicación de la metodología y la evaluación de diferentes estrategias fiscales aplicables a una operación, vista a través de diferentes opciones, sin perder de vista el costo- beneficio con estricto apego a la ley y dentro del marco jurídico vigente.

MISIÓN

Ser el plan fiscal de acción a seguir para cumplir con las obligaciones tributarias oportunamente y disminuir la carga tributaria apegándose siempre a la normatividad vigente.

VISIÓN

Hacer un uso eficiente de los recursos financieros mediante la aplicación de estrategias fiscales que identifiquen los beneficios que señalan las disposiciones fiscales y que permiten el aprovechamiento en el pago de las contribuciones.

PROPÓSITOS

Optimizar los recursos financieros de una empresa, siempre dentro del marco jurídico fiscal vigente y contando con el soporte documental que demuestre la licitud de los actos.

Es importante considerar que la planeación fiscal es un proceso preventivo, mas no correctivo, una actividad legítima la que todos tenemos derecho.

OBJETIVOS GENERALES

La planeación fiscal busca abatir, atenuar o diferir la carga fiscal de toda operación n, siempre dentro del marco jurídico fiscal vigente y contando con el soporte documental que demuestre la licitud de los actos. Además, busca identificar, medir el riesgo tributario y adaptar estrategias de forma anticipada, para brindar apoyo a la toma de decisiones.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Programar anticipadamente las obligaciones tributarias.
- Identificar y señalar oportunamente los mecanismos que permitan el cumplimiento de las obligaciones fiscales.
- Establecer si se pueden utilizar estrategias tributarias en facilidades administrativas y beneficios fiscales.

ESTRATEGIAS GENERALES

- Expandir el mercado de suministro tanto interno como externo (proveedores)
- Hacer uso de los beneficios que brinda la legislación nacional.
- En materia de pagos provisionales: disminuir el coeficiente de utilidad.
- Amortización de las pérdidas fiscales

- Utilizar los porcentajes máximos de depreciación.
- Distribuir utilidades provenientes de CUFIN.
- Acreditar, compensar o solicitar la devolución del IVA y del IDE.

POLÍTICAS

- Cualquier erogación mayor a \$2,000 debe ser pagada con cheque, tarjeta de crédito o débito a nombre de la empresa.
- No dar préstamos a socios, para evitar pagar impuestos sobre estos después.
- Pedir facturas a todos los proveedores para efectos de poder deducir esas erogaciones.
- Presentar en tiempo y forma las declaraciones mensuales y la anual.
- Expedir un comprobante a los trabajadores por concepto de pago de impuestos.
- Mantener un saldo mínimo de créditos y deudas para el ajuste anual por inflación.

PROGRAMA DE ESTRATEGIAS FISCALES			
ESTRATEGIA	FUNDAMENTO	PERÍODO	RESPONSABLE
Utilizar los porcentajes máximos de depreciación	Artículo 34 LISR Equipo y mobiliario Equipo de computo	Declaración anual	MBV
Acreditar el subsidio al empleo	Artículo decimo (Decreto de estímulos fiscales) El retenedor podrá acreditar contra el ISR a su cargo o del retenido a terceros las cantidades que entregue a los contribuyentes.	Declaraciones mensuales	GVB
Disminuir el coeficiente de utilidad	Artículo 14 LISR Fracción III b) Artículo 12-B RISR A partir del segundo semestre se podrá disminuir el coeficiente de utilidad, previa autorización de la autoridad.	Segundo semestre del ejercicio correspondiente	AFVR

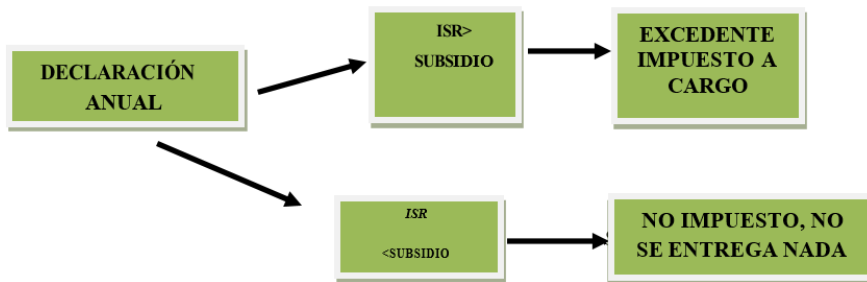
Distribuir dividendos provenientes de CUFIN	Artículo 78 LISR		AFVB
Evitar partidas no deducibles	Artículo 28 LISR *Pago de contribuciones a cargo de terceros. *Cantidades entregadas al personal provenientes del subsidio al empleo.	Durante el ejercicio	ARG
Amortización de pérdidas fiscales	Artículo 57 LISR La pérdida fiscal podrá disminuirse de la utilidad fiscal de los diez ejercicios siguientes hasta agotarla.	Declaración anual	AVM
Pérdida de bienes en caso fortuito	Artículo 37 LISR Las pérdidas de bienes en caso fortuito o fuerza mayor serán deducibles en el ejercicio que ocurran.		BRR
Tomar en renta el lugar en donde está establecido el Restaurante en lugar de comprarlo.	Artículo 25 LISR Señala que deducciones pueden efectuarse. Gastos	Declaración mensual	MHR
Comprobantes fiscales reúnan los requisitos fiscales	Artículo 27 Fracción III Transferencia electrónica en instituciones que componen el sistema financiero. Cheque nominativo Tarjeta de crédito, débito Monederos electrónicos autorizados por el SAT	Período en que ocurran	AFVR

Tabla 1 Programa de Estrategias Fiscales (Fuente Original)

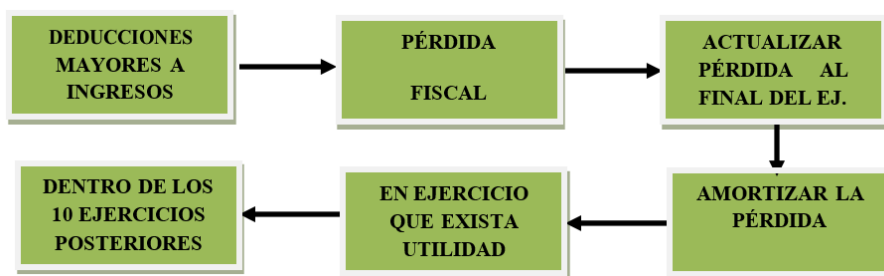
PROCEDIMIENTOS PARA LAS ESTRATEGIA FISCALES (FUENTE ORIGINAL)



DECLARACIÓN ANUAL



AMORTIZACIÓN



CONCLUSIONES

La implementación de la planeación fiscal en las pequeñas y medianas empresas permite programar las operaciones para cualquiera de los contribuyentes, al anticipar los gastos sobre impuestos que se gravan por la celebración de las actividades económicas y de diseñar estrategias para optimizar los costos fiscales en sus operaciones, y para evitar caer en prácticas evasivas que lleven a la sanción, haciendo que los costos por los impuestos se incrementen innecesariamente.

El objetivo principal de la planeación fiscal es anticipar el nacimiento de la obligación tributaria para no omitir el pago de la contribución que produzca como consecuencia un delito fiscal, y el buen manejo en la administración de los impuestos para la toma de decisiones, debe estar relacionado de manera circular con las áreas de la empresa: producción, de ventas, la financiera, la administrativa, etc.

La planeación fiscal está a cargo de personas especializadas internas y externas, para que evalúen las opciones, utilicen la metodología que más se apegue de acuerdo al entorno de las organizaciones y así elegir la mejor manera de administrar para después pagar los impuestos. Es necesario fijar los objetivos principales, las estrategias, los métodos para conseguir lo planeado y los procedimientos detallados para no saltar puntos que son

incorregibles.

Al abordar la planeación fiscal los planes son desde lo más general hasta lo más particular, lo más recomendable es tener claro cuáles son las obligaciones tributarias, las facilidades administrativas y los beneficios fiscales de las empresas

REFERENCIAS

Diputados. (2017). Ley del Impuesto sobre la Renta. Obtenido de www.diputados.gob.mx.

Diputados. (2017). Código Fiscal de la Federación. Obtenido de www.diputados.gob.mx.

Corona, J. (2007). Planeación Fiscal 2007, 100 Beneficios Fiscales. 1ra. Edición, México. Ed. Gasca.

Munch Galindo, L. (2012). Fundamentos de Administración. 3 ra. Edición. México. Edit. Trillas.

Reyes Corona, O. G. (2009). Cobertura técnica y jurídica de la economía de opción: El ope legis tributario y su restrictividad. 1ra. Edición, México. Ed. Academia Iberoamericana de Derecho Tributario.

Reyes Mora, Reyes Corona, Esquerra Lupio (2008). Temas selectos de controversia y estrategia tributaria. 1ra. Edición, México. Ed. Tax. Rezzoagli, L. C. (2006). Beneficios Tributarios y Derechos Adquiridos. 1ra. Edición, México. Ed. Cárdenas Velasco.

Rodríguez Lobato, R. (1996). Derecho Fiscal. 2da. Edición, México. Ed. Harla.

Sánchez Miranda, A. (2008). Estrategias Financieras de los Impuestos. En Prontuario de Actualización Fiscal. Núm. 446. Sánchez Vega, J. A. (2009). La Estrategia Fiscal mediante contratos de Fideicomiso. 1ra. Edición, México. Ed. IMCP.

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 