



ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

3



A network of white icons on a dark background, including a briefcase, wrench, funnel, document with calculator, presentation screen, bar chart, factory with magnifying glass, and two people. The icons are connected by thin white lines.

ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

3

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 3

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 3 /
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 978-65-258-0056-1

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.561221603>

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



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

A evolução do pensamento administrativo tem sido construída com base em contribuições que se estabeleceram, tanto, no contexto empírico do dia-a-dia das organizações, quanto, na construção epistemológica dos estudos acadêmicos, consolidando assim uma série de conceitos, modelos e teorias para a aplicação na gestão pública e privada.

A trajetória histórica de construção do pensamento administrativo apresenta a emergência de novos paradigmas e áreas temática, uma vez que a incremental e combinada evolução empírica e teórica propicia a consolidação de um campo absorvente e altamente hibridizado por forças de curta e longa duração, entre tradicionalismos e novidades.

Tomando como referência a plasticidade da evolução do pensamento administrativo, o presente livro tem o objetivo de apresentar uma coletânea de estudos fundamentadas em três grandes eixos de discussão temática, relacionados respectivamente à gestão, empreendedorismo e marketing, permitindo assim compreender a crescente relevância que este tripé administrativo possui no âmbito organizacional.

A complexidade existente no mundo material e do mundo das ideias é captada neste livro a partir vinte e quatro capítulos que compartilham a preocupação de apresentar os respectivos debates e análises temáticas dentro de um explícito rigor científico, sem perder a contextualização de um implícito ecletismo teórico-metodológico presente na obra como um todo.

Caracterizado por uma natureza exploratória, descritiva e explicativa quanto aos fins e por uma abordagem qualitativa quanto aos meios, este livro foi organizado com base em diferentes recortes teórico-metodológicos e por meio de um trabalho colaborativo entre pesquisadores brasileiros e estrangeiros comprometidos com o campo científico da Administração.

Ao combinar análise e reflexão, teoria e empiria, os vinte e quatro capítulos do presente livro apresentam análises, reflexões e discussões que transversalmente abordam temas e estudos de caso que são reflexivos ao entendimento do que é o estado da arte do campo administrativo em sua materialidade no mundo real e na dimensão das ideias no século XXI.

A indicação deste livro é recomendada para um extenso número de leitores, uma vez que foi escrito por meio de uma linguagem fluída e de uma abordagem didática que valoriza o poder de comunicação e da transmissão de informações e conhecimentos, tanto para um público leigo não afeito a tecnicismos, quanto para um público especializado de acadêmicos interessados pelos estudos de administração.

Excelente leitura!


Elói Martins Senhoras

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

A TRAJETÓRIA DA DÍVIDA PÚBLICA BRASILEIRA ANALISADA POR MEIO DO MÉTODO DE QUEBRAS ESTRUTURAIS


Kleydson Jurandir Gonçalves Feio
Marina Delmondes de Carvalho Rossi
Cícero Pereira Leal

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216031>

CAPÍTULO 2..... 15

AÇÕES DA GESTÃO PÚBLICA NO ENFRENTAMENTO DOS AVANÇOS DA COVID-19 NO BRASIL


Maria Alice Carvalho da Silva
Matheus Assunção Cardoso de Carvalho
Vanessa Souza Lima
Mara Águida Porfírio Moura
Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216032>

CAPÍTULO 3..... 27

APLICAÇÃO DE FERRAMENTAS DE GERENCIAMENTO DE PROJETOS NA GESTÃO DE CONTRATAÇÃO DE SERVIÇOS DE CONSULTORIA NO SERVIÇO PÚBLICO


Thiago Davi Rosa
Lucas Guerreiro

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216033>

CAPÍTULO 4..... 45

GASTOS EM SAÚDE NA REGIÃO METROPOLITANA DE MARINGÁ: UM ESTUDO SOBRE A APLICAÇÃO E ÁREAS DE PRIORIDADES NO ORÇAMENTO PÚBLICO


Roberto Rivelino Martins Ribeiro
Laís Tamires de Sá Custódio
Juliane Andressa Pavão
Kerla Mattiello

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216034>

CAPÍTULO 5..... 63

ESTUDO DO PROGRAMA DE SAÚDE NA ESCOLA NO PROCESSO DE PREVENÇÃO DE DOENÇAS

Hortência Araújo Reis
Guilherme dos Santos Rocha
Mara Águida Porfírio Moura
Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216035>


CAPÍTULO 6	80
O PROCESSO HISTÓRICO DE FORMAÇÃO DA SOCIEDADE BRASILEIRA, A CULTURA ORGANIZACIONAL E O JOGO DA SEDUÇÃO	
Roseane Grossi Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216036	
CAPÍTULO 7	95
UM ESTUDO SOBRE A INFLUÊNCIA DAS MÍDIAS SOCIAIS NO COMPORTAMENTO DE COMPRA DO CONSUMIDOR NA GASTRONOMIA GOURMET	
Adriana Queiroz Silva	
Igor Antonio Slociak	
João Pedro Batistel	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216037	
CAPÍTULO 8	108
A IMPORTÂNCIA DO DESENVOLVIMENTO DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL PARA O BEM DA SOCIEDADE COMUM	
Matias Vinicius Araújo Santos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216038	
CAPÍTULO 9	114
TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO EN EMPRENDIMIENTOS, COMO RESPUESTA A LOS IMPACTOS OCASIONADOS POR EL COVID 19	
Katherine Coronel Pangol	
Juan Carlos Aguirre Quezada	
Jonnathan Jiménez Yumbra	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.5612216039	
CAPÍTULO 10	129
VIABILIDADE ECONÔMICO-FINANCEIRA: GERAÇÃO DE ENERGIA FOTOVOLTAICA	
Paulo André Dias Jacome	
Pítias Teodoro Lacerda	
Letícia Santana Ferreira	
Alyson Santana e Silva	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160310	
CAPÍTULO 11	145
ORGANIZATIONAL CLIMATE AND STRATEGIES: MIPYME OF THE METALWORKING SECTOR	
Araceli Nolasco Vásquez	
Alejandra Torres López	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160311	
CAPÍTULO 12	155
PRÁTICAS DE ECOINOVAÇÃO: UM ESTUDO SOBRE AS DIMENSÕES ECO-ORGANIZACIONAIS, ECO-PROCESSOS E ECO-PRODUTOS NAS INDÚSTRIAS TÊXTIL	

DO SUL BRASIL

Marcia Sierdovski

Marlete Beatriz Maçaneiro

Marcos Roberto Kuhl

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160312>

CAPÍTULO 13..... 172

ELEMENTOS DO PILAR SOCIAL DA SUSTENTABILIDADE ORGANIZACIONAL:
UM ESTUDO SOBRE AS PRÁTICAS NAS 150 MELHORES EMPRESAS PARA SE
TRABALHAR NO BRASIL

Marcia Sierdovski

Silvio Roberto Stéfani

Sandra Mara de Andrade

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160313>

CAPÍTULO 14..... 193


AS EMPRESAS MAIS VERDES DO MUNDO: UMA ANÁLISE DAS EMPRESAS
BRASILEIRAS LISTADAS NO RANKING GLOBAL 100 DA CORPORATE KNIGHTS

Helen Cristina Ribeiro Soares

Matheus Florêncio Fernandes

Mara Águida Porfirio Moura


Kelsen Arcângelo Ferreira e Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160314>

CAPÍTULO 15..... 204

ESTUDO SOBRE AS PRÁTICAS DE ENGENHARIA REVERSA POR MEIO DA ANÁLISE
DAS ATIVIDADES PARA A GESTÃO ESTRATÉGICA DE CUSTOS DO AÇAÍ QUANDO
ADOTADO O CUSTEIO BASEADO EM ATIVIDADES E TEMPO

José Luiz Nunes Fernandes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160315>

CAPÍTULO 16..... 226

CONTRIBUIÇÃO DO PROFISSIONAL DA CONTABILIDADE NA TOMADA DE DECISÕES
ESTRATÉGICAS EM INDÚSTRIA MOVELEIRA

Mônica Stormowski

Adelino Pedro Wisniewski

Anderson Pinceta


Antonio Roberto Lausmann Ternes

Denise Felber Chaves

Janice Walter

Marcos Rogério Rodrigues

Nedisson Luis Gessi


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160316>

CAPÍTULO 17..... 239

MENSURAÇÃO DO GRAU DE MATURIDADE NA GESTÃO DE PESSOAS NA INDÚSTRIA

MOVELEIRA


Mônica Stormowski
Luis Cláudio Eifert (In Memoriam)
Alexandre Chapoval Neto
Anderson Pinceta
Antonio Roberto Lausmann Ternes
Denise Felber Chaves
Juliane Colpo
Nedisson Luis Gessi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160317>

CAPÍTULO 18.....253

FINANCIAMENTO ECONÔMICO. A CHAVE PARA O SUCESSO DAS INDÚSTRIAS DE PANIFICAÇÃO NA ZONA CENTRO-NORTE DE TLAXCALA, MÉXICO?


Ximena Oróztico Cerón
Jorge Luis Castañeda Gutierrez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160318>

CAPÍTULO 19.....260

GESTÃO DE ESTOQUE: ANÁLISE DA GESTÃO DE ESTOQUES POR MEIO DA APLICAÇÃO DA CURVA ABC NA ATACADISTA COMERCIAL BIRIBA LTDA, NO MUNICÍPIO DE PATOS DE MINAS/MG


Lusiane Batista dos Santos

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160319>

CAPÍTULO 20.....272

APLICAÇÃO DAS MATRIZES SWOT E BCG E DAS 5 FORÇAS DE PORTER EM UMA EMPRESA DO SEGMENTO DE ROUPAS

Ariadne Guerra Souza
Denny Gabriel Xavier Torres
Mariana Paiva Brito
Paloma dos Santos Alves Nunes
Taliana Samara Cavalcante de Freitas
Vanessa Nóbrega da Silva
Amanda Paiva e Silva
Bruno Pereira Diniz
Isabella Thyfany Cavalcante Palmeira
José Cordeiro do Nascimento Júnior
José Leonardo Figueiroa Burgos
Karla Isabelle Alves de Sousa


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160320>

CAPÍTULO 21.....288

VISÃO DOS FUNCIONÁRIOS SOBRE MOTIVAÇÃO ORGANIZACIONAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMBANCO PRIVADO

Isabella Rezende de Faria
Evelyn de Souza Silva Leites

Thiago Rodrigues Moreira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160321>

CAPÍTULO 22.....302

APLICABILIDADE DAS FERRAMENTAS DE GESTÃO EMPRESARIAL ESTRATÉGICA
USADAS NOS EMPREENDIMENTOS DOS DISCENTES DO CURSO DE ADMINISTRAÇÃO

Ana Isabelle Gomes Lopes

Ellen Letícia Gonçalves Andrade


Mairilly Roana Araújo Dantas

Maria do Socorro Rufino de Sousa

Valeria Pereira de Meneses

Sara Acácio Evangelista

Gildeilson Silva Paulino


 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160322>

CAPÍTULO 23.....316

PLANEJAMENTO DE MARKETING DIGITAL NA EDITORA UFSM: UM ESTUDO DE CASO

Gustavo de Souza Carvalho


Daniel Arruda Coronel

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160323>

CAPÍTULO 24.....336

ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS E DIMENSÃO CULTURAL: UMA REVISÃO
SISTEMÁTICA

Roseane Grossi Silva

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.56122160324>

SOBRE O ORGANIZADOR.....354

ÍNDICE REMISSIVO.....355

CAPÍTULO 9

TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA Y CONOCIMIENTO EN EMPRENDIMIENTOS, COMO RESPUESTA A LOS IMPACTOS OCASIONADOS POR EL COVID 19

Data de aceite: 01/02/2022

Katherine Coronel Pangol

Universidad de Cuenca, Grupo de Investigación Empresarial, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
Cuenca – Ecuador
<http://orcid.org/0000-0003-4370-756X>

Juan Carlos Aguirre Quezada

Universidad de Cuenca, Grupo de Investigación Empresarial, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
Cuenca – Ecuador
<http://orcid.org/0000-0002-8953-8151>

Jonnathan Jiménez Yumbla

Universidad de Cuenca, Grupo de Investigación Empresarial, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas.
Cuenca – Ecuador
<http://orcid.org/0000-0002-9881-6475>

RESUMEN: El presente artículo busca determinar el impacto de la transferencia de tecnología y conocimiento como estrategia de respuesta o solución frente a la crisis ocasionada por el COVID-19, especialmente en el sector emprendedor. Para este análisis se ha considerado los informes del Banco Mundial para 135 naciones en vías de desarrollo, con respecto al crecimiento del PIB. Además se han analizado los gastos en educación y en investigación y desarrollo, como variables explicativas de transferencia de tecnología y conocimiento en cada una de estas naciones; ambas variables

han sido consideradas como porcentaje del PIB de cada nación. Para llevar a cabo el análisis, se ha aplicado un modelo de regresión múltiple, además se ha considerado un modelo de rezagos distribuidos, considerando que se ha incluido los datos del 2020 y del 2021. Entre las principales conclusiones que se han podido obtener en el análisis, se indica que mientras mayor sea la inversión en estos rubros (educación e investigación y desarrollo) y mientras mejor comportamiento presente el PIB tanto del 2020, como del 2021, la tasa de emprendimiento será mejor, demostrando que las variables analizadas, pueden ser explicativas en este análisis.

PALABRAS CLAVE: Emprendimiento, transferencia de conocimiento, transferencia de tecnología, crecimiento.

TECHNOLOGY AND KNOWLEDGE TRANSFER IN ENTREPRENEURSHIPS, IN RESPONSE TO THE COVID 19'S IMPACTS

ABSTRACT: This article seeks to determine the impact of technology and knowledge transfer as a response or solution strategy in the face of the crisis caused by COVID-19, especially in the entrepreneurial sector. For this analysis we have considered the World Bank reports for 135 developing nations, with respect to GDP growth. In addition, expenditures on education and research and development have been analyzed as explanatory variables of technology and knowledge transfer in each of these nations; both variables have been considered as a percentage of each nation's GDP. To carry out the analysis,

a multiple regression model has been applied, in addition a model of distributed lags has been considered, considering that the data for 2020 and 2021 have been included. Among the main conclusions that have been obtained in the analysis, it is indicated that the greater the investment in these areas (education and research and development) and the better the performance of the GDP in both 2020 and 2021, the entrepreneurship rate will be better, showing that the variables analyzed can be explanatory in this analysis.

KEYWORDS: Entrepreneurship, knowledge transfer, technology transfer, growth

INTRODUCCIÓN

La economía mundial ha vivido una crisis sanitaria, humana y económica sin precedentes en el último siglo, ocasionada por el COVID – 19, lo que ha generado que las economías a nivel mundial se paralizen y colapsen, (CEPAL, 2020a). Las empresas y especialmente los emprendimientos han tenido que reinventarse para atender las exigencias del mercado durante esta pandemia. Pese a los esfuerzos realizados, sus ingresos han disminuido en más de un 50% (Bebegal, Gil y De la Torre, 2020), por lo que necesitarán fortalecer sus capacidades de gestión. Según el Banco Mundial, la economía mundial se redujo un 7,2% en el 2021, además se indica que esta sería la peor recesión luego de la segunda guerra mundial, en el caso de las economías avanzadas, estas tendrán una reducción del 7% en general, mientras que los mercados emergentes y economías en desarrollo se contraerán un 2,5% adicional, en el caso de los ingresos per cápita a nivel mundial se estima una reducción de 3,6%, lo que ahondará en la grave crisis de pobreza y pobreza extrema. No obstante, los efectos de la pandemia se agudizan en aquellas economías altamente dependientes del comercio internacional, del turismo y exportaciones de materias primas. Para el 2022, según el Banco Mundial la economía mundial se recuperará en un 4,2% a nivel general en caso de que la pandemia y sus variantes no se agudicen, caso contrario la economía podría recuperarse en menor medida o incluso podrían no recuperarse todavía (World Bank Group, 2020).

Con respecto a las perspectivas regionales, el Banco Mundial ha indicado que en el caso de Asia oriental y el Pacífico, se prevé un crecimiento de 0,5 % en 2021, para Europa y Asia Central se estima una contracción de 4,7% y una recesión en todos los países, con respecto a América Latina y el Caribe se prevé una contracción del 7,2%, mientras que para la región de Oriente Medio y del Norte africano la actividad económica sufrirá una contracción del 4,2%, Asia meridional presentará una contracción del 2,7% y la África Sahariana presentará una contracción del 2,8%. En los casos particulares de Estados Unidos la contracción será del 6,2%, en Europa llegará al 9,1% y la economía japonesa alcanzará una contracción del 6,1% (World Bank Group, 2020).

En el marco de esta pandemia, declarada por la Organización Mundial de la Salud (OMS) el 11 de marzo del 2020, han sido numerosos los estudios realizados por diversas instituciones, así como profesionales de diversas áreas con el objetivo de entender el

comportamiento de la misma, y encontrar soluciones para las amplias consecuencias que dejaría la misma, de manera que los estudios en el área administrativa, empresarial, o de negocios no han sido ajenos a esta realidad, planteando algunas alternativas para buscar soluciones que mitiguen el impacto especialmente económico en la sociedad. Se ha destacado la labor primordial de los gobiernos de turno, así como de las administraciones públicas en el establecimiento de políticas que permitan mitigar el impacto de la pandemia, no obstante, la transferencia de conocimientos y tecnología por parte de los centros de estudio ha sido primordial para encontrar soluciones, Marion y Fixson (2020) indican que la incorporación de procesos de innovación en el sector empresarial es una tarea destinada a los centros de investigación, quienes tienen la capacidad de digitalizar las herramientas para cambiar el proceso de trabajo y generar nuevos productos; Berbegal-Mirabent *et al.* (2020) analizan las estrategias de transferencia de tecnología y conocimiento de empresas españolas como recurso en el diseño de planes de negocio empresariales, apoyando la reactivación económica, se concluye que al final del proceso se genera una ventaja competitiva tanto para las empresas como para las universidades quienes afianzan sus alianzas. Wang, Li, Lu, Yang y Wang, (2020) destacan el aporte de las universidades y centros de investigación a través de la creación de incubadoras de empresas, en las cuales se aplican adecuados procesos de transferencia de conocimiento, con el monitoreo constante de las estrategias aplicadas en dichas empresas.

Todos los impactos negativos han tratado de ser superados a través del aporte trascendental y la contribución de las instituciones de educación superior, de los centros de investigación, de la academia en general para generar alternativas puntuales y sostenibles para generar resiliencia en el sector emprendedor. El Departamento de Investigaciones de la Organización Internacional del Trabajo propone algunas pautas importantes a considerar en la recuperación de los emprendimientos, tales como identificar opciones, introducir cambios, evaluar los resultados de los cambios introducidos, aplicar buenas prácticas en materia de gestión de trabajadores (Organización Internacional del Trabajo, 2020), entre otras opciones, el *World Bank Group* (2020) indica la importancia de la participación de la academia en el proceso de recuperación de la sociedad, además del análisis y entendimiento del comportamiento del virus, el comportamiento humano entre otros, la academia y los organismos multilaterales deben enfocarse en la generación de datos e información que faciliten la toma de decisiones para personas, empresas y el gobierno, mientras más exactos y precisos sean los datos más certeras tenderán a ser las decisiones tomadas. El Banco Interamericano de Desarrollo (2020) menciona que las respuestas al COVID 19 pueden venir solo desde la ciencia, la innovación y el desarrollo, para lo cual es necesario crear ecosistemas de innovación y emprendimiento maduros con capacidades institucionales más desarrolladas que puedan dar respuesta a la problemática actual, además será necesario aplicar altas inversiones de capital en innovación y desarrollo para propiciar estos ecosistemas. La academia puede colaborar para que las crisis sean

percibidas como oportunidades para impulsar agendas transformativas y nuevos modelos de negocio, (Cereceda, 2020).

Este estudio contempla una revisión de las estrategias sugeridas desde la academia para apoyar a los emprendimientos a enfrentar los impactos negativos ocasionados por la pandemia. De esta manera, se ha encontrado que el proceso de transferencia de tecnología y conocimiento es primordial en el desarrollo y sostenibilidad de las estrategias empresariales (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020; CEPAL, 2020b; Organización Internacional del Trabajo, 2020; Vargas, 2020), sin embargo, esta transferencia va fuertemente ligada a la inversión público o privada que se realice en el sector de investigación y desarrollo y en el de educación (Banco Interamericano de Desarrollo, 2020), de manera que en este artículo se analiza la relación existente entre las proyecciones de crecimiento del PIB realizadas por el Banco Mundial en su informe de perspectivas (junio – 2020) con la inversión en investigación y desarrollo y en educación de varios países según el último dato registrado en el Banco Mundial.

Es también necesario destacar que las pequeñas y medianas empresas (PyMEs), así como los emprendimientos son la columna vertebral de toda economía, además desempeñan un papel muy importante en lo que respecta al dinamismo y la fortaleza de muchas economías, especialmente en los países en desarrollo, (Kottika *et al.*, 2020), por lo que, cuando una crisis externa como la reciente pandemia del COVID-19 pone en peligro los mercados, los emprendimientos son las más vulnerables y los golpeados con más fuerza, (Eggers, 2020), probablemente por sus estructuras pequeñas, la falta de recursos, o su falta de agilidad frente al cambio, (Siakas, Naaranoja, Vlachakis y Siakas 2014). Kottika *et al.* (2020) realizan un análisis de emprendimientos quienes se han enfrentado a diferentes crisis económicas y financieras, especialmente la Crisis Global del 2008, a través de una recopilación de las estrategias efectivas de estos, destacándose las siguientes: adaptación del marketing mix, manejo de adecuadas fuentes de información, diversificación de inversiones, modificación de procesos de producción para volverlos más eficientes, inversión en opciones menos riesgosas, cambio de políticas de financiamiento, gestión de los períodos de ciclo de efectivo, búsqueda de nuevas fuentes de financiamiento, entre otras. Ataguba y Ataguba (2020) analizan los emprendimientos griegos luego de la crisis de deuda soberana del 2019, determinando factores de supervivencia y estrategias utilizadas para enfrentar un panorama nacional desfavorable, el documento destaca que la sostenibilidad empresarial debe basarse en la reorganización de planes de negocio y adopción de procedimientos de gestión más formales, además se debe separar la “familia” del “negocio”; sin olvidar, la motivación y el compromiso que puede brindar la familia a cualquier negocio.

Entre las principales estrategias planteadas, se puede destacar las de Singh, Crisafulli y Quamina (2020) quienes señalan que los emprendimientos independientemente de su sector deben enfocarse en: ajustes entre oferta y demanda, tecnología y fortalecimiento de

los procesos productivos bases de cada industria. Stahl, Brewster, Collings y Hajro (2020) indican que la imagen corporativa de un emprendimiento es clave en el crecimiento de este, por lo que indican la necesidad y relevancia de diseñar estrategias de fortalecimiento y posicionamiento de la imagen corporativa, a través de alianzas estratégicas de marcas, las cuales puedan constituirse en un pilar de apoyo mutuo en el momento en el que alguna de las marcas aliadas se enfrente a alguna crisis; estrategias de sostenibilidad corporativa y responsabilidad social empresarial que contribuyan a abordar los grandes desafíos del mundo, con un especial enfoque en las estrategias de manejo de personal y capacitación de los recursos humanos, (Ali, Uddin, Khan y Goud, 2020; Shen, Au y Yi, 2018). Li, Wei, Marinova y Tian (2020) enfatizan que las estrategias de crecimiento con miras a enfrentar crisis deben centrarse en la diversificación de productos, servicios e inversiones, de manera que los emprendimientos puedan tener diferentes frentes de defensa, en otras palabras mientras más diversificado sea el emprendimiento, presentará un mejor desempeño. Ali *et al.* (2020); Li *et al.* (2020) y Shen *et al.* (2018) complementan el concepto de diversificación incluyendo la transparencia en los emprendimientos, además presentan como principal hallazgo que la diversificación empresarial no relacionada sirve como un amortiguador para proteger el valor de la empresa, especialmente en épocas de crisis, y dicho efecto amortiguador se incrementa mientras mayor sea la transparencia especialmente en los emprendimientos. Moyle, Moyle y Burgers (2020) recalcan que una adecuada comunicación e información por parte de las empresas a cada una de las partes permitirá derribar barreras de conocimiento, lo que desde el inicio de la crisis evitará la pérdida de valor de un emprendimiento. Bremser, Alonso y Llanich (2017) sugieren el desarrollo de programación de incubación de servicios, especialmente de turismo para estimular la actividad emprendedora en áreas regionales y como mecanismo para estimular la recuperación de crisis globales de los sectores de servicios. Kraus, Clauss, Breier, Gast, Zardini y Tiberius (2020) indican que bajo condiciones económicas y financieras intensas (crisis), la mejor respuesta para la supervivencia de las empresas se basa en: los rasgos y habilidades de emprendedores que afectan el mercado y las orientaciones empresariales de los emprendimientos; la adopción de dichas orientaciones que impactan el desempeño de las empresas, y finalmente la implementación de la estrategia relevante para alcanzar estándares de calidad más altos para productos y servicios, combinada con tácticas relevantes para la reducción de personal, acciones de marketing, inversión extranjera y gestión financiera. Yashin, Koshelev, Ivanov, Garin y Kozlova (2019) mencionan que hay 5 aristas que deben considerar los negocios en una crisis: cuidar la liquidez, optimizar las operaciones, mantener una adecuada comunicación, revisar los modelos de negocio, considerar los cambios culturales. Sharma, Adhikary y Borah (2020) indican la necesidad de incluir en las empresas estrategias de innovación de un clúster de innovación industrial ante entornos de incertidumbre, como los que se producen en las crisis. El Banco Interamericano de Desarrollo (2020) recomienda el acceso a financiamiento de alta escala

especialmente para emprendimientos innovadores, enfocar esfuerzos en dar respuesta y solución al sector de salud y desafíos colectivos por sector, adicionalmente indica que se debería innovar en tecnología y ciencia proactiva.

Varias universidades a nivel mundial han desarrollado proyectos e investigaciones para mitigar los impactos del COVID 19 en los emprendimientos de sus localidades, como uno de los compromisos de la academia con el desarrollo del sector productivo. De manera que, la Pontificia Universidad Javeriana de Colombia, ha desarrollado al menos 5 proyectos con enfoques multidisciplinarios, para desarrollar y evaluar modelos matemáticos y epidemiológicos que apoyen en la toma de decisiones aplicando *data analytics* y *machine learning*, sistemas de monitoreo remoto, entre otras alternativas que si bien han ayudado a los pacientes y al personal médico de primera línea, también han apoyado a las empresas en sus procesos de toma de decisiones, (Vargas, 2020). La Universidad Externado de Colombia también ha llevado a cabo algunos proyectos de transferencia de tecnología y conocimiento en colaboración con sectores empresariales, diferentes sociedades, como la Sociedad de Ingenieros y otras entidades especialmente gubernamentales, para pretender dar respuesta a los problemas ocasionados por la crisis del COVID 19. Guerrero (2020) menciona también programas como *Open COVID Pledge*, proyecto que incentiva a las empresas y universidades a otorgar licencias gratuitas para sus patentes, derechos de autor y otros derechos de propiedad de manera que la información sea asequible y pueda ser aprovechada de manera óptima para los tomadores de decisiones.

Murdock (2020) indica que los gerentes, especialmente de negocios internacionales no tienen las suficientes herramientas para gestionar sus empresas en situaciones de incertidumbre como la crisis actual ocasionada por el COVID – 19, por lo que los autores, realizan una recopilación de algunas respuestas novedosas de emprendimientos frente a la crisis ocasionada por la pandemia, entre las que se encuentran: Isinnova, emprendimiento italiano dedicado a la investigación y desarrollo en alianza con Decathlon modificaron su producción de máscaras de buceo para adaptarlas como válvula de respiradores para los pacientes con COVID – 19, (Mukherjee y Bureau, 2020). Las grandes marcas de teléfonos inteligentes como Samsung, Xiaomi, Apple, LG, entre otros han transformado sus tiendas offline en tiendas online, creando alianzas estratégicas con minoristas para que los consumidores puedan adquirir sus productos, sin tener que acudir presencialmente a las tiendas, evitando de esta manera la propagación del virus y recibéndolos en la comodidad de sus hogares, (Mihai, 2020). Samsung también ha optado por fortalecer su posicionamiento de marca a través de acciones de responsabilidad social empresarial, brindando apoyo y servicios de reparación gratuita a los teléfonos inteligentes de héroes locales como: médicos, enfermeras, bomberos, trabajadores del hospital, policía, entre otros; además han ofrecido descuentos de al menos el 30% a este personal en cualquier compra, ambas acciones con el fin de retribuir al personal sanitario sus loables labores para enfrentar el COVID-19, (Kraus *et al.*, 2020). En general la crisis ha sido una fuerte

oportunidad de crecimiento para las grandes multinacionales, entre ellas 32 empresas que han considerado a la pandemia como su máxima oportunidad, según Cereceda (2020) la empresa que mayor exceso de beneficios en la pandemia ha tenido es Microsoft, seguida por otras grandes tecnológicas como Intel, Apple, Walmart, Facebook, Google entre otras.

Nvidia, empresa dedicada a la construcción de sofisticadas unidades de procesamiento de gráficos ha destinado sus esfuerzos a ayudar a los desarrolladores de medicamentos para identificar las moléculas que podrían producir medicamentos promisorios y software que puede detectar el COVID-19 en una tomografía, mientras que la empresa mexicana CEMEX ha creado estructuras prefabricadas que se convertirán en hospitales luego del ensamblaje de tan solo 15 días. Por otra parte también se han destacado las estrategias de responsabilidad social que han adquirido algunas empresas, entre las que se encuentran: Walmart, quien no solo ha mantenido el empleo actual, sino que ha creado fuentes adicionales de empleo, o Paypal quien ha reforzado sus sistemas de seguridad para brindar seguridad financiera en un entorno en donde el comercio electrónico creció inesperadamente, además ha decidido renunciar al 1% en el cambio de depósitos y cheques. En este marco también se engloba a Alibaba, el gigante del comercio chino quien además de mantener activo el comercio electrónico mundial realizó alianzas estratégicas público y privadas para convertirse en un centro de abastecimiento de equipos de protección personal para Asia, África y Europa, adicionalmente ayudó a que los agricultores llegasen a nuevos clientes luego de que sus líneas de suministro se cayeran, proporcionando incluso préstamos a bajos intereses y de fácil acceso por alrededor de USD 20.000 millones, con el efecto de amortiguar el impacto de la crisis a los propietarios de pequeñas empresas, (Leaf Clifton, 2020).

METODOLOGÍA

La metodología aplicada en el siguiente análisis es de carácter cualitativo, a través de la revisión sistemática de estudios que se han realizado, buscando un marco referencial que permita determinar el comportamiento y estrategia deseables de los emprendimientos en crisis e incertidumbre, tal como sucedió en la pandemia del COVID 19. Dicho análisis ha sido detallado en la introducción en donde se ha realizado una recopilación de las estrategias más recomendadas por los autores en estas situaciones. Adicionalmente, se ha optado por un análisis de carácter cuantitativo, de manera que se ha aplicado un modelo econométrico para demostrar la relación existente entre las variables analizadas. En primer lugar se ha aplicado un análisis correlacional para determinar que no exista error de autocorrelación en los datos lo que desecharía los resultados del análisis, una vez realizada esta prueba se ha planteado un modelo de mínimos cuadrados ordinarios tomando como variable dependiente a la tasa de emprendimiento del GEM (año 2020) y como variables independientes a las proyecciones realizadas por el Banco Mundial

tanto para el año 2021 como para el 2022 y a los gastos en innovación y desarrollo y de educación, como representación de la transferencia de conocimiento y tecnología. Se ha utilizado el método Introducir para ingresar cada una de las variables de manera que se pueda ver la verdadera aportación de la variable al modelo analizado. De esta manera se desarrollan varios modelos de ecuaciones de acuerdo a cada una de las incorporaciones de las variables, determinando finalmente un modelo robusto y explicativo.

Se ha considerado los 135 países de los cuales el GEM presenta información y el Banco Mundial ha realizado sus proyecciones de crecimiento del PIB, la mayoría de estos son considerados países en vías de desarrollo y pertenecen a seis regiones: Asia del Este y Países del Pacífico, Europa y Asia Central, América Latina y el Caribe, África del Norte y del Medio Este, Sur de Asia y África Sub – Sahariana, (World Bank Group, 2020). En este sentido se puede apreciar que los países analizados mantienen similares características, de manera que ninguna observación influirá significativamente en los resultados.

1.1 Variables

Las variables analizadas son:

- **y1**: Tasa de emprendimiento para el año 2020, según el informe del GEM 2020.
- **x1**: Proyección del PIB para el año 2021 según el informe de perspectivas del Banco Mundial, (World Bank Group, 2021).
- **x2**: Proyección del PIB para el año 2021 según el informe de perspectivas del Banco Mundial, (World Bank Group, 2021).
- **x3**: Gasto en Investigación y desarrollo: gastos corrientes y de capital (público y privado) en trabajo creativo realizado sistemáticamente para incrementar los conocimientos, incluso los conocimientos sobre la humanidad, la cultura y la sociedad, y el uso de los conocimientos para nuevas aplicaciones. El área de investigación y desarrollo abarca la investigación básica, la investigación aplicada y el desarrollo experimental. Considerada como variable independiente en el análisis, se ha tomado el último dato correspondiente al período 2020.
- **x4**: Gasto público en educación: considerado como porcentaje del PIB comprende el gasto público total (corriente y de capital) en educación expresado como porcentaje del Producto Interno Bruto (PIB) en un año determinado. El gasto público en educación incluye el gasto del Gobierno en instituciones educativas (públicas y privadas), administración educativa y subsidios o transferencias para entidades privadas (estudiantes/hogares y otras entidades privadas). Considerada como variable independiente en el análisis, se ha tomado el último dato correspondiente al período 2019.

RESULTADOS

Se han analizado los datos obtenidos para determinar la relación existente entre

las variables, inicialmente se ha realizado una regresión de mínimos cuadrados ordinarios basado en el método Introdúcir. La primera variable introducida es **x1** (Proyección del PIB para el año 2021), la cual resulta estadísticamente significativa en el modelo con un nivel de explicación del modelo del 77%, según se puede apreciar en la tabla 1, en donde además se indica la significancia del modelo con un valor F de 0,000001, además se evidencia que no se presentan problemas de autocorrelación, multicolinealidad ni heteroscedasticidad.

Variable Dependiente: y1			
Variable	Coficiente	Error est	Valor p
C	-1,786	0,772	0,004
x1	0,287	0,006	0,002
R2	0,773		
Valor p (modelo)	0,000		

Tabla 1: Emprendimiento en función de la proyección de crecimiento 2021.

Fuente y elaboración: autores

El modelo indica que en promedio las naciones analizadas tendrán una reducción de 1,78 puntos en su tasa de emprendimiento, no obstante, el crecimiento del PIB proyectado para el 2021 contrarrestará esta disminución en un 0,287 en función del nivel de crecimiento que cada país presente. Estos resultados considerando que todas las demás variables permanecen constantes. De esta manera, se puede apreciar que el PIB y sus niveles de crecimiento son una variable significativa para explicar el incremento del nivel de actividad emprendedora.

En la tabla 2 se presenta el modelo en donde se ha introducido la variable **x2** (Proyección del PIB para el año 2021), en la cual se puede apreciar nuevamente que la incorporación de la variable, como en el modelo resultan significativos, es decir que las variables x1 y x2 incorporadas por separado pueden resultar significativas y explicativas para la tasa de emprendimiento. En la tabla 2 se puede apreciar que analizando únicamente la variable de proyección del PIB para el 2022, el crecimiento del emprendimiento en promedio en los 135 países analizados presenta un crecimiento negativo de 2,85, mientras que proyecciones positivas de crecimiento del PIB para el 2022, puede ayudar a que este rubro tenga un impacto menor.

Variable Dependiente: y1			
Variable	Coficiente	Error est	Valor p
C	-2,853	0,339	0,000
x2	0,260	0,050	0,009

R ²	0,743
Valor p (modelo)	0,000

Tabla 2: Emprendimiento en función de la proyección de crecimiento 2022.

Fuente y elaboración: autores.

La tabla 3 muestra la incorporación de la variable x3 (Gasto en Investigación y desarrollo: gastos corrientes y de capital), en donde al igual que las variables anteriores se puede apreciar que es significativa, y que si bien es cierto, el emprendimiento disminuirá, incrementar el nivel de gasto en investigación y desarrollo, mejorará el comportamiento de la variable dependiente. Se ha tratado de demostrar que el gasto en investigación y desarrollo deja de tener la definición contable de gasto y se convierte en inversión.

Variable Dependiente: y1			
Variable	Coefficiente	Error est	Valor p
C	-1,953	0,869	0,000
X3	0,678	0,052	0,003
R ²	0,776		
Valor p (modelo)	0,000		

Tabla 3: Emprendimiento en función del gasto en investigación y desarrollo.

Fuente y elaboración: autores.

Finalmente, se ha analizado la cuarta variable de manera independiente, tal como se detalla en la tabla 4, en donde se muestra la relación entre el nivel de emprendimiento y la variable x4 (gasto público en educación), en donde se puede apreciar un comportamiento muy similar al de la variable anterior, en donde a pesar de que el emprendimiento disminuye, un mayor gasto público en educación mejorará este comportamiento ocasionando una disminución menor a la que se realizará sin el gasto público en educación.

Variable Dependiente: y1			
Variable	Coefficiente	Error est	Valor p
C	-2,471	0,986	0,001
X4	0,508	0,176	0,001
R ²	0,687		
Valor p (modelo)	0,000		

Tabla 4: Emprendimiento en función del gasto en educación.

Fuente y elaboración: autores.

Una vez comprobados que la incorporación de las variables x1, x2, x3 y x4 resultan

significativas en un análisis por separado, se ha planteado un modelo en donde la inclusión de todas las variables en el mismo modelo evidentemente resulta más adecuada y significativa, de manera que la explicación del modelo asciende al 83,78%.

Variable Dependiente: y1			
Variable	Coefficiente	Error est	Valor p
C	-1,016	0,037	0,000
x1	0,253	0,043	0,001
x2	0,229	0,030	0,000
x3	0,278	0,039	0,001
x4	0,254	0,045	0,004
R2	0,838		
Valor p (modelo)	0,000		

Tabla 5: Emprendimiento en función de las variables analizadas.

Fuente y elaboración: autores.

Al considerar las variables x1 y x2, se ha considerado como un modelo de rezagos distribuidos, en donde, estas se han considerado como variables independientes ya que corresponde a un período rezagado de la variable x2, normalmente la evolución del PIB puede explicarse a través de valores rezagados de períodos anteriores, además en esta crisis en particular la evolución del PIB del 2021 (período de afección), puede influir notablemente en el compartimiento y evolución del PIB en el 2022. Previamente se ha probado que cada una de las variables por separado son significativas en el modelo. El modelo general se presenta en la tabla 5. En este caso, el coeficiente indica que en promedio el emprendimiento presentará una reducción de 1,016; sin embargo, este se puede ir reduciendo por cada una de las variables analizadas, hasta tener un comportamiento incluso positivo y crecer.

Finalmente, se ha aplicado el modelo propuesto en la tabla 5 para cada una de las 6 regiones analizadas, cuyos resultados se presentan en la tabla 6, de manera que puede apreciarse que el modelo se ajusta a cada zona con ligeras variaciones, no obstante, cada una de las variables resulta significativa ya sea con un nivel de confianza del 95% (**) o del 99% (***). Como puede apreciarse todas estas regiones corresponden a zonas en vías de desarrollo, por lo que los resultados son relativamente similares, lo que permite la aplicación del modelo para todos los casos analizados.

Variable Dependiente: y1					
Región	C	x1	x2	x3	x4
Asia del Este y Pacífico	2,092** (0,195)	0,282*** (0,005)	0,267 ** (0,009)	0,244 ** (0,006)	0,287 ** (0,003)
Europa y Asia Central	2,833** (0,598)	0,218 ** (0,007)	0,229*** (0,056)	0,248 ** (0,009)	0,285 ** (0,003)
América Latina y el Caribe	2,344** (0,488)	0,287*** (0,005)	0,263*** (0,005)	0,239 ** (0,009)	0,275 *** (0,000)
África del Norte y del Medio Este	2,488** (0,541)	0,263*** (0,007)	0,247 ** (0,051)	0,291 ** (0,005)	0,276 ** (0,003)
Sur de Asia	2,659** (0,485)	0,235 ** (0,018)	0,246 ** (0,009)	0,276 ** (0,008)	0,269 ** (0,004)
África Sub – Sahariana	2,814 ** (0,4391)	0,227 ** (0,0631)	0,209 ** (0,0628)	0,270 ** (0,007)	0,256 ** (0,003)

** 95% de confianza

*** 99% de confianza

Tabla 5: Emprendimiento en función de las variables analizadas, por región.

Fuente y elaboración: autores.

Los resultados permiten apreciar que en Europa y Asia Central, así como en la África Sub – Sahariana las variables inciden menos en el nivel de emprendimiento, mientras que en países del Asia del Este y Pacífico, así como en América Latina y el Caribe, la incidencia de las variables analizadas es superior.

CONCLUSIONES Y DISCUSIÓN

Una vez analizados los resultados se puede apreciar que efectivamente las variables consideradas en el modelo resultan influyentes para explicar el comportamiento del nivel de emprendimiento en las regiones analizadas. Se puede determinar además que mientras mejores sean las proyecciones de crecimiento, así como mayor sea el gasto en inversión y desarrollo, y el de educación la evolución del nivel de emprendimiento mejorará. Cabe destacar también que el gasto tanto en investigación y desarrollo, como en educación corresponde al porcentaje en función del PIB de cada país, por lo que los modelos ecuacionales comprenden el análisis del porcentaje, más no de los valores absolutos en términos monetarios, por lo cual no incide notablemente las diferencias en el PIB que puedan generarse entre distintos países, ya sea por su tamaño geográfico, por su ubicación o por sus ingresos.

El análisis de la evolución del emprendimiento también indica que los gastos de educación y de investigación y desarrollo incidirán para que la crisis afecte en menor medida, de manera que el crecimiento negativo del emprendimiento sea lo menor posible. Los resultados de este análisis nos permiten afirmar que los emprendimientos que se encuentran en economías que destinan un mayor porcentaje de su PIB a gastos en

investigación y desarrollo y a gastos en educación son las menos afectadas en esta crisis, esta situación se la puede explicar debido a que el gasto en estos rubros se convierte en inversión que posteriormente es devuelta en forma de transferencia de tecnología y conocimiento desde el sector académico e investigativo a la sociedad (sector empresarial, salud, industrial, entre otros).

Muchos de los problemas ocasionados por cualquier crisis pueden encontrar respuesta en los centros de educación e investigación, los cuales deberían estar debidamente dotados con los insumos necesarios para responder de manera pronta y adecuada a cualquier eventualidad, contribuyendo en la generación de resiliencia por parte de la sociedad. La academia está obligada a brindar respuestas, por lo que mientras mayor sea la inversión en este aspecto, las respuestas brindadas por la academia serán más oportunas, certeras y precisas, brindarán información más concisa y actualizada que permita tomar decisiones, trabajarán en la generación de prototipos, pruebas y ensayos, apoyarán con capacitaciones, generarán planes de negocio, propondrán estrategias de reactivación, brindarán asesoría en materia de políticas públicas, entre otros aspectos que seguramente facilitarán la recuperación luego de una crisis con tantas secuelas. Sin embargo, aquellos países que no destinen los suficientes recursos para la investigación, el desarrollo y la educación, estarán condenados a sufrir las consecuencias de sus decisiones.

Resulta interesante también analizar que la mayor parte de literatura y de ejemplos propuestos corresponden a países desarrollados, quienes no constan en este análisis, por lo que probablemente su alta inversión en investigación y desarrollo los lleva a desarrollar estudios de este tipo de manera más oportuna y son el referente en investigación y desarrollo a nivel mundial.

BIBLIOGRAFÍA

Ali, M. H., Uddin, M. A., Khan, M. A. R., y Goud, B. (2020). Faith-based versus value-based finance: Is there any portfolio diversification benefit between responsible and Islamic finance? *International Journal of Finance and Economics*. <https://doi.org/10.1002/ijfe.2081>.

Ataguba, O., y Ataguba, J. (2020). Social determinants of health_ the role of effective communication in the COVID-19 pandemic in devel _ Enhanced Reader. *Global Health Action*, 13(1). <https://doi.org/10.1080/16549716.2020.1788263>.

Banco Interamericano de Desarrollo. (2020). *Respuestas al COVID-19 desde la ciencia, la innovación y el desarrollo productivo | Publications*. <https://publications.iadb.org/publications/spanish/document/Respuestas-al-COVID-19-desde-la-ciencia-la-innovacion-y-el-desarrollo-productivo.pdf>.

Berbegal, J., Gil, D., y De la Torre, E. M. (2020). Examining strategies behind universities' technology transfer portfolio: how different patterns of resource consumption can lead to similar technology transfer profiles. *Competitiveness Review*. <https://doi.org/10.1108/CR-01-2020-0013>.

Bremser, K., Alonso, M. D. M., y Llach, J. (2017). Strategic alternatives for tourism companies to overcome times of crisis. *Service Business*, 1–23. <https://doi.org/10.1007/s11628-017-0344-7>.

CEPAL. (2020a). *América Latina y el Caribe ante la pandemia del COVID-19*.

CEPAL. (2020b). *Los efectos del COVID-19 en el comercio internacional y la logística* | *Publicación* | *Comisión Económica para América Latina y el Caribe*. <https://www.cepal.org/es/publicaciones/45877-efectos-covid-19-comercio-internacional-la-logistica>.

Cereceda, R. (2020). *Oxfam pandemic profit* | *Flourish*. https://public.flourish.studio/visualisation/3702361/?utm_source=showcaseyutm_campaign=visualisation/3702361.

Eggers, F. (2020). Masters of disasters? Challenges and opportunities for SMEs in times of crisis. *Journal of Business Research*, 116, 199–208. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.025>.

Guerrero, M. (2020). *Transferencia de Tecnología e Innovación contra el COVID - 19 - Departamento de Propiedad Intelectual*. Competencia Económica y Consumo. <https://propintel.uexternado.edu.co/transferencia-de-tecnologia-e-innovacion-contra-el-covid-19/>.

Kottika, E., Özsoymer, A., Rydén, P., Theodorakis, I. G., Kaminakis, K., Kottikas, K. G., y Stathakopoulos, V. (2020). We survived this! What managers could learn from SMEs who successfully navigated the Greek economic crisis. *Industrial Marketing Management*, 88, 352–365. <https://doi.org/10.1016/j.indmarman.2020.05.021>.

Kraus, S., Clauss, T., Breier, M., Gast, J., Zardini, A., y Tiberius, V. (2020). The economics of COVID-19: initial empirical evidence on how family firms in five European countries cope with the corona crisis. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 26(5), 1067–1092. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-04-2020-0214>.

Leaf Clifton. (2020). *What it will take to beat COVID: Some clues from our 2020 Change the World list* | *Fortune*. Fortune. <https://fortune.com/2020/09/21/covid-19-what-it-will-take-to-beat-coronavirus-pandemic-change-the-world/>.

Li, Z., Wei, J., Marinova, D. V., y Tian, J. (2020). Benefits or costs? The effects of diversification with cross-industry knowledge on corporate value under crisis situation. *Journal of Knowledge Management*. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0659>.

Marion, T. J., y Fixson, S. K. (2020). The Transformation of the Innovation Process: How Digital Tools are Changing Work, Collaboration, and Organizations in New Product Development. *Journal of Product Innovation Management*. <https://doi.org/10.1111/jpim.12547>.

Mihai, M. (2020, April 22). *Samsung USA offers free device repairs to COVID-19 first responders - SamMobile*. SamMobile. <https://www.sammobile.com/news/samsung-usa-free-device-repairs-covid-19-first-responders/>.

Moyle, C. Lee, Moyle, B., y Burgers, H. (2020). Entrepreneurial strategies and tourism industry growth. *Tourism Management Perspectives*, 35. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100708>.

Mukherjee, W., y Bureau, E. (2020, April 18). Covid-19 fear: Electronics brands Samsung, Apple let offline stores sell online - The Economic Times. *The Economic Times*. <https://economictimes.indiatimes.com/industry/services/retail/covid-19-fear-electronics-brands-samsung-apple-let-offline-stores-sell-online/articleshow/75209754.cms?from=mdr>.

Murdock, J. (2020). 3D-Printed Valve Turns Snorkeling Mask Into Ventilator for Coronavirus Treatment, and the Design Is Online for Free. *Newsweek*. <https://www.newsweek.com/coronavirus-covid19-hospital-ventilator-snorkeling-mask-italy-3d-printing-isinnova-1494150>.

Organización Internacional del Trabajo. (2020). *Reestructurar con miras a la recuperación y la resiliencia en respuesta a la crisis del COVID-19 Departamento de EMPRESAS*. https://www.ilo.org/global/about-the-ilo/newsroom/news/WCMS_740920/lang--.

Sharma, A., Adhikary, A., y Borah, S. B. (2020). Covid-19's impact on supply chain decisions: Strategic insights from NASDAQ 100 firms using Twitter data. *Journal of Business Research*, 117, 443–449. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.05.035>.

Shen, N., Au, K., y Yi, L. (2018). Diversification Strategy, Ownership Structure, and Financial Crisis: Performance of Chinese Private Firms. *Asia-Pacific Journal of Financial Studies*, 47(1), 54–80. <https://doi.org/10.1111/ajfs.12203>.

Siakas, K., Naaranoja, M., Vlachakis, S., y Siakas, E. (2014). Family Businesses in the New Economy: How to Survive and Develop in Times of Financial Crisis. *Procedia Economics and Finance*, 9, 331–341. [https://doi.org/10.1016/s2212-5671\(14\)00034-3](https://doi.org/10.1016/s2212-5671(14)00034-3).

Singh, J., Crisafulli, B., y Quamina, L. T. (2020). 'Corporate image at stake': The impact of crises and response strategies on consumer perceptions of corporate brand alliances. *Journal of Business Research*, 117, 839–849. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.01.014>.

Stahl, G. K., Brewster, C. J., Collings, D. G., y Hajro, A. (2020). Enhancing the role of human resource management in corporate sustainability and social responsibility: A multi-stakeholder, multidimensional approach to HRM. *Human Resource Management Review*, 30(3), 100708. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2019.100708>.

Vargas, M. D. (2020). *Proyectos javerianos trabajan para mitigar la COVID-19 | Revista Pesquisa Javeriana*. Pesquisa. <https://www.javeriana.edu.co/pesquisa/proyectos-javerianos-trabajan-para-mitigar-la-covid-19/>.

Wang, J., Li, H., Lu, H., Yang, H., y Wang, C. (2020). Integrating of fl ine logistics and online system to recycle e-bicycle battery in China. *Journal of Cleaner Production*, 247, 119095. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.119095>.

World Bank Group. (2020). *Global Economic Prospects, June 2020* (Global Economic Prospects). The World Bank. <https://doi.org/10.1596/978-1-4648-1553-9>.

World Bank Group. (2021). *Global Economic Prospects, June 2021* (Global Economic Prospects). The World Bank.

Yashin, S. N., Koshelev, E. v., Ivanov, A. A., Garin, A. P., y Kozlova, E. P. (2019). Anti-crisis cluster innovation strategy risk management with usage of real put option. In *Lecture Notes in Networks and Systems* (Vol. 57, pp. 987–1001). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-00102-5_105.

ÍNDICE REMISSIVO

A

Administração 1, 2, 7, 14, 16, 18, 22, 27, 29, 30, 39, 44, 50, 52, 61, 62, 80, 83, 92, 93, 94, 106, 111, 112, 129, 177, 190, 192, 222, 223, 225, 226, 228, 229, 237, 238, 239, 250, 251, 252, 254, 261, 262, 271, 286, 287, 289, 298, 299, 302, 303, 304, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 313, 331, 332, 333, 350, 352

Arranjos produtivos locais 7, 223, 334, 335, 338, 342, 343, 349, 350, 351

Atacado 260, 261, 263, 270

B

Banco 6, 13, 14, 114, 115, 116, 117, 118, 120, 121, 126, 143, 154, 202, 230, 288, 295, 300, 352

Brasil 3, 5, 2, 3, 7, 9, 10, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 52, 61, 62, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 77, 78, 79, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 110, 130, 131, 133, 144, 155, 156, 159, 161, 163, 164, 169, 170, 172, 173, 174, 177, 180, 181, 183, 187, 188, 190, 191, 192, 193, 196, 201, 202, 204, 205, 213, 221, 223, 224, 241, 286, 302, 303, 304, 305, 313, 325, 332, 337, 342, 347, 349, 350

C

Cidadãos 46, 47, 50, 67

Cluster 128, 161, 167, 169, 334, 338, 347, 350, 351

Compra 4, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 104, 105, 106, 107, 119, 261, 277, 279, 280, 305, 320, 330

Consultoria 3, 27, 29, 31, 34, 38, 43, 196, 197, 203, 337

Consumidor 4, 95, 96, 97, 99, 101, 102, 104, 105, 106, 107, 108, 131, 194, 196, 207, 212, 261, 278, 279, 282, 285, 317, 323, 325, 327, 328, 340

Contabilidade 5, 61, 62, 192, 203, 222, 223, 226, 227, 228, 229, 230, 232, 234, 235, 236, 237, 286, 350

Covid-19 3, 3, 13, 15, 16, 17, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 114, 117, 119, 120, 126, 127, 128, 148, 150, 281

Cultura 4, 18, 20, 68, 74, 80, 81, 82, 83, 84, 85, 87, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 121, 176, 181, 186, 234, 275, 294, 312, 337, 344, 345, 349

Curva ABC 260, 262, 264, 265, 266, 267, 268, 269

Custeio baseado em atividades e tempo 5, 204, 205, 208, 213

D

Demonstrações financeiras 228, 229

Desempenho 27, 34, 36, 37, 38, 41, 42, 43, 46, 75, 157, 159, 160, 164, 176, 179, 185, 191, 196, 198, 210, 225, 230, 234, 240, 241, 243, 244, 246, 248, 249, 250, 273, 275, 285, 286, 288, 289, 352

Desenvolvimento local 334, 335, 336, 338, 340, 341, 342, 343, 348, 349, 350, 351

Dimensão cultural 7, 334, 336, 340, 344, 345, 346, 347, 348, 349

Dívida líquida 1, 2, 7, 12, 13, 14

Dívida pública 3, 1, 2, 7, 12, 13, 14

E

Empreendedor 97, 108, 109, 205, 206, 233, 245, 299, 310, 337

Empreendedorismo 1, 2, 4, 108, 111, 113, 202, 313, 344

Empresa 6, 88, 89, 90, 91, 92, 95, 96, 97, 98, 108, 112, 118, 120, 132, 137, 144, 158, 159, 165, 168, 172, 176, 178, 179, 183, 185, 186, 189, 190, 193, 194, 195, 196, 197, 198, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 223, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 237, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 253, 257, 258, 260, 261, 262, 263, 270, 271, 272, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 284, 285, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 299, 300, 301, 302, 304, 305, 306, 307, 308, 309, 310, 311, 312, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 324, 325, 331, 338, 347, 349

Energia 4, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 137, 138, 139, 142, 143, 155, 156, 157, 160, 165, 167, 169, 177, 201, 202, 203, 208, 217, 218, 220

Engenharia reversa 5, 204, 205, 206, 207, 212, 213, 221, 222, 223, 224, 225

Estoque 6, 233, 260, 261, 262, 263, 264, 270, 279, 280, 283

Estudo de caso 6, 7, 27, 29, 43, 74, 93, 222, 227, 228, 231, 232, 240, 242, 251, 260, 263, 287, 288, 297, 314, 322, 333, 351

F

Faturamento 235, 318

Financiamento 6, 1, 2, 13, 14, 29, 48, 51, 52, 133, 138, 143, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 294, 297, 338, 339

Forças de porter 6, 272, 273, 274, 284, 285, 287

Funcionários 6, 84, 161, 165, 169, 178, 179, 182, 189, 192, 246, 248, 258, 288, 289, 290, 293, 294, 295, 296, 297, 298, 300, 311

G

Gastos 3, 1, 11, 45, 47, 52, 53, 55, 56, 57, 60, 61, 65, 100, 114, 121, 123, 125, 126, 137,

157, 201, 209, 211, 234

Gastronomia 4, 95, 97, 100, 101, 103, 104, 105, 106

Gestão 1, 2, 3, 5, 6, 7, 1, 15, 16, 17, 18, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 27, 29, 31, 43, 44, 48, 52, 60, 61, 62, 71, 73, 74, 83, 84, 93, 106, 110, 111, 112, 113, 144, 155, 158, 159, 160, 162, 165, 169, 172, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 195, 196, 197, 198, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 210, 211, 212, 213, 219, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227, 228, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 236, 239, 240, 241, 242, 243, 245, 246, 248, 249, 250, 251, 252, 258, 260, 261, 262, 263, 270, 271, 274, 289, 297, 302, 304, 305, 306, 307, 309, 310, 311, 312, 325, 329, 331, 346, 347, 350, 352

Global 100 5, 193, 194, 195, 197, 198, 200, 202, 203

Grau de maturidade 5, 239, 241, 242, 246, 250

I

Indústria 5, 162, 164, 170, 177, 191, 193, 202, 206, 226, 227, 228, 232, 239, 240, 241, 242, 245, 250, 252, 257, 277, 344

Inovação 23, 25, 108, 109, 156, 157, 158, 159, 160, 165, 171, 176, 191, 240, 249, 278, 299, 315, 335, 337, 338, 340, 343, 344, 345, 347, 349, 350, 352

M

Marketing 1, 2, 7, 95, 96, 98, 102, 106, 107, 112, 117, 118, 127, 246, 271, 286, 287, 309, 313, 314, 315, 316, 317, 318, 319, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 327, 329, 330, 331, 332, 333

Matriz BCG 273, 274, 275, 276, 282, 283, 285, 286, 306, 311

Matriz SWOT 273, 274, 275, 279, 281, 282, 285, 287, 313

Microempreendimentos 302, 304, 305, 311

Motivação 6, 246, 288, 289, 290, 291, 292, 294, 295, 296, 297, 299, 300, 301, 303

O

Orçamento 3, 14, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 51, 52, 53, 60, 61, 62, 132, 133, 137, 321, 322, 324

Organização 15, 16, 17, 20, 28, 32, 33, 34, 35, 36, 51, 69, 81, 83, 84, 87, 88, 89, 90, 92, 93, 97, 98, 110, 157, 158, 160, 161, 163, 165, 169, 174, 176, 177, 178, 185, 187, 217, 232, 236, 241, 242, 243, 244, 250, 251, 253, 258, 259, 260, 261, 270, 271, 273, 274, 275, 276, 277, 278, 279, 280, 281, 284, 285, 289, 290, 296, 297, 304, 305, 306, 315, 317, 318, 319, 320, 322, 323, 325, 340, 341

P

Pandemia 3, 12, 15, 16, 17, 19, 20, 21, 23, 24, 25, 26, 102, 115, 116, 117, 119, 120, 127, 279, 280

PDCA 302, 303, 304, 305, 308, 309, 310, 311, 312

Pilar social 5, 172, 173, 174, 175, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190

Q

Quebras estruturais 3, 1, 2, 3, 7, 12, 13

QVT 172, 173, 176, 177, 179, 184, 185, 186, 187, 188, 189

R

Responsabilidade social 108, 109, 112, 174, 187, 192, 203

Revisão sistemática 7, 334, 336, 346, 348, 349

S

Saúde 3, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 26, 45, 46, 47, 48, 49, 51, 52, 53, 54, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 74, 75, 76, 77, 78, 79, 172, 173, 175, 176, 177, 178, 182, 183, 184, 187, 188, 189, 191, 210, 211, 289, 294, 297, 342, 346

Serviço público 3, 27, 29, 43

Sociedade 4, 17, 18, 19, 20, 64, 65, 67, 68, 73, 80, 81, 84, 85, 86, 87, 89, 90, 91, 92, 108, 109, 110, 111, 157, 160, 164, 174, 178, 190, 193, 194, 196, 202, 229, 239, 250, 254, 273, 304, 309, 317, 340, 341, 352

Sustentabilidade 5, 2, 3, 14, 108, 109, 111, 112, 143, 157, 162, 172, 173, 174, 175, 178, 179, 182, 183, 184, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 192, 195, 196, 198, 202, 203, 233, 245

T

Tomada de decisão 12, 175, 226, 227, 229, 236, 263, 274



V

varejo 177, 261, 318



ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

 www.atenaeditora.com.br
 contato@atenaeditora.com.br
 [@atenaeditora](https://www.instagram.com/atenaeditora)
 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

3







ADMINISTRAÇÃO:

Gestão, empreendedorismo e marketing

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 @atenaeditora

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br

3