

The background of the cover features a dark blue color scheme with a glowing blue line graph and a candlestick chart. The line graph has several peaks and valleys, with some points highlighted by small white circles. The candlestick chart is visible in the upper right corner. In the center, a person's hands are shown interacting with a tablet device, which displays various data visualizations like bar charts and line graphs. The overall aesthetic is modern and tech-oriented, representing data analysis and business administration.

Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos

Elói Martins Senhoras
(Organizador)



Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos

Elói Martins Senhoras
(Organizador)

**Atena**
Editora
Ano 2022

Editora chefe

Profª Drª Antonella Carvalho de Oliveira

Editora executiva

Natalia Oliveira

Assistente editorial

Flávia Roberta Barão

Bibliotecária

Janaina Ramos

Projeto gráfico

Bruno Oliveira

Camila Alves de Cremo

Daphynny Pamplona

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



Os paradigmas da administração: princípios e contextos

Diagramação: Daphynny Pamplona
Correção: Maiara Ferreira
Indexação: Amanda Kelly da Costa Veiga
Revisão: Os autores
Organizador: Elói Martins Senhoras

Dados Internacionais de Catalogação na Publicação (CIP)

P222 Os paradigmas da administração: princípios e contextos /
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 978-65-258-0145-2

DOI: <https://doi.org/10.22533/at.ed.452220205>

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

A sistematização do pensamento administrativo tem uma evolução marcada pela recíproca influência da abstração de modelos e teorias no campo das ideias junto a avanços empíricos nas habilidades e tecnologias no campo das materialidades findando potencializar novos produtos, serviços e processos de gestão nas diferentes organizações.

Partindo deste cenário, o objetivo do presente livro, “Os Paradigmas da Administração: Princípios e Contextos”, é fomentar uma análise sobre o campo de Administração por meio de um roteiro fundamentado em uma perspectiva teórico-metodológico eclética que valoriza a discussão sobre diferentes temáticas e a apreensão empírica dos fenômenos e fatos no estudo das organizações e de sua gestão.

Destarte, a complexidade existente no mundo material e do mundo das ideias é captada neste livro a partir de um conjunto de capítulos que compartilha 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

A natureza exploratória, descritiva e explicativa quanto aos fins e a abordagem quali-quantitativa caracterizam o perfilamento metodológico desta obra, sendo o método teórico-dedutivo o fundamento para a utilização, tanto, de revisões bibliográficas e estudos de caso como procedimentos de levantamento de dados, quanto, de hermenêutica administrativa na análise de dados.

Estruturada em vinte capítulos, esta obra apresenta uma visão panorâmica sobre relevantes discussões no campo da Administração, abordando as clássicas vertentes público e privada por meio de instigantes estudos de caso nos quais é possível se apreender uma série de teorias, modelos e princípios que fundamentam os contemporâneos estudos administrativos.

As discussões presentes neste livro somente foram possíveis em função da presença de um esforço coletivo de pesquisa no campo epistemológico da Administração e em áreas afins, demonstrando a relevância da colaboração científica por meio de uma funcional rede internacional de pesquisadores com origem em diferentes instituições públicas e privadas de ensino e pesquisa do Brasil, Moçambique e México.

A indicação desta obra 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 administrativos.

Excelente leitura!

Elói Martins Senhoras

SUMÁRIO

CAPÍTULO 1..... 1

O SABER ANTES DO SABER NA DISCIPLINA DE ADMINISTRAÇÃO: UMA REFLEXÃO EPISTEMOLÓGICA

Jamur Johnas Marchi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202051>

CAPÍTULO 2..... 25

SABERES ÉTICOS EN LOS NUEVOS MODELOS DE FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES UNIVERSITARIOS

Martha Silvia Torres Hidalgo

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202052>

CAPÍTULO 3..... 36

O RESGATE DA IDENTIDADE DA MULHER VÍTIMA DE VIOLÊNCIA POR MEIO DO DESENVOLVIMENTO DA ATITUDE EMPREENDEDORA

Denize Grzybovski

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202053>

CAPÍTULO 4..... 50

A INOVAÇÃO A PARTIR DO RELACIONAMENTO COM OS CLIENTES NAS MÉDIAS E PEQUENAS EMPRESAS

Josiane Cristina Batista Da Silva

Kelly Cristina De Lira Lixandrão

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202054>

CAPÍTULO 5..... 63

QUARENTENA E *HOME OFFICE* SEM PIJAMA: COGNIÇÃO DO VESTUÁRIO E O PODER DAS ROUPAS SOBRE A AUTOIMAGEM E A PRODUTIVIDADE

Sintya de Paula Jorge Motta

Leila Rabello de Oliveira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202055>

CAPÍTULO 6..... 85

PERCEPÇÕES SOBRE OS FENÔMENOS DA INFORMALIDADE E SEUS PARES PRECARIZAÇÃO E FLEXIBILIZAÇÃO: UMA ANÁLISE EM CONSTRUÇÃO SOBRE O TRABALHO NAS PLATAFORMAS DIGITAIS NO CONTEXTO BRASILEIRO

Ludmila Rodrigues Antunes

Carolina Krugel Marquez

Marina Ferraz

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202056>

CAPÍTULO 7..... 97

A IMPORTÂNCIA DA DESCRIÇÃO DE CARGOS E FUNÇÕES COMO MEIO DE GESTÃO

ESTRATÉGICA DE EMPRESAS

Zelúdio Rendes Magalhães Guerra

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202057>

CAPÍTULO 8..... 103

A LIDERANÇA PLÁSTICA E INTEGRATIVA EM UM CONTEXTO DE DIVERSIDADE GERACIONAL

Sylvana Lima Teixeira

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202058>

CAPÍTULO 9..... 112

RELATO DE EXPERIÊNCIA: ELABORAÇÃO DE PROJETO DE CONSULTORIA PARA A ÁREA DE RECURSOS HUMANOS

Norma Licciardi

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.4522202059>

CAPÍTULO 10..... 120

A MONARQUIA PATRIMONIALISTA COMO FONTE DO GERENCIALISMO BRASILEIRO: UMA DIGRESSÃO HISTÓRICA NO DIREITO ADMINISTRATIVO

Fernanda Cláudia Araújo da Silva

Francisco Yuri de Sousa Menezes

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020510>

CAPÍTULO 11..... 131

A NOVA LEI DE LICITAÇÕES EM PAUTA: PRINCIPAIS INOVAÇÕES MATERIAIS E PROCESSUAIS NO CONTEXTO DAS CONTRATAÇÕES PÚBLICAS BRASILEIRAS

Stephane Gonçalves Loureiro Pereira

Pedro Durão

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020511>

CAPÍTULO 12..... 148

ANÁLISE DO CUMPRIMENTO DAS PORTARIAS DO SISTEMA DE GESTÃO DE DOCUMENTOS DE ARQUIVO (SIGA) PELAS INSTITUIÇÕES FEDERAIS DE ENSINO

Ramon Maciel Ferreira

Martius Vicente Rodriguez y Rodriguez

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020512>

CAPÍTULO 13..... 159

A LEI DE RESPONSABILIDADE FISCAL (LRF) COMO INSTRUMENTO GERENCIAL PARA A ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA: O CASO DO MUNICÍPIO DE SALINAS - MG

Eliane De Fátima Alves

Kleberson Cardoso Jardim

Lázaro Barbosa Santos

Sthefany Silva Souza

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020513>

CAPÍTULO 14.....	173
CHINA E BRASIL: UM ESTUDO SOBRE OS INVESTIMENTOS NA INFRAESTRUTURA LOGÍSTICA NACIONAL	
Guilherme Dias Pereira	
Allef dos Santos Cavalcanti	
Hellen Xavier das Chagas	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020514	
CAPÍTULO 15.....	185
CONSUMIDORES OMNICHANNEL BRASILEIROS	
Renato Braga Fernandes	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020515	
CAPÍTULO 16.....	197
CONSUMO DE ÁLCOOL, TABACO E OUTRAS DROGAS NO ENSINO SUPERIOR: ESTUDO SOBRE OS IMPACTOS DO USO DE ATOD`S POR ESTUDANTES UNIVERSITÁRIOS	
Camila Moreira Almeida de Miranda	
Larissa Namie Sakamoto	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020516	
CAPÍTULO 17.....	211
ELEMENTOS DE ANÁLISE MERCADOLÓGICA PARA IMPLANTAÇÃO DE UM RESTAURANTE SELF-SERVICE NO RIO DE JANEIRO	
Rafael Ferreira Almeida	
Daniele Cristina Pereira Passos	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020517	
CAPÍTULO 18.....	229
MAPEAMENTO DA CADEIA DE VALOR (VSM), PARA ANÁLISE DO PROCESSO LOGÍSTICO INTERNO EM UMA EMPRESA DO SETOR AUTOMOTIVO	
Alfonso Cano Lima	
Rosa Cortés Aguirre	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020518	
CAPÍTULO 19.....	239
A COMUNICAÇÃO COMO FERRAMENTA PARA A GESTÃO DE CONFLITOS ORGANIZACIONAIS	
Tiago Ferreira Bezerra	
 https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020519	
CAPÍTULO 20.....	256
PROPUESTA DE UN SISTEMA DE GENERACIÓN SOLAR FOTOVOLTAICA EN EL EDIFICIO E DEL ITLAC	
Rolando Martínez Mora	
Rosina Pérez Sánchez	
Brenda Araceli Gallardo Infante	

Alexis René Valdovinos Noguera

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.45222020520>

SOBRE O ORGANIZADOR.....	266
ÍNDICE REMISSIVO.....	267

CAPÍTULO 2

SABERES ÉTICOS EN LOS NUEVOS MODELOS DE FORMACIÓN DE EMPRENDEDORES UNIVERSITARIOS

Data de aceite: 01/04/2022

Martha Silvia Torres Hidalgo

Doctor en Planeación Estratégica y Dirección y Tecnologías por la Universidad Popular Autónoma de Puebla (UPAEP), Maestría en Administración de la Transformación por la Universidad Iberoamericana (IBERO)

RESUMEN: Las universidades hoy preocupadas por motivar a los estudiantes en el desarrollo de actitudes emprendedoras, esta acción define el desarrollo del autoempleo en universitarios en las sociedades actuales. Más aún son las universidades que de la mano de las nuevas políticas públicas de educación, quienes en gran medida determinan las actuaciones de sus egresados con perfil emprendedor en el futuro. Seguidamente, se convierte en una oportunidad que involucra la formación de una cultura emprendedora incluir en estos modelos de enseñanza-aprendizaje la parte ética y de esta manera, impulsar la forma de actuar del emprendedor universitario, al materializar sus emprendimientos. De aquí, que el presente trabajo analiza las perspectivas de los principales modelos de enseñanza- aprendizaje que promueven diferentes habilidades, actitudes y valores emprendedores y que contemplan la formación ética y las tendencias globales como parte de su diferenciación.

PALABRAS CLAVE: Emprendedor universitario, modelos de enseñanza-aprendizaje emprendedor, lo bueno en el trabajo.

ABSTRACT: Universities today concerned with motivating students in the development of entrepreneurial skills, this action defines the development of self-employment in current societies, even more so it is the universities that largely determine the behavior of their graduates in the future. Consequently, it becomes an opportunity that involves the formation of an entrepreneurial culture, including the ethical part in these training models, defines the way of acting of the university entrepreneur, when materializing their projects. Hence, this work analyzes the perspectives of the main teaching models that promote different entrepreneurial competencies and that consider ethical training and global trends as part of their differentiation.

KEYWORDS: University entrepreneur, models of enseñanza-aprendizaje emprendedor, lo bueno en el trabajo.

INTRODUCCIÓN

A pesar de que los países con economías emergentes no cuentan con las mismas oportunidades de apoyo de parte de las instituciones en materia: económica, técnica y de acompañamiento de expertos como en el caso de los países desarrollados; es importante reconocer el esfuerzo de instituciones y en particular las de educación superior en estos países, en el fomento y difusión de la cultura emprendedora, la cual se muestra como una pieza clave para favorecer el desarrollo y la creación de nuevas empresas a partir del

desarrollo de un perfil profesional del joven emprendedor.

En el marco de este análisis descriptivo es importante mencionar la definición expresada por las Naciones Unidas (1968), donde se define que el concepto de educación debe incluir todos los medios necesarios y complementarios por los cuales, se transmiten el conocimiento, los valores y las especializaciones, y se modifican los patrones de comportamiento, siendo evidente, que las instituciones educativas de nivel superior al convertirse en un espacio de conocimiento global presenta en su realidad presiones de estándares globales por la multiplicación de instrumentos de regulación y tensión. Estas macrotensiones como masificación, regulaciones, mercantilización, internalización y virtualización, producen a su vez tensiones internas como el desplazamiento de su vocación inicial de formar en formar con sentido ético para formar más en sentido técnico en busca de competir por una posición en los estándares internacionales. (Roma, 2008).

Con el propósito de generar una reflexión y generar futuros estudios en la línea de conocimiento de los emprendedores universitarios con sentido ético, el presente documento expone un análisis en el *primer apartado* de los conceptos y enfoques sobre emprendedores exponiendo una definición de emprendedor que sirvió de guía para las conclusiones; en un *segundo apartado*, se analizan los principales enfoques relacionados al estudio del fenómeno de los emprendimientos respondiendo a las preguntas del qué, quién, por qué y cómo. En un tercer apartado se hace una reflexión retomando el cómo sobre los principales modelos de enseñanza-aprendizaje y el análisis de las tendencias en esta materia, para finalmente en el último apartado presentar las conclusiones de qué rol ha tenido la ética en este campo de estudio y proponer algunas ideas para futuros análisis, así como para la construcción de modelos incluyente de valores universales.

ÉTICA EN LA CULTURA EMPRENDEDORA

La cultura emprendedora no es un fenómeno contemporáneo, ha existido desde siempre en busca de la creación de nuevas formas de hacer las cosas para el avance de las sociedades. En México, se empieza a introducir el término por la necesidad de motivar el autoempleo, hablar del autoempleo y sobre todo de cultura emprendedora que no solo es la proyección de ideas innovadoras sino la planificación y gestión de recursos; es indispensable en sentido ético retomar la interpretación de lo que significa bueno” nos dice Gardner (2006: 127-128). La palabra bueno captura tres distintas facetas del trabajo, el trabajo debe ser bueno en el sentido de ser excelente en cuestión de calidad (enfoques económicos), también puede ser bueno en el sentido de ser responsable (enfoques socioculturales, psicológicos, de formación) y también en el sentido de bienestar personal (la ética como camino a la felicidad, enfoques axiológicos). Si la educación es la preparación para la vida, es decir, es en muchos sentidos la preparación para una vida de trabajo. Los maestros deben preparar a los jóvenes para hacer una vida de buen trabajo, el lugar de

trabajo y la sociedad deberá también apoyar y sustentarlo (normas).

Como guía para el presente análisis se propone la definición de emprendedor universitario tomado en cuenta las actitudes psicológicas de McClelland, la innovación de Schumper y la orientación estratégica de Hisrich, Peters y Sheapherd se definirá en palabras de Cabello Díaz como: “el ser humano con estudios superiores que tiene el suficiente conocimiento y autoconocimiento y que está motivado para iniciar y desarrollar sus sueños , de una manera innovadora, asertiva y proactiva , en los diferentes escenarios o sectores económico o sociales, donde le toque gestionar , con las apropiadas competencias que lo hacen un individuo especial destinado por sus propias características a ser eficiente y sobresalir de los demás ,llevándolo a producir impactos en la rama productiva que le seduzca gerenciar”.(Cabello Díaz,C.,2006:4)

Examinado el emprendedurismo como un riesgo y una oportunidad, la universidad debe retomar los valores y sus códigos de ética e incluirlos en la actividad de emprender, en busca de hacer realmente una contribución a la sociedad sin transgredir valores éticos morales fundamentales, es decir formar con emprender con sentido ético. De esta forma, se podría conceptualizar al emprendedor ético universitario para el presente estudio como: “El ser humano facultado en un espíritu visionario en competencias de autoconocimiento, innovación y liderazgo con autoridad moral, que ejercita constantemente una evaluación personal y profesional basada en principios ético-morales, en busca de la creación de ideas de valor y de su materialización en empresas u organizaciones, comprometido con el desarrollo económico y la responsabilidad social de su entorno”. (Torres Hidalgo, M.S. 2016: 868)

ENFOQUES DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE EMPRENDEDOR

En las investigaciones sobre los enfoques de emprendedores de Fayole y Bruyat, específicamente el enfoque de las ciencias se especifica que los economistas al estudiar el tema del rol del emprendedor, lo explican desde un punto de vista funcional del fenómeno , es decir, más hacia el utilitarismo haciéndose la pregunta del qué; por otro lado, las ciencias humanas se enfocan en los aspectos personales concurren en el quién y el por qué; mientras las ciencias de la gestión y la organización se han ajustado en el proceso, por lo tanto en el cómo.(Fayole y Bruyat citados en Kantis et al, 2004).

Perspectiva económica

El modelo que ocupo Amar para su estudio de Pensamiento Económico en Jóvenes Universitarios se basa en la teoría donde toma de referencia el modelo llamado Modelo Psicogénesis del pensamiento Económico diseñado por Denegri (2005). El modelo destaca 3 niveles de pensamiento.

El primero llamado pensamiento extraeconómico y pensamiento económico primitivo con concepciones borrosas y no organizadas con dificultad para comprender el mundo económico. El segundo denominado pensamiento económico subordinado muestra una mayor comprensión, ya incluye la idea de ganancia y la idea de dinero como intercambio. Pero tiene dificultad para comprender el sistema económico porque lo conceptualiza como partes aisladas. Finalmente, el pensamiento económico inferencial que corresponde a una edad adulta con un rol más realista y una comprensión sistémica del mundo económico. (Amar et al, 2007). En este enfoque se destacan más bien en los valores económicos sobre todo el fin de la búsqueda de la ganancia.

Perspectiva sociocultural

En opinión de Bygrave y Minniti (2000), la actividad emprendedora se autogenera a sí misma con base en los procesos de aprendizaje social. Asimismo, según la teoría del aprendizaje social de Bandura (1977), la mayor parte del comportamiento humano es aprendido mediante la observación de modelos que ejecutan el comportamiento en cuestión, siendo este uno de los medios más poderosos para transmitir valores, actitudes y patrones de pensamiento y comportamiento, el peligro sería ejemplos de éxito contrarios a la verdad.

Desde el enfoque sociocultural o institucional donde se destacan las motivaciones laborales (marginación o desempleo) se estudian los factores sociales, políticos, culturales, económicos y familiares, en especial la influencia del apoyo institucional. Sin embargo, el papel de las instituciones ha sido motivacional e insuficiente desde el punto de vista sociocultural faltan modelos a seguir del ámbito empresarial y los modelos a seguir no se identifican con nuestra cultura.

Perspectiva psicológica

Desde el enfoque psicológico, el significado de competencia visto desde la formación por competencias, surge en los años 70's encabezado por David McClelland, psicólogo investigador de la Universidad de Harvard, él inicio sus investigaciones sobre motivación en el trabajo, proponiendo: "que no solo el talento y la intuición de un empresario hacen el éxito sino que también influyen en sobre manera los conocimientos , actitudes y valores personales"; más adelante durante los 80's definió características del comportamiento emprendedor (CCE) a las fuertes motivaciones que hacen que las personas alcancen sus metas. Estas características las clasificó en (Miner, 2005): conjunto de logro, conjunto del pensamiento y resolución del problema, conjunto de madurez personal, conjunto de influencia, conjunto de dirección y control, conjunto disposición hacia los demás.

Otras aportaciones sobre el enfoque psicológico son las de los precursores del perfil psicológico de Aldrich y Zimmer en 1986 que en resumen estos estudios destacan: la necesidad de logro, la necesidad de poder (independencia) y el control interno,

como aspectos que se destacan en el comportamiento emprendedor. (Aldrich y Zimmer citados en Benavides y et al., 2004). Adicional a estos estudios se encuentra la Teoría de Comportamiento Planificado de Azjen (1991) sobre actitudes emprendedoras (Ajzjen 1991 citado por Mora Pabón, R. 2011).

Las actitudes emprendedoras entendiéndose como conductas o juicios evaluadores de personas, objetos o eventos, las cuales poseen tres componentes: cognitivo o de creencias, afectivo o emocional y comportamental, la intención de la conducta (Robinns y Judge: 2011).

Otro modelo que integran parte de los conceptos anteriores es el Modelo de Personalidad Emprendedora de Suárez y Pedrosa (2016). partidarios de utilizar rasgos generales de personalidad discuten que factores como extraversión, estabilidad emocional, responsabilidad, amabilidad y apertura a la experiencia explican alrededor del 13% de la varianza de la actividad emprendedora y alrededor del 10% del éxito empresarial.

Perspectiva motivacional, de comportamiento y valores

Los tipos de motivación son 2: extrínseca: opera en base a premios y castigos, es más expeditiva; intrínseca: opera en base a valores y compromisos personales, la única que genera resultados de alta calidad. Necesidades fundamentales que generan valor: 1) supervivencia y sentido físico, psicológico y existencial; 2) amor y pertenencia; 3) poder y control de nuestras vidas y entornos inmediatos; 4) libertad y autodeterminación; 5) recreación y alegría, sentimiento de gozo. Respecto al enfoque de motivación, en América Latina dentro de las principales motivaciones de los emprendedores: en primer lugar, se encuentra la autorrealización; segundo lugar, el motivo es mejorar ingresos; tercer motivo, contribuir a la sociedad.

En México las tres primeras motivaciones son: realización personal, ser su propio jefe y por último mejorar nivel de ingresos; sin embargo, un problema es que la preocupación por la responsabilidad social empresarial es una de las últimas motivaciones. (Kantis et al. 2004). En el ámbito de la formación universitaria, Leiva Bonilla (2004), respecto a la motivación estudiantil en un estudio en 4 carreras emprendedoras, encuentra una relación entre actividades de fomento al espíritu emprendedor y la motivación por emprender.

Incubadoras

La organización que forma al emprendedor influye de manera significativa en la decisión del individuo para que éste ponga en marcha un negocio o empresa, a este hecho es lo que se llama *Teoría de la Incubadora*, estudios empíricos manifiestan que ideas y proyectos que se materializan surgen a partir del proceso de ser incubados en organizaciones en las que se desarrolló el empresario.

Ya sean organizaciones donde trabaja el empresario o instituciones de las que forma

parte y que dan lugar a proyecto spin-off que representan actividades nuevas económicas creadas en su (Veciana, 1999 citado por Espíritu Olmos. 2011).

COMPETENCIAS ÉTICAS EN EMPREDEDORES

Existen diferentes propuestas sobre el tema del fomento al emprendimiento en jóvenes que van desde modelos integradores económicos hasta los modelos más humanistas que detonan cualidades y competencias. Un modelo de enseñanza es una representación en la que se interpreta el qué, cómo y para qué de la enseñanza (Leiva, 2004). En él se trata de definir una teoría de la enseñanza, por lo que resulta un intermedio o un interpuesto entre la teoría y la práctica.

Los modelos de aprendizaje-enseñanza, pretenden desarrollar diseños prácticos de enseñanza derivados de determinadas teorías del aprendizaje (constructivistas, significativas, constructivistas en redes, en competencias, etc.). Subordinan la enseñanza al aprendizaje del aprendiz y se suelen centrar en el desarrollo de procesos cognitivos y afectivos. (Dell’Olio, J; Donk T. 2007)

Las tendencias en los nuevos modelos de enseñanza-aprendizaje incluyen pedagogías, entre las más utilizadas en las universidades, se encuentran: 1) aprendizaje centrado en la solución de problemas auténticos o reales; 2) método basado en proyectos, propone el desarrollo de ideas innovadoras donde conlleva desde la planeación hasta la puesta en marcha y 3) metodología basada en proyectos y trabajo en equipos cooperativos, son grupos pequeños con talentos diferenciados, en donde, los valores son interdependencia positiva, responsabilidad individual y social, interacción, multiculturalidad, habilidades sociales y autoevaluación. (Sánchez, J.C., Ward, A., Hernández, B., y Florez, J. 2017)

Después de una revisión de ofertas académicas de las mejores universidades de negocios y artículos sobre tema de modelos de aprendizaje para emprendedores, las nuevas tendencias de modelos de enseñanza-aprendizaje en las mejores universidades y escuelas de negocios son: a) Modelos de incubadoras, c) Modelos de ecosistemas de Tic’s y d) Modelos filosóficos de saber emprender.

Modelos de incubadoras

Los modelos de incubadoras basados en la *Teoría de Incubadora* antes citada, en donde estos modelos tienen lugar como asesorías en materias curriculares en la licenciatura de negocios o como extensión universitaria abierto a la comunidad. El proceso de creación de empresa generalmente consta de 3 etapas: preincubación, incubación y puesta en marcha.

Según su misión las incubadoras se clasifican en dos: las incubadoras que incuban proyectos de negocios focalizadas en la competitividad, la creación del valor económico y

la rentabilidad a largo plazo, estos modelos promueven más los valores como el liderazgo y la toma de decisiones. Por otro lado, las incubadoras sociales que promueven valores de responsabilidad social empresarial y valores universales como colaboración, equidad, compromiso, honestidad, justicia, solidaridad cuya misión está centrada en la resolución de un problema social. (Moyá, Revuelto y Medina. 2012).

Un puente entre el modelo de incubadoras y el modelo de ecosistemas son las incubadoras de transferencia de tecnología (que también trabajan en redes), en muchas ocasiones las EBT (Empresas de base Tecnológica) surgen al interior de la organización mayor, donde las instituciones de educación superior por promoción de algún investigador con un proyecto construido con base en la transferencia de tecnología y de personal; se apoya de la incubadora universitaria y los responsables son profesores, alumnos y personal administrativo que a la vez cuenta con el apoyo institucional (Morales, 2009; Universidad de Barcelona, 2010).

Aquí la Spin-off es un mecanismo de transferencia de los desarrollos tecnológicos de una institución de I+D o una universidad. (Clarysse & Moray, 2004). Y como afirma Castellanos (2007), opuesto de la tradición en organizaciones, el aprendizaje de las EBT no es sólo responsabilidad del selecto grupo designado de estos temas, sino es parte de un proceso colectivo de la organización, en el que la formación es una tarea continua a cargo de la empresa, teniendo como finalidad el valor de compartir y sobre todo, crear conocimiento, las EBT se identifican por su búsqueda permanente del valor de la innovación y colaboración para buscar información, la lealtad, el respeto por la propiedad intelectual y la confidencialidad en los datos son también valores éticos indispensables.

Modelo de ecosistemas de Tic's

Como exponen Álvarez y Rodríguez (2015) en la nueva misión de la universidad del siglo XIX, la docencia y la investigación incorporan la gestión empresarial para promover el desarrollo económico desde diagnósticos que realizan organismos internacionales bajo un enfoque sistémico con visiones globales que las instituciones de educación traducen en proyectos, para realizar su misión que se concibe desde tres pilares: la tecnología, la gestión empresarial y las finanzas, y al mismo tiempo, coexisten culturas académicas y culturas emprendedoras centradas en las personas y sus talentos, como marco teórico el Neoliberalismo, la Globalización y la Tecnología con doble y triple titulación.

Aquí surge una problemática que está en debate, una hipercompetencia en los rankings de las universidades debido a que las que están en los primeros puestos cuentan con los indicadores de calidad que les permite bajar a sus currículos estos megaproyectos, entre la universidades más destacas se encuentran Harvard, Berkeley, el MIT y Stanford y otras 154 universidades estadounidenses, seguidas en Europa por Alemania con 39 universidades, Gran Bretaña con 38 universidades, Francia con 22, España con 10

universidades y Chile con dos, la Católica de Chile y la Universidad de Chile (Universidad Jiao Tong de Shanghai y SCImago Journal & Country Rank 2010, 2011, 2012 citado por Álvarez y Rodríguez. 2015:12).

Además de incorporar estrategias de los modelos antes mencionados, el modelo de *ecosistemas de aprendizaje* se basa en la Teoría de Sistemas, donde estos nuevos escenarios de aprendizaje, la sinergia involucra no solo a docentes y a estudiantes, sino también a empresas y gobierno que se relacionan interdisciplinas e intercampus en escenarios virtuales.

Como oportunidad se plantea cursos y seminarios al principio y al final de ética, algunas normativas para consulta como códigos de éticas en los negocios, sin embargo, estos modelos por ser multidisciplinares, multiculturales tienen como reto el ejercicio de valores universales como tolerancia, justicia, respeto, inclusión, búsqueda de la verdad y manejo de la prudencia.

Modelo teórico del Saber Emprender

Un modelo más filosófico que promueve el saber emprender, comienza por describir que el concepto central que son las competencias, competencias son un conjunto de conocimientos actitudes y valores definibles en la acción y que deben movilizarse pueden ser educadas o adquiridas a lo largo de vida y tienen un carácter dinámico (Tejeda, J. 2005).

Roza Monzó (2006) hace una interesante propuesta, expone la competencia como: la movilización desde el saber ser a la acción basándose en el aristotelismo .De aquí que una competencia puede definirse como un conjunto de conocimientos (saber), habilidades (saber hacer), actitudes (querer hacer) y aptitudes (poder hacer) que permitan llevar a cabo adecuadamente un desempeño manifestado en evidencias.

“Si la función del hombre es la actividad del alma conforme a la razón, y si decimos que genéricamente es la misma la acción de tal hombre y la de tal hombre competente si ello es así, entonces el bien humano es una actividad del alma conforme a la virtud, y si las virtudes son más de una, conforme a la mejor y a la más completa” (Calvo, 2001)

Examinado el emprendimiento como un riesgo y una oportunidad, la universidad debe retomar los valores y sus códigos de ética e incluirlos en la actividad de emprender, en busca de hacer realmente una contribución a la sociedad sin transgredir valores éticos morales fundamentales, es decir formar emprendimientos con sentido ético. De aquí que la competencia siempre conlleva valores que dan soporte y sustentabilidad a la conducta humana.

Este modelo por competencias de saber emprender con movilización de virtudes se ve representado de alguna manera en el diseño de muchas materias curriculares, sin embargo, en la realidad el ejercicio de los valores queda solo en palabras y no hay una evaluación eficiente de los mismos.

CONCLUSIONES

En resumen, la inclusión de un modelo de enseñanza-aprendizaje en la formación de nuevos emprendedores, podría significar que la ética como búsqueda del bienestar a partir del ejercicio de valores universales es una necesidad y tendencia en el mundo sólo queda aplicar coherentemente modelos filosóficos como es el ejemplo del *modelo de saber emprender* más que en los modelos prácticos.

En los diferentes modelos la ética y la gestión de sus valores, no se presenta como un eje transversal, sino más bien al margen de la formación, en los cuales toman forma de cursos extracurriculares, seminarios o talleres como requisitos o también como inducciones, al principio de los proyectos y rara vez es evaluada en el impacto de los emprendimientos.

La tendencia ahora de los modelos de enseñanza-aprendizaje antes expuestos apuestan por el desarrollo de la competencia en innovación y colaboración de la cultura educativa con la cultura empresarial que a la vez se relacionan en escenarios virtuales.

El innovador tiene un perfil de riesgo alto y se caracteriza por la ruptura de paradigmas, algunos emprendedores innovadores están enganchados en los procesos de rupturas creativas, en donde muchas veces para crear o descubrir su proceso se basa en no tener límites de ningún tipo como leyes, reglamentos o moralidad. Las instituciones de educación superior tienen un reto en los *modelos de incubación de redes* que integran también la comunicación a través de distintas redes sociales que todavía no establecen normatividades que protejan y vigilen la información, aunque empieza a darse algunas iniciativas.

Por otro lado, la falta de integración real de modelos de saber emprender ético puede presentar que las universidades líderes en innovación en busca de oportunidades rompen con reglas establecidas y tiene el peligro de caer en dilemas morales, al ejercer el talento por una exagerada hipercompetencia en busca de lograr pertenecer a una posición en los Rankings Internacionales.

La universidad como líder en la formación y transmisora del conocimiento y representante moral en la sociedad, debe atender al fomento del aprendizaje de una nueva competencia: el saber emprender de forma ética como es modelo de saber emprender. El saber emprender es una competencia que regula las conductas de los emprendedores por el fomento de los valores que construyen ideas innovadoras con valor agregado para mejorar el desarrollo de sus sociedades y no en el servirse de ellas.

REFERENCIAS

Álvarez Arregui, Emilio, & Rodríguez Martín, Alejandro. (2015). "Inspirando el cambio en educación: Ecosistemas de formación para aprender a emprender". *Estudios pedagógicos (Valdivia)*, 41(especial), 9-29. (en línea) Consultado en internet 10 de diciembre 2018. Dirección de internet: <https://dx.doi.org/10.4067/S0718-07052015000300002>.

Amar, J.; Denigri, M y M, Llanos. (2007). "Pensamiento Económico en Jóvenes Universitarios". *Revista Latinoamericana de Psicología*. Vol. 39, 364, 363-373. Artículo. ISSN 012000534.

BANDURA, Albert. (1997). *Self-efficacy: The Exercise of Control*. W. H. Freeman & Co. New York (USA).

Benavides Espinosa, M.M; Sánchez García, I. (2004). "El estudiante universitario como emprendedor: un análisis cualitativo desde la perspectiva de los diferentes agentes implicados", en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004). "El emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap. 24, 403-419.

Cabello Díaz, C. (2006). "Emprendedurismo dentro del ámbito universitario. Universidad de Oriente". (en línea) Consultado en internet 10 de diciembre 2018. Dirección de internet: <http://nulan.mdp.edu.ar/708/1/00365.pdf>.

Calvo, J. (2001), Aristóteles, Ética a Nicómaco. Introducción, Traducción y Notas de José Luis Calvo Martínez, Alianza Editorial, Madrid 200.

Castellanos, O. (2007). "Gestión Tecnológica: de un enfoque tradicional a la inteligencia". Bogotá: Editorial Universidad Nacional de Colombia.

Clarysse, B. y Moray, N. (2004). "A process study of entrepreneurial team formation: the case of a research-based spin-off". *Journal of Business Venturing*, 19(1), 55-79. doi: 10.1016/S0883-9026(02)00113-1.

Dell'Olio, J; Donk, T (2007). *Models of Teaching*. Ed. Sage Publication Impreso en Estados Unidos de América.

Espíritu Olmos, R. (2011), "Actitud Emprendedora en los estudiantes universitarios: un análisis de factores explicativos en la comunidad de Madrid". *Tesis doctoral*. Universidad Complutense de Madrid. ISBN: 978-84-694-3760-5. (en línea). Recuperado agosto 2018. Dirección de internet: <http://eprints.ucm.es/12803/1/T32967.pdf>.

Gardner, Howard (2006), *Five minds for the future*, Massachusetts, *Harvard Business School Press*.
Kantis, H; Angelelli, P; Moori Koenig, V. (2004). "*Desarrollo Emprendedor: América Latina y la experiencia internacional*". Ed. Banco Interamericano de Desarrollo. ISBN 1931003785

Lee, S. M. y S.J. Peterson, (2000), "Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global competitiveness", *Journal of World Business*, 35(4), pp. 401-416.

Leiva Bonilla, J.C. (2004), "Estudio exploratorio de la motivación emprendedora en el ITCR", en Roig, S.; Ribeiro, D.; Torcal, R.; De la Torre, A.; Cerver, E. (2004). "El Referencias emprendedor innovador y la creación de empresas de I+D+I". *Servei de Publicacions Universitat de Valencia*, cap.19, 323-339.

Miner, John B. (2005), "Organizational behavior: Essential theories of motivation and leadership". Pág. 46 Chapter 4 achievement motivation theory David McClelland. Background The Emergence and Development of the Theory Scope and Early Development Achievement.

Monzó, R. (2006), "Las competencias y las virtudes". (Spanish). Texto completo disponible / competences and virtues (English) Hospitalidad ESDAI, jul-dic. (10), p47-86, 40p; Language: Spanish; (AN 22710758)

Mora Pavón, R. (2011) "Estudio de Actitudes Emprendedoras con Profesionales que crearon empresa. *Revista Escuela de Administración de Negocios*. No. 71;2011, pp. 70-83 Universidad EAN. Bogotá Colombia.

Moyà, V., Revuelto, L., y Medina, A. (2012). "La influencia de la formación, la experiencia y la motivación para emprender en la supervivencia de las empresas de nueva creación". *Estudios Gerenciales*, 28, 237-262.

NACIONES UNIDAS. Educación, recursos humanos y desarrollo en América Latina (1968).

Roma, C. (2008), *Tesis Doctoral*. La universidad latinoamericana en la encrucijada de sus tendencias. Universidad de Buenos Aires. Facultad en Derecho, marzo 2008. Robbins, S y Judge, T (2011). "Organizational behavior". (14 th.). New Jersey: Pearson Prentice Hall

Sánchez, J.C., Ward, A., Hernández, B., & Florez, J. (2017). Educación emprendedora: Estado del arte. *Propósitos y Representaciones*, 5(2), 401 - 473. doi: <http://dx.doi.org/10.20511/pyr2017.v5n2.190>

Suárez-Álvarez, J., & Pedrosa, I. (2016). "Evaluación de la personalidad emprendedora: situación actual y líneas de futuro. *Papeles del Psicólogo*", 37(1), undefined-undefined. (en línea) Consulta 15 de Noviembre de 2019]. ISSN: 0214-7823. Disponible en: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=778/77844204008>

Tejeda, J. (2005). "El Trabajo por competencias en el Practicum: cómo organizarlo y cómo evaluarlo". *Revista Electrónica de Investigación Educativa*, Vol. 7(2) ,1-31.

Torres Hidalgo, M, S. (2016). "Emprendedurismo ético en jóvenes universitarias: Caso México". *Opción* (en línea) 2016, 32 [Fecha de consulta: 15 de Julio de 2019] Dirección en INTERNET: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=31048483041>> ISSN 1012-1587

ÍNDICE REMISSIVO

A

Administração 1, 2, 1, 2, 3, 4, 8, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 23, 24, 36, 48, 49, 50, 54, 61, 62, 69, 82, 86, 94, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 103, 110, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 132, 135, 136, 137, 138, 139, 140, 141, 142, 143, 145, 148, 149, 152, 154, 155, 159, 160, 162, 163, 171, 172, 197, 203, 204, 207, 228, 230, 241, 242, 243, 244, 247, 248, 254, 255, 266

Álcool 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 210

B

Brasil 1, 2, 2, 18, 24, 37, 38, 39, 41, 42, 43, 44, 45, 47, 48, 49, 82, 85, 86, 87, 90, 92, 94, 95, 96, 101, 102, 111, 120, 121, 122, 123, 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 133, 134, 139, 146, 147, 150, 152, 154, 157, 158, 165, 171, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 185, 186, 191, 192, 193, 194, 195, 200, 203, 208, 209, 239, 240, 244, 254

C

Cadeia de valor 229, 230, 233, 234, 237

Cargos 38, 97, 98, 99, 100, 101, 102, 113, 134, 146, 164, 170, 228, 248

China 69, 173, 174, 178, 179, 180, 181, 183

Cliente 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 113, 115, 116, 140, 186, 187, 190, 193, 194, 195, 222, 225, 226, 227, 232, 234, 235, 237

Colaboradores 50, 98, 100, 109, 112, 114, 239, 240, 241, 242, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254

Comunicação 2, 46, 53, 55, 56, 57, 58, 60, 65, 72, 73, 82, 99, 103, 104, 106, 107, 108, 116, 119, 139, 140, 144, 148, 149, 154, 155, 156, 157, 186, 187, 220, 224, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 245, 246, 247, 248, 249, 251, 252, 253, 254, 255, 266

Conflitos 9, 10, 15, 19, 22, 86, 94, 96, 103, 133, 134, 136, 137, 198, 215, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 247, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255

Consultoria 63, 64, 66, 69, 75, 79, 80, 81, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 119, 200

Consumidores 51, 52, 53, 54, 57, 59, 61, 62, 66, 73, 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 193, 194, 195, 219, 226

Consumo 88, 190, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 209, 210, 232, 256, 260, 261

D

Desempenho 53, 54, 72, 78, 98, 101, 103, 104, 108, 109, 110, 135, 187, 198, 200, 203, 217, 229, 231, 252, 253, 266

Despesa 160, 161, 162, 163, 164, 165, 166, 167, 168, 169, 170

Direito administrativo 120, 121, 129, 131, 147, 183

Diversidade 13, 18, 53, 103, 106, 109, 110, 212, 242, 244

Drogas 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210

E

Eficiência 14, 16, 80, 99, 107, 108, 110, 113, 115, 126, 129, 137, 140, 141, 142, 144, 148, 160, 239, 240, 243, 249, 252, 254

Empreendedorismo 36, 39, 42, 45, 46, 47, 48, 49, 50, 61, 62, 87, 94, 95

Empresa 29, 30, 31, 35, 42, 43, 49, 50, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 61, 62, 93, 97, 98, 100, 105, 106, 107, 108, 111, 113, 114, 118, 140, 178, 183, 186, 213, 214, 215, 218, 220, 222, 223, 224, 225, 227, 229, 230, 231, 232, 233, 234, 235, 237, 241, 247, 253

F

Flexibilização 70, 85, 87, 91, 92, 93, 96, 110, 125

Funções 7, 8, 14, 15, 16, 17, 19, 65, 97, 98, 100, 122, 123, 124, 141, 153, 164, 232

G

Gasto com pessoal 159, 160, 161, 163, 164, 165, 166, 168, 169, 171

Geração 9, 44, 55, 90, 103, 104, 105, 106, 107, 109, 110, 111, 219, 242

Gerencialismo 120

Gestão 2, 15, 17, 18, 19, 38, 39, 44, 48, 53, 54, 55, 86, 88, 90, 91, 97, 98, 101, 103, 110, 112, 117, 125, 126, 127, 130, 137, 138, 140, 141, 142, 145, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 156, 157, 158, 159, 160, 161, 162, 163, 165, 168, 169, 170, 171, 186, 212, 215, 217, 218, 222, 225, 227, 229, 230, 232, 239, 240, 241, 242, 243, 244, 247, 248, 249, 251, 252, 253, 254, 266

H

Home office 63, 65, 69, 70, 71, 76, 77, 79, 80, 81, 82, 83, 133

I

Identidade 9, 36, 39, 45, 46, 65, 66, 82, 103, 104, 105, 110, 111, 203

IFES 148, 149, 157

Informalidade 54, 85, 86, 87, 91, 92, 93, 94, 96

Infraestrutura 16, 19, 22, 44, 81, 164, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 220

Inovação 20, 42, 44, 46, 49, 50, 51, 53, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 86, 119, 135, 138, 140, 141, 142, 222, 243, 266

Investimentos 149, 156, 157, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 214, 220

L

Lei de responsabilidade fiscal 159, 160, 161, 164, 169, 170, 171, 172

Licitações públicas 131, 137, 141, 143, 175, 177

Liderança 103, 104, 107, 109, 110, 111, 112, 113, 114, 116, 119

Logística 55, 94, 173, 174, 175, 176, 177, 178, 179, 180, 181, 182, 183, 184, 229, 230, 232, 236, 237

M

Marketing 50, 51, 52, 53, 55, 56, 60, 62, 73, 114, 116, 195, 196, 212, 217, 218, 220, 222, 227, 228

Mulher 7, 36, 37, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 44, 45, 46, 47, 48, 49, 68

O

Omnichannel 185, 186, 187, 188, 189, 190, 191, 194, 195

Organização 7, 8, 10, 12, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 23, 24, 39, 53, 54, 60, 68, 81, 86, 88, 91, 93, 94, 99, 100, 101, 104, 105, 109, 112, 113, 114, 115, 116, 117, 118, 121, 122, 129, 137, 150, 152, 153, 162, 181, 213, 214, 216, 223, 237, 239, 241, 242, 243, 244, 245, 247, 249, 252, 253, 254

P

Patrimonialismo 38, 120, 124, 128

Planejamento 14, 17, 50, 52, 54, 57, 62, 107, 112, 117, 118, 141, 142, 149, 155, 159, 160, 161, 162, 163, 164, 169, 170, 171, 172, 176, 181, 182, 213, 215, 218, 219, 228, 244

Plataformas digitais 85, 86, 91, 93, 94, 95

Portarias 148, 155, 156, 157

Precarização 85, 87, 91, 92, 94

Produtividade 14, 53, 55, 60, 63, 75, 77, 79, 88, 90, 92, 126

Q

Quarentena 63, 69, 71, 74, 75, 77, 78, 79

R

Recursos humanos 35, 97, 98, 99, 101, 112, 115, 117, 119, 241, 243, 254

Relacionamento 46, 50, 52, 53, 54, 55, 57, 58, 59, 60, 61, 113, 174, 225, 239, 242, 243, 250

Restaurante 212, 219, 220, 221, 222, 223, 224, 225, 226, 227

S

Setor automotivo 229, 230, 231

Siga 71

SIGA 148, 155, 156

T

Tabaco 197, 198, 199, 200, 201, 203, 205, 206, 207, 208, 209, 210

Trabalho 2, 4, 7, 13, 14, 17, 21, 38, 39, 40, 41, 42, 43, 46, 49, 51, 53, 58, 59, 61, 64, 68, 69, 70, 71, 72, 73, 75, 80, 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 98, 99, 100, 101, 105, 107, 108, 109, 110, 112, 113, 114, 117, 118, 119, 131, 133, 134, 154, 159, 160, 161, 164, 166, 180, 199, 212, 215, 227, 230, 232, 234, 237, 239, 240, 241, 243, 245, 249, 251, 253, 254, 255

U

Universitários 67, 68, 197, 198, 199, 200, 201, 202, 203, 204, 205, 206, 207, 208, 209, 210

V

Vendedores 174, 185, 186, 187, 188, 189, 191, 194, 195

Violência 36, 37, 38, 39, 41, 42, 45, 46, 47, 48, 49, 134, 137, 203, 208, 226



Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

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

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br



Os paradigmas da administração:

Princípios e contextos

 www.atenaeditora.com.br

 contato@atenaeditora.com.br

 @atenaeditora

 www.facebook.com/atenaeditora.com.br