

Innovation management in SMEs due to the effect of the coronavirus: a comparative study Colombia and Brazil

Dalmutt Kruger, Silvana; Fandiño Isaza, Jesús Rafael; Zanin, Antonio;
Baquero Márquez, Vladimir Jhosmell; Zanella, Cleunice; Dávila Coa,
Luz Marina; Conte, Anderson

-  **Silvana Dalmutt Kruger 1**
silvanak@unochapeco.edu.br
Universidade Comunitária Regional de Chapecó-
Unochapecó, Brasil
-  **Jesús Rafael Fandiño Isaza 2**
jesus.fandino@unad.edu.co
Universidad Nacional Abierta y A Distancia, Colombia
-  **Antonio Zanin 3**
zanin.antonio@ufms.br
Universidade Federal de Mato Grosso do Sul- UFMS,
Brasil
-  **Vladimir Jhosmell Baquero Márquez 4**
vladimir.baquero@unad.edu.co
Universidad Nacional Abierta y A Distancia, Colombia
-  **Cleunice Zanella 5**
cleunice@unochapeco.edu.br
Universidade Comunitária Regional de Chapecó-
Unochapecó, Brasil
-  **Luz Marina Dávila Coa 6**
luz.davila@unad.edu.co
Universidad Nacional Abierta y A Distancia, Colombia
-  **Anderson Conte 7**
anderson.conte@unochapeco.edu.br
Universidade Comunitária Regional de Chapecó-
Unochapecó, Brasil

Revista Estrategia Organizacional
Universidad Nacional Abierta y a Distancia, Colombia
ISSN: 2339-3866
ISSN-e: 2539-2786
Periodicidad: Semestral
vol. 12, núm. 1, 2023
revista.ecacen@unad.edu.co

Recepción: 06 Octubre 2022
Revisado: 01 Noviembre 2022
Aprobación: 04 Enero 2023

URL: <http://portal.amelica.org/ameli/journal/133/1334107003/>

Resumen: *Introducción:* la gestión de la innovación es una estrategia fundamental para las pymes, además de ser un factor diferenciador ante la crisis financiera provocada por la pandemia Covid-19, ya que les ayudó a mejorar algunos procesos productivos y mantenerse vigentes. *Metodología:* caracterizar, en las pymes, los procesos de gestión de la innovación ante los efectos de los coronavirus en el Departamento del Magdalena, Colombia y el Estado de Santa Catarina, Brasil. En primer lugar, caracterizar en las pymes los procesos de gestión de innovación anteriores a los efectos del coronavirus en el Departamento del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil. A través de investigación documental en bases de datos de entidades públicas y privadas y bases de datos científicas. *Resultados:* Los resultados evidencian que la pandemia del Covid-19 trajo una inesperada crisis global en el mercado, provocando el cierre temporal de las pymes, especialmente en los sectores de alojamiento, bares y restaurantes, disminución de ventas e ingresos, recorte de gastos y presupuesto, reducción de personal de empleados, altas tasas de desempleo y escaso uso de herramientas tecnológicas. El estudio proporciona información sobre el uso de la innovación como estrategia competitiva por parte de las pymes frente a la pandemia Covid-19.

Palabras clave: COVID-19, gestión e innovación, innovación empresarial, pyme.

Abstract: *Introduction:* innovation management is a fundamental strategy for SMEs, as well as being a differentiating factor in the face of the financial crisis caused by the Covid-19 pandemic, since it helped them improve some production processes and stay current. *Methodology:* this research aims to characterize in SMEs, the innovation management processes in the face of the effects of coronaviruses in the Department of Magdalena, Colombia and the State of Santa Catarina, Brazil. In the first place, to characterize in SMEs the innovation management processes prior to the effects of the coronavirus in the Department of Magdalena, Colombia and the State of Santa Catarina, Brazil. Through documentary research in databases of public and private entities and scientific databases. *Results:* The results show that the Covid-19 pandemic brought an unexpected global crisis in the market, causing the temporary closure of SMEs, especially in the accommodation,



Esta obra está bajo una Licencia Creative Commons Atribución-
NoComercial 4.0 Internacional.

bars and restaurants sectors, decrease in sales and income, cut expenses and budget, reduction of employee personnel, high unemployment rates and little use of technological tools. The study provides information on the use of innovation as a competitive strategy by SMEs in the face of the Covid-19 pandemic.

Keywords: COVID-19, Management and Innovation, Business Innovation, SME.

INTRODUCCIÓN

El virus SARS-CoV-2, conocido como coronavirus o Covid-19, surgió a finales de 2019 en la ciudad de Wuhan, China y por la forma de contaminación, mortalidad y por haberse extendido por todo el mundo, fue declarado por el Mundo. Organización de la salud (OMS) como pandemia (Organización Mundial de la Salud [OMS], 2021; Ferreira Junior y Santa Rita, 2020).

Los impactos generados por la pandemia afectaron a miles de personas en todo el mundo. Desde el punto de vista social, los impactos están relacionados con la mortalidad de familiares, amigos, conocidos, o aquellos que fueron afectados y pasaron por los procesos de recuperación de la enfermedad o sus secuelas, además del aislamiento social y las limitaciones de vida. el uso de mascarillas y saneamiento (Lima-Costa, Mambrini, Andrade, Peixoto, y Macinko, 2020). Desde un punto de vista económico, los impactos afectaron a todas las naciones, en términos de generación de ingresos y empleo. El mercado financiero se vio afectado y muchos gobiernos tuvieron que gestionar medidas de apoyo a empresas o personas (Huynh, 2020). Además, los funcionarios gubernamentales debieron invertir en hospitales y tratamientos, aumentar la capacidad de camas para estancias hospitalarias prolongadas, además de planificar la vacunación de la población (Eigenstuhler, Pacassa, Kruger y Mazzioni, 2021).

Países como Brasil, Argentina, México, Chile, Perú y Colombia hicieron aportes a la población o empresas, flexibilizaron la jornada laboral y crearon incentivos fiscales para evitar el colapso económico (Gama Neto, 2020). En Brasil, el Programa de Emergencia para el Mantenimiento del Empleo y los Ingresos (MP 963/2020), permitió la suspensión de los contratos laborales y la reducción de la jornada laboral, así como la compensación de salarios por parte del gobierno federal.

Generalmente, las Micro y Pequeñas Empresas (MPE) sufren impactos desproporcionados en escenarios de crisis económica, debido a limitaciones pecuniarias y deficiencias relacionadas a la capacidad tecnológica, administrativa y humana, tales limitaciones internas y externas dificultan la supervivencia de las empresas,

NOTAS DE AUTOR

- 1 Professora do Mestrado em Ciências Contábeis e Administração – Unochapecó. Correo electrónico: silvanak@unochapeco.edu.br
- 2 Docente Programa Administración de Empresas ECACEN – UNAD. Correo electrónico: jesus.fandino@unad.edu.co
- 3 Doutor em Engenharia de Produção (UFRGS), Professor no Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis na UFMS. Correo electrónico: zanin.antonio@ufms.br
- 4 Docente Programa de Contaduría Pública ECACEN – UNAD. Correo electrónico: vladimir.baquero@unad.edu.co
- 5 Doutora em Administração (UFSC), Professora do Mestrado em Ciências Contábeis e Administração – Unochapecó. Correo electrónico: cleunice@unochapeco.edu.br
- 6 Docente Programa Administración de Empresas ECACEN – UNAD. Correo electrónico: luz.davila@unad.edu.co
- 7 Mestrando em Ciências Contábeis e Administração – Unochapecó. Correo electrónico: anderson.conte@unochapeco.edu.br

aunque también pueden ser menos vulnerables a las crisis que las grandes empresas, y debido a la posibilidad de mayor rapidez en la adaptación de la capacidad (Silva, Miranda y Hoffmann, 2021).

Las prácticas instrumentales de la comunicación digital fueron adoptadas por los MPEs como una forma de adaptarse a la nueva realidad impuesta por la pandemia, dichas organizaciones migraron sus estrategias de comunicación a las redes sociales y al comercio electrónico (comunicación digital) como forma de superar la crisis (Porem y Kunsch, 2021). Las transformaciones tecnológicas han facilitado la comunicación entre empresas y clientes, especialmente en el intercambio de mensajes instantáneos y el bajo costo de las aplicaciones de contacto e intercambio de mensajes, posibilitan innovaciones en las actividades comerciales. Además, el desarrollo de nuevas formas de pago también contribuye y facilita las relaciones comerciales (Guimarães Júnior, Nascimento, Santos y Rodrigues, 2020).

El sector de la alimentación, conformado por bares y restaurantes, adaptó la forma de servicio y comercialización, dadas las restricciones de la pandemia y la imposibilidad de consumo en el lugar, se puede decir que el retail y los servicios de alimentación han cambiado de negocio, a través de innovaciones (Guimarães Júnior et al., 2020). El turismo es susceptible a desastres naturales que pueden afectar los resultados, sin embargo las pérdidas financieras, con COVID-19, representan un colapso de las empresas del sector (Silva et al., 2021).

En este sentido, esta investigación tiene como problema de investigación: ¿Qué Procesos de Gestión de la Innovación se desarrollaron en las Pymes por el efecto Coronavirus: Departamento de Estudios de Caso del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil, ¿en 2020? Por tanto, el objetivo es caracterizar, en las Pymes, los procesos de gestión de la innovación ante los efectos de los coronavirus en el Departamento del Magdalena, Colombia y el Estado de Santa Catarina, Brasil.

El desarrollo de este proyecto dentro de la convocatoria de la Universidad Nacional Abierta y a Distancia UNAD es pertinente para fortalecer el grupo de investigación INCACEN y semillero de investigación SIGMA para los estudios entre las Universidad de Chapecó, Brasil y la UNAD, Colombia, fortaleciendo la línea de investigación de gestión de la innovación y el conocimiento de tomada de decisiones de desarrollo empresarial.

La relevancia de la investigación se justifica considerando que la pandemia Covid-19 resultó en un cambio drástico en el mercado económico global. En el ámbito empresarial no fue diferente, en muchos casos, como en el sector servicios, comercio y turismo, los impactos fueron rápidos y brutales, mientras que en otros casos, algunos negocios terminan beneficiándose del escenario pandémico (SC Inova, 2020).

CONTENIDO

Organizaciones de diferentes sectores se insertan en un entorno cada vez más dinámico y turbulento, requiriendo un alto nivel de emprendimiento e innovación (Martens, Carneiro, Martens y Silva, 2015). En este contexto, con el surgimiento de nuevas empresas, la cultura emprendedora estimula y ayuda en el desarrollo de negocios competitivos y prósperos (Bernardo y Araújo, 2016).

El proceso de creación de nuevos negocios se caracteriza por la necesidad de decidir y actuar ante las incertidumbres, por lo que es un desafío para las empresas permanecer en el mercado, requiriendo así un mejor conocimiento de las herramientas de toma de decisiones para actuar en momentos de incertidumbre. En contextos inciertos, la toma de decisiones debe poder adaptarse a lo largo del tiempo y responder al cambio y la inestabilidad inherentes a esos contextos (Reymen, Andries, Berends, Mauer, Stephan y Van Burg, 2015).

La toma de decisiones se considera el núcleo de las tareas realizadas por los niveles de gestión de las empresas. Por lo tanto, los tomadores de decisiones deben crear conciencia y compromiso organizacional de manera incremental, para permitir que las estrategias emerjan y se materialicen de manera efectiva. La formulación de estrategias es un proceso de aprendizaje, en el que la formulación y la implementación van de la mano (Mintzberg, Lampel, Quinn y Ghosha, 2007). Para que las empresas obtengan ventajas competitivas

deben implementar estrategias que exploten sus fortalezas, respondiendo a las oportunidades ambientales, esta implementación neutraliza las amenazas externas evitando debilidades internas (Barney, 1991).

También se destaca la importancia de la innovación y el conocimiento como activos de competitividad, siendo la innovación el eje central para diferenciar y posibilitar la competitividad (Ikenami, Garnica y Ringer, 2016). La innovación se ha destacado como un elemento fundamental en los entornos competitivos (Lins Filho, Andrade y Silva, 2020), presentándose como un vector para promover efectos multiplicadores en la economía, fomentando y desencadenando impactos tecnológicos exponenciales en los negocios y, en consecuencia, en la economía. desarrollo, ya que promueve un conjunto de prácticas organizacionales para el desarrollo de productos o servicios (Thurner y Ruppenthal, 2015).

Pero la innovación no se trata solo de nuevos productos o servicios. Según el Manual de Oslo (Organisation for Economic Co-operation and Development [OECD], 2005, p. 55) “una innovación es la implementación de un producto (bien o servicio) nuevo o significativamente mejorado, o un proceso, o un nuevo método de marketing, o un nuevo método organizativo en los negocios prácticas, en la organización del lugar de trabajo o en las relaciones externas”. La innovación puede definirse como una condición necesaria para la supervivencia de las organizaciones, especialmente en escenarios turbulentos o de crisis.

Para Schumpeter (1984), las innovaciones se pueden clasificar en cinco "casos" para "nuevas combinaciones": i) introducción de un nuevo bien; ii) introducción de un nuevo método de producción; iii) apertura de un nuevo mercado; iv) establecimiento de una nueva organización de cualquier industria; y, v) conquista de una nueva fuente de abastecimiento de materias primas. También cabe destacar la definición del Manual OSLO (OECD, 2005), desarrollado para facilitar la estandarización de la investigación en innovación en el mundo, que identifica cuatro tipos de innovación: I) innovación de producto; II) innovación de procesos; III) innovación de marketing; y, IV) innovación organizacional.

Toda actividad de innovación se constituye mediante procesos colaborativos que formulen estrategias para sobresalir ante la competitividad del mercado, con el fin de alcanzar y transformar las necesidades de quienes integran el entorno organizacional (Montoya, Montoya y Rojas, 2019). La competitividad está articulada a la globalización, con el objetivo de trascender los mercados y ofrecer una dinámica productiva más segura y confiable que favorezca las operaciones y los recursos presupuestales y financieros, valorizando los activos de la empresa (Mejía, 2014).

Zanatta (2018) muestra que varios factores contingentes como el tamaño, la incertidumbre en el desempeño de las tareas, la tecnología, la estructura, etc., requieren capacidades adaptativas de las organizaciones y sus gerentes, con el fin de mejorar los procesos y obtener un mejor desempeño. La Tabla 1 muestra las variables de contingencia.

TABLA 1
Variables contingentes

Características	Conceptos
Tecnología e innovación	La forma en que las organizaciones utilizan el hardware, el software, los procesos, las personas, los datos y el almacenamiento de conocimientos se pueden considerar aspectos tecnológicos (Chenhall, 2003). "Las innovaciones de tecnología de la información específicas se utilizan de diferentes maneras en diferentes organizaciones, representan el uso de las innovaciones de tecnología de la información en general" (Hyvönen, 2007, p. 353). La innovación puede ocurrir a través de: i) innovación de producto; ii) innovación de procesos; iii) innovación de marketing; y, iv) innovación organizacional (OECD, 2005).
Estructura organizacional	La estructura organizacional se refiere a la composición de los miembros de la organización, la forma en que se definen los diferentes roles, la coordinación de tareas y actividades entre grupos o equipos, con el fin de asegurar que se alcancen los objetivos (Chenhall, 2007). La estructura puede ser más o menos centralizada, con diferentes niveles jerárquicos (Gordon; Narayanann, 1984).
Tamaño - Trabajos	El tamaño de una empresa se puede medir por el número de trabajadores (Chenhall, 2007).
Facturación / tickets	Para estimar el tamaño de una empresa se pueden observar las siguientes variables: utilidades, volumen de ventas activo o ingresos, apreciación de las acciones (Chenhall, 2007).
Ambiente externo	El entorno incluye aspectos relacionados con la estabilidad, la previsibilidad y la capacidad de adaptación a los cambios (Espejo, 2008). La competencia, la oferta de insumos o materiales y las variables económicas son atributos del medio ambiente (Chenhall, 2007).

elaboración propia

El concepto de innovación propuesto por Crossan y Apaydin (2010), quienes la definen como la producción o adopción, asimilación y explotación de una novedad que añade valor en la esfera social y económica; en la renovación o ampliación de productos, servicios y mercados; en el desarrollo de nuevos métodos de producción; y en el establecimiento de nuevos sistemas de gestión. Entonces, la innovación es producto de la disposición humana, combinada con la necesidad de un entorno propicio que estimule y le dé orden al proceso en general. Solo aquellas empresas que logren aprender y generar procesos de innovación podrán diferenciarse en un entorno globalizado (Sánchez, Cervantes y Peralta, 2016).

En escenarios de crisis, las organizaciones necesitan innovar para permanecer en el mercado, que es cada vez más competitivo, dinámico y desafiante. El escenario económico se torna aún más turbulento en períodos de pandemia. La pandemia provocada por la enfermedad conocida como COVID-19 ha afectado enormemente a organizaciones de todo el mundo, siendo una variable contingente del entorno externo. Los impactos económicos generados por la pandemia del nuevo coronavirus están directamente relacionados con la determinación del aislamiento social y se pueden separar en tres rangos: a) impacto inmediato por restricciones de producción y consumo; b) duración del período de recuperación; y c) impacto en la trayectoria de largo plazo de la economía (Brasil, 2020).

La nueva pandemia de coronavirus impactó negativamente en la economía mundial, afectando directamente las relaciones con los consumidores, la vida familiar, las opciones de ocio y las nuevas formas de trabajar en el hogar (Clemente, Andrade, Stoppa y Santos, 2020; Fauvel, 2020; García y Bezerra, 2020). En este sentido, Sánchez et al. (2016) señalan que la gestión de la innovación demanda procesos claramente

definidos y planificados en relación a la inclusión de la misma innovación en las prácticas administrativas, aspecto que conlleva una mayor actualización y profesionalización de los directivos en cargo, así como el personal que lo compone.

Pérez (2019), muestra que las empresas para mejorar su capacidad innovadora deben fortalecer su capacidad de gestión, su creatividad e innovación y ventajas competitivas que les permitan ser más eficientes a la hora de aprovechar oportunidades en los mercados regionales, nacionales y globales.

METODOLOGÍA

Metodológicamente la investigación se caracteriza por ser descriptiva, realizada a través del análisis documental. El tipo de estudio es descriptivo, ya que tiene como finalidad, describir las características del objeto de estudio, que permita visualizar la situación actual de las Pymes por efecto del Coronavirus en las regiones Departamento del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil, en el año 2020.

Corresponde a un estudio descriptivo y documental, porque inicialmente se realiza una revisión bibliográfica para detallar la situación actual de las Pymes por efecto del Coronavirus en las regiones Departamento del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil. Las etapas metodológicas serán caracterizar en las Pymes los procesos de gestión de innovación anteriores y posteriores a los efectos del coronavirus en el Departamento del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil.

Para caracterizar en las Pymes los procesos de gestión de innovación y los efectos del coronavirus en el Departamento del Magdalena, Colombia y Estado de Santa Catarina, Brasil, se analiza la información disponible de la Cámara de Comercio de Santa Marta (Colombia) y los datos disponibles de SEBRAE y la Junta de Comercio del Estado de Santa Catarina (Brasil).

La investigación analiza la información (datos públicos) comparativamente entre Colombia y Brasil, refiriéndose al período 2020 y 2021 (parcialmente), destacando las dificultades de las organizaciones, especialmente las pymes en el contexto de la pandemia Covid-19, observando los impactos económicos y sociales en la gestión de los negocios de estas organizaciones.

RESULTADOS

Investigación de las empresas en Colombia

Según lo mencionado por la Organização Internacional do Trabalho – OIT (2020) como se citó en ACOPI (2021, p. 16) establece que los efectos de la COVID-19 se dividen fundamentalmente en dos grupos: 1) los efectos sobre la demanda, y 2) los efectos sobre la oferta. Como primer impacto en la demanda, se generó una crisis en las ventas en sectores de restaurantes y hoteles, debido al cierre temporal de este tipo de empresas.

En segundo lugar, se encuentra la disminución del consumo local y las exportaciones, que generan impacto sobre la demanda de bienes y servicios de las pequeñas y medianas empresas. Finalmente se hace referencia a los problemas asociados con la falta de liquidez y el flujo de caja, cuyo manejo se dificulta por las restricciones al crédito que tiene este segmento empresarial (Organização Internacional do Trabalho [OIT] (2020) como se citó en ACOPI (2021).

Desde la oferta la primera consecuencia fue la reducción del empleo, asociados como la enfermedad, las medidas de confinamiento, las restricciones de movilidad, las nuevas dinámicas asociadas al trabajo en casa, entre otros. Un segundo impacto estuvo representado en la disminución de la productividad de las pymes porque tuvieron que adaptar nuevos procesos de trabajo y cambiaron a nuevos procesos de producción y distribución e innovando en la cadena de suministros y materias primas (OIT (2020) como se citó en ACOPI (2021, p. 16).

En ese sentido, las “Microempresas son “herramientas claves en la recuperación económica y social de Colombia” en la “poscrisis” por el COVID – 19, teniendo en cuenta que el 65% de la población trabaja en empresas integradas por menos de diez personas”, lo que indica que “gran parte de la fuerza laboral en Colombia es generada a partir de la microempresa” (Forbes, 2020).

Teniendo en cuenta la situación en el Departamento del Magdalena relacionada con la participación de las microempresas corresponde al 96,89% de la estructura empresarial” (Cámara de comercio de Santa Marta [CCSM], 2020). Los “sectores más afectados se encuentran el turismo con 595 empresas cerradas y 884 empleos perdidos y el comercio con 560 cierres y 774 pérdidas de empleos” (CCSM, 2020), es importante que estas empresas generen estrategias de reactivación que sean apoyadas por los gremios y los entes gubernamentales, la cual sirva de información base que permita sustentar las variables principales del estudio sobre la afectación en los procesos de innovación de las pymes.

En la variable relacionada con la innovación el Índice Departamental de Innovación para Colombia (IDIC) muestra al Departamento del Magdalena con un nivel de desempeño medio-bajo en el 2020, en comparación con los 8 departamentos ubicados en este nivel de innovación presente el mayor puntaje con 27,83 y a nivel nacional se encuentra por debajo de los grupos con niveles Alto y Medio-Alto, ocupando la posición 15 entre 31 unidades territoriales, presentando una leve mejoría frente a años anteriores (CCSM, 2021).

Se observa que en los pilares Producción Creativa y Sofisticación de Mercados, el Magdalena tuvo mejor desempeño frente a otros departamentos ubicándose en las posiciones 11 y 14 respectivamente, además se destaca los grandes avances en uso de TICs para innovar y mejorar procesos en las empresas, desempeño logístico y registro de marca en el Magdalena. Sin embargo, el principal reto del departamento según el IDIC 2020, es mejorar en el pilar de Sofisticación de Negocios, donde se deben aumentar y fortalecer las redes de cooperación con el fin de innovar de las empresas con la academia, centros de estudios y organismos internacionales, los subpilares formación y capacitación, solicitud de patentes, costo de energía y uso eficiente de la misma. También hay un reto frente al sub-pilar Sostenibilidad Ambiental, que requiere mejoras en la eficiencia del uso de energía y desempeño ambiental (CCSM, 2021).

Por otra parte, la dinámica empresarial en Santa Marta y el Magdalena, se vio afectada por los problemas de la pandemia del COVID-19, y la mayor vulnerabilidad estuvo representada en la liquidez y el empleo, ocasionando efectos negativos a la economía de la región. Las ventas en el Departamento del Magdalena al inicio de la pandemia disminuyeron entre el 5% y 20% y 50 de cada 100 empresas obtuvieron pérdida entre el 80% y el 100% (CCSM, 2020).

A partir del inicio de la pandemia y de las medidas de restricciones, el primer trimestre del año 2020, la tasa de desempleo fue de 16,2% la más alta en los últimos años, con un número de empleo formales perdidos de 11.092, distribuidos en los sectores de la construcción, industria, turismo, comercio y otros servicios. La industria del turismo tuvo una pérdida de 1.167 empleos y el cierre de 1.262 empresas y el sector del comercio con 1.964 empleos perdidos y 1.858 empresas tuvieron que cerrar sus actividades comerciales. En el mismo informe que presenta, el 93% de las empresas manifestaron que solo tienen un flujo de caja para dos meses y los gastos que más tuvieron que cubrir en el trimestre fueron: Proveedores, Arriendos, Salarios y Servicios Públicos, con un 72% (CCSM, 2020).

Para el trimestre de julio a septiembre de 2020, la tasa de desempleo subió al 20,7%, dentro los sectores que más afectación presentaron estaba el comercio, alojamiento, restaurantes y recreación (CCSM, 2020).

Ríos Manríquez, Rodríguez, Olalde y Gallardo (2009), citado por la Cámara de Comercio de Santa Marta, considera que el no uso de la TIC, se debe a la falta de liderazgo en la organización para financiar proyectos sobre la TIC, miedo al cambio de nuevas tecnologías. García, María, Sánchez y Zulia (2013), considera que otra causa es que los empresarios consideran que los beneficios del uso de la TIC, se refleja a largo plazo.

También la (La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia [ANDI], 2019) encuentra la mayor barrera de las empresas para empezar y proceso de transformación digital, es la falta de cultura tecnológica en un 74,1%, desconocimiento sobre el uso y ventaja de las TIC 61,6 % y el presupuesto 56,3 %.

En otra encuesta realizada por (Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia [MINTIC], 2017) arroja que el 72.6% de las empresas del sector comercio no cuenta con un área, dependencia o personas que se encarguen del tema de la tecnología de la información y las comunicaciones.

Investigación en empresas del Santa Catarina/ Brasil

Un estudio realizado con 1.180 empresas en 2020, por la Revista PEGN, Resultados Digitais y Endeavour, muestra que el 77% de las empresas tuvo una disminución en los ingresos durante el período inicial de la pandemia, con un 39% de estas empresas con pérdidas entre el 40% y 100% de su facturación. Solo el 13% de las organizaciones encuestadas han experimentado un crecimiento de los ingresos desde el inicio de la pandemia. La mayoría de los encuestados son pequeñas y medianas empresas (54,5%), microempresas (31%) y empresas individuales (12,5%), de las regiones Sudeste (59,7%) y Sur (26,6%) de Brasil. Además, los datos de la encuesta señalan los sectores que tuvieron una reducción en su presupuesto, siendo los más afectados Turismo y Ocio (-80,8%), Eventos (-67,4%), Retail y Pequeñas Empresas (-47,2%). Las que menos impactos tuvieron fueron Comercio electrónico (-5,8%), Servicios financieros, legales y afines (-14,8%) y Empresas de software y nube (-17,2%) (Revista PEGN, 2020).

Las pequeñas y medianas empresas juegan un papel importante en la economía brasileña. En 2019, las Pymes representaron el 54% de la creación de empleo formal en el país (OIT, 2020). En 2020, incluso en el escenario pandémico, las pymes generaron el 70% de los empleos formales, lo que representa 587 mil nuevos empleos formales, y de este total, el estado de Santa Catarina fue uno de los más contratados, generando 48.900 nuevos empleos (G1, 2021).

En esta edición de la encuesta también se escuchó a empresarios sobre la adopción de las medidas previstas en la MP 936/20. La suspensión temporal del contrato de trabajo fue adoptada por el 24,7% de las empresas y la reducción proporcional de la jornada y el salario fue adoptada por el 22% de las empresas de Santa Catarina. Como resultado, 408 mil habitantes de Santa Catarina son suspendidos de sus contratos de trabajo y 462 mil vieron reducidas sus horas de trabajo y salarios. En cuanto a las ventas, el 91,3% de los encuestados apunta a una caída de las ventas internas, y de los que exportan, el 73,9%. La pérdida total de ingresos representa el 56,5% del total esperado para el período. Se estima que la pérdida total de ingresos de las empresas de Santa Catarina ya totaliza R\$ 16,2 mil millones. El momento crítico hace que muchas empresas busquen crédito para mantenerse activas. La encuesta mostró que, desde el inicio de la crisis, el 49,2% de los empresarios buscaron crédito, pero solo tres de cada diez tuvieron acceso. De los que no tomaron crédito, el 34,2% reclamó intereses altos, el 31,1% falta de líneas para su perfil de negocio, el 29,9% falta de garantías y el 9,6% falta de aval (Sul Brasil, 2020).

A pesar de estar entre los estados que más contribuyeron a la contratación de trabajos formales, Santa Catarina perdió 406.000 puestos de trabajo con la crisis del coronavirus (NSC Total, 2020). Por tanto, los sectores que más se destacaron en la generación de nuevos puestos de trabajo en 2020 en el estado fueron Construcción Civil (4.372 puestos de trabajo en el año) y Agricultura (629 puestos de trabajo en el año). Por otro lado, los sectores de Comercio (15.506 despidos acumulados en el año), Industria (3.701 despidos acumulados en el año) y Servicios (14.717 despidos acumulados en el año) fueron los más impactados por la pandemia, obteniendo un saldo negativo de puestos de trabajo en el estado (Sebrae, 2020).

En comparación con los datos nacionales, los sectores de Servicios (224,3 mil empleos en el año), Industria (152,8 mil empleos en el año), Comercio (105,1 mil empleos en el año), Construcción Civil (75,3 mil empleos en el año) y Agricultura (23,900 empleos en el año) fueron los que más contribuyeron a la creación de empleos formales (G1, 2021).

Una encuesta publicada por Sebrae (2020) destacó las regiones de Santa Catarina con las mejores y peores tasas de empleos formales generados en el período inicial de la pandemia. Las tres regiones con mayor crecimiento en el saldo de puestos de trabajo en el año fueron Far West, West y Midwest, donde predominan las actividades agroindustriales. La Región Oeste se destaca del resto con un total de 6.504 nuevos puestos de trabajo en el año. Las regiones que registraron los índices más bajos de impacto en el balance generador de empleo fueron Grande Florianópolis (-14,339) y Foz do Itajaí (-10,912) (Sebrae, 2020).

En este contexto, el Gobierno del Estado de Santa Catarina, anunció que la ciudad de Chapecó (Región Oeste) es la ciudad de Santa Catarina que generó más empleos en 2020, con un total de 2.511 nuevos puestos de trabajo. Por otro lado, la ciudad de Florianópolis es la que registró más pérdidas de empleo en el estado, con un saldo de 14,222 despidos no recuperados (Santa Catarina, 2020).

Luego del período inicial de Covid-19, en 2021, los índices comenzaron a crecer nuevamente, por lo que Santa Catarina registró en febrero más de 33 mil nuevos empleos formales, lo que representa más del 8% de los 401,639 empleos creados en Brasil en el mismo período. Este resultado muestra un aumento del 95% en los trabajos formales en comparación con febrero de 2020 en el estado. Los sectores que más destacan en estas cifras son Servicios (14.883 puestos de trabajo), Industria (6.096 puestos de trabajo) y Construcción Civil (2.389 nuevos puestos de trabajo) (Santa Catarina, 2021).

Por lo tanto, el estado también registró un crecimiento de más del 47% de nuevas empresas en el primer semestre de 2021, según datos del Registro Mercantil de la Junta de Comercio de Santa Catarina – JUCESC, se establecieron un total de 107.268 emprendimientos y 32.431 se extinguieron en Santa Catarina. Estos datos representan un crecimiento significativo respecto al año 2020, cuando se incluyeron 76.690 nuevas empresas y se descartaron 26.001 (Junta Comercial do Estado de Santa Catarina [JUCESC], 2021).

En general, se puede ver que las variables contingentes del entorno externo (pandemia) obligaron a las empresas a realizar diversos ajustes en la estructura organizacional, ajustes e inversiones, especialmente en tecnología (innovación de procesos, productos, marketing), con miras a revertir los impactos en las ventas y mantenimiento de trabajos.

DISCUSIÓN O PROPUESTA

La actividad empresarial en Brasil y Colombia estuvo afectada por los problemas de salud generados por la pandemia del Covid-19, ocasionando efectos negativos en 5 variables que los investigadores pudieron analizar al caracterizar las Pymes de las regiones de Santa Catarina, Brasil y el Magdalena, Colombia.

La variable de innovación en el Departamento del Magdalena estuvo en nivel medio-bajo en el año 2020, evidenciando el deficiente desempeño que tienen las empresas en mejorar sus productos y servicios, y adaptarse a las nuevas tecnologías, que les permitan lograr que sus negocios sean más eficientes y competitivos en el mercado. Lo anterior es evidente en relación al uso de tecnología ya que los negocios en Santa Marta presentan los menores índices en comparación con las demás ciudades, el 9,90% manifestaron utilizar computadores o portátiles, en comparación al 17,20% del resto de ciudades y el 53,50% uso telefonía móvil, en comparación al 68,90% del resto de las ciudades (CCSM, 2020).

En relación con los ingresos provenientes de las ventas, en el Magdalena estas disminuyeron generando una inestabilidad empresarial que muchas de ellas se vieron obligadas a cerrar sus negocios. Esto es producto de una baja presencia en el uso de sitios web y redes sociales, dado que en Santa Marta fue de 1,3% y 3,5% para el total de las 24 ciudades principales del país medidos por el DANE, 2020. Además, el 9% de las unidades de negocios de menos de 10 ocupados en la Ciudad manifestaron tener presencia en las redes sociales, es decir tener una cuenta registrada en plataformas como Facebook, Twitter o Instagram. El marketing digital y el comercio electrónico siguen en tendencia, y las empresas locales no pueden ser ajenas a esto. La reapertura gradual no debe tomarse como una excusa para bajar la guardia en la transformación digital, debe ser una

oportunidad para acelerarlo y estar preparados ante futuros rebrotes y aislamientos obligatorios (CCSM, 2020).

En relación con la generación de empleo, encontramos que las restricciones de movilidad y confinamiento ocasionaron el aumento del desempleo en las regiones del Magdalena, ya que muchas empresas y en especial en los sectores de alojamiento, bar y restaurantes se vieron obligados a reducir su planta de personal, debido a la disminución de sus ingresos. Incluso con estas innovaciones, las encuestas muestran que hubo una reducción en los ingresos de las empresas en las que hubo una reducción del 40% al 100% dependiendo de cada sector. El negocio del turismo y el entretenimiento aún no ha vuelto a la normalidad. Si bien el Estado de Santa Catarina tiene un impacto menor que otros estados brasileños, la pérdida total de ingresos representa el 56,5% del total previsto para el período, con una pérdida estimada de alrededor de R\$ 16,2 mil millones.

Se puede decir que las variables contingentes del entorno externo (pandemia) requirieron ajustes en la estructura organizacional de las empresas, así como ajustes e inversiones en tecnología (innovación), con el objetivo de revertir los impactos en ventas (tamaño) y mantenimiento de puestos de trabajo.

Como forma de sobrevivir ante la pandemia de coronavirus, las empresas buscaron nuevas tecnologías e innovaciones. El crecimiento de la demanda de entrega y drive-thru requirió adaptaciones por parte de las empresas, además de una estructura diferenciada, agregado el uso de empaques desechables, procesos de limpieza más rigurosos, cambios en el cumplimiento de pedidos en línea y en los métodos de entrega. Las ayudas de la comunicación y las tecnologías digitales han permitido la comercialización y consumo de bienes y servicios, contribuyendo especialmente a las Pymes.

CONCLUSIONES

Una vez analizadas la información obtenida de fuentes secundarias en el Departamento del Magdalena y Estado de Santa Catarina, se pudo evidenciar los efectos que ha ocasionado la pandemia de Covid-19 en los diferentes sectores empresarial y en especial a los de alojamiento, bares y restaurantes, quienes por su actividad económica aglomeran mayores números de personas y mayor contacto personal.

Al comparar los niveles de desempleo en el Magdalena fueron más de 11.000 empleos perdidos y en Santa Catarina por encima de 406.000, el estudio demostró que los ingresos de las empresas en Santa Catarina estuvieron entre el 40% y 100%, en el Magdalena entre el 80% y 100%.

Como una forma de superar los efectos de la pandemia, la planificación e la integración de redes de cooperación interorganizacional para construir estrategias comunes y acceder a recursos competitivos, reducción de costos sin perder calidad, innovación continua, gestión contable de costos e ingresos, inversiones en canales de comunicación digital que promuevan la interactividad y amplifiquen los canales de venta, son estrategias que deben ser continuamente mejorado por los gerentes, no solo durante los períodos de epidemia y crisis.

REFERENCIAS

- Acopi. (2020). Impacto de la Covid-19 en las Mipymes colombianas. Recuperado de https://www.acopi.org.co/wp-content/uploads/2020/12/impacto_covid_web-1.pdf.
- Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. *Journal Of Management*, 17(1) 99-120. doi: <http://dx.doi.org/10.1177/014920639101700108>.
- Bernardo, N. R. R., y Araújo, E. A. S. de (2016). Formação para o empreendedorismo: análise das ementas das disciplinas dos cursos oferecidos por uma instituição pública de ensino superior tecnológico. *GyDR - Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional*, 12(5), 304- 327.
- Brasil. Medida Provisória 963/2020. (2020). *Programa Emergencial de Manutenção do Emprego e Renda*. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2019-2022/2020/mpv/mpv936.htm.

- Cámara de Comercio de Santa Marta. (2020). *Boletín 2: Efectos económicos del COVID-19 sobre la actividad empresarial del Magdalena*. Recuperado de <https://ccsm.org.co/camara-abierta/noticias-y-actualidad/278-boletin-2-efectos-economicos-del-covid-19-sobre-la-actividad-empresarial-del-magdalena.html>.
- Cámara de comercio de Santa Marta. (2020). *Efectos económicos del Covid-19 sobre la actividad empresarial del Magdalena*. Boletín No. 5. Recuperado de <https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/download/78-investigaciones/49786-boletin-5-efectos-economicos-del-covid-19-sobre-la-actividad-empresarial-del-magdalena.html>.
- Cámara de comercio de Santa Marta. (2020). *Efectos económicos del Covid-19 sobre la actividad empresarial del Magdalena*. Boletín No. 7. Recuperado de <https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/download/78-investigaciones/50266-boletin-7-efectos-economicos-covid-19-magdalena.html>.
- Cámara de comercio de Santa Marta. (2020). *Efectos económicos del Covid-19 sobre la actividad empresarial del Magdalena*. Boletín No. 10. Recuperado de <https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/download/78-investigaciones/50283-boletin-10-efectos-economicos-covid-19-magdalena-brechas-digitales.html>.
- Cámara de Comercio de Santa Marta. (2020). *Pandemia por COVID-19 obligó al cierre indefinido de más de dos mil empresas en el Magdalena*. Recuperado de <https://ccsm.org.co/camara-abierta/noticias-y-actualidad/126-boletines-y-comunicados-de-prensa/287-pandemia-por-covid-19-obligo-al-cierre-indefinido-de-mas-de-dos-mil-empresas-en-el-magdalena-camcomercio.html>.
- Cámara de Comercio de Santa Marta. (2020). *Resultados del Índice de Innovación -IDIC- en el Magdalena, 2020*. Recuperado de <https://www.ccsm.org.co/servicios-y-programas/programas-empresariales/estudios-economicos/investigaciones-e-indicadores-economicos/download/78-investigaciones/51563-resultados-del-indice-de-innovacion-en-el-magdalena-2020.html>.
- Chenhall, R. H. (2003). Management control systems design within its organizational context: findings from contingency-based research and directions for the future. *Accounting, organizations and society*, 28(2), 127-168.
- Chenhall, R. H. (2007). Theorizing contingencies in management control systems research. *Handbook of Management Accounting Research*, 1, 163-205.
- Clemente, A. C. F., Andrade, L. G. de., Stoppa, E. D., y Santos, G. E. de O. (2020). Políticas públicas frente aos impactos econômicos da COVID-19 no Turismo. *Cenário - Revista Interdisciplinar em Turismo e Território*, Brasília, (14), 73-85.
- Crossan, M. M., y Apaydin, M. (2010). A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of the Literature. *Journal of Management Studies*, 47(6), 1154–1191. doi: 10.1111/j.1467-6486.2009.00880.x.
- Eigenstuhler, D. P., Pacassa, F., Kruger, S. D., y Mazzioni, S. (2021). Influência das características dos países na disseminação da Covid-19. *Revista Gestão Organizacional*, 14(1), 172-191.
- Espejo, M. M. S. B. (2008). Perfil dos atributos do sistema orçamentário sob a perspectiva contingencial: uma abordagem multivariada. 2008. 216 f. *Tese* (Doutorado em Controladoria e Contabilidade). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2008.
- Fauvel, A. (2020). *Covid-19 e as prorrogações tributárias*. Arquivoi, 2020. Recuperado de https://arquivoi.com.br/blog/covid19easprorrogacoestributarias/#2_Prorrogacao_do_INSS_PIS_e_COFINS.
- Ferreira Junior, R. R., y Santa Rita, L. P. (2020). Impactos da Covid-19 na economia: limites, desafios e políticas. *Cadernos De Prospecção*, 13(2), COVID-19, 459.

- Forbes. (2020). *Microempresas serán “herramienta clave” en recuperación económica de Colombia*. Recuperado de <https://forbes.co/2020/04/30/economia-y-finanzas/microempresas-seran-herramienta-clave-en-recuperacion-economica-de-colombia/>.
- G1. (2021). *Pequenos negócios geraram 70% dos empregos com carteira assinada no 1º trimestre de 2021*. Recuperado de <https://g1.globo.com/economia/pme/noticia/2021/05/31/pequenos-negocios-geraram-70percent-dos-empregos-com-carteira-assinada-no-1o-trimestre-de-2021.ghtml>.
- Gama Neto, R. B. (2020). Impactos da Covid-19 sobre a economia mundial. *Boletim de Conjuntura*, 2(5), 113-127. doi: <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3786698>.
- García, R. M., y Bezerra, D. O. (2020). A importância da contabilidade gerencial para pequenas e médias empresas em meio a pandemia do Covid-19. *Revista Campo do Saber*, 6(2), 96-111.
- García, S., María, L., Sánchez, T., y Zulia, U. (2013). TIC en las micro , pequeñas y medianas empresas (MIPyME) industriales mexicanas. *Enl@ce Revista Venezolana de Información, Tecnología y Conocimiento*, 10(1), 85-104.
- Giraldo, W. y Otero, M. (2017). La importancia de la innovación en el producto para generar posicionamiento en los jóvenes. *Revista Facultad de Ciencias Económicas*, 25(2).
- Gordon, L. A., y Narayanan, V. K. (1984). Management accounting systems, perceived environmental uncertainty and organization structure: an empirical investigation. *Accounting, organizations and society*, 9(1), 33-47.
- Guimarães Júnior, D. S., Nascimento, A. M., Santos, L. O. C., y Rodrigues, G. P. A. (2020). Efeitos da pandemia do COVID-19 na transformação digital de pequenos negócios. *Revista de Engenharia e Pesquisa Aplicada*, 5(4), 1-10.
- Hyvönen, J. (2007). Strategy, performance measurement techniques and information technology of the firm and their links to organizational performance. *Management Accounting Research*, 18, 343-366.
- Huynh, T. L. D. (2020). Does culture matter social distancing under the COVID-19 pandemic? *Safety Science*, 130, 1-19.
- Ikenami, R. K., Garnica, L. A., y Ringer, N. J. (2016). Ecosistemas de Inovação: abordagem Analítica da Perspectiva Empresarial para Formulação de Estratégias de Interação. *Revista de Administração, Contabilidade e Economia da FUNDACE*, 7(1), 162-174. doi: <http://dx.doi.org/10.13059/racef.v7i1.232>.
- Junta Comercial de Santa Catarina. (2021). SC registra crescimento de 47,63% no saldo de novas empresas no primeiro semestre. Recuperado de: <https://www.jucesc.sc.gov.br>.
- La Asociación Nacional de Empresarios de Colombia. (2019). *Encuesta de Transformación Digital*. Recuperado de <http://www.andi.com.co/Uploads/ANALISIS-ENCUESTA-DE-TRANSFORMACION-DIGITAL-2019-ANDI.pdf>.
- Lima-Costa, M. F., Mambrini, J. V. D. M., Andrade, F. B. D., Peixoto, S. W. V., y Macinko, J. (2020). Distanciamento social, uso de máscaras e higienização das mãos entre participantes do Estudo Longitudinal da Saúde dos Idosos Brasileiros: iniciativa ELSI-COVID-19. *Cadernos de Saúde Pública*, 36.
- Lins Filho, M. L., Andrade, A. P. V. de, y Silva, G. G. da. (2020). Capacidade de inovar em Startups: Uma abordagem sob a ótica da orientação para aprendizagem. *Navus*, Florianópolis, 10, 01-21. doi: <https://doi.org/10.22279/navus.2020.v10.p01-21.1095>.
- López, P. D., y Guillén, G. (2020). Afectaciones económicas por la pandemia de COVID-19 y oportunidades de crecimiento en la industria de Dispositivos Médicos de Jalisco. *Memorias del Congreso Nacional de Ingeniería Biomédica*, 7(1), 478-484. Recuperado de <http://memorias.somib.org.mx/index.php/memorias/article/view/800>.
- Martens, C. D., Carneiro, K., Martens, M., y Silva, D. (2015). Relationship between entrepreneurial orientation and project management maturity in Brazilian software firms. *Iberoamerican Journal of Strategic Management (IJSM)*, 14(2), 72-91. doi: <https://doi.org/10.5585/ijsm.v14i2.2232>.
- Mejía, D. (2014). Gestión de la innovación en pequeñas empresas. Un estudio exploratorio en Querétaro. *Inquietud Empresarial*. Vol. XIV (2).p.p. 71-86. Recuperado de <blob:https://scienti.minciencias.gov.co/6e969b15-93f2-4029-885a-48eca3824784>.

- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo, (2019). *Gobierno expide nueva clasificación de empresas a partir de sus ingresos*. Recuperado de <https://www.mincit.gov.co/prensa/noticias/industria/gobierno-expide-nueva-clasificacion-de-empresas-a>.
- Ministerio de Tecnologías de la Información y las Comunicaciones de Colombia. (2017). Gran Encuesta TIC. *Вестник Росздравнадзора*, 1–32. Recuperado de https://colombiatic.mintic.gov.co/679/articles-74002_cartilla_resumen.pdf.
- Mintzberg, H., Lampel, J., Quinn, J. B., y Ghoshal, S. (2007). *O processo da estratégia: Conceitos, contextos e casos selecionados* (4a ed.). Porto Alegre: Artmed.
- Montoya, I. A., Montoya, L. A., y Rojas, S. P. (2019). Innovación organizacional como un proceso de simbiogénesis. *NOVUM, revista de Ciências Sociais Aplicadas*, 1(9), 124-142. Recuperado de <https://www.redalyc.org/journal/5713/571360739006/html/>.
- NSC Total. (2020). *Santa Catarina perde 406 mil empregos com a crise do coronavírus, aponta pesquisa do Sebrae*. Recuperado de <https://www.nsctotal.com.br/colunistas/estela-benetti/santa-catarina-perde-406-mil-emprego-s-com-a-cri-se-do-coronavirus-aponta>.
- Organisation for Economic Co-operation and Development. (2005). *The Oslo Manual: Guidelines for collecting and interpreting innovation data* (3a ed.). Paris: OECD Publishing.
- Organización Mundial de la Salud. (2021). *Coronavirus disease (COVID-2019) situation reports*. Recuperado de <http://www.who.int/publications/m/item/weekly-epidemiological-update-on-covid-19---31-august-2021>.
- Organização Internacional do Trabalho. (2020). *A COVID-19, o mundo do trabalho e a importância das micro e pequenas empresas: O caso do Brasil*. Recuperado de https://www.ilo.org/brasilia/noticias/WCMS_749348/lang-pt/index.htm.
- Pérez, C. M. (2019). Innovación empresarial al servicio de la micro y pequeña empresa nortesantandereana: por la competitividad regional. *ECONÓMICAS CUC*, 40(1), 91-104. doi: <https://doi.org/10.17981/econuc.40.1.2019.06>.
- Porem, M. E. P., y Kunsch, M. M. K. (2021). Inovação, comunicação e pequenos negócios em tempos de pandemia: relatos de experiência de agentes locais de inovação (Ali). *Comunicação e Inovação*, 22(48).
- Revista PEGN. (2020). *Os impactos da Covid-19 nas PMEs e os passos para a retomada*. Recuperado de <https://revistapegn.globo.com/Administracao-de-empresas/noticia/2020/06/os-impactos-da-covid-19-nas-pmes-e-os-passos-para-retomada.html>.
- Reymen, I. M. M. J., Andries, P., Berends, H., Mauer, R., Stephan, U., y Van Burg, E. (2015). Understanding Dynamics of Strategic Decision Making in Venture Creation: A Process Study of Effectuation and Causation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(4), 351-379. doi: <https://doi.org/10.1002/sej.1201>.
- Ríos Manríquez, M., Rodríguez, J. T., Olalde, O. C., y Gallardo, A. A. A. (2009). Nivel de integración de las tics en las Mipymes, un análisis cualitativo. *Revista Raites*, 3(6), 157-179.
- Sánchez, M., Cervantes, V., y Peralta, P. (2016). Gestión de la innovación en pequeñas y medianas empresas de Barranquilla - Colombia. *Revista de Ciências Sociais*, 22(2), 78–91. doi: <https://doi.org/10.31876/rsc.v22i2.24861>.
- Santa Catarina. (2020). *Emprego e relações do trabalho*. Recuperado de <https://www.sc.gov.br/noticias/temas/emprego-e-relacoes-do-trabalho>.
- Santa Catarina. (2021). *Santa Catarina cria 33,9 mil empregos formais e registra aumento de 95% em fevereiro, de acordo com o Caged*. Recuperado de <https://www.sde.sc.gov.br/index.php/noticias/2980-santa-catarina-cria-33-9-mil-empregos-formais-e-registra-aumento-de-95-em-fevereiro-de-acordo-com-o-caged>.
- SC Inova. (2020). *Pesquisa com PMEs e scale-ups mostra impacto da Covid-19 nos negócios e aponta tendências pós-pandemia*. Recuperado de <https://scinova.com.br/pesquisa-com-pmes-e-scale-ups-mostra-impacto-da-covid-19-nos-negocios/>.
- Schumpeter, J. A. (1984). *A teoria do desenvolvimento econômico* (2a ed.). São Paulo: Nova Cultura.

- Sebrae. (2020). *Boletim impacto do novo Coronavírus nos negócios*. Recuperado de <https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/UFs/SC/Not%C3%ADcias/Boletim%20Impacto%20Coronavirus%20-%20Outubro%202020%20-%20Final.pdf>.
- Silva, D. L. B. D., Miranda, A. L., y Hoffmann, V. E. (2021). Viva ou Deixe Morrer: estratégias para o enfrentamento da COVID-19 sob a perspectiva empresarial em São Luís do Maranhão, Brasil. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 15.
- Sul Brasil, Jornal Sul Brasil. (2020). *Entidades de Chapecó avaliam impacto da crise econômica*. Recuperado de <https://jornalsulbrasil.com.br/entidades-de-chapeco-avaliam-impacto-da-crise-economica/>.
- Thurner, B. da V., y Ruppenthal, J. E. (2015). *Empreendedorismo e inovação: a influência das Startups no crescimento econômico*. 2015. 60 f. Trabalho de conclusão de curso (Dissertação) – Curso de Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Maria.
- Zanatta, J. M. (2018). Teoria da contingência estrutural e alinhamento estratégico: discussão no campo teórico dos estudos organizacionais. *Brazilian Journal of Development*, 4(7), 4232-4241.