

GCG

The Journal of Globalization, Competitiveness, and Governability

REVISTA CUATRIMESTRAL | FOUR-MONTHLY JOURNAL | REVISTA CUATRIMESTRAL

Vol. 17 Num. 1
JANUARY-APRIL 2023
ISSN: 1988-7116

<https://gcgjournal.georgetown.edu>



Mindfulness organizacional em direção à transformação digital e agilidade de mercado: interveniência do uso de informações gerenciais

Anderson Betti Frare, Ilse Maria Beuren e Jordan Williams
Neves Cipriano

La alfabetización financiera y las características sociodemográficas del emprendedor: un análisis de las pequeñas empresas españolas

Sara Fernández-López, Marcos Álvarez Espiño, Lucía Rey-Ares

A influência das Dimensões Culturais na Concentração Bancária dos Países

Jakeline Patrícia Santos e Danielle Montenegro Salamone
Nunes

Efeitos da Pandemia e Governança na Tempestividade dos Relatórios Financeiros de Companhias Abertas Brasileiras

Paulo Vitor Souza de Souza, Henrique Carvalho Bezerra
Morais e João Gabriel dos Santos Braga

Relation Between Consumption and Fear of Covid-19: a Brazilian Post-Vaccine Perspective

Edgard Monforte Merlo, Janaina de Moura Engracia Giraldo
& Matheus Berto

Gender Equality in Spain and Portugal 2006-2022; Economy and Competitiveness

Juan Rivera-Mata

LETTER FROM THE EDITOR IN CHIEF

EDITOR IN CHIEF

This issue of the Journal of Globalization, Competitiveness, and Governability continues with its commitment to our readers, in terms of frequency and quality criteria that are internationally accepted and audited by a number of institutions. GCG is currently indexed in: *SCOPUS (Elsevier Bibliographic Databases*. Scimago Journal Rank), Categories: Business, Management and Accounting, Economics, Econometrics and Finance; *EconLit* (American Economic Association's electronic bibliography); *EBSCO Publishing databases (Business Source Complete; Business Source Premier; Business Source Elite; Fuente Académica Premier; Fuente Académica Plus)*; and *ABI/INFORM (ProQuest; LATINDEX; REDALYC; Google Scholar Metrics)*. This drive for quality has seen GCG categorised as an A-level Journal (top category) of all the Spanish Journals dealing with the human and social sciences by *Web of Science* and/or *SCOPUS* (ISOC-CSIC).

In the first article, Anderson Betti Frare, Ilse Maria Beuren, and Jordan Williams Neves Cipriano (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brazil) seek to analyze the facilitating role of the use of managerial information on organizational mindfulness towards digital transformation and market agility. A sample of Brazilian startups was investigated through a survey. Data were analyzed using structural equation modeling and fuzzy-set qualitative comparative analysis. The results reveal an indirect effect of organizational mindfulness towards digital transformation on market agility, fully mediated by the use of managerial information. The authors conclude that for high (low) market agility, the presence (absence) of organizational mindfulness toward digital transformation and the use of management information is critical.

Small firms account for almost the totality of Spanish and international business firms. Although these agents are essential for job creation, they are also the ones that suffer most from the instability of the economic context, partly due to the moderate financial literacy of their managers. Sara Fernández-López, Marcos Álvarez-Espino, and Lucía Rey-Ares (Universidad de Santiago de Compostela, Spain) make a diagnosis of the level of financial literacy of their owners/managers, through the design of different clusters of a singular nature. In turn, these levels are related to the sociodemographic characteristics of the respondents. The results reveal the financial knowledge, attitudes and behaviors that can be strengthened in entrepreneurs.

The objective of the following article is to analyze the relationship between cultural dimensions and banking concentration, since culture as a collective programming of a society has the power to influence decision making. To carry out this work, Hofstede's cultural dimensions - power aloofness, uncertainty avoidance, individualism versus collectivism, masculinity versus femininity, long-term versus short-term orientation, and indulgence versus restraint - were used as a cultural variable, and the percentage share of the three largest banks in the countries was used as a bank concentration variable. For Jakeline Patrícia Santos and Danielle Montenegro Salamone Nunes (Universidade de Brasília - UnB, Brazil) the results show that countries that tend to be more restrictive and distanced from power have less banking concentration and that large banks have an extremely strong corporate culture, overlapping the influence of local culture.

Paulo Vitor Souza de Souza, Henrique Carvalho Bezerra Moraes, and João Gabriel dos Santos Braga (Universidade Federal do Pará UFPA, Brazil) try to verify whether there is a significant difference in the timeliness of corporate financial reporting in relation to the level of corporate governance and the onset of the pandemic using the nonparametric Wilcoxon rank sum test, due to the absence of normality. The results indicated that companies began to publish more timely reports after the onset of the pandemic and, at different levels of governance, provide more timely reports, and companies with a differential level of governance during the pandemic provided more timely reports. The authors conclude that there was no change in the timing of listed companies at traditional governance levels compared to before and after the onset of the pandemic.

The following article aims to verify changes in the feeling of fear of COVID-19 and in consumer relations, comparing the results of this research with those of other studies conducted at the beginning of the pandemic. For Edgard Monforte Merlo, Janaina de Moura Engracia Giraldi (Universidade de São Paulo, Brazil) and Matheus Berto (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, Brazil) the results showed an increase in purchases in virtual stores and in local markets, but no comparable evidence for food and daily use products, contrary to the literature. Behavioral differences were also found between respondents up to 38 years of age (among whom there was a strong perception of fear and intense nervousness with COVID-19 related news) and participants older than this age (among whom there was discomfort with the pandemic, but a low sense of fear). They conclude that the results reflect not only the change in behavior produced by the fear of COVID-19, but also the variation of these habits in a more optimistic scenario and closer to pre-pandemic life.

For Juan Rivera-Mata (University of Maryland Global campus, USA), economic gender differences persist and, according to patriarchy theory, women's political power will bring economic equality. To study this, he analyzes the Global Gender Gap of Spain and Portugal (2006-2022). The author concludes that women ministers or parliamentarians do not correlate with economic equality, workforce participation, equal pay for men and women or equal income. Also, the theory of patriarchy does not seem to be useful for reducing economic inequality. Neither do they find significant differences between PSOE and PP governments nor a positive correlation of economic equality with GDP or competitiveness. For all these reasons, he recommends measuring power (not parity), fiscal redistribution policies, and promoting a gender interchange of providing-caring social roles.

I would once again like to thank all those who have made this journal possible: members of the Advisory Board, the Editorial Board, Editors and Associate Editors, assessors, authors and, last but not least, the readers.

EDITOR IN
CHIEF

CARTA DEL EDITOR IN CHIEF

EDITOR IN CHIEF

Con este número la Revista de Globalización, Competitividad y Governabilidad continúa su andadura cumpliendo fielmente la periodicidad para con nuestros lectores y con los criterios de calidad, internacionalmente aceptados auditados por diversas instituciones. GCG actualmente se encuentra indexada en: **SCOPUS** (*Elsevier Bibliographic Databases*; Scimago Journal Rank), en las Category: Business, Management and Accounting Economics, Econometrics and Finance; **EconLit** (American Economic Association's electronic bibliography); **EBSCO Publishing's databases** (*Business Source Complete; Business Source Premier; Business Source Elite; Fuente Académica Premier; Fuente Académica Plus*); **ABI/INFORM** (*ProQuest; LATINDEX; REDALYC; Google Scholar Metrics*). Esta apuesta por la calidad ha permitido que GCG esté categorizada como revista A (máxima categoría) de todas las revistas españolas de ciencias humanas y sociales en **Web of Science** y/o **SCOPUS** (ISOC-CSIC).

En el primer artículo Anderson Betti Frare, Ilse Maria Beuren, y Jordan Williams Neves Cipriano (Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil) tratan de analizar el papel facilitador del uso de la información gerencial entre el mindfulness organizacional hacia la transformación digital y la agilidad del mercado. Se investigó una muestra de startups brasileñas a través de una encuesta. Los datos se analizaron mediante modelos de ecuaciones estructurales y fuzzy-set qualitative comparative analysis. Los resultados revelan un efecto indirecto del mindfulness organizacional hacia la transformación digital en la agilidad del mercado, con plena mediación del uso de la información gerencial. Los autores concluyen que para una agilidad de mercado alta (baja), la presencia (ausencia) de mindfulness organizacional hacia la transformación digital y el uso de la información de gestión es fundamental.

Las pequeñas empresas suponen la práctica totalidad del tejido empresarial español e internacional. Pese a que estos agentes son esenciales para la creación de empleo, también son los que más sufren la inestabilidad del contexto económico, en parte, por la moderada alfabetización financiera de sus gestores. Sara Fernández-López, Marcos Álvarez-Espiño, y Lucía Rey-Ares (Universidade de Santiago de Compostela, Spain). hacen un diagnóstico del nivel de alfabetización financiera de sus propietarios/gestores, a través del diseño de diferentes clústeres de naturaleza singular. A su vez, se relacionan esos niveles con las características sociodemográficas de los encuestados. Los resultados muestran aquellos conocimientos, actitudes y comportamientos financieros que pueden ser fortalecidos en las personas empresarias.

El objetivo del siguiente artículo es analizar la relación entre las dimensiones culturales y la concentración bancaria, ya que la cultura como programación colectiva de una sociedad tiene el poder de influir en la toma de decisiones. Para llevar a cabo este trabajo se utilizaron como variable cultural las dimensiones culturales de Hofstede - distanciamiento del poder, evitación de la incertidumbre, individualismo versus colectivismo, masculinidad versus feminidad, orientación a largo plazo versus orientación a corto plazo e indulgencia versus restricción- y como variable de concentración bancaria el porcentaje de participación de los tres bancos más grandes de los países. Para Jakeline Patrícia Santos y Danielle Montenegro Salamone Nunes (Universidade de Brasília – UnB, Brazil) los

resultados muestran que los países que tienden a ser más restrictivos y distanciados del poder tienen menos concentración bancaria y que los grandes bancos tienen una cultura corporativa extremadamente fuerte, superponiéndose a la influencia de la cultura local.

Paulo Vitor Souza de Souza, Henrique Carvalho Bezerra Moraes, y João Gabriel dos Santos Braga (Universidade Federal do Pará UFPA, Brasil) tratan de verificar si existe una diferencia significativa en la oportunidad de los informes financieros de las empresas en relación con el nivel de gobierno corporativo y el inicio de la pandemia utilizando la prueba no paramétrica de suma de rangos de Wilcoxon, debido a la ausencia de normalidad. Los resultados indicaron que las empresas: comenzaron a publicar informes más oportunos después del comienzo de la pandemia; en los diferentes niveles de gobierno, presentan informes más oportunos; con un nivel diferenciado de gobernanza durante la pandemia proporcionó informes más oportunos. Los autores concluyen que no hubo cambios en el momento de las empresas que cotizan en los niveles de gobernanza tradicionales en comparación con antes y después del comienzo de la pandemia.

El siguiente artículo tiene como objetivo verificar cambios en el sentimiento de miedo al COVID-19 y en las relaciones de consumo, comparando los resultados de esta investigación con los de otras realizadas al inicio de la Pandemia. Para Edgard Monforte Merlo, Janaina de Moura Engracia Giraldi (Universidade de São Paulo, Brazil) y Matheus Berto (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, Brazil) los resultados mostraron un aumento de las compras en las tiendas virtuales y en los mercados locales, pero no se ha comprobado el aprovisionamiento de alimentos y productos de uso diario, contrario a la literatura. También se encontraron diferencias de comportamiento entre los encuestados de hasta 38 años (entre los que había una fuerte percepción de miedo y nerviosismo intenso con las noticias relacionadas con el COVID-19) y los participantes mayores de esta edad (entre los que había molestia con la pandemia, pero una baja sensación de miedo). Concluyen que los resultados reflejan no solo el cambio de comportamiento producido por el miedo a la COVID-19, sino también la variación de estos hábitos en un escenario más optimista y más cercano al prepandemia.

Para Juan Rivera-Mata (University of Maryland Global campus, USA) persisten diferencias económicas de género y que según la teoría del patriarcado el poder político de mujeres traerá igualdad económica. Para estudiarlo, analiza el Global Gender Gap de España y Portugal (2006-2022). El autor, concluye que ministras o parlamentarias no correlaciona con igualdad económica, participación en fuerza laboral, mismo salario para hombres y mujeres ni mismos ingresos. También que la teoría del patriarcado no parece útil para reducir la desigualdad económica. Tampoco encuentran diferencias significativas entre gobiernos PSOE y PP ni correlación positiva de igualdad económica con PIB ni competitividad. Por todo ello recomienda medir poder, no paridad, políticas de redistribución fiscal y promover intercambio entre géneros de roles sociales proveer-cuidar.

De nuevo queremos agradecer a todos aquellos que hacen posible el buen funcionamiento de la revista: miembros del Consejo Consultivo, Consejo Editorial, Editores y Editores Asociados de área, evaluadores, autores, y sobre todo de los lectores.

EDITOR IN
CHIEF

CARTA EDITOR-CHEFE

EDITOR IN CHIEF

A Revista de Globalização, Competitividade e Governança dá continuidade, com esta edição, à sua trajetória para cumprir com fidelidade e periodicidade o compromisso com nossos leitores e os critérios de qualidade aceitos internacionalmente e auditados por várias instituições. A GCG encontra-se indexada atualmente nas seguintes fontes: SCOPUS (*Elsevier Bibliographic Databases*, Scimago Journal Rank), nas categorias de: Business, Management and Accounting Economics, Econometrics and Finance; *EconLit* (American Economic Association's electronic bibliography); *EBSCO Publishing's databases (Business Source Complete; Business Source Premier; Business Source Elite; Fonte Acadêmica Premier; Fonte Acadêmica Plus)*; *ABI/INFORM (ProQuest; LATINDEX; REDALYC; Google Scholar Metrics)*. Essa aposta na qualidade permitiu que a GCG fosse classificada como revista A (categoria mais alta) de todas as revistas espanholas de Ciências Humanas e Sociais na *Web of Science* e/ou *SCOPUS* (ISOC-CSIC).

No primeiro artigo Anderson Betti Frare, Ilse Maria Beuren, e Jordan Williams Neves Cipriano (Universidade Federal de Santa Catarina - UFSC, Brasil) procuram analisar o papel facilitador do uso das informações gerenciais entre o cuidado organizacional com a transformação digital e a agilidade do mercado. Uma amostra de empresas iniciantes brasileiras foi investigada através de uma pesquisa. Os dados foram analisados utilizando modelagem de equações estruturais e análise comparativa qualitativa de conjunto difuso. Os resultados revelam um efeito indireto do cuidado organizacional para com a transformação digital na agilidade do mercado, totalmente mediado pelo uso de informações gerenciais. Os autores concluem que para a alta (baixa) agilidade do mercado, a presença (ausência) de uma atenção organizacional para a transformação digital e o uso de informações gerenciais é fundamental.

As pequenas empresas são responsáveis pela quase totalidade do tecido empresarial espanhol e internacional. Embora estes agentes sejam essenciais para a criação de empregos, eles também são os que mais sofrem com a instabilidade do contexto econômico, em parte devido à alfabetização financeira moderada de seus gerentes. Sara Fernández-López, Marcos Álvarez-Espiño e Lucía Rey-Ares (Universidade de Santiago de Compostela, Espanha) diagnosticam o nível de alfabetização financeira de seus proprietários/gerentes, através do desenho de diferentes agrupamentos de natureza singular. Por sua vez, estes níveis estão relacionados com as características sócio-demográficas dos respondentes. Os resultados mostram aqueles conhecimentos financeiros, atitudes e comportamentos que podem ser fortalecidos nos empreendedores.

O objetivo do documento a seguir é analisar a relação entre dimensões culturais e concentração bancária, uma vez que a cultura como programação coletiva de uma sociedade tem o poder de influenciar a tomada de decisões. Para realizar este trabalho, as dimensões culturais de Hofstede - distanciamento do poder, evitar incertezas, individualismo versus coletivismo, masculinidade versus feminilidade, orientação de longo prazo versus orientação de curto prazo, e indulgência versus restrição - foram utilizadas como variável cultural, e a porcentagem de propriedade dos três maiores bancos dos países foi utilizada como variável de concentração bancária. Para Jakeline Patrícia Santos e Danielle Montenegro Salamone Nunes

(Universidade de Brasília - UnB, Brasil) os resultados mostram que os países que tendem a ser mais restritivos e distantes do poder têm menos concentração bancária e que os grandes bancos têm uma cultura corporativa extremamente forte, sobrepondo-se à influência da cultura local.

Paulo Vitor Souza de Souza, Henrique Carvalho Bezerra Moraes e João Gabriel dos Santos Braga (Universidade Federal do Pará UFPA, Brasil) tentam verificar se existe uma diferença significativa na atualidade dos relatórios financeiros corporativos em relação ao nível de governança corporativa e ao início da pandemia utilizando o teste não paramétrico Wilcoxon rank sum, devido à ausência de normalidade. Os resultados indicaram que as empresas: começaram a publicar relatórios mais oportunos após o início da pandemia; em diferentes níveis de governança, forneceram relatórios mais oportunos; com um nível diferencial de governança durante a pandemia forneceu relatórios mais oportunos. Os autores concluem que não houve mudança no timing das empresas listadas em níveis tradicionais de governança em comparação com antes e depois do início da pandemia.

O artigo seguinte visa verificar as mudanças no sentimento de medo da COVID-19 e nas relações de consumo, comparando os resultados desta pesquisa com os de outras realizadas no início da Pandemia. Para Edgard Monforte Merlo, Janaina de Moura Engracia Giraldi (Universidade de São Paulo, Brasil) e Matheus Berto (Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, Brasil) os resultados mostraram um aumento nas compras em lojas virtuais e mercados locais, mas nenhuma evidência de alimentos e produtos do dia-a-dia, ao contrário da literatura. Também foram encontradas diferenças comportamentais entre os entrevistados até 38 anos de idade (entre os quais havia uma forte percepção do medo e nervosismo intenso com notícias relacionadas à COVID-19) e os participantes mais velhos (entre os quais havia desconforto com a pandemia, mas uma baixa sensação de medo). Eles concluem que os resultados refletem não apenas a mudança de comportamento provocada pelo medo da COVID-19, mas também a mudança desses hábitos em um cenário mais otimista e mais próximo da pré-pandemia.

Para Juan Rivera-Mata (University of Maryland Global campus, USA), as diferenças econômicas de gênero persistem e, de acordo com a teoria do patriarcado, o poder político das mulheres trará igualdade econômica. Para estudar isto, ele analisa a Global Gender Gap na Espanha e em Portugal (2006-2022). A autora conclui que as mulheres ministras ou parlamentares não se correlacionam com igualdade econômica, participação da força de trabalho, remuneração igual para homens e mulheres ou renda igual. Além disso, a teoria do patriarcado não parece ser útil para reduzir a desigualdade econômica. Eles não encontram diferenças significativas entre os governos PSOE e PP, nem uma correlação positiva de igualdade econômica com o PIB ou a competitividade. Por todas essas razões, eles recomendam a medição do poder e não da paridade, políticas de redistribuição fiscal e a promoção do intercâmbio entre os gêneros em papéis sociais de provisão e cuidado.

Queremos, mais uma vez, agradecer a todos os que tornam possível o bom funcionamento da revista: aos membros do Conselho Consultivo, ao Conselho Editorial, Editores e Editores Associados da área, avaliadores, autores e, principalmente, aos leitores.

EDITOR IN
CHIEF

SUMARIO | SUMMARY | SUMÁRIO

- 1** **Mindfulness organizacional em direção à transformação digital e agilidade de mercado: interveniência do uso de informações gerenciais** 34-48
Mindfulness organizacional hacia la transformación digital y la agilidad del mercado: intervención en el uso de la información gerencial
Organizational mindfulness towards digital transformation and market agility: intervention of the use of managerial information
Anderson Betti Frare, Ilse Maria Beuren e Jordan Williams Neves Cipriano
- 2** **La alfabetización financiera y las características sociodemográficas del emprendedor: un análisis de las pequeñas empresas españolas** 49-69
Financial literacy and the sociodemographic characteristics of the entrepreneur: an analysis of small spanish enterprises
Literacia financeira e as características sociodemográficas do empreendedor: uma análise de pequenas empresas espanholas
Sara Fernández-López, Marcos Álvarez-Espiño y Lucía Rey-Ares
- 3** **A influência das Dimensões Culturais na Concentração Bancária dos Países** 70-86
The Influence of Cultural Dimensions on Countries' Banking Concentration
La Influencia de las Dimensiones Culturales en la Concentración Bancaria de los Países
Jakeline Patrícia Santos e Danielle Montenegro Salamone Nunes
- 4** **Efeitos da Pandemia e Governança na Tempestividade dos Relatórios Financeiros de Companhias Abertas Brasileiras** 87-102
Efectos de la Pandemia y la Gobernanza en la Oportunidad de los Informes Financieros de las Empresas Públicas Brasileñas
Effects of the Pandemic and Governance on the Timeliness of Financial Reports of Brazilian Public Companies
Paulo Vitor Souza de Souza, Henrique Carvalho Bezerra Morais e João Gabriel dos Santos Braga
- 5** **Relation Between Consumption and Fear of Covid-19: a Brazilian Post-Vaccine Perspective** 103-116
Relación entre Consumo y Miedo al Covid-19 en la Perspectiva de Brasil Post-Vacunación
Relação entre o Consumo e o Medo da Covid-19 na Perspectiva do Brasil Pós-Vacinação
Edgard Monforte Merlo, Janaina de Moura Engracia Giraldi & Matheus Berto
- 6** **Gender Equality in Spain and Portugal 2006-2022; Economy and Competitiveness** 117-133
Igualdad de Género en España y Portugal 2006-2022; Economía y Competitividad
Igualdade de Género na Espanha e Portugal 2006-2022; Economia e Competitividade
Juan Rivera-Mata

STAFF

CONSEJO CONSULTIVO / ADVISORY BOARD / CONSELHO CONSULTIVO

S.M. el Rey Don Felipe VI de España, Presidente de Honor del Consejo Consultivo, España.
John J. DeGioia, Presidente de Georgetown University, EEUU.

José María Aznar, Ex Presidente de España y Miembro del Georgetown University Latin American Board.

Fernando Henrique Cardoso, Ex Presidente de Brasil.

Vicente Fox, Ex Presidente de México.

Ricardo Lagos, Ex Presidente de Chile.

Andrés Pastrana, Ex Presidente de Colombia.

Cesar Alierta Izuel, Presidente del Consejo de Administración de Telefónica, España.

Belmiro de Azevedo, Presidente de SONAE, Portugal.

Gustavo Cisneros, Presidente de la Organización Cisneros, Venezuela.

Roberto Civita, Presidente del Grupo Abril, Brasil.

Enrique Iglesias, Secretario General Iberoamericano (Secretaría General Iberoamericana, SEGIB), España.

Luis Alberto Moreno, Presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), EEUU.

CONSEJO EDITORIAL / EDITORIAL BOARD / CONSELHO EDITORIAL

Alonso, José Antonio, Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Complutense de Madrid, España.

Bresser-Pereira, Luiz Carlos, Profesor de Economía de la Escuela de Administración de Empresas de la Fundación Getulio Vargas, Sao Paulo, Brasil.

Calvo, Guillermo, Distinguished University Professor and the Director of the Center for International Economics at the University of Maryland, EEUU.

Campa, José Manuel, Professor of Finance IESE Business School, Universidad de Navarra, España.

Carrillo-Flórez, Fernando, Senior Advisor in the IDB's State, Governance, and Civil Society Division, EEUU.

Cavarozzi, Marcelo, Decano de la Escuela de Política y Gobierno Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires, Argentina.

Cheyre E., Juan Emilio, Director Centro de Estudios Internacionales, Pontificia Universidad Católica de Chile.

De la Torre, Augusto, Senior Regional Financial Sector Advisor, Latin America, & the Caribbean, World Bank, EEUU.

De la Torre, José, Dean, Chapman Graduate School of Business Florida International University, EEUU.

Edwards, Sebastian, Henry Ford II Professor of International Business Economics at the Anderson Graduate School of Management at the University of California, Los Angeles (UCLA), EEUU.

Fariñas, José Carlos, Catedrático de Economía Aplicada, Director del Departamento de Estructura

Económica y Economía Industrial de la Universidad Complutense de Madrid, España.

Fernández, Ana Isabel (Universidad de Oviedo), Catedrática de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Oviedo, España.

Fernández Rodríguez, Zulima, Catedrática de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III, España.

Garicano, Luis, Professor of Economic and Strategy (Graduate Schools of Business, University of Chicago), EEUU.

Garretón, Manuel Antonio, Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile.

Grosse, Robert, Thunderbird School of Global Management, USA Professor of International Business; Director of Research Contigroup Companies Chair, EEUU.

Guillén, Mauro, Professor The Wharton School, University of Pennsylvania, Director Joseph H. Lauder Institute for Management & International Studies, EEUU.

Hausman, Ricardo. Professor, Kennedy School of Government and Center for International Development, Harvard University, EEUU.

Kaufmann, Daniel, Director of Global Programs at the World Bank Institute, EEUU.

Kliksberg, Bernardo, Profesor Honorario de la Universidad Nacional de Buenos Aires; Instituto Interamericano para el desarrollo social (BID), Argentina.

Lozoya, Emilio, Director para América Latina del World Economic Forum.

O'Donnell, Guillermo, Catedrático Hellen Kellog de Ciencia Política, Universidad de Notre Dame, EEUU.

Pedreño, Andrés, Catedrático de Economía Aplicada y Director del Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Alicante, España.

Ramamurti, Ravi, Northeastern University, Professor, International Business, EEUU.

Rojas-Suarez, Liliana, Investigador Principal en el "Center for Global Development".

Santiso, Javier, Director Adjunto y Economista Jefe del Centro de Desarrollo de la OCDE, Francia.

Spiller, Pablo T. Professor, University of California, Berkeley, Haas School of Business, EEUU.

Tansini, Ruben, Catedrático en organización industrial, DECON-FCS, Universidad de la República, Uruguay.

Tomassini, Luciano, Director del Programa, Estudios en Gobierno y Asuntos Públicos, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Chile.

Vargas-Llosa, Alvaro, Senior Fellow and Director of the Center on Global Prosperity, EEUU.

Valenzuela, Arturo, Director, Center for Latin American Studies, Georgetown University, EEUU.

Warner, Andrew, Millennium Challenge Corporation (MCC), EEUU.

COMITÉ EJECUTIVO / EXECUTIVE BOARD / COMITÊ EXECUTIVO

Director (Editor in Chief): Profesor Ricardo Ernst, Georgetown University, EEUU.

Senior Editor (Subdirector): Professor José Ignacio López-Sánchez, Complutense University of Madrid, Spain

Associate Editor: Paloma Bernal-Turnes, Georgetown University, USA

EDITORES Y EDITORES DE ÁREA / EDITORS AND AREA EDITORS / EDITORES E EDITORES DE ÁREA

Editor in Chief (Director): Professor Ricardo Ernst, Georgetown University, EEUU.

Senior Editor (Subdirector): Professor José Ignacio López-Sánchez, Complutense University of Madrid, Spain.

Associate Editor: Paloma Bernal-Turnes, Georgetown University, USA

EDITORES DE ÁREA / AREA EDITORS / EDITORES DE ÁREA

1. COMPETITIVIDAD LOCAL Y GLOBAL, Y PRODUCTIVIDAD E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA / LOCAL AND GLOBAL COMPETITIVENESS; PRODUCTIVITY AND TECHNOLOGICAL INNOVATION / COMPETITIVIDADE LOCAL E GLOBAL, E PRODUTIVIDADE E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

Prof. Dr. Carl Dahlman, School of Foreign Service, Universidad de Georgetown, EEUU.

Associate Editors:

Enrique Zepeda, Professor at Instituto Tecnológico de Monterrey, México.

Jorge Katz, Argentina.

Carlos Brito Cruz, Professor from UNICAMP, head of Sao Paulo's Foundation for the Promotion of Technology, Brazil.

Mario Cimoli, Technology and industry division of ECLAC in Santiago, Chile.

Luis Guash, Senior Advisor World Bank, EEUU.

2. MULTINACIONALES, INVERSIÓN Y FINANZAS / MULTINATIONALS, INVESTMENT AND FINANCE / MULTINACIONAIS, INVESTIMENTO E FINANÇAS

Prof. Dr. Álvaro Cuervo-Cazurra, Moore School of Business, University of South Carolina, EEUU.

Associate Editors:

José Manuel Campa, IESE, España.

Julio de Castro, Instituto de Empresa, España.

Zulima Fernández, Universidad Carlos III, España.

Bernardo Kosakoff, ECLAC y Universidad Buenos Aires, Argentina.

Carlos Rufin, Universidad Babson, EE.UU.
Ana Teresa Tavares, Universidad de Oporto, Portugal.

3. EMPRESA, DERECHO E INSTITUCIONES / BUSINESS, LAW AND INSTITUTIONS / EMPRESA, DIREITO E INSTITUIÇÕES

Prof. Dr. Benito Arruñada, Universidad Pompeu Fabra, España.

Associate Editors:

Lorena Alcázar, Investigadora Principal, Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE), Lima, Perú.
Veneta Andonova Zuleta, Associate Professor, Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia.
Demian Castillo Camacho, Director del Departamento de Administración de Empresas, Universidad de las Américas, Puebla, México.
Luis Estanislao Echebarría, Representante del Banco Interamericano de Desarrollo, Santiago de Chile, Chile.
Philip Keefer, Lead Economist, Development Research Group, The World Bank.
Richard E. Messick, Co-Director, Law and Justice Thematic Group, The World Bank.
Aldo Musacchio, Assistant Professor, Harvard Business School.

4. SISTEMAS DE GOBIERNO Y GOVERNABILIDAD / GOVERNMENTAL SYSTEMS AND GOVERNABILITY / SISTEMAS DE GOVERNO E GOVERNABILIDADE

Prof. Dr. Eusebio Mujal-León, Departamento de Gobierno de la Universidad de Georgetown, EEUU.

Associate Editors:

John Bailey, Georgetown University, EEUU.
Sergio Berensztein, Universidad Torcuato di Tella, Buenos Aires, Argentina.
Josep Colomer, Consejo Superior de Investigaciones Científicas and Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España.
Cynthia Sanborn, Universidad del Pacífico, Lima, Perú.
Andreas Schedler, Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), México.

5. BENCHMARKING Y CALIDAD; ELEMENTOS MICRO Y PROCESOS INDUSTRIALES, ELEMENTOS MACRO E INFRAESTRUCTURA / BENCHMARKING AND QUALITY; MICRO-ELEMENTS AND INDUSTRIAL PROCESSES, MACRO-ELEMENTS AND INFRASTRUCTURE / BENCHMARKING E QUALIDADE; ELEMENTOS MICRO E PROCESSOS INDUSTRIAIS, ELEMENTOS MACRO E INFRA-ESTRUTURA

Prof. Dr. José Luís Guerrero Cusumano, McDonough School of Business, Universidad de Georgetown, EEUU.

Associate Editors:

Humberto Cantu, ITESM, Monterrey, México.
Miguel A. Heras Forcada, ESADE, Barcelona, España.
Juan Ramis Pujol, ESADE, Barcelona, España.
Alexis Goncalves, American Society for Quality Fellow, EEUU.

Philippe Hermel, Universidad de Versailles, Francia.

Annie Bartoli, Universidad de Versailles, Francia.

Sandra Milberg, Universidad Adolfo Ibanez, Santiago, Chile.

6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: INNOVACIÓN SOCIAL Y CREACIÓN DE EMPRESAS /
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: RESPONSIBLE ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL INNOVATION
/ RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: INOVAÇÃO SOCIAL E CRIAÇÃO DE EMPRESAS

Prof. Dr. Mariano Nieto, Universidad de León, España.

Associate Editors:

Gabriel Berger, Professor, Departamento de Administración, Universidad de San Andrés, Buenos Aires, Argentina.

Roberto Gutiérrez, Associate profesor, Facultad de Administración, Universidad de los Andes, Bogota, Colombia.

Bryan Husted Corregan, Professor, Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas (EGADE), Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), México.

Roberto Fernández-Gago, Associate professor, Departamento de Dirección y Economía de la Empresa Universidad de León, España.

Luis Ángel Guerras-Martín, Professor, Departamento de Economía de la Empresa, Universidad Rey Juan Carlos, España.

SELECCIÓN | PROCEDURE | PROCEDIMIENTO

INSTRUCCIONES PARA AUTORES Y PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

La revista esta dirigida a quienes tienen la responsabilidad de gobernar empresas o dirigir organismos e instituciones públicas o privadas para proporcionarles ideas originales y propuestas innovadoras que contribuyan a la mejora de la competitividad y gobernabilidad de las empresas y los países iberoamericanos en un mundo globalizado. La revista también aspira a servir a la comunidad universitaria y científica de la región como publicación de referencia sobre nuevas ideas. Para ello facilitará la comunicación entre las distintas comunidades universitarias iberoamericanas, las acercará y las articulará alrededor del estudio de áreas concretas, debidamente analizadas mediante aportaciones teóricas, aplicaciones prácticas y estudio de casos reales.

Miembros del mundo universitario, empresarial e institucional podrán remitir sus trabajos originales, no postulados simultáneamente en otras publicaciones, para que sean evaluados y eventualmente publicados en la revista. Los autores que aspiren a la publicación de sus artículos deberán someterse a las siguientes normas:

- Los artículos deben ser inéditos.
- Los trabajos podrán escribirse en español, portugués o inglés. Su extensión será entre 4500 y 5000 palabras. Sin embargo, se admitirá cierta flexibilidad atendiendo a la naturaleza del tema abordado.
- Cada artículo deberá ir precedido de un resumen ejecutivo de no más de cien palabras en el idioma en que ha sido escrito originalmente. Adicionalmente se incluirá la categoría en las que se sitúa el artículo: una de las seis áreas (6) y perspectiva desde la cual se aborda el tema (Teoría, Aplicación y Casos). Además, se incorporará la clasificación del trabajo conforme a los descriptores utilizados por el Journal of Economic Literature.
- El nombre del autor/es no podrá aparecer en ninguna de las hojas del artículo. Ello facilita el proceso de evaluación, pues los datos se incorporarán en el formulario digital.
- Los originales deben incorporar el título del trabajo. Dichos originales estarán editados electrónicamente en formato "Word" o compatible, y se enviarán por vía electrónica (gcgjournal@georgetown.edu). Los autores rellenarán sus datos en la ficha electrónica, especificando el área de estudio. Tan pronto como los autores introduzcan la información completa en el formulario de gestión de artículos, se les enviará acuse de recibo de la recepción de su trabajo.
- Las referencias bibliográficas se incluirán en el texto indicando el nombre del autor, fecha de publicación, letra y página. La letra, a continuación del año, sólo se utilizará en caso de que se citen obras de un autor pertenecientes a un mismo año. Se incluirán, al final del trabajo, las obras citadas en el texto atendiendo a la información requerida en las normas ISO 690/1987 y su equivalente UNE 50-104-94 que establecen los criterios a seguir para la elaboración de referencias bibliográficas:

Libros: Dornier, P.P.; Ernst, R.; Fendel, M.; Kouvelis, P; (1998), "Global Operations and Logistics: Text and Cases", John Wiley & Son, New Jersey.

Artículos: Campa, J.M.; Guillen, M. (1999), "The Internalization of Exports: Ownership and

Location-Specific Factors in a Middle-Income Country", Management Science, Vol. 45, Num. 11, pp. 1463-1478

Artículos con DOI's: Cuervo-Cazurra, A.; Un, C. A. (2007).- "Regional economic integration and R&D investment", Research Policy, Vol. 36, Num. 2, pp. 227-246. doi:10.1016/j.respol.2006.11.003

- La revista se reserva la facultad de editar formalmente los artículos, y de separar y recuadrar determinadas porciones del texto particularmente relevantes, aunque respetando siempre el espíritu del original. Los autores tendrán oportunidad de autorizar el formato final de los artículos antes de su publicación.
- Los autores deberán estar en disposición de ceder los beneficios derivados de sus derechos de autor a la revista.
- Corresponde al Editor en Jefe determinar si el artículo es admisible para su publicación. En caso de que así sea, lo enviará al director de área correspondiente, quien iniciará a su vez el proceso de evaluación.
- Cada artículo será sometido a consideración anónima de al menos 2 evaluadores, expertos externos a la entidad editora de la revista y a su consejo de editorial.
- La revista se compromete a responder a los autores con una decisión editorial en un plazo aproximado de tres meses (primera evaluación).
- La lista de evaluadores se hará pública anualmente.

INSTRUCTIONS FOR AUTHORS AND PROCEDURE

The journal is aimed at the people with responsibility for governing companies or managing public or private sectors and institutions. Its goal is to provide such people with original ideas and innovative proposals to help improve the competitiveness and governability of companies and the Ibero-American countries in a globalized world. The journal also aims to serve the region's academic and scientific communities by becoming the publication of reference for new ideas. It will do this by facilitating communication among the various Ibero-American academic communities, bringing them closer together and structuring them around the study of specific areas, duly analyzed by means of theoretical contributions, practical applications, and real case studies.

Original papers may be submitted for evaluation and potential publication in the journal by members of the academic, business and institutional spheres. Authors hoping to publish their articles must adhere to the following rules:

- The articles must be previously unpublished.
- The papers may be written in Spanish, English or Portuguese and must be between 4,500 and

5,000 words long, although this may be subject to a certain degree of flexibility depending on the nature of the subject.

- Each article must be preceded by an abstract of no more than one hundred words in the original language of the article. The category in which the article is included must also be specified: area of knowledge (6) and perspective from which the subject is being addressed (theory, application, case study). You must also state how the work is classified according to the Journal of Economic Literature's descriptors.

- The author's or authors' name(s) may not appear anywhere in the article. This facilitates the evaluation process since the data will be included in the digital form.

- The title of the work must be included in the original. Originals must be presented in digital format – either in Word or in a Word-compatible format – and be sent electronically (gcgjournal@georgetown.edu). Authors must fill out their details on the electronic record, specifying the area under study. Authors will receive an acknowledgement of receipt of their work as soon as they have entered all the information in the article management form.

- Bibliographic references must be included in the text, indicating the author's name, date of publication, letter and page. Years must be followed by a letter only when citing works by the same author and from the same year. Works mentioned in the text must be cited at the end of the article as stipulated in the ISO 690/1987 standard and its equivalent Spanish standard UNE 50-104-94, which lay down the criteria for presenting bibliographic references:

Books: Dornier, P.P.; Ernst, R.; Fendel, M.; Kouvelis, P; (1998), "Global Operations and Logistics: Text and Cases", John Wiley & Son, New Jersey.

Papers: Campa, J.M.; Guillen, M. (1999), "The Internalization of Exports: Ownership and Location-Specific Factors in a Middle-Income Country", Management Science, Vol. 45, Num. 11, pp. 1463-1478

Papers with DOI's: Cuervo-Cazurra, A.; Un, C. A. (2007).- "Regional economic integration and R&D investment", Research Policy, Vol. 36, Num. 2, pp. 227-246. doi:10.1016/j.respol.2006.11.003

- The journal reserves the right to formally edit the articles and to separate particularly relevant parts thereof and put them in boxes, always in accordance with the spirit of the original. Authors will be given the chance to authorize the final format of their articles prior to publication.

- Authors must be willing to assign all the benefits of their copyright to the journal.

- Responsibility for deciding whether the article is fit for publication lies with the Editor-in-Chief. If this is the case, the Editor-in-Chief will send it to the relevant area director.

- Each article shall be subject to consideration on an anonymous basis by at least 2 expert assessors not belonging to the magazine's publisher or to its editorial board.

- The journal undertakes to notify authors of an editorial decision within approximately three months (first evaluation).

- The list of referees will be published on an annual basis.

INSTRUÇÕES PARA AUTORES E PROCEDIMENTO DE SELECÇÃO

A revista é dirigida a quem tem a responsabilidade de administrar empresas ou dirigir organismos e instituições públicas ou privadas para lhes proporcionar ideias originais e propostas inovadoras que contribuam para a melhoria da competitividade e governabilidade das empresas e dos países ibero-americanos num mundo globalizado. A revista aspira igualmente a servir a comunidade universitária e científica da região, como publicação de referência sobre novas ideias. Para isso irá facilitar a comunicação entre as diferentes comunidades universitárias ibero-americanas, irá aproximá-las e articulá-las à volta do estudo de áreas concretas, devidamente analisadas através de contribuições teóricas, aplicações práticas e estudo de casos reais.

Membros do mundo universitário, empresarial e institucional poderão enviar trabalhos originais para serem avaliados e eventualmente publicados na revista. Os autores que desejem publicar os seus artigos deverão submeter-se às seguintes normas:

- Os artigos devem ser inéditos.
- Os trabalhos podem ser escritos em espanhol, português ou inglês. A sua extensão deverá ser entre 4500 e 5000 palavras. No entanto, será admitida uma certa flexibilidade, atendendo à natureza do tema abordado.
- Cada artigo deverá ser precedido de um resumo com o máximo de cem palavras na língua em que tenha sido escrito originalmente. Adicionalmente será incluída a categoria na qual se situa o artigo: uma das seis (6) áreas e perspectiva a partir da qual o tema é abordado (Teoria, Aplicação e Casos). Será, além disso, incorporada a classificação do trabalho de acordo com as descrições utilizadas pelo Journal of Economic Literature.
- O nome do(s) autor(es) não poderá aparecer em nenhuma das páginas do artigo. Isso facilita o processo de avaliação, pois os dados serão introduzidos no formulário digital.
- Os originais devem conter o título do trabalho. Estes originais serão editados electronicamente em formato «Word» ou compatível, e serão enviados por via electrónica (gcgjournal.georgetown.edu). Os autores preencherão os seus dados na ficha electrónica, especificando a área do estudo. Logo que os autores introduzem a informação completa no formulário de gestão de artigos, é-lhes enviado um aviso de recepção do seu trabalho.
- As referências bibliográficas serão incluídas no texto, indicando o nome do autor, a data da publicação, título e página. A letra, a seguir ao ano, só será utilizada caso sejam citadas obras de um autor pertencentes a um mesmo ano. Serão incluídas, no final do trabalho, as obras citadas no texto, considerando a informação requerida nas normas ISO 690/1987 e equivalente UNE 50-104-94, que estabelecem os critérios a seguir para a elaboração de referências bibliográficas:

Livros: Dornier, P.P.; Ernst, R.; Fendel, M.; Kouvelis, P; (1998), "Global Operations and Logistics: Text and Cases", John Wiley & Son, New Jersey.

Artigos: Campa, J.M.; Guillen, M. (1999), "The Internalization of Exports: Ownership and Location-Specific Factors in a Middle-Income Country", Management Science, Vol. 45, Num. 11, pp. 1463-1478

Artigos com DOI (Identificador de Objecto Digital): Cuervo-Cazurra, A.; Un, C. A. (2007).- "Regional economic integration and R&D investment", Research Policy, Vol. 36, Num. 2, pp. 227-246. doi:10.1016/j.respol.2006.11.003

- A revista reserva-se a faculdade de editar formalmente os artigos, e de separar e reenquadrar determinadas porções do texto particularmente relevantes, embora respeitando sempre o espírito do original. Os autores terão oportunidade de autorizar o formato final dos artigos antes da respectiva publicação.
- Os autores deverão estar disponíveis para ceder os benefícios derivados dos seus direitos de autor à revista.
- Incumbe ao Editor Chefe determinar se o artigo é admissível para publicação. Caso assim seja, irá enviá-lo ao director da área correspondente que, por sua vez, iniciará o processo de avaliação.
- Cada artigo será submetido a consideração anónima de pelo menos 2 avaliadores, especialistas exteriores à entidade editora da revista e ao seu conselho editorial.
- A revista compromete-se a responder aos autores com uma decisão editorial num prazo aproximado de três meses (primeira avaliação).
- A lista de avaliadores será tornada pública anualmente.

ENVIAR LOS ARTÍCULOS
/ SUBMIT ARTICLES / ENVIAR OS ARTIGOS:
gcgjournal.georgetown.edu

CONSULTAS
/ SUGGESTIONS / CONSULTAS:
gcgjournal@gmail.com

INDEXACIÓN | INDEXING | INDEXAÇÃO

INDICIOS DE CALIDAD DE LA REVISTA DE GLOBALIZACIÓN, COMPETITIVIDAD Y GOVERNABILIDAD (GCG)

GCG: Revista de Globalización, Competitividad y Governabilidad está indexada y presente en los siguientes catálogos y bases de datos:

- EconLit (American Economic Association)
- SCOPUS (Elsevier Bibliographic Databases). SJR Impact Factor (2015): 0,159 Q3 (posición 177 de 285, *Subject Category: Business, Management and Accounting (miscellaneous); Economics, Econometrics and Finance (miscellaneous)* (posición 170 de 269)(julio 2016)
- DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades, Ciencias Sociales y Jurídicas, CSIC-ANECA). Area Economía. Cumpliendo el 100% de los criterios de calidad auditados
- Directorio, CATÁLOGO e Índice LATINDEX (cumpliendo el 100% de los 33 criterios de calidad)
- RESH (Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanidades)
- Google Scholar Metric (2011-2015). Índice H de las Revistas Científicas Españolas (julio 2016). Índice H: 6; Posición 7 de 49 revistas en "Ciencia Política y de la Administración". Posición 24 de 87 revistas en "Economía y Empresa"
- IN-RECS (Índice de impacto de revistas españolas de ciencias sociales)
- EBSCO Publishing's databases
- ABI/Inform ProQuest
- Ulrich's Periodicals Directory
- ISOC-Ciencias Sociales y Humanidades (CSIC)
- DIALNET
- DOAJ (Directory of Open Access Journals)
- REDIB



Latin America
Leadership Program
GEORGETOWN UNIVERSITY

© Georgetown University's Latin America Leadership Program; Hariri 433; 3700 O Street, NW; Washington, D.C. 20057; United States. lalp@georgetown.edu
Terms of Use and Privacy Policy (<https://gcgjournal.georgetown.edu/>)

ISSN: 1988-7116

Mindfulness Organizacional em Direção à Transformação Digital e Agilidade de Mercado: Interveniência do Uso de Informações Gerenciais

ÁREA: 1
TIPO: Aplicação

AUTORES

Anderson Betti Frare

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil
anderson_betti_frare@hotmail.com

Ilse Maria Beuren

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil
ilse.beuren@gmail.com

Jordan Williams Neves Cipriano¹

Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, Brasil
jordanwnc@gmail.com

1. Autor de contato:
Rua Engenheiro Agrônomo Andrei Cristian Ferreira, s/n - Trindade, Florianópolis - SC, 88040-900. Brasil

Mindfulness organizacional hacia la transformación digital y la agilidad del mercado: intervención en el uso de la información gerencial

Organizational mindfulness towards digital transformation and market agility: intervention of the use of managerial information

O objetivo do estudo é analisar o papel facilitador do uso de informações gerenciais entre o mindfulness organizacional em direção à transformação digital e agilidade de mercado. Uma amostra de startups brasileiras foi investigada via survey. Os dados foram analisados via modelagem de equações estruturais e fuzzy-set qualitative comparative analysis. Os resultados revelam um efeito indireto do mindfulness organizacional em direção à transformação digital na agilidade de mercado, com mediação total do uso de informações gerenciais. Para alta (baixa) agilidade de mercado, a presença (ausência) de mindfulness organizacional em direção à transformação digital e uso de informações gerenciais é fundamental.

The aim of the study is to analyze the facilitating role of the use of managerial information between organizational mindfulness towards digital transformation and market agility. A sample of Brazilian startups was investigated via survey. Data were analyzed via structural equation modeling and fuzzy-set qualitative comparative analysis. The results reveal an indirect effect of organizational mindfulness towards digital transformation in market agility, with full mediation of the use of managerial information. For high (low) market agility, the presence (absence) of organizational mindfulness towards digital transformation and use of management information is critical.

El objetivo del estudio es analizar el papel facilitador del uso de la información gerencial entre el mindfulness organizacional hacia la transformación digital y la agilidad del mercado. Se investigó una muestra de startups brasileñas a través de una encuesta. Los datos se analizaron mediante modelos de ecuaciones estructurales y fuzzy-set qualitative comparative analysis. Los resultados revelan un efecto indirecto del mindfulness organizacional hacia la transformación digital en la agilidad del mercado, con plena mediación del uso de la información gerencial. Para una agilidad de mercado alta (baja), la presencia (ausencia) de mindfulness organizacional hacia la transformación digital y el uso de la información de gestión es fundamental.

DOI
10.58416/GCG.2023.V17.N1.01

RECEBIDO
27.04.2022

ACEITADO
03.06.2022

1. Introdução

Startups são organizações em constante busca por um modelo de negócios repetível e escalável (Blank & Dorf, 2012). No entanto, as *startups* digitais diferem das *startups* não digitais, tanto em termos de proposta de valor como de condução das atividades inovadoras (Kollmann, Stöckmann, Niemand, Hensellek & Cruppe, 2021). As *startups* digitais possuem seus principais processos da cadeia de valor arquitetados em produtos eletrônicos da informação (Weiber & Kollmann, 1998), não exigem grandes espaços ou instalações (Dy, Marlow & Martin, 2017) e possuem sua essência em opções, processos e tecnologias digitais (Kollmann et al., 2021).

As *startups* digitais estão expostas a um ambiente dinâmico, emergidas em cenários de disrupções digitais. Isso evoca uma constante transformação digital para aprimorar o desempenho da organização (Martínez-Caro, Cegarra-Navarro & Alfonso-Ruiz, 2020), por meio de mudanças nos processos, rotinas, produtos e serviços, com base em combinações de diversas tecnologias da informação, comunicação, computação e conectividade (Vial, 2019). Isso força as *startups* digitais a acompanhar esse processo de captação e absorção de novas tecnologias digitais para se manterem competitivas no mercado (Sambamurthy, Bharadwaj & Grover, 2003). Essa constante transformação de negócios focada nos recursos digitais é necessária para que as *startups* sobrevivam e prosperem (Gupta & Bose, 2019).

Neste sentido, o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital permite que os tomadores de decisão antecipem e avaliem a transformação digital relevante para a organização (Li, Wu, Cao & Wang, 2021). O *mindfulness* organizacional é um dos passos iniciais para que a organização identifique ameaças e oportunidades no ambiente externo (Vogus & Sutcliffe, 2012) e, no caso das *startups* digitais, para que identifiquem ameaças e oportunidades que repousam nas tecnologias digitais (Ghezzi, 2019; Ghezzi & Cavallo, 2020). O *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital é um importante meio para a organização atingir agilidade de mercado, isto é, capacidade para captar e absorver informações externas que propiciem melhora em seus produtos e serviços de forma ágil, visando atender demandas emergentes dos clientes (Lu & Ramamurthy, 2011). Contudo, o efeito do *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital para promover agilidade de mercado nem sempre é direto, pode depender de facilitadores, como a capacidade de processamento de informação (Li et al., 2021).

A partir do exposto, o estudo procura agregar novas evidências para os efeitos do *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital na agilidade de mercado, considerando o uso de informações gerenciais pelos tomadores de decisão como um meio facilitador. Fundamentalmente, o uso de informações gerenciais permite aos tomadores de decisão focar a atenção, melhorar o entendimento, a aprendizagem e a pontuação (Vandenbosch, 1999, Wee, Foong & Tse, 2014), o que potencialmente auxilia transladar o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital em agilidade de mercado. Diante disso, o objetivo deste estudo é analisar o papel facilitador do uso de informações gerenciais entre o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e a agilidade de mercado. De forma complementar, o estudo busca analisar quais combinações de condições levam a alta ou baixa agilidade de mercado.

O estudo contribui para a literatura e para a prática organizacional. As contribuições teóricas iniciam pela inclusão de um elemento facilitador do *mindfulness* organizacional em direção à

PALAVRAS-CHAVES

Mindfulness organizacional em direção à transformação digital; agilidade de mercado; uso de informações gerenciais; *startups* digitais.

KEYWORDS

Organizational mindfulness towards digital transformation; market agility; use of managerial information; digital startups.

PALABRAS CLAVES

Mindfulness organizacional hacia la transformación digital; agilidad del mercado; uso de información gerencial; *startups* digitales.

CÓDIGOS JEL
L26; M13; O32

transformação digital na agilidade de mercado (Li et al., 2021), no caso o uso de informações gerenciais pelos tomadores de decisão. Também se destaca os efeitos positivos do *mindfulness* organizacional em comportamentos organizacionais, especialmente no contexto de transformação digital. Finalmente, explora os benefícios do uso de informações gerenciais para organizações inseridas em ambientes digitais. Por sua vez, as contribuições para a prática organizacional repousam em insights para os atores envolvidos na gestão de *startups* digitais, ao apontar meios para estimular a agilidade de mercado e caminhos que tem por consequência a baixa agilidade.

2. Revisão da Literatura e Hipóteses

2.1. *Mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e informações gerenciais

Mindfulness organizacional é entendido como a extensão com que a organização percebe possíveis ameaças e oportunidades e diante disso busca meios para agir rapidamente (Vogus & Sutcliffe, 2012). O fato do mercado estar cada vez mais turbulento realça o papel do *mindfulness* organizacional, em especial pela alta inovação tecnológica e digital (ex: novos *softwares* e *hardwares*, novas aplicações de *big data* e *internet of things*). Consistente com essa turbulência e incerteza, o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital “representa as atividades de busca ativa de oportunidades de transformação digital, antecipando e avaliando a transformação do negócio, fornecendo alternativas para a tomada de decisão” (Li et al., 2021, p. 702). Além disso, o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital também contempla aspectos como a reestruturação dos procedimentos, rotinas e métodos envolvidos na tecnologia digital, para auxiliar nas mudanças frente às oportunidades percebidas (Lu & Ramamurthy, 2011).

O *mindfulness* organizacional promovido pelos gestores fomenta elementos como o desempenho organizacional (Madsen, Desai, Roberts & Wong, 2006), a inovação de mercado (Ray, Baker & Plowman, 2011), a inovação do modelo de negócios (Bhatti, Santoro, Khan, Rizzato, 2021) e a capacidade de processamento da informação (Li et al., 2021). A capacidade de processamento da informação foi analisada por Li et al. (2021) sobre as facetas de: (i) alinhamento estratégico da tecnologia digital com os negócios; (ii) gestão do relacionamento externo habilitado para a tecnologia digital; e (iii) gerenciamento de relacionamento interno habilitado para a tecnologia digital. De maneira geral, o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital precisa estar alinhado com a capacidade de processamento de informação, assim como com o uso de informações gerenciais, para alcançar os resultados digitais desejados na organização.

O uso de informações gerenciais atua como um sistema de apoio aos tomadores de decisão nas organizações (Vandenbosch, 1999) e se caracteriza como um dos sistemas de controle gerencial (SCG). O propósito de um SCG é a indução de comportamentos individuais para que a organização alcance o resultado desejado e vantagem competitiva (Emmanuel, Otley & Merchant, 1990; Simons, 1990). Dessa maneira, os gestores fazem uso de informações contábeis e gerenciais para: (i) melhorar

o entendimento; (ii) focar a atenção; (iii) melhorar a pontuação; e (iv) melhorar a aprendizagem (Wee et al., 2014).

Melhorar o entendimento significa identificar a interdependência das unidades, identificar as fraquezas, avaliar o impacto de fatores e eventos externos, além de explorar alternativas na condução das atividades gerenciais (Wee et al., 2014). Focar a atenção se concentra em evidenciar as áreas e procedimentos problemáticos, além de apontar possíveis ameaças para a continuidade da rotina e dos negócios (Vandenbosch, 1999). Melhorar a pontuação está atrelado ao monitoramento do progresso de metas, mensuração de fatores chave de sucesso organizacional, além da comparação dos resultados vs. expectativas (Vandenbosch, 1999, Wee et al., 2014). Finalmente, melhorar a aprendizagem permite compreender os pontos fracos ou desatualizados da estratégia atual e, assim, propiciar a mudança/atualização da estratégia, o que melhora a competitividade dos produtos e serviços da organização (Vandenbosch, 1999, Wee et al., 2014). Com base no exposto, a proposta é de que o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital incentive o uso de informações gerenciais, de forma que a organização tenha subsídios para a tomada de decisão frente às possíveis ameaças e, por conseguinte, encontre maneiras para agir rapidamente. Assim, propõe-se que:

H1. O mindfulness organizacional em direção à transformação digital está associado positivamente com o uso de informações gerenciais.

2.2. Uso de informações gerenciais e agilidade de mercado

A capacidade de processamento da informação é um dos pré-requisitos para que as organizações alcancem agilidade de mercado (Li et al., 2021). A agilidade de mercado consiste na capacidade organizacional de absorver e processar um grande conjunto de informações que auxiliem a antecipar as mudanças externas, assim melhorando de forma ágil seus produtos e serviços para que sejam condizentes com as novas necessidades/ expectativas dos clientes (Lu & Ramamurthy, 2011). Consequentemente, a agilidade de mercado é dependente da capacidade e gerenciamento da informação (Park, Sawy & Fiss, 2017).

A literatura aponta que o uso de informações gerenciais fomenta comportamentos como a competitividade organizacional percebida (Vandenbosch, 1999), a aprendizagem organizacional (Wee et al., 2014) e a aprendizagem organizacional e desempenho individual (Beuren, Santos & Bernd, 2021). Similarmente, o uso de informações gerenciais e contábeis para focar a atenção e melhorar o entendimento, aprendizagem e pontuação (Wee et al., 2014) parece estar intimamente ligado com a capacidade organizacional de captar as mudanças ocorridas no ambiente de negócios, para então implementar novas soluções agilmente (Dove, 2001). Portanto, a hipótese é de que:

H2. O uso de informações gerenciais está associado positivamente com a agilidade de mercado.

2.3. Papel facilitador do uso de informações gerenciais

A incorporação de novas tecnologias digitais pelas organizações é um fator relevante para que alcancem agilidade de mercado e, conseqüentemente, criem vantagem competitiva (Sambamurthy et al., 2003). No entanto, nem sempre a incorporação/ adoção/ uso de tecnologias digitais resulta diretamente no

movimento desejado, como a agilidade de mercado. Isso é particularmente verdadeiro para a relação entre o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e a agilidade de mercado, que é amplamente facilitada pela capacidade de processamento de informação (Li et al., 2021).

O presente estudo considera o possível papel facilitador do uso de informações gerenciais na relação entre o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e a agilidade de mercado. Decorre que o *mindfulness* organizacional visando a transformação digital inclui o constante monitoramento de ameaças e oportunidades acerca de novas tecnologias digitais (Li et al., 2021), o que pode ser transmitido, internalizado e fomentado na organização por meio do uso de informações gerenciais (Vandenbosch, 1999). Isso potencialmente reflete em uma organização atenta ao dinamismo da tecnologia digital e que esteja disposta e pronta para desenvolver respostas e implementar recursos rapidamente, isto é, a agilidade de mercado (Dove, 2001). Em síntese, presume-se que o uso de informações gerenciais converta o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital em agilidade de mercado, o que leva a hipótese de:

H3. Por meio do uso de informações gerenciais, o mindfulness organizacional em direção à transformação digital está associado indireta e positivamente com a agilidade de mercado.

.....

3. Método

3.1. Coleta de dados e amostra

Uma *survey* foi realizada com fundadores e gestores de *startups* de negócios digitais, dos segmentos de *big data*, *internet of things*, *mobile*, *software*, *cloud computing*, *advertising* e vídeo, *games*, internet, comunicação e mídia, tecnologia da informação e comunicação. A busca pelos representantes das *startups* foi por meio da Associação Brasileira de *Startups* (Abstartups), e o contato e envio do instrumento de pesquisa via *LinkedIn*. A amostra é não probabilística, e deste modo os achados não podem ser extrapolados (Crespo, Curado, Oliveira & Muñoz-Pascual, 2021).

A coleta de dados se estendeu de janeiro a julho de 2021 e resultou em 71 *startups* digitais. O tamanho amostral se equivale aos estudos progressos no contexto brasileiro que exploraram fenômenos da realidade organizacional de *startups* (ex.: Costa, Guerino, Leal, Balancieri & Galdamez, 2022; Frare & Beuren, 2021b, 2021c; Gonzaga, Figueiredo, Souza & Passos, 2020). Portanto, a amostra atende ao refletir os fenômenos que ocorrem em *startups* brasileiras de segmentos altamente digitais. A **Tabela 1** detalha o perfil da amostra.

Tabela 1. - Perfil da amostra

Sobre os respondentes:		Sobre as startups:	
Papel organizacional	n	Tempo no mercado (anos)	n
Fundador/ Cofundador	54	Até 2	14
Diretor	8	3 a 4	20
Gerente	6	5 a 6	21
Coordenador ou supervisor	3	7 a 8	4
Total	71	9 a 10	5
Tempo de atuação na startup (anos)	n	11 ou mais	7
Até 2	18	Total	71
3 a 4	22	Funcionários	n
5 a 6	16	Até 10	33
7 a 8	4	11 a 50	22
9 a 10	6	51 ou mais	16
11 ou mais	5	Total	71
Total	71		
Idade (anos)	n		
21 a 30	13		
31 a 40	37		
41 a 50	17		
51 a 60	4		
Total	71		

Essas *startups* estão em média 5,64 anos no mercado (mediana = 5) e possuem em média 59 funcionários (mediana = 12). Sobre os respondentes, estes possuem em média 37 anos (mediana = 36), estão em média 4,89 anos no mercado (mediana = 4), e em sua maioria são fundadores/ cofundadores (54), seguido por diretores (8), gerentes (6), e coordenadores ou supervisores (3).

3.2. Medidas

O instrumento da pesquisa se baseia na literatura existente e os construtos foram mensurados a partir de multi-itens.

Variável independente: O *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital foi mensurado com três itens (Li et al., 2021). Os respondentes indicaram o grau de concordância com cada assertiva quanto à atenção plena da sua empresa para a transformação digital (1=discordo totalmente e 5=concordo totalmente).

Variável mediadora: O uso de informações gerenciais foi capturado a partir de 12 itens (Wee et al., 2014), que se basearam essencialmente em Vandenbosch (1999). A lógica basilar consiste no uso de informações gerenciais para focar a atenção, melhorar o entendimento, aprendizagem e pontuação. Os respondentes assinalaram a frequência com que usam na empresa as informações gerenciais e contábeis para determinadas assertivas (1=nunca e 5=sempre).

Variável dependente: A agilidade de mercado contempla 4 itens (Li et al., 2021). Os respondentes indicaram até que ponto concordam que cada uma das afirmativas é representativa da realidade da empresa (1=discordo totalmente; 5=concordo totalmente).

Variáveis de controle: O estudo incluiu a idade (tempo de atuação no mercado) e o tamanho da firma (número de funcionários) como variáveis de controle. Ambas foram mensuradas em escala contínua.

3.3. *Common method bias*

Medidas foram tomadas para minimizar o *common method bias* (CMB), como a elaboração de instruções, carta de apresentação e itens não ambíguos. Após a coleta dos dados procedeu-se o teste de fator único de Harman, para verificar se o CMB seria um problema. Um único fator explica 39,97% da variância total do modelo, o que é inferior a 50% e não representa nenhum problema (Podsakoff, MacKenzie, Lee & Podsakoff, 2003).

3.4 Procedimentos para análise dos dados

A análise de dados ocorreu por meio de duas técnicas. A primeira (PLS-SEM) é utilizada para o teste de hipóteses do estudo, e permite a análise de associações entre variáveis (Hair Jr. Hult, Ringle & Sarstedt, 2017). Seu uso é adequado para amostras relativamente pequenas, independente de cumprir ou não o pressuposto de normalidade dos dados (Hair Jr., Risher, Sarstedt & Ringle, 2019). A segunda técnica (fsQCA) é empregada de maneira complementar, pois permite compreender as configurações entre condições que levam a determinado resultado (Ragin, 2000, 2008). O emprego das duas técnicas permite uma compreensão holística das variáveis do estudo, por meio da análise simétrica e assimétrica (Crespo, Rodrigues, Samagaio & Silva, 2019; Frare & Beuren, 2021a, 2021b).

4. Análise e Discussão dos Dados

4.1. Análise PLS-SEM

A análise PLS-SEM do estudo inicia pelo modelo de mensuração (**Tabela 2**), que no geral se apresenta de forma adequada.

Tabela 2. - Modelo de mensuração

Painel A – Fiabilidade e validade convergente					
Variável	Cargas fatoriais	α	ρ_A	CR	AVE
1.MODTD	[0,684; 0,885]	0,769	0,839	0,862	0,678
2.IG	[0,711; 0,857]	0,940	0,947	0,948	0,602
3.AM	[0,819; 0,894]	0,887	0,898	0,921	0,746
Painel B – Validade discriminante: Fornell-Larcker					
Variável	1.MODTD	2.IG	3.AM	4.Idade	5.Tamanho
1.MODTD	0,824				
2.IG	0,291	0,776			
3.AM	0,363	0,468	0,864		
4.Idade	0,120	0,106	0,043	-	
5.Tamanho	-0,032	0,039	-0,153	0,291	-
Painel C – Validade discriminante: HTMT					
	1.MODTD	2.IG	3.AM	4.Idade	5.Tamanho
1.MODTD					
2.IG	0,320				
3.AM	0,412	0,481			
4.Idade	0,150	0,145	0,083		
5.Tamanho	0,123	0,105	0,171	0,291	

Nota 1: MODTD = mindfulness organizacional em direção à transformação digital; IG = uso de informações gerenciais; AM = agilidade de mercado.

Nota 2: Cargas fatoriais são adequadas (>0,60). Alpha de Cronbach (α), rho_A (ρ_A) e composite reliability (CR) corroboram pela fiabilidade (>0,70). Average variance extracted (AVE) indica a validade convergente (>0,50). A raiz quadrada da AVE maior que as correlações ($\sqrt{AVE} > c$) no Painel B e os valores de Heterotrait-Monotrait Ratio of Correlations (HTMT) inferiores a 0,85 (HTMT < 0,85) no Painel C atestam pela validade discriminante (Hair Jr. et al., 2017, 2019).

O próximo passo na PLS-SEM é a análise do modelo estrutural (Tabela 3). Para tanto, emprega-se o processo de *bootstrapping* via *bias-corrected and accelerated* (BCa) com 5.000 subamostras e teste bicaudal.

Tabela 3. - Modelo estrutural

Painel A – Teste de hipóteses				
Relação	Beta (β)	t-statistic	IC [5%; 95%]	Decisão
MODTD → IG	0,291	2,055**	[0,057; 0,511]	H1 suportada
IG → AM	0,404	2,754***	[0,160; 0,634]	H2 suportada
MODTD → AM	0,237	1,537	[-0,022; 0,488]	-
MODTD → IG → .AM	0,118	1,651*	[0,017; 0,242]	H3 suportada, mediação total
Idade → AM	0,021	0,271	[-0,120; 0,131]	-
Tamanho → AM	-0,167	1,538	[-0,313; 0,042]	-

Painel B – Critérios de qualidade			
Variável	R ²	Q ²	Máx. VIF
2.IG	0,072	0,046	1,000
3.AM	0,259	0,185	1,118

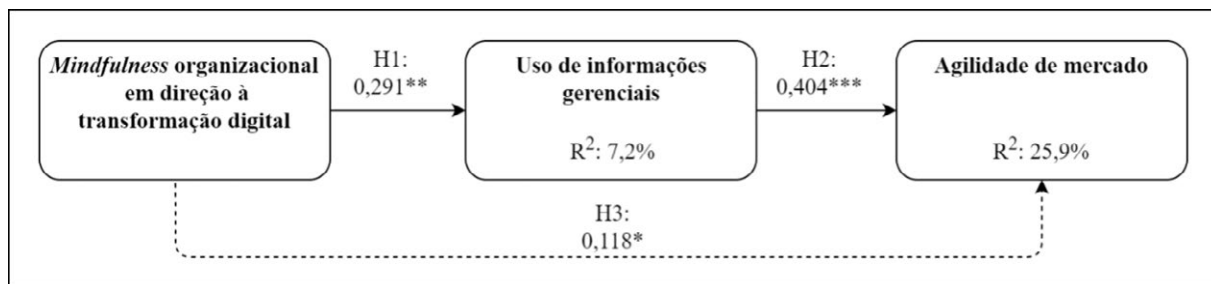
Nota 1: MODTD = *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital; IG = uso de informações gerenciais; AM = agilidade de mercado; IC = Intervalo de confiança; Coeficiente de determinação (R²), Indicador de Stone-Geisser (Q²); *Variance inflation factor* (VIF).

Nota 2: Nos critérios de qualidade, percebe-se um R² pequeno (0,02) a médio (0,13) para o uso de informações gerenciais e aproximadamente grande (0,26) para a agilidade de mercado (Cohen, 1988). Os valores de Q² variam de pequeno (0) a médio (0,25) e mostram-se adequados (Hair Jr. et al., 2019). Finalmente, os valores de VIF menores que 3 sugerem ausência de multicolinearidade (Hair Jr. et al., 2019).

Nota 3: *p < 0,10; **p < 0,05; *** p < 0,01.

A partir do teste de hipóteses, observa-se que todas as três hipóteses são suportadas. Para H3, o efeito indireto específico é significativo, enquanto o efeito direto da variável independente na variável dependente não é significativo. Isso sugere uma mediação total (Hair Jr. et al., 2017), promovida pelo uso de informações gerenciais, na relação do *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e agilidade de mercado. Os resultados do modelo estrutural são sintetizados na **Figura 1**.

Figura 1 - Resultados do teste de hipóteses



Nota: Linha contínua representa efeito direto; linha pontilhada representa efeito indireto.

4.2. Análise fsQCA

A fsQCA foi aplicada para constatar se presença ou ausência de alguma condição (*mindfulness* organizacional em direção à transformação digital, uso de informações gerenciais, idade ou tamanho) é necessária e/ou suficiente para que as *startups* pesquisadas alcancem alta ou baixa agilidade de mercado. Para tanto, a fsQCA inicia pela calibração das variáveis, isto é, transformar as escalas originais em escala *fuzzy* (Ragin, 2008). Os valores em escala *Likert* de 5 pontos (construtos) ou em número contínuo (variáveis de controle) foram calibrados de acordo com os percentis 0,75 (*full-membership*), *full non-membership* (0,25) e *crossover point* (0,50) (Fiss, 2011; Frare & Beuren, 2021a). Para evitar a exclusão de casos que eventualmente estivessem com escores de 0,50, adicionou-se 0,001 (Fiss, 2011). Após a calibração, a análise de condições necessárias foi realizada. A maior consistência para alta agilidade mercado é a presença do uso de informações gerenciais (0,705) e para baixa agilidade de mercado é a ausência de *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital (0,759). Assim, a presença ou ausência de nenhuma condição é necessária (consistência maior de 0,9) para alcançar alta ou baixa agilidade de mercado (Ragin, 2000, 2008).

A terceira etapa da fsQCA é a análise de condições suficientes. Assim, elaborou-se uma tabela verdade de 2⁴ rows, e a refinou com um corte de consistência de 0,80 (Ragin, 2008). O resultado das soluções intermediárias é apresentado na **Tabela 4**.

Tabela 4. - Soluções suficientes para alta/ baixa agilidade de mercado

Condições	Alta		Baixa	
	SA1	SA2	SB1	SB2
Mindfulness organizacional em direção à transformação digital	●	●	○	○
Uso de informações gerenciais	●	●	○	
Idade da firma	○		●	●
Tamanho da firma		●		●
Cobertura bruta	0,277	0,344	0,301	0,255
Cobertura única	0,102	0,169	0,120	0,074
Consistência	0,908	0,906	0,803	0,839
Cobertura geral	0,446		0,375	
Consistência geral	0,893		0,827	

Nota: Círculos pretos (●) = presença da condição; círculos brancos (○) = ausência da condição; células em branco = indiferença da condição.

A fsQCA aponta duas soluções suficientes para a alta e duas para a baixa agilidade de mercado. A alta agilidade de mercado é alcançada por *startups* que: (i) indiferente do tamanho, sejam novas e tenham *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e uso de informações gerenciais; ou (ii) indiferente da idade, sejam maiores em tamanho e tenham *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e uso de informações gerenciais. A baixa agilidade de mercado é o resultado de *startups* que: (i) indiferente do tamanho, sejam mais maduras, e tenham ausência de *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e ausência de uso de informações gerenciais; ou (ii) sejam mais velhas e maiores em tamanho, indiferente do uso de informações gerenciais, tenham ausência de *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital.

4.3. Discussão dos resultados

Os achados revelam que o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital está associado positivamente com o uso de informações gerenciais, o que suporta a H1. Isso indica que para a amostra com *startups* digitais do ecossistema brasileiro, o nível em que são percebidas possíveis ameaças e oportunidades digitais (Li et al., 2021) demanda maior uso de informações gerenciais, as quais perpassam a melhoria do entendimento, aprendizagem, pontuação e que enfatize a atenção (Wee et al., 2014). Esse resultado estende o conhecimento teórico dos efeitos do *mindfulness* organizacional, que já havia sido comprovado perante o desempenho organizacional (Madsen et al., 2006), inovação de mercado (Ray et al., 2011), inovação do modelo de negócios (Bhatti et al., 2021) e capacidade de processamento de informação (Li et al., 2021).

A análise simétrica evidenciou que uso de informações gerenciais está associado positivamente com a agilidade de mercado, o que suporta a H2. A lógica disso realça a relevância do uso abrangente de

informações gerenciais e contábeis, que concentra e habilita a organização em torno de um objetivo comum (Vandenbosch, 1999). Conseqüentemente, isso permite uma maior capacidade organizacional para capturar e processar as informações externas, fomentando a rápida entrega de melhorias digitais na elaboração dos produtos e serviços ofertados (Lu & Ramamurthy, 2011). Finalmente, o achado estende a lista de contribuições do uso de informações gerenciais, que perpassa os efeitos positivos na competitividade organizacional percebida (Vandenbosch, 1999), aprendizagem organizacional (Wee et al., 2014), aprendizagem organizacional e desempenho individual (Beuren et al., 2021), e agora, a agilidade de mercado por *startups* digitais.

Constatou-se que, por meio do uso de informações gerenciais, o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital está associado indireta e positivamente com a agilidade de mercado, o que leva ao suporte da H3. Isso revela que o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital por si só não estimula a agilidade de mercado, e que se faz necessário o elo promovido pelo uso de informações gerenciais. A lógica disso repousa no fato de que o uso de informações gerenciais para focar a atenção e melhorar o entendimento, aprendizagem e pontuação converte o monitoramento de ameaças e oportunidades digitais (Li et al., 2021) em rápida implementação de soluções digitais para aperfeiçoar produtos e serviços (Dove, 2001). Essencialmente, o uso de informações gerenciais atua como um facilitador da atenção da organização para promover transformações digitais e a implementação dessas transformações de fato. Esse achado amplia a perspectiva evidenciada por Li et al. (2021), estendendo a perspectiva de capacidade de processamento de informação para o uso de informações gerenciais e contábeis.

Adicionalmente, a análise assimétrica sugere que, para as *startups* digitais alcançarem alta agilidade de mercado, é essencial a presença de *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e uso de informações gerenciais, o que sugere complementariedade entre esses dois elementos. Em outra via, a ausência destes elementos leva as *startups* a baixa agilidade de mercado. Em linhas gerais, o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e o uso de informações gerenciais são uma combinação fundamental para o sucesso das *startups* e obtenção de vantagem competitiva, enquanto suas respectivas ausências podem levar as *startups* à ausência de agilidade, o que evoca o fracasso.

5. Conclusões

Os achados suportam a conclusão de que o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital fomenta a necessidade do uso de informações gerenciais, e que isso promove a agilidade de mercado. Fundamentalmente, o uso de informações gerenciais é um elo para que o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital possa se transladar em agilidade de mercado. Isto é, a constante busca por oportunidades de transformação digital para fornecer novas soluções digitais (Li et al., 2021) incentiva os gestores a utilizarem informações gerenciais e contábeis para focar a atenção, melhorar o entendimento, a compreensão e a pontuação (Vandenbosch, 1999; Wee et al., 2014), o que promove a agilidade para fornecer produtos e serviços melhores e adequados frente aos novos gostos dos clientes e mercado (Lu & Ramamurthy, 2011).

O estudo evidenciou que não existe uma única forma das *startups* alcançarem alta agilidade de mercado, ou para estarem fadadas a baixa agilidade. Contudo, a presença combinada de *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e uso de informações gerenciais é imprescindível para alta agilidade de mercado. Em contraponto, a ausência desses elementos tem por consequência baixos níveis de agilidade de mercado. Resumidamente, o potencial de agilidade de mercado das *startups* digitais parece estar atrelado ao desenvolvimento de um *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital e ao uso de informações gerenciais. As conclusões do estudo são úteis para o contexto das *startups*, podendo se estender em parte para outros setores e países. Por exemplo, empresas de setores e clusters geográficos com constantes transformações digitais e dinamismo de mercado podem se beneficiar dos subsídios informacionais aqui discutidos para assegurar a sua competitividade (Appio, Frattini, Petruzzelli & Neirrotti, 2021).

5.1. Implicações e contribuições

O estudo possui implicações e contribuições para a literatura. Primeiro, o estudo contribui ao explorar a relação indireta do *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital na agilidade de mercado, mediado pelo uso de informações gerenciais, o que avança em relação ao estudo de Li et al. (2021). Segundo, corrobora estudos que exploram os efeitos do *mindfulness* organizacional (Madsen et al., 2006; Ray et al., 2011; Bhatti et al., 2021), especialmente no âmbito de transformação digital (Li et al., 2021). Terceiro, avança na discussão dos efeitos positivos do uso de informações gerenciais (Vandenbosch, 1999; Wee et al., 2014; Beuren et al., 2021), ao explorar a agilidade de mercado em um ambiente imerso na tecnologia digital. Finalmente, contribui para a discussão de *startups* digitais (Ghezzi, 2019; Ghezzi & Cavallo, 2020; Kollmann et al., 2021), com novas evidências sobre a transformação digital em uma economia emergente.

As contribuições práticas do estudo estão voltadas principalmente para os tomadores de decisão nas *startups* digitais, isto é, fundadores/ cofundadores, gestores e diretores. Torna-se necessária a compreensão de que o *mindfulness* organizacional em direção à transformação digital é fundamental para que a startup consiga perceber novas oportunidades digitais, o que é crucial para a agilidade de mercado e criação de vantagem competitiva (Sambamurthy et al., 2003). Tomadores de decisão devem considerar tanto a antecipação na busca de tecnologias digitais, quanto o uso das informações gerenciais e contábeis. O resultado possivelmente será maior agilidade de mercado. Atrelado a isso está a sobrevivência destas empresas.

O estudo contribui para os envolvidos na economia digital, que remonta à quarta revolução industrial. Ao considerar que essa revolução digital demanda por organizações que se adaptem constantemente (Guezzi, 2019; Guezzi & Cavallo, 2021), além de funcionários que sejam altamente qualificados para isso (Madakam, Holmukhe & Jaiswal, 2019), os achados revelam insights para os atores envolvidos. As *startups* digitais precisam se aperfeiçoar à medida que surgem novas tecnologias e oportunidades digitais. Os gestores precisam estar atentos e engajados, fazendo uso de informações gerenciais e contábeis para estimular os funcionários. Dessa forma, os funcionários estarão mais aptos a promover benefícios para a organização (como a agilidade de mercado) e ao mesmo tempo ampliar a probabilidade de continuidade no emprego.

5.3. Limitações e sugestões

O fato da amostra não ser probabilística é um potencial limitante, sendo que novos estudos podem considerar metodologias para uma coleta de dados em amostras probabilísticas. Estender os achados para outras *startups* é um caminho natural para avançar na discussão deste estudo. Por exemplo, a realização de estudos comparativos entre *startups* digitais e não digitais parece ser uma oportunidade relevante, especialmente para compreender os determinantes da agilidade de mercado nestes dois públicos. Paralelo a isso, o corte transversal da pesquisa impossibilita generalizações, e diante disso, novas pesquisas poderiam contemplar dados longitudinais. Por fim, análise por subgrupos também pode oferecer novas perspectivas (Horz, Accadrolli, Frare & Cruz, 2021).

Referências

- Appio, F.P., Frattini, F., Petruzzelli, A.M., & Neirotti, P. (2021). *Digital transformation and innovation management: a synthesis of existing research and an agenda for future studies*. *Journal of Product Innovation Management*, 38(1), 4-20. <https://doi.org/10.1111/jpim.12562>
- Beuren, I.M., Santos, V., & Bernd, D.C. (2021). *Effects of using the management control system on individual performance with the intervenience of feedforward and organizational learning*. *Journal of Knowledge Management. Ahead-of-print* <https://doi.org/10.1108/JKM-01-2021-0055>
- Bhatti, S.H., Santoro, G., Khan, J., & Rizzato, F. (2021). *Antecedents and consequences of business model innovation in the IT industry*. *Journal of Business Research*, 123, 389-400. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.003>
- Blank, S., & Dorf, B. (2012). *The startup owner's manual: the step-by-step guide for building a great company*. Pennsauken, NJ: BookBaby.
- Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. Lawrence Erlbaum Associates: Mahwah.
- Costa, M.A.S., Guerino, G.C., Leal, G.C.L., Balancieri, R., & Galdamez, E.V.C. (2022). *Exploring performance measurement practices in Brazilian startups*. *Total Quality Management & Business Excellence*, 33(5-6), 637-663. <https://doi.org/10.1080/014783363.2021.1884063>
- Crespo, N.F., Curado, C., Oliveira, M., & Muñoz-Pascual, L. (2021). *Entrepreneurial capital leveraging innovation in micro firms: a mixed-methods perspective*. *Journal of Business Research*, 123, 333-342. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.10.001>
- Crespo, N.F., Rodrigues, R., Samagaio, A., & Silva, G.R. (2019). *The adoption of management control systems by startups: internal factors and context as determinants*. *Journal of Business Research*, 101, 875-884. <http://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.11.020>
- Dove, R. (2001). *Response ability: the language, structure, and culture of the agile enterprise*. John Wiley & Sons, New York.
- Dy, A.M., Marlow, S., & Martin, L. (2017). *A Web of opportunity or the same old story? Women digital entrepreneurs and intersectionality theory*. *Human Relations*, 70(3), 286-311. <https://doi.org/10.1177/0018726716650730>
- Emmanuel, C., Otley, D., & Merchant, K. (1990). *Accounting for management control*. Chapman and Hall, London.
- Fiss, P.C. (2011). *Building better causal theories: a fuzzy set approach to typologies in organization research*. *Academy of Management Journal*, 54(2), 393-420. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.60263120>

Frare, A.B., & Beuren, I.M. (2021a). *Effects of corporate reputation and social identity on innovative job performance*. *European Journal of Innovation Management*. Ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/EJIM-02-2021-0071>

Frare, A.B., & Beuren, I.M. (2021b). *Job autonomy, unscripted agility and ambidextrous innovation: analysis of Brazilian startups in times of the Covid-19 pandemic*. *Revista de Gestão*, 28(3), 263-278. <https://doi.org/10.1108/REGE-01-2021-0005>

Frare, A.B., & Beuren, I.M. (2021c). *The role of green process innovation translating green entrepreneurial orientation and proactive sustainability strategy into environmental performance*. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. Ahead-of-print. <https://doi.org/10.1108/JSBED-10-2021-0402>

Ghezzi, A. (2019). *Digital startups and the adoption and implementation of lean startup approaches: effectuation, bricolage and opportunity creation in practice*. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 945-960. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2018.09.017>

Ghezzi, A., & Cavallo, A. (2020). *Agile business model innovation in digital entrepreneurship: Lean startup approaches*. *Journal of Business Research*, 110, 519-537. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.06.013>

Gonzaga, B.S., Figueiredo, P.S., Souza, E.L.R.C., & Passos, F.U. (2020). *Organizational learning capacity of startups in Northeast Brazil*. *Revista de Gestão*, 27(3), 301-316. <https://doi.org/10.1108/REGE-11-2019-0116>

Gupta, G., & Bose, I. (2019). *Digital transformation in entrepreneurial firms through information exchange with operating environment*. *Information & Management*, 103243. In press. <https://doi.org/10.1016/j.im.2019.103243>

Hair Jr. J.F., Hult, G.T.M., Ringle, C.M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)*. Thousand Oaks, CA: Sage.

Hair Jr., J.F., Risher, J.J., Sarstedt, M., & Ringle, C.M. (2019). *When to use and how to report the results of PLS-SEM*. *European Business Review*, 31(1), 2-24. <http://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203>

Horz, V., Accadrolli, M.C., Frare, A.B., & Cruz, A.P.C. (2022). *Implicações da reputação de responsabilidade social corporativa no comprometimento organizacional: o papel mediador da satisfação no trabalho*. *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, 16(1), 115-127. <https://doi.org/10.3232/GCG.2022.V16.N1.06>

Kollmann, T., Stöckmann, C., Niemand, T., Hensellek, S., & Cruppe, K. (2021). *A configurational approach to entrepreneurial orientation and cooperation explaining product/service innovation in digital vs. non-digital startups*. *Journal of Business Research*, 125, 508-519. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.09.041>

Li, H., Wu, Y., Cao, D., & Wang, Y. (2021). *Organizational mindfulness towards digital transformation as a prerequisite of information processing capability to achieve market agility*. *Journal of Business Research*, 122, 700-712. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.10.036>

Lu, Y., & Ramamurthy, K. (2011). *Understanding the link between information technology capability and organizational agility: An empirical examination*. *MIS Quarterly*, 35(4), 931-954. <https://doi.org/10.2307/41409967>

Madakam, S., Holmukhe, R.M. & Jaiswal, D.K. (2019). *The future digital work force: Robotic process automation (RPA)*. *JISTEM-Journal of Information Systems and Technology Management*, 16, 1-18. <https://doi.org/10.4301/S1807-1775201916001>

Madsen, P., Desai, V., Roberts, K., & Wong, D. (2006). *Mitigating hazards through continuing design: The birth and evolution of a pediatric intensive care unit*. *Organization Science*, 17(2), 239-248. <https://doi.org/10.1287/orsc.1060.0185>

Martínez-Caro, E., Cegarra-Navarro, J.G., & Alfonso-Ruiz, F.J. (2020). *Digital technologies and firm performance: The role of digital organisational culture*. *Technological Forecasting and Social Change*, 154, 1-10, 119962. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.119962>

- Park, Y., ElSawy, O.A., & Fiss, P. (2017). *The role of business intelligence and communication technologies in organizational agility: a configurational approach*. *Journal of the Association for Information Systems*, 18(9), 1. <http://doi.org/10.17705/1jais.00467>
- Podsakoff, P.M., MacKenzie, S.B., Lee, J.Y., & Podsakoff, N.P. (2003). *Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies*. *Journal of Applied Psychology*, 88(5), 879–903. <http://doi.org/10.1037/0021-9010.88.5.879>
- Ragin, C.C. (2000). *Fuzzy-set Social Science*. Chicago: University of Chicago Press.
- Ragin, C.C. (2008). *Redesigning social inquiry: Fuzzy Sets and Beyond*. University of Chicago Press: Chicago.
- Ray, J.L., Baker, L.T., & Plowman, D.A. (2011). *Organizational mindfulness in business schools*. *Academy of Management Learning & Education*, 10(2), 188–203. <https://doi.org/10.5465/amle.10.2.zqr188>
- Sambamurthy, V., Bharadwaj, A., & Grover, V. (2003). *Shaping agility through digital options: Reconceptualizing the role of information technology in contemporary firms*. *MIS Quarterly*, 27(2), 237–263. <https://doi.org/10.2307/30036530>
- Simons, R. (1990). *The role of management control systems in creating competitive advantage: new perspectives*. *Accounting, Organizations and Society*, 15(1-2), 127–143. [https://doi.org/10.1016/0361-3682\(90\)90018-P](https://doi.org/10.1016/0361-3682(90)90018-P)
- Vandenbosch, B. (1999). *An empirical analysis of the association between the use of executive support systems and perceived organizational competitiveness*. *Accounting, Organizations and Society*, 24(1), 77–92. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(97\)00064-0](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(97)00064-0)
- Vial, G. (2019). *Understanding digital transformation: a review and a research agenda*. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28(2), 118–144. <https://doi.org/10.1016/j.jsis.2019.01.003>
- Vogus, T.J., & Sutcliffe, K.M. (2012). *Organizational mindfulness and mindful organizing: a reconciliation and path forward*. *Academy of Management Learning & Education*, 11(4), 722–735. <https://doi.org/10.5465/amle.2011.0002c>
- Wee, S.H., Foong, S.Y., & Michael, S.C. (2014). *Management control systems and organisational learning: the effects of design and use*. *Accounting Research Journal*, 27(2), 169–187. <https://doi.org/10.1108/ARJ-05-2013-0026>
- Weiber, R., & Kollmann, T. (1998). *Competitive advantages in virtual markets—perspectives of “information-based marketing” in cyberspace*. *European Journal of Marketing*, 32(7/8), 603–615. <https://doi.org/10.1108/03090569810224010>

Notas

Agradecimento: A presente pesquisa foi realizada com apoio da Coordenação de Aperfeiçoamento de Pessoal de Nível Superior - Brasil (CAPES) - Código de Financiamento 001.

La Alfabetización Financiera y las Características Sociodemográficas del Emprendedor: un Análisis de las Pequeñas Empresas Españolas

ÁREA: 6
TIPO: Aplicación

AUTORES

Sara Fernández-López
Universidade de Santiago de Compostela, Spain
sara.fernandez.lopez@usc.es

Marcos Álvarez-Espino¹
Universidade de Santiago de Compostela, Spain
marcos.alvarez.espino@usc.es

Lucía Rey-Ares
Universidade de Santiago de Compostela, Spain
lucia.rey.ares@usc.es

1. Autor de Correspondencia:
Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales;
Universidad de Santiago de Compostela; Avda. do Burgo, s/n; 15782 - Santiago de Compostela (A Coruña); Spain.

Financial literacy and the sociodemographic characteristics of the entrepreneur: an analysis of small spanish enterprises

Literacia financeira e as características sociodemográficas do empreendedor: uma análise de pequenas empresas espanholas

Las pequeñas empresas suponen la práctica totalidad del tejido empresarial español e internacional. Pese a que estos agentes son esenciales para la creación de empleo, también son los que más sufren la inestabilidad del contexto económico, en parte, por la moderada alfabetización financiera de sus gestores. Utilizando una muestra de 1.120 pequeñas empresas obtenida durante 2021, en este trabajo se hace un diagnóstico del nivel de alfabetización financiera de sus propietarios/gestores, a través del diseño de diferentes clústeres de naturaleza singular. A su vez, se relacionan esos niveles con las características sociodemográficas de los encuestados. Los resultados muestran aquellos conocimientos, actitudes y comportamientos financieros que pueden ser fortalecidos en las personas empresarias. En consonancia, esta investigación aporta algunas recomendaciones para mejorar la alfabetización financiera empresarial.

Small enterprises make up practically the entire Spanish and international business tissue. Although these agents are essential for employ creation, they are also the ones that suffer the most from the instability of the economic context, partly due to the moderate financial literacy of their managers. Using a sample of 1,120 small enterprises obtained during 2021, this paper diagnoses the level of financial literacy of their owners/managers based on their sociodemographic characteristics. The results show those financial knowledge, attitudes and behaviors that can be strengthened in business people. Accordingly, this research provides some recommendations to improve business financial literacy.

As pequenas empresas constituem praticamente todo o tecido empresarial espanhol e internacional. Embora estes agentes sejam essenciais para a criação de emprego, são também os que mais sofrem com a instabilidade do contexto económico, em parte devido à moderada literacia financeira dos seus gestores. A partir de uma amostra de 1.120 pequenas empresas obtidas em 2021, este trabalho diagnostica o nível de alfabetização financeira de seus proprietários/gestores com base em suas características sociodemográficas. Os resultados mostram aqueles conhecimentos financeiros, atitudes e comportamentos que podem ser fortalecidos nos empresários. Em linha, esta pesquisa fornece algumas recomendações para melhorar a alfabetização financeira empresarial.

DOI
10.58416/GCG.2023.V17.N1.02

RECIBIDO
05.07.2022

ACEPTADO
10.09.2022

1. Introducción

Las micro y pequeñas empresas (MyPE) representan el grueso del sector empresarial en cualquier país (Atkinson, 2017), siendo las principales responsables de la creación de empleo y cruciales para la revitalización de las economías (Jiménez-Zarco, 2012). Dada su trascendencia, su formación es crucial para afrontar la repercusión que los *shocks* macroeconómicos adversos pueden tener sobre la gestión empresarial. Esta formación resulta todavía más necesaria en el contexto actual, caracterizado por la incertidumbre y la complejidad. Así, la elevada inestabilidad a nivel internacional y las tensiones a las que están sometidas las cadenas de suministro globales podrían explicar, al menos en parte, los abultados niveles de inflación registrados durante los últimos meses. Esta situación exige un esfuerzo de las empresas por mejorar la gestión de sus procesos productivos y planificar de forma más eficiente sus gastos.

En este contexto, la alfabetización financiera de los empresarios resulta esencial para mejorar la competitividad de sus negocios (Sucuahi, 2013). De hecho, la alfabetización financiera mejora las prácticas empresariales (Bruhn y Zia, 2011; Drexler et al., 2014; Sucuahi, 2013) lo que, a su vez, contribuye a reducir el fracaso empresarial (Eniola y Entebang, 2016; Sucuahi, 2013; Wise, 2013) y las restricciones financieras (Adomako et al., 2016; García-Pérez-de-Lema et al., 2021). A modo de ejemplo, los gestores financieramente formados disponen de los conocimientos necesarios para elaborar presupuestos y tomar decisiones financieras complejas (García-Pérez-de-Lema et al., 2021).

Pese a su relevancia, el estudio de la alfabetización financiera desde esta óptica empresarial es un campo emergente (Molina-García et al., 2022) y no existe un consenso acerca de cómo definirla. Adoptando una perspectiva gradual, tal y como recomiendan Lusardi y Mitchell (2013), y multidimensional, la OCDE lanzó en 2021 la *OECD/INFE Survey Instrument to Measure the Financial Literacy of MSMEs*, una encuesta que consistía en el primer intento de medir la alfabetización financiera de los propietarios/gestores de MyPE de forma armonizada en diferentes países. España participó en este proyecto a través de la Encuesta de Competencias Financieras de las Pequeñas Empresas (ECFPE). En marzo de 2022 el Banco de España ha hecho público el microdato de dicha encuesta.

Dada la importancia de este tema para el desarrollo sostenible de cualquier economía, el presente trabajo tiene dos objetivos: conocer el nivel y perfiles de alfabetización financiera de los propietarios/gestores de MyPE españolas y relacionar dicho nivel con las características sociodemográficas de los mismos, explorando hasta qué punto podría existir alguna relacionada con la alfabetización financiera. Para ello, se utiliza la información procedente de la ECFPE, que recoge datos de 1.120 MyPE, así como de las personas propietarias que toman decisiones financieras sobre ellas, y se aplica un análisis clúster.

Tras esta introducción, el resto del trabajo presenta la siguiente estructura. El segundo epígrafe introduce la importancia del tema de estudio, así como la necesidad de medir la alfabetización financiera de los empresarios desde una perspectiva multidimensional. El tercer epígrafe describe la base de datos utilizada. A continuación, en el cuarto epígrafe se analizan, en detalle, tanto el nivel global de alfabetización financiera como los componentes que la integran, en función de las características sociodemográficas de la persona empresaria. Se construyen, además, diferentes perfiles de empresarios financieramente alfabetizados utilizando el análisis clúster. Finalmente, el quinto epígrafe condensa los principales hallazgos de la investigación.

PALABRAS CLAVE

Alfabetización financiera, Conocimientos financieros, Comportamientos financieros, Actitudes financieras, Micro y Pequeñas Empresas, España.

KEYWORDS

Financial literacy, Financial Knowledge, Financial behaviours, Financial attitudes, Micro and Small Businesses, Spain.

PALAVRAS-CHAVE

Literacia financeira, Conhecimento financeiro, Comportamentos financeiros, Atitudes financeiras, Micro e Pequenas Empresas, Espanha.

JEL CODES:

G51, G53, G59

2. La Alfabetización Financiera Empresarial: Importancia y Medición

Las micro y pequeñas empresas (MyPE) constituyen la columna vertebral del entramado empresarial global (Atkinson, 2017). En el caso español, los negocios con menos de 50 personas conformaban en mayo de 2022 el 99% del tejido empresarial (MICyT, 2022). En este contexto, los pequeños proyectos empresariales son responsables de la mayoría de los puestos de trabajo y toman un papel protagonista en la revitalización de las economías (Jiménez-Zarco, 2012).

El emprendimiento constituye, además, un factor clave para revertir las crisis económicas. La flexibilidad inherente a estas propuestas de negocio favorece la reorganización de los procesos productivos y el descarte de las actividades económicas más obsoletas (Parra-Miranda, 2014). Las pequeñas empresas constituyen un vector esencial en la transferencia de la innovación y en la implementación de nuevos productos y procesos productivos adaptados al paradigma sociocultural predominante (Constant y Zimmermann, 2006). Pese a que las pequeñas empresas “rejuvenecen” la economía dotándola de mayor competencia, son también las organizaciones más vulnerables a los riesgos financieros.

Dada la trascendencia de las MyPE para las economías nacionales, es crucial que estén formadas con respecto a los factores que las rodean y la repercusión que estos pueden tener sobre su gestión empresarial; especialmente, en un entorno cada vez más complejo y al que las MyPE se enfrentan con menos recursos que las empresas medianas y grandes. Según Atkinson (2017), la complejidad del entorno vendría marcada por: (1) una regulación cada vez más compleja, (2) mayores dificultades de acceso a la financiación (Berger y Udell, 2006), (3) un bajo nivel de inversión en sus negocios a pesar de los incentivos vigentes y, (4) la irrupción de las Fintech, frente a las cuales las MyPE muestran una mayor desconfianza y dificultad de comprensión. En este contexto, la alfabetización financiera de los empresarios resulta esencial para mejorar la gestión de sus negocios (Sucuahi, 2013).

El estudio de la alfabetización financiera ha atraído la atención de académicos y responsables políticos en las dos últimas décadas (véase Goyal y Kumar (2021) para una revisión reciente), adoptando mayoritariamente la perspectiva del individuo o de los hogares (*household finance*). Solo muy recientemente su análisis se ha abordado también desde la perspectiva empresarial, poniendo el énfasis en la persona propietaria o gestora del negocio. Ello hace que esta corriente de la literatura se encuentre en una fase emergente (Molina-García *et al.*, 2022).

Desde esta perspectiva empresarial, tampoco existe acuerdo sobre cómo se define la alfabetización financiera. Para Oseifuah (2010), se trata de la capacidad de hacer juicios y tomar decisiones informadas acerca del uso y la gestión. En palabras de Usama y Yussof (2019), la alfabetización financiera abarca los conocimientos y capacidades financieras necesarias para que los empresarios implementen estrategias óptimas en sus empresas. Las definiciones más detalladas en esta materia (Lusardi y Mitchell, 2013) avanzan en una medida de alfabetización financiera gradual y multidimensional, al combinar medidas objetivas (conocimientos y comportamientos) y subjetivas (actitudes).

La Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) se ha interesado por el estudio de la alfabetización financiera empresarial bajo esta perspectiva multifactorial. En el marco de su Red Internacional de Educación Financiera (INFE, según sus siglas en inglés), ha impulsado el estudio de la cultura financiera de los gestores a través de la realización de una encuesta homogénea en varios países. De hecho, la elaboración de dicha encuesta pasó por varias fases desde que en 2015

se constituyese el grupo de trabajo en Educación Financiera para MyPE (OCDE, 2021). Para empezar, se tomaron como referencia varias encuestas que medían los conocimientos financieros en adultos; es decir, se tomó como punto de partida la perspectiva del individuo. Seguidamente, en el periodo 2017-2018, se perfeccionó la encuesta para ponerla a prueba con un proyecto piloto en 2018-2019 en siete países. A partir de los resultados de este proyecto piloto, se procedió de nuevo a revisar el cuestionario y, en 2020, la OCDE aprobó la versión definitiva de la encuesta, incluyendo en esta el impacto que tuvo la crisis del COVID-19 en las empresas. La encuesta, conocida como *OECD/INFE Survey Instrument to Measure the Financial Literacy of MSMEs*, puede encontrarse completa en OCDE (2020)¹.

Su análisis permite comprobar que la OCDE ha seguido una aproximación gradual y multidimensional para medir la alfabetización financiera de las MyPE. En concreto, el nivel de alfabetización financiera que la persona empresaria/gestora obtiene vendría dado, como se verá, por la agregación aritmética de las puntuaciones obtenidas en tres pilares: conocimientos, actitudes y comportamientos financieros.

Tras proceder a la realización de la encuesta entre marzo y septiembre de 2021 en 14 países, entre ellos España, se concluye que el nivel de alfabetización financiera de los propietarios/gestores es relativamente bajo en la mayoría de los países analizados (OCDE, 2021). Estos resultados van en la línea de lo señalado por Anshika y Singla (2022), quienes indican que, en la mayoría de contextos, los emprendedores disponen de un nivel escaso de cultura financiera. Ya Drexler *et al.* (2014) apuntaban que los micro-emprendedores suelen carecer de los conocimientos financieros suficientes para tomar decisiones financieras complejas.

La importancia de las MyPE para cualquier economía y la complejidad del contexto financiero que enfrentan, agravada por las consecuencias del COVID-19, la inflación creciente y la guerra de Ucrania, hacen que la alfabetización financiera del empresariado resulte crucial para mitigar los posibles efectos adversos de estos aspectos sobre la economía en general, y la sociedad en particular. Así, la alfabetización financiera mejora las prácticas empresariales (Bruhn y Zia, 2011; Drexler *et al.*, 2014; Sucuahi, 2013) lo que, a su vez, repercute positivamente en los resultados empresariales, como la supervivencia (Wise, 2013), la longevidad (Eniola y Entebang, 2016) y el alivio de las restricciones financieras (Adomako *et al.*, 2016; García-Pérez-de-Lema *et al.*, 2021). La disponibilidad de conocimientos financieros actualizados mejora la competitividad empresarial y reduce la probabilidad de fracaso en los negocios (Sucuahi, 2013). Permite también a los gestores disponer de conocimientos adecuados para generar presupuestos y realizar inversiones estratégicas, e intervenciones oportunas, para hacer frente a decisiones financieras complejas (García-Pérez-de-Lema *et al.*, 2021). Este entrenamiento diario en el uso de recursos financieros permite a los empresarios ser más eficientes en la gestión (toma de decisiones) del resto de recursos. Por todo ello, resulta fundamental diagnosticar el nivel de alfabetización financiera de los propietarios/gestores de las MyPE de un país. Ello permitirá establecer políticas que contribuyan a mejorar este aspecto, redundando en una mayor resiliencia de las economías antes los *shocks* adversos que vendrán.

En definitiva, nuestro trabajo pretende contestar a dos preguntas de investigación: 1) ¿cuál es el nivel/perfil de alfabetización financiera de las personas propietarias de MyPE en España? y 2) ¿hasta qué punto algunas características sociodemográficas de dichas personas estarían relacionadas con su nivel/perfil de alfabetización financiera?. Con los resultados en mente, se persigue hacer recomendaciones que contribuyan a fortalecer el tejido empresarial.

3. La Muestra

Para responder a estas cuestiones de investigación se ha utilizado la versión en español de la *OECD/INFE Survey Instrument to Measure the Financial Literacy of MSME*, conocida como Encuesta de Competencias Financieras de las Pequeñas Empresas (ECFPE). El trabajo de campo se desarrolló entre marzo y mayo de 2021, alcanzando un total de 1.120 cuestionarios completos (Anghel *et al.*, 2021). La población objetivo estuvo integrada por los propietarios de empresas españolas, con menos de 50 empleados, que toman decisiones financieras sobre sus negocios.

Para conseguir una muestra de empresas representativa, se acudió a la Estadística de empresas inscritas en la Seguridad Social, con el fin de calcular ponderaciones a partir de la población de empresas con menos de 50 empleados (micro y pequeñas empresas). Dichas ponderaciones se repartieron en dos distribuciones en función del tamaño de las empresas y del sector de actividad (Anghel *et al.*, 2021). Todos los cálculos empíricos del trabajo tienen en cuenta dichas ponderaciones transversales.

4. La Alfabetización Financiera de los Propietarios de MyPE Españolas

El informe OCDE (2021) concluye que el nivel de alfabetización financiera de los propietarios/gestores de las MyPE es relativamente bajo en la mayoría de los países analizados, si bien, en media, el empresariado español presenta un nivel ligeramente superior (OCDE, 2021).

En este epígrafe se describen los conocimientos, actitudes y comportamientos financieros; esto es, los tres pilares que integran el constructo alfabetización financiera. Se construyen, además, un índice agregado y grupos homogéneos de empresarios (clúster) en función de los componentes de alfabetización financiera. De este modo, podemos dar respuesta a la primera pregunta de investigación (¿cuál es el nivel/perfil de alfabetización financiera de las personas propietarias de MyPE españolas?). Estos análisis se realizan en función de las principales características sociodemográficas de la persona empresaria: a saber, género, edad, nivel educativo, años de experiencia en la propiedad y si tienen o no un progenitor empresario. Con ello pretendemos responder a la segunda pregunta de investigación: ¿existen algunas características sociodemográficas asociadas con la alfabetización financiera?

4.1. Conocimientos Financieros

Los conocimientos financieros conforman el primer componente de la alfabetización financiera. La ECFPE recopila información sobre este factor a través de cinco afirmaciones, a las que la persona encuestada ha de responder verdadero o falso, que analizan la comprensión de conceptos como la inflación, los dividendos o los fondos propios, así como las relaciones entre riesgo y rentabilidad e intereses y duración de un préstamo (Anghel *et al.*, 2021). La **Tabla 1** proporciona el porcentaje de personas propietarias que, dentro de cada colectivo, han respondido correcta o incorrectamente a las cuestiones planteadas.

Tabla 1 - Conocimientos financieros según las características del empresario

Pregunta (QK7)	Tipo de respuesta	Género		Edad					Nivel educativo				Experiencia			Progenitor empresario	
		Mujer	Hombre	20 a 39	40 a 49	50 a 59	60 a 69	70 o más	Educación primaria o inferior	Primera etapa de educación secundaria	Segunda etapa de educación secundaria o FPI	Formación Universitaria, FPII o superior	Menos de 5 años	Entre 5 y 10 años	Más de 10 años	No	Sí
Dividendos	Incorrecta	2,23%	2,33%	4,47%	2,35%	1,64%	2,48%	5,47%	4,65%	3,95%	4,77%	1,07%	1,39%	2,34%	2,56%	2,99%	1,94%
	Correcta	88,58%	89,85%	83,06%	91,44%	92,03%	91,33%	94,53%	73,46%	79,11%	87,20%	94,06%	86,10%	86,77%	92,05%	87,92%	93,94%
Fondos propios	Incorrecta	33,22%	35,47%	28,80%	32,78%	37,96%	39,68%	34,37%	23,57%	28,12%	41,27%	35,17%	32,85%	34,73%	36,28%	36,45%	33,63%
	Correcta	51,48%	53,90%	59,72%	56,26%	55,49%	50,25%	62,65%	42,00%	50,27%	47,45%	56,90%	54,25%	49,42%	54,99%	50,05%	60,29%
Rentabilidad y riesgo	Incorrecta	4,52%	6,30%	8,79%	7,14%	4,32%	5,07%	7,38%	0,00%	9,32%	4,07%	6,47%	9,01%	3,32%	6,38%	5,48%	6,40%
	Correcta	81,05%	84,87%	84,64%	84,08%	89,27%	84,02%	91,08%	68,88%	76,35%	85,55%	86,29%	79,80%	85,14%	85,76%	82,21%	88,89%
Inflación	Incorrecta	6,46%	5,10%	4,27%	7,09%	4,11%	4,72%	5,31%	6,27%	7,67%	6,21%	5,02%	9,74%	4,08%	5,06%	5,44%	5,55%
	Correcta	79,32%	85,43%	86,96%	81,91%	89,23%	87,17%	88,74%	56,34%	76,04%	81,37%	88,31%	82,23%	79,05%	87,01%	83,33%	87,94%
Préstamo	Incorrecta	14,58%	13,21%	5,70%	11,69%	15,09%	18,32%	19,72%	31,74%	16,00%	14,24%	12,62%	19,47%	14,49%	13,13%	13,32%	13,98%
	Correcta	77,03%	79,79%	86,56%	82,44%	80,45%	74,75%	80,28%	46,37%	69,96%	78,58%	82,82%	73,25%	75,32%	81,80%	77,94%	83,12%

Nota: El porcentaje de individuos que no saben/no contestan cada cuestión ha sido omitido. Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

Con respecto al género, en todas las cuestiones se observa un porcentaje de respuestas correctas ligeramente superior entre los hombres. En este sentido, los resultados concuerdan, hasta cierto punto, con los obtenidos por Yasin *et al.* (2020). Sin embargo, los hombres también se equivocan más que las mujeres a la hora de responder, excepto en las cuestiones referentes a la inflación y al préstamo. Aun así, las diferencias por género no son tan elevadas como para afirmar que esta característica sea un factor determinante en la tenencia de conocimientos financieros entre los propietarios de las MyPE españolas. Tampoco existen grandes diferencias en cuanto a la edad del empresario, aunque destaca el mayor porcentaje de preguntas correctas entre los mayores de 70 años; y entre los empresarios con niveles formativos superiores, que podrían incluir temario específico en gestión empresarial y finanzas (Seghers *et al.*, 2012). Los propietarios con más de 10 años de experiencia, así como aquellos que han tenido al menos un progenitor empresario presentan un mayor porcentaje de respuestas correctas.

4.2. Comportamientos financieros

Una serie de comportamientos financieros considerados “saludables” para el bienestar económico conforman el segundo componente de la alfabetización financiera. La ECFPE recopila datos sobre los mismos a través de nueve cuestiones que combinan el enfoque personal y empresarial. La **Tabla 2** proporciona el porcentaje de propietarios que, dentro de cada categoría sociodemográfica, presenta el comportamiento analizado.

En cuanto al género, en la mayoría de los comportamientos planteados las diferencias son mínimas. Así, más del 90% de personas empresarias, con independencia del género, controlan los registros financieros, protegen los datos, y disponen de cuentas totalmente separadas para el hogar y para los negocios. Sin embargo, el porcentaje de hombres que piensa en cómo financiar su jubilación es significativamente superior (14,19 puntos porcentuales) que el de las mujeres. También es superior el porcentaje de hombres que buscan productos y servicios financieros en distintos proveedores (6,51 puntos porcentuales).

La planificación de la jubilación *a priori* parece positivamente relacionada con la edad del empresario. Así, el diferencial entre el estrato más envejecido (70 o más años) y el más joven (20 a 39 años) supera los 47 puntos porcentuales. Esta relación con la edad semeja tornarse negativa a la hora de buscar productos y servicios financieros; a medida que aumenta la edad del propietario, se reduce la búsqueda de productos y servicios en instituciones financieras alternativas.

En general, también se aprecia cierta relación positiva entre el nivel educativo y la tenencia de comportamientos financieros saludables. Dicho de otro modo, a medida que se eleva el nivel educativo de los propietarios/gestores, tienen mayor presencia comportamientos financieros como: mantener cuentas separadas para el hogar y el negocio, buscar productos y servicios financieros en distintos proveedores, tener estrategias de protección frente a robos, comparar los costes de las distintas fuentes de financiación y realizar previsiones periódicas de rentabilidad. Estos resultados descriptivos sugieren que los emprendedores con un mayor nivel educativo llevan a cabo una gestión empresarial más eficiente (Millán *et al.*, 2012).

La experiencia como empresario también parece asociarse positivamente con determinados comportamientos financieros. Así, el 40,52% de los propietarios con menos de 5 años de experiencia planifican su jubilación, frente al 62,96% de aquellos con más de 10 años de experiencia. También, el 70,74% de los empresarios con menos de 5 años de experiencia adaptan la planificación a los cambios

Tabla 2 - Comportamientos financieros según las características del empresario

Comportamientos		Cuentas separadas para hogar y negocio (QP2)	Buscar productos y servicios financieros (QP5)	Controlar los registros financieros (QM3)	Pensar en cómo financiar la jubilación (QM4)	Estrategias frente al robo (QM6)	Proteger los datos (QM7_1)	Comparar costes de distintas fuentes de financiación (QM7_2)	Realizar previsiones de rentabilidad (QM7_3)	Adaptar la planificación a los cambios en los factores económicos (QM7_4)
Género	Mujer	94,78%	58,43%	99,21%	44,18%	73,13%	95,34%	81,77%	77,34%	81,55%
	Hombre	92,56%	64,94%	98,38%	58,37%	71,98%	94,07%	82,38%	79,53%	76,77%
Edad	20 a 39	94,35%	74,93%	99,38%	39,40%	80,26%	90,91%	85,11%	82,12%	79,35%
	40 a 49	93,17%	68,21%	98,68%	43,64%	74,07%	93,47%	80,06%	77,26%	76,83%
	50 a 59	95,52%	66,18%	99,67%	63,97%	75,75%	96,71%	85,11%	85,00%	81,17%
	60 a 69	88,49%	54,75%	96,56%	78,24%	61,37%	93,29%	82,50%	72,16%	78,45%
	70 o más	78,25%	46,41%	100,00%	86,75%	78,14%	94,82%	89,50%	96,91%	91,43%
Nivel Educativo	Educación primaria o inferior	89,68%	36,50%	100,00%	52,38%	61,64%	94,38%	75,79%	58,04%	77,22%
	Primera etapa de educación secundaria	93,84%	67,51%	95,89%	61,60%	70,69%	89,43%	77,13%	70,56%	69,15%
	Segunda etapa de educación secundaria o FPI	90,25%	62,94%	99,00%	53,94%	68,89%	96,70%	82,78%	79,13%	76,44%
	Formación Universitaria, FPII o superior	94,16%	64,99%	99,05%	56,60%	74,95%	94,98%	83,65%	81,26%	79,90%
Experiencia	Menos de 5 años	95,66%	62,16%	96,53%	40,52%	68,22%	89,21%	76,94%	77,12%	70,74%
	Entre 5 y 10 años	93,67%	58,94%	100,00%	43,61%	67,97%	94,18%	77,92%	76,86%	78,20%
	Más de 10 años	92,50%	63,63%	98,83%	62,96%	73,78%	95,30%	83,37%	78,90%	78,39%
Progenitor empresario	No	92,14%	61,41%	98,33%	55,36%	69,69%	94,59%	80,23%	76,72%	76,34%
	Sí	93,92%	65,78%	99,14%	59,93%	76,04%	95,10%	84,43%	81,74%	79,89%

Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

en los factores económicos, frente al 78% de los empresarios que tienen más de 5 años de experiencia. Asimismo, la protección de los datos y la comparación de los costes de las distintas fuentes de financiación son hábitos menos frecuentes entre los propietarios con menos de 5 años de experiencia. Sin embargo, son precisamente estos los que mantienen en mayor medida una separación estricta entre las cuentas del hogar y las del negocio.

Por último, tampoco parecen existir grandes diferencias en función de si los propietarios tienen o no un progenitor empresario; si bien es cierto que los primeros suelen presentar los 9 comportamientos financieros fijados por la OCDE (2021) en mayor medida.

4.3. Actitudes financieras

El tercer componente de la alfabetización financiera, según la OCDE (2021), lo constituyen tres actitudes financieras, que representan, quizás, el componente más subjetivo. El porcentaje de empresarios que afirman tener tales actitudes aparece en la **Tabla 3**.

En cuanto al género, el porcentaje de empresarias que planifican a largo plazo resulta ligeramente inferior al de los empresarios. Este resultado podría relacionarse con las menores aspiraciones emprendedoras de las mujeres, las cuales inician un negocio, más por cuestiones de necesidad que de oportunidad, ante la falta de alternativas de empleo satisfactorias (Sendra-Pons *et al.*, 2021). Sin embargo, ellas sienten más confianza para acudir a los inversores, en mayor medida que sus homólogos masculinos.

Con respecto a la edad, los empresarios más jóvenes prefieren planificar a largo plazo en mayor medida que los empresarios con más edad, sienten una menor confianza en conseguir fondos de bancos e inversores externos, y se muestran más reacios a tomar decisiones “siguiendo su instinto”.

Por su parte, el nivel educativo del empresario parece relacionarse positivamente con actitudes financieras saludables tales como el establecimiento de objetivos financieros a largo plazo, y la preferencia por los planes financieros detallados, en lugar de la impulsividad.

Los años de experiencia como propietario no parecen asociarse con diferencias significativas en las actitudes financieras. Si bien es cierto que cuantos más son los años de experiencia, más frecuente es planificar a largo plazo y confiar en los bancos e inversores externos para obtener financiación, curiosamente también es mayor la preferencia por seguir el instinto.

Por último, los propietarios con un progenitor empresario presentan las actitudes financieras deseables en mayor medida, lo que parece confirmar que hay ciertos *role models* que transmiten los progenitores (Lo Bello y Morchio, 2022).

Tabla 3 - Actitudes financieras según las características del empresario

Actitudes (QK2)		Establezco objetivos financieros a largo-plazo y trato de alcanzarlos (De acuerdo o totalmente de acuerdo)	Confianza ante los bancos e inversores externos para obtener financiación (De acuerdo o totalmente de acuerdo)	Prefiero seguir mi instinto en lugar de hacer planes financieros detallados para mi negocio (Desacuerdo o totalmente en desacuerdo)
Género	Mujer	78,28%	74,33%	62,02%
	Hombre	79,55%	70,68%	64,88%
Edad	20 a 39	85,76%	73,09%	74,60%
	40 a 49	80,79%	70,28%	65,73%
	50 a 59	82,95%	72,22%	68,30%
	60 a 69	74,86%	68,28%	60,46%
	70 o más	80,01%	100,00%	71,03%
Nivel Educativo	Educación primaria o inferior	58,64%	71,08%	29,00%
	Primera etapa de educación secundaria	64,05%	70,59%	40,27%
	Segunda etapa de educación secundaria o FPI	80,76%	67,53%	63,62%
	Formación Universitaria, FPII o superior	82,23%	73,21%	70,07%
Experiencia	Menos de 5 años	79,45%	68,93%	65,81%
	Entre 5 y 10	78,27%	68,06%	64,94%
	Más de 10 años	80,19%	72,01%	62,97%
Progenitor empresario	No	77,82%	70,98%	63,83%
	Sí	81,20%	72,55%	67,47%

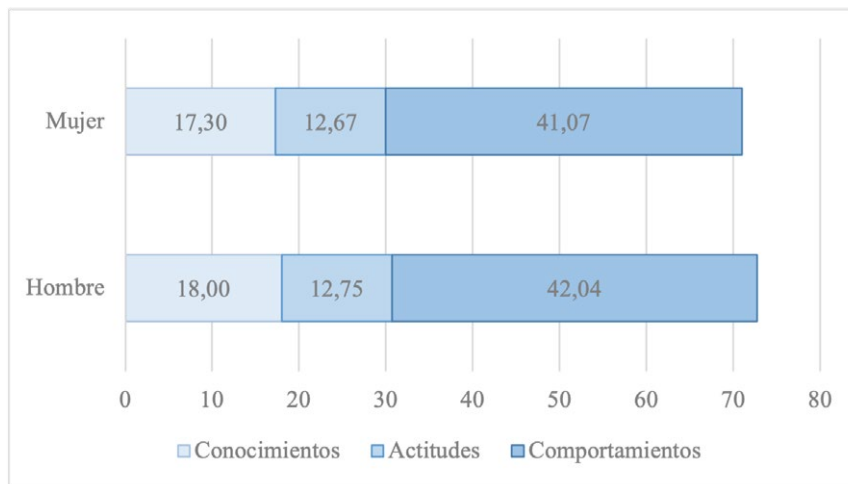
Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

4.4. La alfabetización financiera: índice agregado

En este apartado se sintetizan los tres pilares anteriores mediante la construcción de un índice agregado de la alfabetización financiera de la persona empresaria. Siguiendo las indicaciones de la OCDE (2021), el proceso implica sumar, para cada individuo, el número de respuestas correctas proporcionadas a las 5 cuestiones sobre conocimientos financieros, así como el número de comportamientos (hasta 9 posibles) y actitudes (hasta 3 posibles) financieramente saludables que dice tener. Tras agregar los ítems anteriores y dividir entre los 17 aspectos considerados, se obtiene una puntuación o score total (en base 100). Posteriormente, se multiplica esta puntuación total por el porcentaje que supone el número de ítems alcanzados en cada pilar sobre 17, obteniendo así una puntuación (en base 100) para los comportamientos, actitudes y conocimientos financieros.

En cuanto al género (**Figura 1**), las mujeres tienen un nivel de alfabetización financiera ligeramente inferior al de los hombres, ya que obtuvieron una puntuación global de 70,47 puntos frente a los 72,14 puntos de sus homólogos masculinos; sin embargo, las diferencias resultan poco destacables.

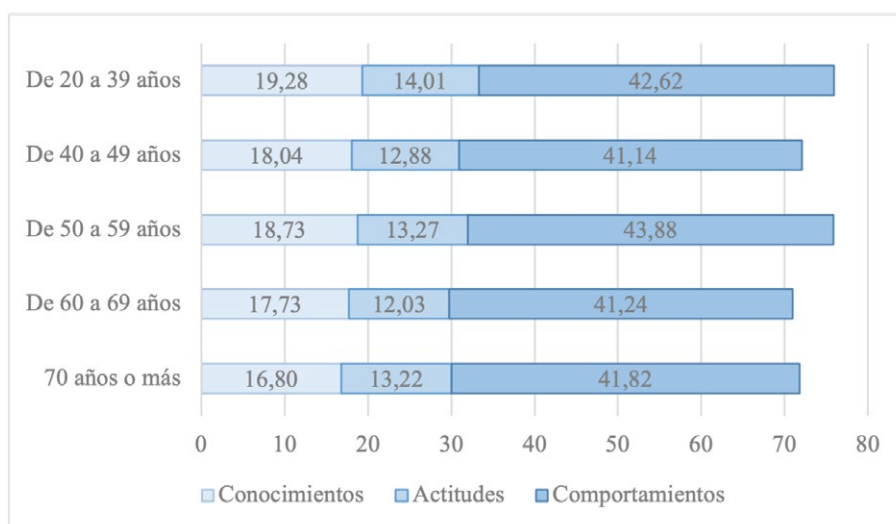
Figura 1 - Puntuación global según el género



Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

Mayores diferencias se observan al centrarnos en la edad del empresario (**Figura 2**). Así, los jóvenes (75,24 puntos) y las personas de 50 a 59 años (75,19 puntos) obtuvieron las mayores puntuaciones, con relación a las demás cohortes de edad. Más en detalle, los empresarios de 20 a 39 años puntúan mejor en conocimientos y actitudes financieras. Sin embargo, entre los empresarios de mediana edad (50 a 59 años) predominan los comportamientos financieros saludables.

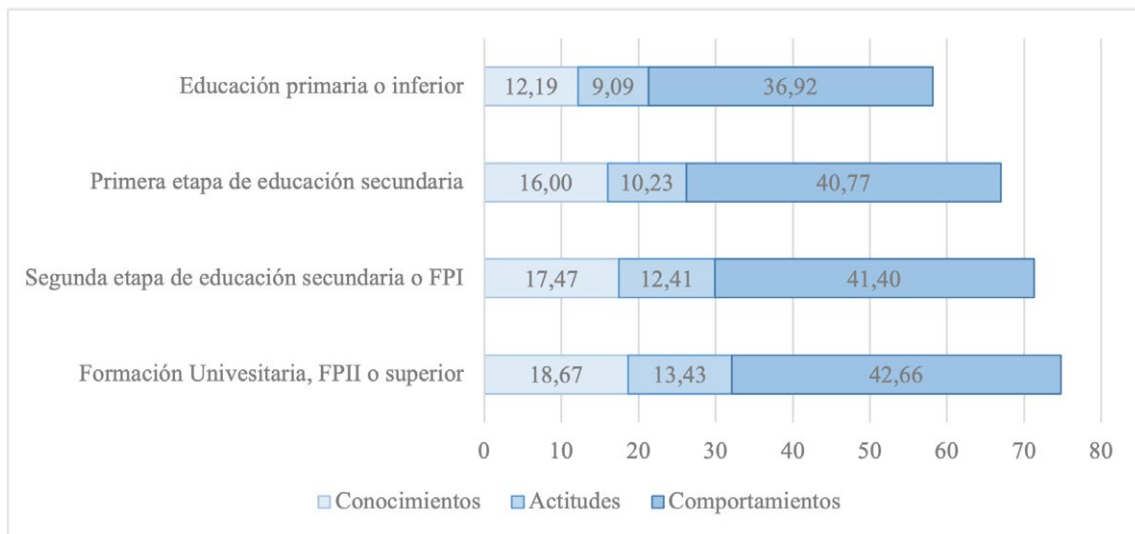
Figura 2 - Puntuación global según la edad



Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

Una de las variables personales que más impacto parece tener en el nivel de alfabetización financiera del empresario es su nivel educativo (**Figura 3**). Así, los gestores con título superior aumentan un 28,27% su puntuación total, con respecto a los empresarios con estudios primarios. La educación perfecciona los conocimientos financieros y mejora los comportamientos y actitudes financieros.

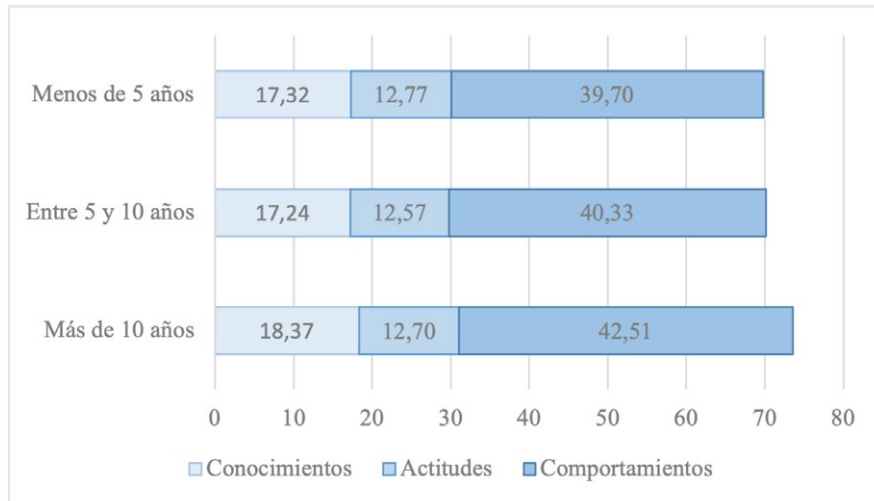
Figura 3 - Puntuación global según el nivel educativo



Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

Al igual que el nivel educativo, la experiencia como propietario/gestor influye positivamente en la puntuación total de alfabetización financiera del empresario (**Figura 4**), aunque no se encuentran unas relaciones tan claras. Así, los gestores con una experiencia previa intermedia disponen incluso de menos conocimientos financieros que los emprendedores con experiencia previa inferior a los 5 años. La experiencia previa mejora los comportamientos financieros de los empresarios (en promedio, un 7% al comparar a los más experimentados con los emprendedores con menos de un lustro de antecedentes en el sector), si bien no consigue mejorar los conocimientos financieros tanto como la formación reglada.

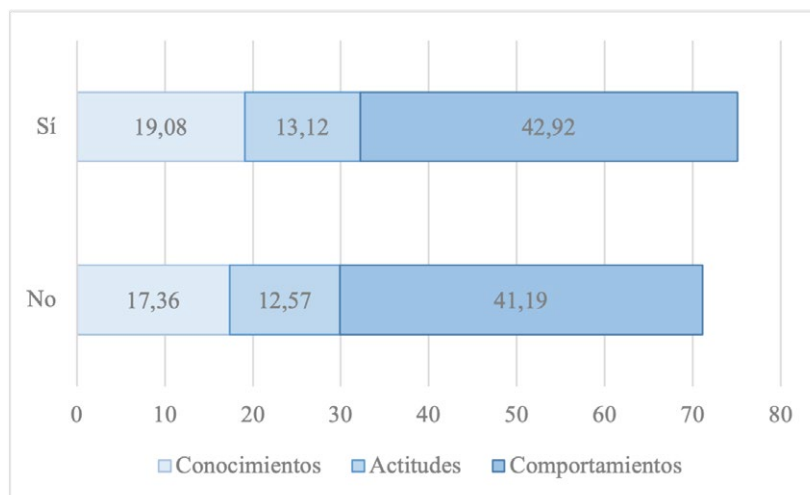
Figura 4 - Puntuación global según la experiencia



Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

También se observa una clara relación positiva entre disponer de algún progenitor emprendedor (Figura 5) y los niveles de alfabetización financiera. Para los tres componentes, se encuentran mejores resultados entre los empresarios con esta característica, aunque el impacto resulta más intenso para el factor de conocimientos financieros.

Figura 5 - Puntuación global según el progenitor empresario

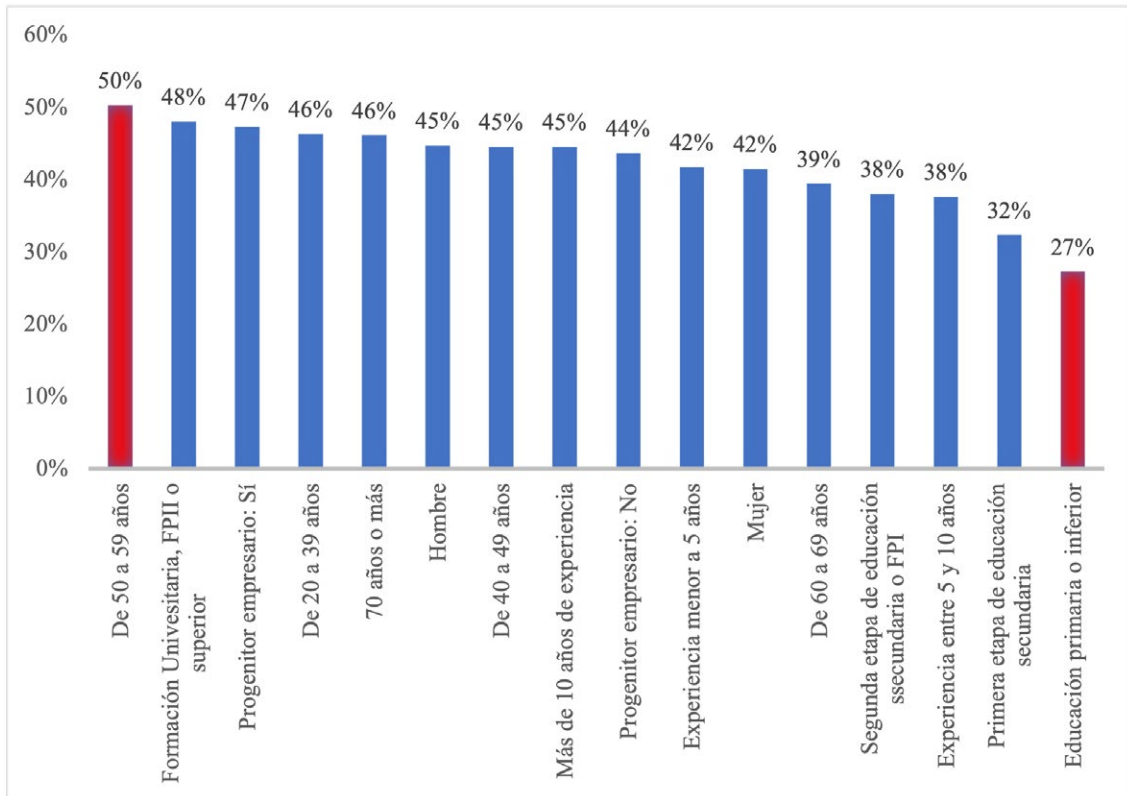


Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

Por último, al igual que hace la OCDE (2021), se ha calculado el porcentaje de empresarios que, dentro de cada categoría sociodemográfica, ha alcanzado una puntuación total superior a los 80 puntos (Figura 6). Aproximadamente la mitad de los empresarios entre los 50 y los 59 años o con el nivel educativo

superior alcanzan ese nivel. En el extremo opuesto se encuentran los propietarios con estudios primarios, solo el 27% supera ese umbral de 80 puntos.

Figura 6 - Porcentaje de empresas que alcanzan una puntuación alta en cultura financiera (>80%)



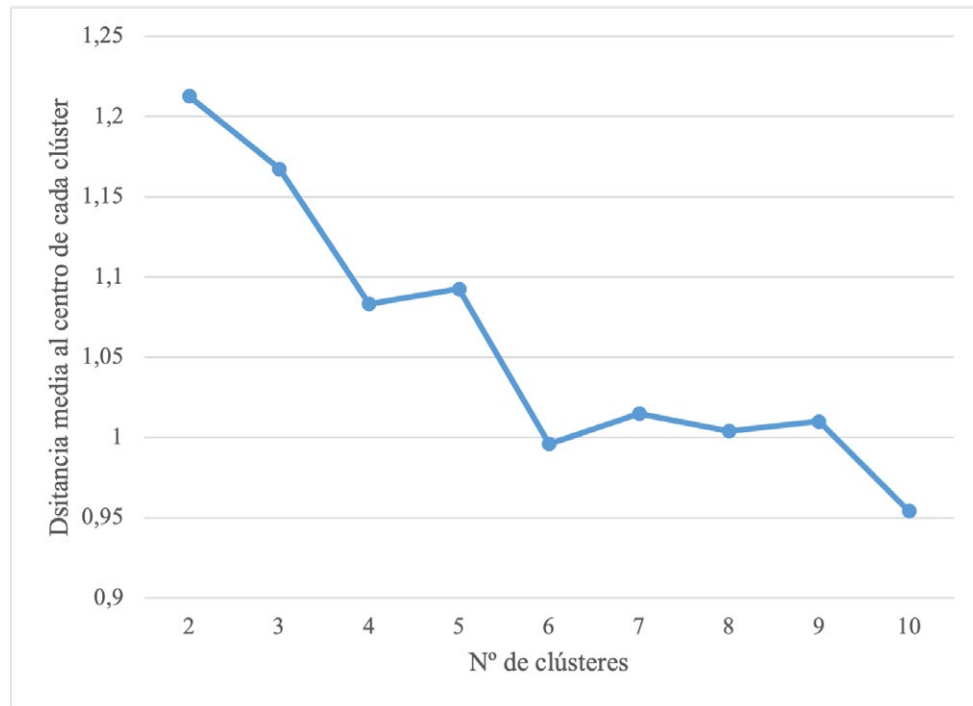
Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

4.5. La alfabetización financiera: Análisis clúster

Para identificar a los diferentes grupos de empresarios que comparten perfiles similares de alfabetización financiera se ha contemplado un análisis clúster. Se trata de una técnica de análisis multivariante, eminentemente exploratoria, capaz de aglutinar la información proporcionada por un amplio número de observaciones o variables en torno a una serie de clústeres más fácilmente interpretables (Hair et al., 1999). En relación al procedimiento, optamos por un análisis K-medias.

Frente a los métodos jerárquicos, más adecuados para las muestras pequeñas, esta herramienta de agrupación exige concretar, de manera exógena, el número de clústeres a generar (Vilà Baños et al., 2014). Así, en la taxonomía del conjunto de observaciones debe identificarse un número óptimo de clústeres, capaz de minimizar el error asumido por el modelo sin perjudicar la interpretación de los resultados. En particular, en este trabajo optamos por el "método del codo" (*elbow method*). La **Figura 7** proporciona el perfil medio de la distancia observada entre cada observación y el centroide del clúster al que resulta asignada, y que representa el paradigma de comportamiento de las observaciones del grupo.

Figura 7 - Error asumido en función del número de clústeres



En general se observa una tendencia decreciente. El aumento del número de grupos se encuentra relacionado con un menor tamaño de los mismos, y un mejor ajuste a las particularidades de las observaciones. De esta forma, se aumentan tanto la similitud entre las observaciones de un mismo clúster como la distancia hacia las observaciones pertenecientes a otros grupos. A nivel gráfico, el número óptimo de clústeres es cuatro. En este punto se observa un cambio de tendencia; considerar un clúster adicional no supone una reducción en el error asumido.

La **Tabla 4** proporciona el porcentaje de individuos que, dentro de cada clúster y de manera conjunta, presentan el conocimiento, comportamiento o actitud financieros deseables.

Comenzaremos describiendo a los empresarios del cuarto clúster ("alfabetización financiera alta") quienes, a nivel global, son los mejor posicionados en todos los componentes de la alfabetización financiera; esto es, presentan los mayores porcentajes (de respuestas correctas) en 3 de las 5 preguntas de conocimientos financieros, en 6 de los 9 comportamientos financieros y en 2 de las 3 actitudes financieras. A este grupo se adscriben 141 empresarios, el 20,61% de los 684 empresarios clasificados. En el extremo opuesto se sitúan los empresarios del tercer clúster ("alfabetización financiera baja"), quienes muestran el menor porcentaje de (respuestas correctas) en 3 de las 5 cuestiones de conocimientos financieros, en 4 de los 9 comportamientos y en 1 de las 3 actitudes. Es más, se puede identificar una "menor capacidad de planificación a largo plazo" de estos empresarios ya que acciones como: (1) establecer previsiones de rentabilidad, (2) adaptar la planificación, (3) fijar objetivos a largo plazo, o (4) planificar su jubilación, son realizadas en menor medida que en el resto de grupos de empresarios. Se trata del clúster más pequeño al agrupar a 74 observaciones.

Entre ambos extremos, se situarían los clústeres 1 y 2. En particular, el segundo clúster se nutre de empresarios con conocimientos financieros medio-bajos (ligeramente mayores que los del clúster 3) y con el peor “performance” en 3 de los 9 comportamientos y 1 de las 3 actitudes financieras. En particular, su comportamiento parece estar guiado por una “mayor impulsividad” que el del resto de clústeres, al confiar más en su instinto (1) y buscar, en menor medida, productos y servicios financieros alternativos (2), ya que también comparan menos que los demás las fuentes de financiación (3) y separan en menor medida las cuentas del hogar y de la empresa (4). Es el clúster mayoritario al aglutinar a 330 gestores y lo hemos denominado clúster de “alfabetización financiera media-baja”.

Finalmente, los miembros del primer clúster (“alfabetización financiera media-alta”) presentan unos conocimientos financieros ligeramente inferiores a los del clúster 4 y unos comportamientos y actitudes ligeramente mejores que los de los clústeres 2 y 3. El clúster se compone de 139 personas, el 20,32% de las 684 admitidas por el modelo.

Tabla 4 - Caracterización de los clústeres

		<i>Clúster 1 (alfabetización financiera media-alta)</i>	<i>Clúster 2 (alfabetización financiera media-baja)</i>	<i>Clúster 3 (alfabetización financiera baja)</i>	<i>Clúster 4 (alfabetización financiera alta)</i>	<i>GLOBAL</i>
Conocimientos	Dividendos	99,57%	96,41%	98,72%	97,18%	97,44%
	Fondos propios	68,44%	62,14%	61,82%	68,83%	64,61%
	Rentabilidad y riesgo	94,28%	92,56%	91,24%	95,08%	93,24%
	Inflación	92,58%	96,57%	88,73%	94,33%	94,35%
	Préstamos	82,39%	84,69%	91,76%	90,26%	86,25%
Comportamientos	Cuentas separadas	94,23%	93,64%	95,22%	94,15%	94,05%
	Búsqueda prod. y serv. fin	70,27%	69,67%	70,47%	75,10%	70,98%
	Control registros financieros	98,70%	99,01%	100%	99,61%	99,19%
	Pensar jubilación	56,74%	59,13%	56,10%	61,90%	58,83%
	Estrategias robo	72,51%	73,30%	76,46%	72,42%	73,37%
	Proteger datos	96,47%	95,78%	93,29%	93,72%	95,20%
	Comparar fuentes de financiación	88,96%	87,81%	90,94%	94,36%	89,75%
	Previsiones de rentabilidad	85,20%	84,60%	79,33%	90,48%	85,22%
	Adaptar la planificación	78,20%	85,09%	76,08%	89,99%	83,52%
Actitudes	Establecer obj. a l/p	82,17%	84,83%	74,01%	90,37%	84,04%
	Confianza en obtener financiación	74,49%	78,84%	65,36%	77,22%	75,93%
	Prefiero seguir mi instinto	66,95%	69,65%	75,26%	75,82%	71,07%

Nota: A efectos de comparabilidad, los porcentajes globales se calculan sobre el total de observaciones que componen los clústeres. En negrita y cursiva están señalados los porcentajes más altos y bajos, respectivamente. Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

La **Tabla 5** proporciona el porcentaje de empresarios que, dentro de cada clúster y para la muestra conjunta, comparten la característica sociodemográfica analizada. Así, entre los empresarios con “alfabetización financiera alta” destaca el relativamente elevado porcentaje de gestores de más de 70 años. Además, casi 3 de cada 4 empresarios del grupo han completado estudios superiores. Por su parte, la mayoría de gestores con “alfabetización financiera baja” presentan un nivel educativo sensiblemente más bajo y una experiencia profesional más corta en comparación a otros grupos. En cambio, sorprende en este grupo el elevado porcentaje de encuestados con progenitor empresario.

Por su parte, en el clúster con “alfabetización financiera media-alta” sobresale la mayor proporción de jóvenes empresarios y de gestores con edades entre los 60 y 69 años, así como la larga experiencia previa del encuestado. Por último, lo más reseñable en el clúster con “alfabetización financiera media-baja” es la elevada proporción de gestores con edades entre los 50 y 59 años, así como el ligeramente escaso porcentaje de empresarios con progenitores emprendedores.

Tabla 5 - Características sociodemográficas en función del clúster

		Clúster 1 (alfabetización financiera media-alta)	Clúster 2 (alfabetización financiera media-baja)	Clúster 3 (alfabetización financiera baja)	Clúster 4 (alfabetización financiera alta)	GLOBAL
Género	Hombre	69,40%	81,64%	76,84%	76,82%	77,73%
	Mujer	30,60%	18,36%	23,16%	23,18%	22,27%
Edad	20 a 39	14,23%	7,09%	13,38%	8,67%	9,55%
	40 a 49	28,31%	32,18%	37,07%	32,62%	32,06%
	50 a 59	34,29%	43,18%	39,86%	38,37%	40,11%
	60 a 69	21,14%	15,02%	9,69%	16,86%	15,97%
	70 o más	2,03%	2,53%	0%	3,48%	2,32%
Nivel Educativo	Educación primaria o inferior	1,79%	2,72%	5,93%	0%	2,42%
	Primera etapa de educación secundaria	10,58%	7,39%	12,21%	8,48%	8,82%
	Segunda etapa de educación secundaria o FPI	20,57%	20,46%	22,41%	18,23%	20,30%
	Formación Universitaria, FPII o superior	67,06%	69,42%	59,45%	73,30%	68,45%
Experiencia	Menos de 5 años	12,10%	10,88%	12,45%	9,52%	11,03%
	Entre 5 y 10	12,43%	16,82%	17,90%	16,24%	16%
	Más de 10 años	75,47%	72,30%	69,65%	74,24%	72,97%
Progenitor empresario	No	38,53%	51,36%	36,45%	45,35%	45,82%
	Sí	61,47%	48,64%	63,55%	54,65%	54,18%

Nota: A efectos de comparabilidad, los porcentajes globales se calculan sobre el total de observaciones que componen los clústeres. Fuente: Elaboración propia a partir de la ECFPE.

5. Conclusiones

Las MyPE, aun no recuperadas de las consecuencias económicas del COVID-19, se encuentran sometidas a fuertes tensiones derivadas de un entorno económico inestable, complejo e incierto. A las tradicionales barreras de entrada que enmarcan la actividad emprendedora (Vives, 2013) y las mayores restricciones financieras que enfrentan las pequeñas empresas (Berger y Udell, 2006), hay que añadir actualmente la crisis de suministros y el implacable aumento de la inflación que obligan a gestionar los recursos de manera más eficiente. En este entorno, la alfabetización financiera de los empresarios se ha convertido en una herramienta clave para garantizar la sostenibilidad económica de las propias MyPE y, en consecuencia, del tejido empresarial y de la economía.

Pese a la importancia del tema, el estudio de la alfabetización financiera desde la óptica empresarial es un campo emergente (Molina-García et al., 2022). Utilizando la información procedente de la *OECD/INFE Survey Instrument to Measure the Financial Literacy of MSMEs* en su versión para España, este trabajo ha diagnosticado el nivel de alfabetización financiera de los propietarios/gestores de MyPE, relacionándolo con las principales características sociodemográficas de estos. Este diagnóstico pretende, a su vez, orientar a las autoridades en el diseño de políticas públicas más eficaces.

Los datos muestran que el nivel de alfabetización financiera de los propietarios/gestores de las MyPE españolas resulta moderado, presentando ciertas carencias que parecen afectar en mayor medida a algunos colectivos de empresarios. En el pilar de los conocimientos financieros, la comprensión de la relación entre duración e intereses de un préstamo no es alcanzada por el 20% de los empresarios; lo cual es potencialmente peligroso si tenemos en cuenta que las MyPE españolas tienen como principal fuente de financiación ajena los créditos bancarios (CESGAR, 2022). Todavía es menor el nivel de comprensión del concepto de fondos propios (55% de los propietarios).

En el componente referido a los comportamientos financieros, hay una serie de hábitos saludables que no están tan extendidos como cabría esperar en un gestor; así, en torno al 35% del empresariado no busca productos y servicios financieros en distintos proveedores o no piensa en cómo financiar su jubilación; y aproximadamente el 20% no compara costes de distintas fuentes de financiación, ni adapta la planificación a los cambios en los factores económicos. Mientras los empresarios con “alfabetización financiera media-alta” son los que peor controlan los registros financieros, entre los gestores con “alfabetización financiera media-baja” aumentan las dificultades para separar el negocio de la vida privada. Por su parte, es menos frecuente encontrar comportamientos orientados al largo plazo y la planificación entre los empresarios con “alfabetización financiera baja”.

En el pilar de las actitudes, la planificación, en especial a largo plazo, tampoco está presente en el 20% de los empresarios, alcanzando un valor próximo al 25% en el clúster con “alfabetización financiera baja”. Por tanto, existe todavía un claro margen de mejora en la alfabetización financiera de los empresarios, que debe ser sensible a las particularidades de los diferentes colectivos.

Por lo que respecta a las características sociodemográficas de los propietarios, se han encontrado relaciones claras entre la alfabetización financiera y la edad o el nivel educativo de los mismos. Así, el porcentaje de empresarios con edades superiores a los 60 años resulta más elevado en los clústeres de alfabetización financiera media-alta y alta. A su vez, el porcentaje de empresarios menores de 30 años destaca en el clúster de alfabetización financiera media-alta. La mayor capacitación del colectivo

juvenil podría estar relacionada con una educación más amplia y de mayor calidad. De hecho, el mayor porcentaje de empresarios con educación primaria se encuentra en el clúster de alfabetización financiera baja. Sin embargo, se han encontrado relaciones difusas e inesperadas en cuanto a la presencia de progenitor empresario. Esta evidencia podría indicar una interrelación con otras variables sociodemográficas, aunque sería necesario un estudio más detallado.

Las evidencias encontradas permiten realizar diversas recomendaciones destinadas a mejorar la alfabetización financiera de los empresarios y, con ello, la resiliencia financiera de las MyPE. Así, la educación, especialmente en aspectos económicos y financieros, ha de emplearse como una herramienta esencial para el éxito emprendedor y el desarrollo económico. Ahora bien, los programas educativos deben apostar por la formación en aspectos relacionados con la gestión práctica de los negocios, para extraer el máximo potencial a la generación de comportamientos saludables en las empresas. En este sentido, contar en estos programas con propietarios con años de experiencia ayudaría a fortalecer determinados comportamientos y actitudes financieras.

También las administraciones públicas pueden fomentar, por la vía normativa, la adquisición de determinados hábitos. No es extraño que prácticamente el 95% de los propietarios afirmen proteger los datos, aspecto que ha mejorado gracias a la regulación en este ámbito en los últimos 15 años. En esta línea, hay que seguir insistiendo en la tendencia iniciada por los organismos públicos que exigen, por ejemplo, planificaciones, presupuestos y previsiones de resultados a medio y largo plazo para acceder a determinadas ayudas públicas.

Las instituciones privadas, en particular las instituciones financieras, tienen también un papel importante que desarrollar. El hecho de que 1 de cada 5 propietarios no entienda la relación entre intereses y duración de un préstamo puede ser síntoma de que las condiciones del mismo no se expliquen correctamente. En nuestra opinión, es también corresponsabilidad de las instituciones financieras ejercer cierta labor pedagógica con los productos que comercializan, lo cual, probablemente, podría llevarlas a mejorar su imagen y ahorrar costes en litigios posteriores.

La principal contribución del trabajo consiste en el diagnóstico detallado de la alfabetización financiera de los propietarios/gestores de las MyPE españolas. Hasta donde sabemos, constituye el primer estudio que, basándose en la metodología OCDE (2021), presenta una puntuación de este aspecto, así como de cada uno de sus tres componentes, en función de las características sociodemográficas de los empresarios. A partir de este diagnóstico, pueden establecerse medidas de actuación más "focalizadas" en el objetivo. No obstante, el trabajo no está exento de limitaciones derivadas, fundamentalmente de la ausencia de información de naturaleza cuantitativa, como los años de experiencia como propietario, y cualitativa adicional, como el contenido de la formación cursada.

Bibliografía

- Adomako, S.; Danso, A.; Ofori Damoah, J. (2016). "The moderating influence of financial literacy on the relationship between access to finance and firm growth in Ghana", *Venture Capital*, Vol. 18, Num. 1. doi:10.1080/13691066.2015.1079952
- Anghel, B.; Lacuesta Gabarain, A.; Tagliati, F. (2021). "Encuesta de Competencias Financieras en las Pequeñas Empresas 2021: principales resultados", *Documentos Ocasionales/Banco de España*, Num. 2129. <https://repositorio.bde.es/handle/123456789/19236>
- Anshika, A.; Singla, A. (2022). "Financial literacy of entrepreneurs: a systematic review", *Managerial Finance*. doi:10.1108/MF-06-2021-0260
- Atkinson, A. (2017). "Financial education for MSMEs and potential entrepreneurs", Num. 43. doi:10.1787/bb2cd70c-en
- Berger, A.N.; Udell, G.F. (2006). "A more complete conceptual framework for SME finance", *Journal of Banking and Finance*, Vol. 30, Num. 11, pp. 2945-2966. doi:10.1016/j.jbankfin.2006.05.008
- Bruhn, M.; Zia, B. (2011). "Stimulating managerial capital in emerging markets: the impact of business and financial literacy for young entrepreneurs", *Journal of Development Effectiveness*, Vol. 5, Num. 2. doi: 10.1080/19439342.2013.780090
- CESGAR (2022). "XI Informe sobre la Financiación de la pyme en España: Resultados anuales de 2021". https://www.cesgar.es/wp-content/uploads/2022/05/XI-Informe-financiacion-de-la-pyme.-Resultados-2021_VF.pdf
- Constant, A.; Zimmermann, K.F. (2006). "The making of entrepreneurs in Germany: are native men and immigrants alike?", *Small business economics*, Vol. 26, Num. 3, pp. 279-300. doi:10.1007/s11187-005-3004-6
- Drexler, A.; Fischer, G.; Schoar, A. (2014). "Keeping it simple: Financial literacy and rules of thumb", *American Economic Journal: Applied Economics*, Vol. 6, Num. 2. doi:10.1257/app.6.2.1
- Eniola, A.A.; Entebang, H. (2016). "Financial literacy and SME firm performance", *International Journal of Research Studies in Management*, Vol. 5, Num. 1, pp. 31-43. doi:10.5861/ijrsm.2015.1304
- García-Pérez-De-Lema, D.; Ruiz-Palomo, D.; Diéguez-Soto, J. (2021). "Analysing the roles of CEO's financial literacy and financial constraints on Spanish SMEs technological innovation", *Technology in Society*, Vol. 64, N° 101519. doi:10.1016/j.techsoc.2020.101519
- Goyal, K.; Kumar, S. (2021). "Financial literacy: A systematic review and bibliometric analysis", *International Journal of Consumer Studies*, Vol. 45, Num. 1, pp. 80-105. doi:10.1111/ijcs.12605
- Hair, J.F.; Anderson, R.E.; Tatham, R.L.; Black, W. (1999). "Análisis Multivariante", (5ª edición). Prentice Hall. Madrid.
- Jiménez-Zarco, A.I. (2012). "Emprender en tipos de crisis: emprendimiento innovador como base de generación de valor". En VIII Congreso Virtual Emprendimiento, PYMES y Gestión del Conocimiento, Bogotá, Colombia
- Lo Bello, S.; Morchio, I. (2022). "Like father, like son: Occupational choice, intergenerational persistence and misallocation", *Quantitative Economics*, Vol. 13, Num. 2, pp. 629-679. doi:10.3982/QE1375
- Lusardi, A.; Mitchell, O.S. (2013). "The economic importance of financial literacy", *Journal of Economic Literature*, Vol. 52, Num. 65, pp. 5-44. doi:10.1257/jel.52.1.5
- Millán, J.M.; Congregado, E.; Román, C. (2012). "Determinants of self-employment survival in Europe", *Small Business Economics*, Vol. 38, Num. 2, pp. 231-258. doi:10.1007/s11187-010-9260-0
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo (2022). "Cifras PyME. Informe sobre las empresas inscritas en la Seguridad Social". <https://www.ipyme.org/es-ES/publicaciones/Paginas/estadisticaspyme.aspx>, Madrid, España
- Molina-García, A.; Diéguez-Soto, J.; Galache-Laza, M.T.; Campos-Valenzuela, M. (2022). "Financial literacy in SMEs: a bibliometric analysis and a systematic literature review of an emerging research field", *Review of Managerial Science*, pp. 1-40. doi:10.1007/s11846-022-00556-2
- OCDE (2020). "OECD/INFE Survey Instrument to Measure the Financial Literacy of MSMEs, 2020 version". <https://www.oecd.org/financial/education/2020-survey-to-measure-msmefinancial-literacy.pdf>

OCDE (2021). "G20/OECD-INFE Report Navigating the Storm: MSMEs' financial and digital competencies in COVID-19 times". <https://www.oecd.org/finance/navigating-the-storm-MSMEs-financial-and-digitalcompetencies-in-COVID-19-times.htm>

Oseifuah, K.E. (2010). "Financial literacy and youth entrepreneurship in South Africa", *African Journal of Economic and Management Studies*, Vol. 1, Num. 2, pp. 164–182. doi:10.1108/20400701011073473

Parra-Miranda, M.S. (2014). "Emprender en tiempos de crisis", *Observatorio Económico*, Num. 80. doi:10.11565/oe.vi80.130

Seghers, A.; Manigart, S.; Vanacker, T. (2012). "The impact of human and social capital on entrepreneurs' knowledge of finance alternatives", *Journal of Small Business Management*, Vol. 50, Num. 1, pp. 63-86. doi:10.1111/j.1540-627X.2011.00344.x

Sendra-Pons, P.; Belarbi-Muñoz, S.; Garzón, D.; Mas-Tur, A. (2021). "Cross-country differences in drivers of female necessity entrepreneurship", *Service Business*, pp. 1-19. doi:10.1007/s11628-021-00470-9

Sucuabi, W.T. (2013). "Determinants of financial literacy of micro entrepreneurs in Davao City", *International Journal of Accounting Research*, Vol. 42, Num. 826, pp. 1-8. doi:10.12816/0001127

Usama, K.M.; Yusoff, W.F. (2019). "The impact of financial literacy on business performance", *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, Vol. 3, Num. 10, pp. 84-91. <https://www.rsisinternational.org/journals/ijriss/Digital-Library/volume-3-issue-10/84-91.pdf>

Vilà Baños, R.; Rubio Hurtado, M.J.; Berlanga, V.; Torrado Fonseca, M. (2014). "Cómo aplicar un cluster jerárquico en SPSS", *REIRE. Revista d'Innovació i Recerca en Educació*, Vol. 7, Num. 1, p. 113-127. <http://hdl.handle.net/2445/65577>

Vives, A. (2013). "Empleo y emprendimiento como responsabilidad social de las empresas", *Journal of Globalization, Competitiveness and Governability*, Vol. 7, Num. 3, pp. 16-33. doi:10.3232/GCG.2013.V7.N3.01

Wise, S. (2013). "The impact of financial literacy on new venture survival", *International Journal of Business and Management*, Vol. 8, Num. 23, pp. 30-39. doi:10.5539/ijbm.v8n23p30

Yasin, R.F.F.; Mahmud, M.W.; Diniyya, A.A. (2020). "Significance of financial literacy among women entrepreneur on halal business", *Journal of Halal Industry and Services*, Num. 3. doi:10.36877/jbis.a0000076

A influência das Dimensões Culturais na Concentração Bancária dos Países

ÁREA: 2
TIPO: Aplicação

The Influence of Cultural Dimensions on Countries' Banking Concentration
La Influencia de las Dimensiones Culturales en la Concentración Bancaria de los Países

AUTORES

Jakeline Patrícia Santos

Universidade de
Brasília – UnB, Brazil
jake.line26@hotmail.
com

Danielle Montenegro Salamone Nunes¹

Universidade de
Brasília – UnB, Brazil
dmontenegro@unb.br

1. Autor de contato:
Departamento de
Ciências Contábeis e
Atuariais; Faculdade de
Economia, Administração
e Contabilidade;
Universidade de Brasília;
Campus Universitário
Darcy Ribeiro;
CEP: 70910-900; Brasília,
DF, Brasil

O objetivo do estudo é analisar a relação entre as dimensões culturais e a concentração bancária, pois, a cultura enquanto programação coletiva de uma sociedade tem o poder de influenciar as tomadas de decisões. Para realizar este trabalho utilizaram-se as dimensões culturais de Hofstede – distanciamento de poder, prevenção a incerteza, individualismo versus coletivismo, masculinidade versus feminilidade, orientação de longo prazo versus orientação para o curto prazo e indulgência versus restrição – e como variável de concentração bancária o percentual de participação dos três maiores bancos dos países. Os resultados demonstraram que os países que tendem a um maior distanciamento de poder e são restritivos possuem uma menor concentração bancária. As demais variáveis culturais e de controle analisadas não apresentaram relação estatisticamente significativa, o que pode indicar que os grandes bancos possuem uma cultura corporativa extremamente forte sobrepondo à influência da cultura local.

El objetivo del estudio es analizar la relación entre las dimensiones culturales y la concentración bancaria, ya que la cultura como programación colectiva de una sociedad tiene el poder de influir en la toma de decisiones. Para llevar a cabo este trabajo se utilizaron como variable cultural las dimensiones culturales de Hofstede – distanciamiento del poder, evitación de la incertidumbre, individualismo versus colectivismo, masculinidad versus feminidad, orientación a largo plazo versus orientación a corto plazo e indulgencia versus restricción– y como variable de concentración bancaria el porcentaje de participación de los tres bancos más grandes de los países. Los resultados mostraron que los países que tienden a ser más restrictivos y distanciados del poder tienen menos concentración bancaria. Las demás variables culturales y de control analizadas no presentaron una relación estadísticamente significativa, lo que puede indicar que los grandes bancos tienen una cultura corporativa extremadamente fuerte, superponiéndose a la influencia de la cultura local.

The objective of the study is to analyze the relationship between cultural dimensions and banking concentration, considering that culture, as a collective programming of a society, has the power to influence decision-making. To carry out this work, Hofstede's cultural dimensions – power distancing, uncertainty avoidance, individualism versus collectivism, masculinity versus femininity, long-term orientation versus short-term orientation and indulgence versus restriction – were used as culture variable and the participation percentage of the three largest banks of the countries were used as banking concentration variable. The results showed that countries that tend to be more power-distanced and restrictive have less banking concentration. The other cultural and control variables analyzed did not present a significant statistically relationship, which may indicate that the large banks have an extremely strong corporate culture, overlapping the influence of the local culture.

DOI
10.58416/GCG.2023.V17.N1.03

RECEBIDO
10.05.2022

ACEITADO
25.06.2022

1. Introdução

A cultura é uma programação coletiva que distingue um grupo de indivíduos dos demais (Hofstede, 2001). Por ser onipresente e compartilhada, tem a capacidade de influenciar a confiança social e os custos de transações financeiras, manifestando-se nas normas e nas decisões sociais, o que permite inferir que a cultura pode exercer influência sobre o sistema financeiro dos países (Aggarwal e Goodell, 2014).

Apesar da intangibilidade da cultura e da dificuldade em quantificá-la (Bitar *et al.*, 2020), alguns estudos como o desenvolvido por Hofstede (1980) e House *et al.* (2004) tiveram como objetivo desenvolver dimensões culturais que permitissem medir uma cultura em relação a outras culturas (Hofstede, 2010).

Partindo do pressuposto que as instituições financeiras podem influenciar o funcionamento do mercado, pelo fato dos bancos estarem ligados entre si por meio do mercado interbancário, torna-se relevante a análise da relação entre os aspectos culturais e o setor bancário (Mourouzidou-Damtsa *et al.*, 2019).

Existem trabalhos que associam as dimensões culturais à aspectos como: risco bancário (Ashraf *et al.*, 2016; Mourouzidou-Damtsa *et al.*, 2019) e estrutura de capital bancário (Haq *et al.*, 2018). Ainda no âmbito dos estudos sobre as instituições financeiras, observa-se a temática acerca da concentração bancária, a qual possui relação com a concorrência e a eficiência dos bancos comerciais (Dantas *et al.*, 2011), estando também associada positivamente com o crescimento econômico (Fohlin & Jaremski, 2020).

Considerando que a regulação pode exercer influência sobre a concentração bancária dos países (Fernández *et al.*, 2010) e que a cultura nacional pode influenciar a regulação de um país, torna-se relevante a análise da relação entre a cultura nacional e a concentração bancária. Diante do exposto, esta pesquisa propõe-se a responder ao seguinte problema de pesquisa: **Qual a relação entre as dimensões culturais e a concentração bancária de um país?** Tendo como objetivo analisar se as dimensões culturais podem influenciar o nível de concentração bancária de um país.

O presente trabalho busca contribuir com a literatura, auxiliando o desenvolvimento dos estudos de finanças culturais. Além disso, foram identificados estudos que analisaram a influência das dimensões culturais em variáveis relevantes para o setor bancário (Kanagaretnam *et al.*, 2014; Ashraf *et al.*, 2016) e, por outro lado, estudos que observaram a concentração bancária por meio de características institucionais dos países (Fernández *et al.*, 2010; Chauvet & Jacolin, 2017), mas não foram encontrados trabalhos que analisassem a relação entre a cultura nacional e o nível de concentração bancária dos países.

PALAVRAS-CHAVE
Cultura;
Concentração
Bancária; Finanças
Culturais

PALABRAS CLAVE
Cultura.
Concentración
Bancaria. Finanzas
Culturales.

KEYWORDS
Culture. Banking
Concentration.
Cultural Finance.

CÓDIGO JEL:
G2, G29

2. Referencial Teórico

2.1. Concentração Bancária

O interesse na concentração bancária ocorre devido a sua relação com a concorrência e a eficiência dos bancos comerciais que podem influenciar o crescimento econômico (Fohlin & Jaremski, 2020). Pois, a concentração bancária contribui com a higidez e estabilidade para o sistema financeiro, além disso, pressupõem-se que a concentração aumenta a probabilidade de lucros, o que acarreta na redução da fragilidade bancária (Dantas *et al.*, 2011; Hac *et al.*, 2021).

Assim, a concentração bancária pode aumentar o poder de mercado e os lucros, atuando como uma defesa contra os choques adversos e o aumento do valor intrínseco do banco (Beck *et al.*, 2006). Enquanto, atividades bancárias menos concentradas tornam o mercado menos estável e podem gerar situações mais vulneráveis ocasionando em possíveis crises. Além disso, um menor número de bancos pode facilitar o processo de supervisão bancária tornando-a mais efetiva e reduzindo o risco de contágio (Beck *et al.*, 2013).

A concentração de bancos poderá resultar em soluções de empecilhos oriundos da seleção adversa e do risco moral entre empresas e bancos menos desenvolvidos que possuem um sistema jurídico fraco e uma infraestrutura institucional deficiente. (La Porta *et al.*, 1997). Além de amenizar as incertezas, pois, reduz a assimetria de informações proporcionando a gestão de alocação de recursos mais eficientes (Karadima e Louri, 2021).

O estudo realizado por Chauvet e Jacolin (2017) observou o impacto da inclusão financeira e da concentração bancária no desempenho das empresas nos países emergentes e em desenvolvimento, constatando que a concentração bancária pode ajudar no desempenho das empresas nos países analisados.

Fernández *et al.*, (2010) observaram como a qualidade do ambiente institucional, a regulação e supervisão bancária podem modificar a influência da concentração bancária no crescimento econômico. Encontrando que a concentração bancária impacta negativamente o crescimento econômico em país cujo ambiente institucional é considerado de baixa qualidade e em país com maior monitoramento do mercado.

Observa-se na literatura que a concentração bancária pode ser vista como um indicador de estabilidade financeira e auxiliar na supervisão bancária. Nota-se que quando a concentração bancária é analisada sobre a influência em empresas, há uma relação positiva, auxiliando no crescimento das firmas como relatado por Chauvet e Jacolin (2017), entretanto, quando analisado sobre o crescimento econômico dos países como no trabalho de Fernández *et al.*, (2010) o resultado foi que a concentração bancária exerce um impacto negativo no crescimento econômico, o que nos permite inferir que não há um consenso sobre os possíveis efeitos da concentração bancária na literatura.

2.2. Dimensões Culturais e a Influência sobre a Concentração Bancária

Apesar da cultura ser abstrata e intangível, sendo difícil de acessar e quantificar (Bitar *et al.*, 2020), observa-se na literatura, estudos que foram desenvolvidos com o objetivo de analisar algumas características de determinados países.

Uma das estruturas pioneiras foi desenvolvida por Hofstede, a qual apresentou o seu primeiro modelo em 1980, derivado de uma amostra de funcionários da IBM na década de 1970 (Minkov & Hofstede, 2012). Este trabalho, desenvolveu a mensuração de valores culturais como a aversão à incerteza, o individualismo, a masculinidade e a distância de poder, ou seja, categorizou diversos países nas dimensões culturais elencadas acima, possibilitando uma ampla base de características culturais (Kutan *et al.*, 2020).

Baskerville (2003) criticou o modelo desenvolvido por Hofstede relatando que houve uma equiparação dos conceitos de nação e cultura, além dos dados serem obsoletos e as dimensões culturais suscitadas não serem suficientes para realizar uma análise sobre a cultura de um determinado país.

Apesar desse modelo e dos outros modelos divulgados na literatura sobre a mensuração de dimensões culturais não serem revisitados com certa periodicidade, para Williamson (2000), a cultura é uma instituição informal, logo sua mudança ocorre de forma extremamente lenta, na ordem dos séculos, o que torna os indicadores dos modelos aplicáveis para descrever a cultura de um determinado país.

House *et al.* (2004) desenvolveram um estudo com a *Globe Leadership and Organizational Behavior Effectiveness* (GLOBE), baseando-se no estudo de Hofstede, mas com foco nos aspectos da cultura econômica nacional. O estudo da GLOBE teve como objetivo mensurar e fornecer pontuações aos países em nove dimensões da cultura – orientações para o desempenho, assertividade, orientação para o futuro, orientação humana, coletivismo institucional, coletivismo dentro do grupo, igualdade de gênero, distância de poder e prevenção de incertezas – buscando identificar a pontuação que o país possuía no momento da pesquisa e verificando os valores sociais que o país desejava ter.

Após estabelecer as dimensões culturais, House *et al.* (2004) entrevistaram cerca de 17.000 gerentes de nível médio em 61 culturas diferentes com o objetivo de mensurar estas dimensões culturais, ressaltando-se que o questionário possuía várias perguntas que deveriam ser respondidas por meio de uma escala tipo *Likert* de 7 pontos.

Acredita-se que as dimensões culturais possam ter uma possível influência sobre a concentração bancária, conforme elencado abaixo e suscitado nas hipóteses.

2.2.1. Distanciamento de Poder

O distanciamento de poder é a medida em que os membros menos poderosos das organizações e instituições aceitam e esperam que o poder seja distribuído de forma desigual (Ashraf *et al.*, 2016). Sociedades que apresentam altos índices de distanciamento de poder tendem a cultivar a desigualdade, a centralização de autoridade e a estratificação social (Haq *et al.*, 2018).

No ambiente corporativo, gestores com níveis mais altos de distância do poder costumam adotar estratégias defensivas, já as sociedades que possuem a cultura de baixo distanciamento de poder assumem maiores riscos e adotam estratégias de negócios mais ofensivas (Kutan *et al.*, 2020). Carretta *et al.* (2014) relatam que a assunção de riscos no setor bancário é predominante quando as autoridades seguem o distanciamento de poder e a cultura de supervisão.

Em uma sociedade desigual os indivíduos possuem dificuldades em ter um vínculo de confiança. No que se refere ao setor bancário, a confiança é um pilar relevante, pois os depósitos são a principal fonte de financiamento a longo prazo e quando há menos confiança, os custos de transação aumentam (Aggarwal e Goodell, 2014).

Entendendo a relevância do poder na cultura, uma forma de mantê-lo é por meio da restrição de informações e dificultando o monitoramento dos agentes (Aggarwal e Goodell, 2014), assim, considerando que a concentração bancária pode ser vista como um ponto positivo para a realização de supervisão bancária (Beck *et al.*, 2013), entende-se que:

H₁: Há uma relação negativa entre o distanciamento de poder e a concentração bancária.

2.2.2. Individualismo versus Coletivismo

Em sociedades individualistas, os indivíduos acreditam que possuem desempenho mais elevado em suas atividades, são mais otimistas em relação ao futuro e à estabilidade financeira, superestimam as conquistas e negam os fracassos (Boubakri, 2016). Já em sociedades coletivistas a identidade e as responsabilidades dos indivíduos são atribuídas de acordo com sua participação em um grupo, esperando que os indivíduos subordinem os seus interesses e prefiram os interesses do grupo. (DeBode *et al.*, 2019).

Em ambientes corporativos, os gestores que estão inseridos em uma sociedade individualista tendem a ter uma alta propensão a assumir riscos (Boubakri, 2016) e excesso de otimismo e confiança (Hofstede, 2001). Assim, a busca pela maximização do lucro da utilidade é o padrão de comportamento mais típico em culturas individualistas que podem gerar externalidades negativas (Baltaci *et al.*, 2022).

Considerando que as sociedades individualistas são mais adaptadas ao risco, enquanto as sociedades coletivas são adversas, pressupõe-se que:

H₂: Há uma relação negativa entre individualismo e a concentração bancária.

2.2.3. Masculinidade versus Feminilidade

A dimensão masculinidade versus feminilidade está associada aos papéis de gênero em uma determinada sociedade. De maneira generalizada, se pressupõem que os indivíduos que se identificam com o gênero masculino tendem a ser mais assertivos, competitivos e focados nos resultados, enquanto os que se identificam com o gênero feminino se mostram mais modestos e suaves.

Nas sociedades que apresentam um nível de masculinidade elevado tendem a ter um maior apetite ao risco, pois o foco encontra-se na realização, sendo orientadas para o reconhecimento social e ego (Ashraf, 2016). Além disso, em sociedades predominantemente masculinas nota-se uma maior desigualdade entre os gêneros, enquanto em sociedades femininas observa-se uma maior igualdade (Hofstede, 2001).

Partindo do pressuposto de que a concentração bancária tende a reduzir o comportamento de risco, acredita-se que:

H₃: Há uma relação negativa entre a concentração bancária e a masculinidade.

2.2.4. *Prevenção de Incertezas*

A prevenção de incerteza é a tolerância da sociedade sobre as adversidades, pois essas situações causam ansiedade nos indivíduos, os impulsionando a tomarem decisões imediatas para minimizar o desconforto gerado pela incerteza (Aggarwal e Goodell, 2014; Haq et al., 2018).

Algumas sociedades tendem a serem avessas às incertezas, evitando empreendimentos ambiciosos, aderindo fortemente às regulações impostas, sendo resistentes às mudanças, preferindo orientações e padrões de comportamentos claros e calculáveis ao invés de riscos desconhecidos (Kutan et al., 2020). Enquanto, nas sociedades com maior tolerância a incertezas, os indivíduos tendem a ser mais relaxados em relação aos códigos de comportamento e mais confortáveis em assumir riscos (DeBode et al. 2019).

Considerando que quando há uma menor concentração bancária ocorre um aumento no comportamento de risco (Saif-Alyousfi et al., 2020) e que as sociedades com maiores níveis de prevenção de incertezas tendem a ser menos tolerantes com situações de risco, pressupõe-se que:

H₄: Há uma relação positiva entre a prevenção de incertezas e a concentração bancária.

2.2.5. *Orientação para o Longo Prazo versus Orientação para o Curto Prazo*

A orientação para o longo prazo refere-se ao quanto prospectiva é a sociedade, nutrindo hábitos virtuosos, pragmáticos e orientados para recompensas futuras (Goodell, 2019).

Acredita-se que os indivíduos com maior disposição para orientação de longo prazo estão mais propensos ao coletivismo, objetivos e autodisciplina e que, de maneira oposta, as sociedades voltadas para o curto prazo preferem recompensas imediatas e o individualismo (Hofstede, 2001; Hofstede & Minkov, 2010).

Referente a concentração bancária, a literatura menciona que esta pode influenciar positivamente o desempenho das empresas em países emergentes e em desenvolvimento (Chauvet & Jacolin, 2017). Considerando que o desenvolvimento das empresas ocorre mediante um trabalho direcionado ao longo prazo e buscando recompensas futuras, acredita-se que:

H₅: Há uma relação positiva entre a orientação para o longo prazo e a concentração bancária.

2.2.6. *Indulgência versus Restrição*

Essa dimensão cultural é definida como a medida em que as sociedades controlam seus desejos (Soschinski et al., 2021). Assim, nas sociedades indulgentes é possível observar o incentivo a gratificação referente aos impulsos humanos básicos e naturais relacionados a aproveitar a vida, portanto, nessas sociedades os indivíduos dão mais importância ao tempo de lazer e gastam o dinheiro de forma leviana (Haq et al., 2018).

Goodell (2019) adiciona que nas sociedades indulgentes a liberdade de expressão é um aspecto relevante, sendo possível inferir que os indivíduos se sentem mais confortáveis em divulgar informações, o que auxilia na redução de informações assimétricas e, conseqüentemente, na redução dos custos de transações.

Nas sociedades restritivas, espera-se que os indivíduos sejam mais contidos e sigam e respeitem todas as normas sociais impostas, ou seja, se suprime a satisfação de necessidades e os indivíduos são regulados por meio de normas sociais estritas (Hofstede et. al, 2010).

Apesar dessa dimensão cultural ainda ser pouco explorada na literatura, nota-se que a concentração bancária é vista como um ponto positivo para a supervisão bancária e como as sociedades restritivas tendem a instaurar normas para conter os indivíduos, acredita-se que:

H₆: Há uma relação negativa entre a indulgência e a concentração bancária.

3. Metodologia

Considera-se o estudo como de caráter empírico-analítico, pois há aplicação de coleta, tratamento e análise de dados quantitativos e se preocupação com a relação entre as variáveis (Martins, 2002).

3.1. Delimitação do Objeto do Estudo

De forma similar ao trabalho de Chauvet e Jacolin (2017), utilizou-se a base de dados disponibilizada no sítio eletrônico do World Bank, cuja a métrica de concentração bancária é a participação percentual dos três maiores bancos do país no mercado, sendo coletado a concentração bancária de 2020.

Já em relação às dimensões culturais, utilizou-se as dimensões culturais de distanciamento de poder, prevenção a incerteza, individualismo, masculinidade, orientação de longo prazo e indulgência propostas por Hofstede (2010) sendo os dados coletados no site: < <https://www.hofstede-insights.com/>>. A pontuação de cada dimensão cultural é ponderada em uma escala de 0 a 100, sendo uma pontuação inferior a 50 representa uma pontuação baixa, enquanto uma pontuação superior a 50 é considerada uma pontuação alta.

Ao realizar a compilação das duas bases de dados, obteve-se uma amostra de 98 países localizados nos cinco continentes. Conforme demonstrado na **Tabela 1**, a maioria dos países analisados encontra-se no continente Europeu, seguido do continente Asiático e Americano. Para maiores detalhes dos países analisados vide **Anexo 1**.

Tabela 1 - Países Analisados por Continentes

Continentes	Nº de Países
África	13
América Central	3
América do Norte	6
América do Sul	11
América	20
Ásia	25
Europa	30
Oceania	3
Transcontinentais ¹	7
Total	98

¹Países que possuem seu território em mais de um continente.
 Fonte: Dados da Pesquisa

3.2. Definição do Modelo

Para verificar as possíveis relações entre as dimensões culturais de um país e o nível de concentração bancária dos países foi utilizado o modelo de regressão linear MQO representado pela **equação (3.1)**. A análise dos dados será realizada em corte transversal devido ao fato de que a cultura em uma determinada sociedade não se altera no curto prazo.

$$BankConc(FP)_i = \beta_0 + \beta_1 PDI_i + \beta_2 IDV_i + \beta_3 MAS_i + \beta_4 UAI_i + \beta_5 LTO_i + \beta_6 IVR_i + \beta_7 IFA_i + \beta_8 PIB_i + \beta_9 BankZscore_i + \mu_i \tag{3.1}$$

Onde:

BankConc(FP)_i: Indica concentração bancária dos países, conforme dados disponibilizados pelo World Bank.

PDI_i: Indica a dimensão cultural de distanciamento de poder.

IDV_i: Indica a dimensão cultural de individualismo.

MAS_i: Indica a dimensão cultural de masculinidade.

UAI_i: Indica a dimensão cultural de Hofstede referente a prevenção a incerteza.

LTO_i: Indica a dimensão cultural orientação a longo prazo.

IVR_i: Indica a dimensão cultural de indulgência.

IFA_i: Indica a taxa de inflação medida pelo o índice de preços ao consumidor.

PIB_i: Indica o log do PIB per capita com o objetivo de controlar o nível de desenvolvimento econômico de um país.

BankZscore_i: Indica o Z-Score do setor bancário, pois com base em Hac (2021), esse índice é um indicador de estabilidade financeira.

μ_i: Indica o termo de erro da regressão.

Os dados foram rodados com o auxílio do software estatístico STATA.

4. Apresentação e Discussão dos Resultados

4.1. Estatísticas Descritivas

Na **Tabela 2** são apresentadas as estatísticas descritivas das variáveis utilizadas no estudo.

Tabela 2 - Estatística descritiva das variáveis do modelo (3.1)

Variáveis	Observações	Média	Desvio- Padrão	Mínimo	Máximo
BankConc	98	0,7182	0,1879	0,2671	1
PDI	98	67,2347	21,0041	11	100
IDV	98	35,6327	21,5648	6	91
MAS	98	46,3163	17,3447	5	95
UAI	98	68,5000	21,3045	13	99
LTO	98	38,2143	27,7556	0	100
IVR	98	38,6531	27,9927	0	100
IFA	98	8,5308	56,6820	-2,5952	557,20
PIB	98	4,8508	1,1055	0	8,7853
BankZscore	98	17,8337	10,7527	2,6335	52,3965

Onde: *BankConc(FP)*: é o percentual de concentração bancária dos países; *PDI*: distanciamento de poder; *IDV*: individualismo; *MAS*: masculinidade; *UAI*: prevenção de incerteza; *LTO*: orientação para longo prazo; *IVR*: indulgência; *IFA*: taxa de inflação; *PIB*: log do PIB e *BankZscore*: Z-Score do sistema bancário do país.

Fonte: Dados da Pesquisa

Nota-se que os países que compõem a amostra possuem níveis altos de concentração bancária, pois em média, a participação dos três maiores bancos dos países correspondem a 71,82% do sistema bancário da amostra analisada. Sendo um resultado semelhante ao encontrado por Chauvet e Jacolin (2017), a qual a amostra tinha uma concentração bancária de 74%.

Seguindo o entendimento de Beck *et al.* (2005), a concentração bancária reduz a fragilidade do sistema bancário, assim a concentração bancária é uma *proxy* de poder de mercado, o que permite inferir que os sistemas bancários concentrados reduzem a fragilidade do sistema, aumentando os lucros dos bancos. De acordo com a ponderação de Hofstede em que uma pontuação inferior a 50 representa uma pontuação baixa e superior a 50 uma pontuação alta nas dimensões culturais, observa-se que em a média a amostra analisada caracteriza-se como sociedades com alto distanciamento de poder (~67,25%), coletivas (~35,63%), com aspectos atrelados a feminilidade (~46,32%), com alta prevenção a incerteza (~68,50%), com baixa orientação para o futuro (~38,21%) e restritivas (~28,65%).

Analisando as dimensões culturais por continente, em média, apenas a Oceania apresenta um baixo distanciamento de poder (~46%) e baixa prevenção de incerteza (~49,33%), logo infere-se que esses países não endossam o poder e não se sente aflitos com situações de adversidade. Os países da Europa tendem a serem países mais individualistas (~51,93%) e são orientados ao longo prazo (56,97%), ou

seja, os indivíduos são voltados para si e pensam nas possíveis recompensas futura. Em contrapartida os países da América Central apresentam o comportamento oposto sendo mais coletivistas (~13,33%) e orientados para o curto prazo (~6,67%).

Com base em Hac (2021) o z-score é a relação entre o capital próprio e a lucratividade e as flutuações na lucratividade dos bancos, permitindo mensurar o risco de falência do sistema bancário do país. Entende-se que quanto mais significativo for o z-score maior será o risco, assim observa-se uma certa estabilidade nos países analisado, visto que, em média apresentam um z-score de 17,83%.

4.2. Matriz de Correlação

Para observar as relações univariadas e verificar a possibilidade de multicolinearidade entre as variáveis independentes, foram analisadas as correlações entre as variáveis do estudo, cujos resultados estão apresentados na **Tabela 3**.

Tabela 3 - Matriz de Correlação entre as variáveis do modelo (3.1)

Variáveis	Bank Conc	PDI	IDV	MAS	UAI	LTO	IVR	IFA	PIB	Bank Zscore
BankConc	1.0000									
PDI	-0,2937	1.0000								
IDV	0,2556	-0,6681	1.0000							
MAS	-0,0755	0,0182	0,0551	1.0000						
UAI	-0,0500	0,2623	-0,2379	0,0281	1.0000					
LTO	-0,0158	-0,1373	0,2906	0,0148	0,2051	1.0000				
IVR	-0,0680	-0,3156	0,2451	0,0217	-0,1637	0,0171	1.0000			
IFA	0,0205	-0,0234	-0,0043	-0,0222	-0,1020	-0,0438	0,0013	1.0000		
PIB	-0,0102	0,0160	-0,0018	-0,1181	-0,0220	-0,1036	-0,0209	0,3794	1.0000	
BankZscore	0,0353	-0,1256	0,1343	-0,0009	-0,2699	-0,1879	-0,350	-0,1087	-0,1179	1.0000

Onde: **BankConc(FP)**: é o percentual de concentração bancária dos países; **PDI**: distanciamento de poder; **IDV**: individualismo; **MAS**: masculinidade; **UAI**: prevenção de incerteza; **LTO**: orientação para longo prazo; **IVR**: indulgência; **IFA**: taxa de inflação; **PIB**: log do PIB e **BankZscore**: Z-Score do sistema bancário do país.

Fonte: Dados da Pesquisa

A partir da matriz de correlação é possível observar que a variável dependente BankConc possui correlação negativa com as variáveis independentes referentes às dimensões culturais de distanciamento de poder (**PDI**), masculinidade (**MAS**), prevenção a incerteza (**UAI**), orientação para o longo prazo (**LTO**), indulgência (**IVR**) e correlação positiva com a variável individualismo (**IDV**). Embora parte dos coeficientes de correlação indique uma correlação fraca entre as variáveis, os sinais estão em linha com as hipóteses levantadas com exceção das variáveis de orientação para o longo prazo (**LTO**) e individualismo (**IDV**).

Observando a correlação entre as variáveis independentes, nota-se que a maior correlação ocorre entre o distanciamento de poder (PDI) e o individualismo (IDI). Porém, a correlação é negativa, logo, quanto maior o distanciamento de poder menor é o individualismo, ou seja, as sociedades tendem ao coletivismo.

Visão corroborada por Kutan *et al.* (2020), que relata que as sociedades com alto índice de distanciamento de poder adotam estratégias mais defensivas, enquanto, nas sociedades com baixo índice de distanciamento de poder, as estratégias são mais ofensivas, ou seja, mais tolerantes ao risco, sendo excesso de confiança e a adesão ao risco características de sociedades individualistas (Kanagaretnam, *et al.*, 2014).

Salienta-se que não há nenhuma correlação entre as variáveis independentes que apresente coeficiente igual ou superior a 0,8, o que segundo Gujarati (2006) corresponde ao patamar limite de correlação entre as variáveis para se considerar um alto risco de multicolinearidade. Assim, não se observa risco de multicolinearidade entre as variáveis do estudo.

4.3. Teste de Robustez

De forma preliminar à estimação do modelo, foram realizados os testes de heterocedasticidade e normalidade dos resíduos. A homocedasticidade foi verificada pelo teste de Breusch-Pagan e Cook-Weisberg, considerando a hipótese nula do teste de que a variância dos resíduos é homogênea, o p-value obtido de 0,8868 indica que não é possível rejeitar a hipótese nula, ou seja, o modelo não apresenta problemas de heterocedasticidade.

Para testar a normalidade dos resíduos foi realizado o teste de Shewness/Kurtosis obteve-se como Pr (Skewness) 0,1298 e Pr (Kurtosis) o valor de 0,6941, como ambos os valores foram superior a 0,05, indica uma distribuição assintoticamente. Portanto, os valores obtidos indicam que não é possível rejeitar a hipótese nula, logo os erros do modelo apresentam uma distribuição normal.

4.4. Análise de Regressão

Os resultados obtidos com a estimação do modelo de regressão linear MQO representado pela **equação (3.1)** estão apresentados na **Tabela 4**.

Tabela 4 - Estimação do modelo (3.1), com a variável dependente *BankConc*

<i>Variáveis Independentes</i>	<i>Variável Dependente - BankConc</i>
β_0	0,9587 (0,000)
<i>PDI</i>	-0,0023 (0,060)*
<i>IDV</i>	0,0016 (0,199)
<i>MAS</i>	-0,0009 (0,419)

UAI	-0,0004 (0,654)
LTO	-0,0008 (0,274)
IVR	-0,0012 (0,081)*
IFA	-0,0000 (0,240)
PIB	-0,0077 (0,679)
BankZscore	-0,0007 (0,703)
Nº Observações:	98
F (9, 88)	1,61
Prob > F	0,1236
R ²	0,1416
R ² Ajustado	0,0539
MSE	0,1828

Onde: *BankConc(FP)*: é o percentual de concentração bancária dos países; *PDI*: distanciamento de poder; *IDVi*: individualismo; *MASI*: masculinidade; *UAI*: prevenção de incerteza; *LTOi*: orientação para longo prazo; *IVRi*: indulgência; *IFAi*: taxa de inflação; *PIBi*: log do PIB e *BankZscorei*: Z-Score do sistema bancário do país.

Nível de significância: ***1%; ** 5%; * 10%. P-valores entre parênteses.

Nota-se que as variáveis independentes referente ao distanciamento de poder (*PDI*) e indulgência (*IVR*) apresentam uma relação negativa e estatisticamente significativa com o nível de concentração bancária. A relação observada indica que quanto maior o distanciamento de poder menor será a concentração bancária, ou seja, os países com alto grau de distanciamento de poder, geralmente, tendem a ter o poder como um fator básico e uma distribuição de renda desigual (Hofstede, 2011). Portanto, são sociedades desiguais que tendem a restringir informações e a transferência de poder entre hierarquias, o que acaba dificultando o monitoramento dos agentes (Aggarwal & Goodell, 2014).

Como a concentração bancária auxilia no monitoramento por meio da supervisão bancária (Beck et al., 2013) e na redução de seleções adversas e os riscos morais (La Porta et. al, 1997), corrobora-se a primeira hipótese de pesquisa (H1).

De forma semelhante, a relação entre a concentração bancária e a dimensão cultural de indulgência, indica dizer que quanto maior a concentração bancária menor será as características de indulgência, ou seja, a sociedade terá características mais restritivas buscando suprir as necessidades e regular os indivíduos por meio de normas sociais restritas (Hofstede, 2010).

A confirmação das hipóteses de pesquisa H1 e H6 permitem ratificar as percepções de que o comportamento de risco está associado ao distanciamento de poder e a cultura de supervisão (Carretta et al., 2014) e quanto maior a concentração menor será o risco (Saif-Alyousfi et al., 2020), corroborando a relação negativa entre as variáveis.

Os achados possibilitam compreender que a cultura, além das instituições formais como as constituições, leis e regulamentos, influencia os resultados econômicos ao condicionar a tomada de decisão dos indivíduos (Williamson, 2000).

Já os resultados obtidos para as demais dimensões culturais estudadas – individualismo (*IDV*), masculinidade (*MAS*), prevenção a incerteza (*UAI*) e orientação para o longo prazo (*LTO*) - não apresentaram significância estatística. Portanto, para a amostra estudada essas dimensões culturais não parecem ter relação com os níveis de concentração bancária. E as variáveis independentes de controle – inflação (*IFA*), PIB e o Bank Z- score, também não apresentaram significância estatística.

Apesar dos resultados apresentarem significância estatística apenas para as variáveis de distanciamento de poder (*PDI*) e indulgência (*IVR*) e sabendo que a concentração bancária é o percentual da participação dos três maiores bancos, pode-se ratificar os achados de insignificância das variáveis com base nos resultados encontrados por Haq *et al.* (2018), que indicam que os grandes bancos possuem uma cultura corporativa extremamente forte sobrepondo à influência da cultura.

5. Considerações Finais

O presente estudo teve como objetivo verificar se as dimensões culturais – distanciamento de poder, prevenção a incerteza, individualismo *versus* coletivismo, masculinidade *versus* feminilidade, orientação de longo prazo *versus* orientação para o curto prazo e indulgência *versus* restrição – exercem influência sobre a concentração bancária.

A partir das dimensões culturais do estudo desenvolvido pela Hofstede (1980;2001;2010) e do percentual de participação dos três maiores bancos em 98 países, observou-se que em média a amostra possui uma elevada concentração bancária (71,82%) e os países analisados possuem alto distanciamento de poder e prevenção de incerteza, são coletivistas com características associados a feminilidade, possuem baixa orientação para o futuro e são restritivos.

Observou-se que as variáveis independentes que representam as dimensões culturais de distanciamento de poder e indulgência apresentam relação negativa e estatisticamente significativa com a concentração bancária. Entretanto, em relação às outras variáveis independentes de dimensões culturais e de controle não foi possível obter resultados significativos que permitisse afirmar a influência sobre a concentração bancária do país.

Apesar dos resultados apresentarem uma influência parcial sobre a influência das dimensões culturais na concentração bancária, acredita-se que o estudo contribui com a pesquisa em finanças culturais e com a aplicação e disseminação dos estudos existentes sobre dimensões culturais, visto que, a cultura pode exercer influência sobre os sistemas financeiros.

Entende-se que os mercados concentrados auxiliam na supervisão das instituições bancárias, portanto, acredita-se que o presente estudo auxilia os agentes do mercado responsáveis por regulamentar e fiscalizar, a compreenderem que outros fatores, como a cultura nacional, também exercem influência sobre o comportamento do mercado e do indivíduo, conseqüentemente, pode influenciar a cultura de supervisão.

Obteve-se como limitação do estudo a ausência de pesquisas que buscassem observar previamente essa possível influência, entre cultura e concentração bancária e a limitação da base de dados referente a dimensões culturais de Hofstede que contempla apenas 98 países. Sugere-se que pesquisas futuras busquem observar a influência da cultura sobre a concentração bancária por uma amostra maior de países, realizar a análise sobre as dimensões culturais da Globe e com outros indicadores de concentração bancária.

Referencias

- Aggarwal, R.; Goodell, J. W. (2014), "National cultural dimensions in finance and accounting scholarship: An important gap in the literatures?" *Journal of Behavioral and Experimental Finance*, Vol. 1, pp. 1–12. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbef.2013.11.002>.
- Asbraf, B. N.; Zheng, C.; Arshad, S. (2016), "Effects of national culture on bank risk-taking behavior", *Research in International Business and Finance*, Vol. 37, pp. 309–326. doi: <https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2016.01.015>
- Baltaci, A.; Cergibozan, R.; Ari, A. (2022), "Cultural values and the global financial crisis: a missing link?" *Eurasian Econ Rev.* doi: <https://doi.org/10.1007/s40822-022-00208-6>
- Baskerville, R.F. (2003), "Hofstede never studied culture", *Accounting, Organizations and Society*, Vol.28, Num.1, pp. 1-14. doi: [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(01\)00048-4](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(01)00048-4)
- Beck, T.; Demircuc-Kunt, A.; Levine, R. (2006), "Bank concentration, competition, and crises: First results", *Journal of Banking & Finance*, Vol. 30, Num. 5, pp. 1581–1603. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2005.05.010>
- Beck, T.; De Jonghe, O.; Schepens, G. (2013), "Bank competition and stability: Cross-country heterogeneity", *Journal of Financial Intermediation*, Vol. 22, Num. 2, pp. 218–244. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jfi.2012.07.001>
- Bitar, Mohammad; Hassan, M. Kabir; Saad, Wadad (2020), "Culture and the capital-performance nexus in dual banking systems", *Economic Modelling*, Vol. 87, pp. 34–58. doi: [doi:10.1016/j.econmod.2019.07.003](https://doi.org/10.1016/j.econmod.2019.07.003)
- Boubakri, N.; Saffar, W. (2016), "Culture and externally financed firm growth", *Journal of Corporate Finance*, Vol. 41, pp. 502–520. doi: [10.1016/j.jcorpfin.2016.04.003](https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2016.04.003)
- Carretta, A.; Farina, V.; Fiordelisi, F.; Schwizer, P.; Lopes, F.S.S. (2014), "Don't stand so close to me: the role of supervisory style in banking stability", *Journal of Banking and Finance*, Vol. 52, pp. 180–188. doi: [10.1016/j.jbankfin.2014.09.015](https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2014.09.015)
- Chauvet, L.; Jacolin, L. (2017), "Financial Inclusion, Bank Concentration, and Firm Performance", *World Development*, Vol. 97, pp. 1–13. doi: <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2017.03.018>
- Dantas, J. A.; Medeiros, O. R. de; Paulo, E. (2011), "Relação entre concentração e rentabilidade no setor bancário Brasileiro". *Revista Contabilidade & Finanças*, Vol. 22, Num. 55, pp. 5–28. doi: <https://doi.org/10.1590/s1519-70772011000100002>
- DeBode, J. D.; Haggard, D. L.; Haggard, K. S. (2019), "Economic freedom and Hofstede's cultural dimensions" *International Journal of Organization Theory and Behavior*, Vol. 23, Num.1, pp. 65–84. doi: <https://doi.org/10.1108/IJOTB-11-2018-0124>

- Fernández, A. I.; González, F.; Suárez, N. (2010), "How institutions and regulation shape the influence of bank concentration on economic growth: International evidence". *International Review of Law and Economics*, Vol. 30 Num. 1, pp. 28–36. doi:<https://doi.org/10.1016/j.irl.2009.09.001>
- Foblin, C.; Jaremski, M. (2020), "U.S. banking concentration, 1820–2019", *Economics Letters*, Vol. 190. doi:<https://doi.org/10.1016/j.econlet.2020.109104>
- Goodell, J. W. (2019) "Comparing normative institutionalism with intended rationality in cultural-finance research", *International Review of Financial Analysis*, Vol. 62, pp. 124–134. doi:<https://doi.org/10.1016/j.irfa.2018.11.018>
- Gujarati, D. N. (2006), "Econometria Básica", Elsevier, Rio de Janeiro.
- Hac, Le Dinh (2021) "Bank Concentration and Banking Stability: Evidence from Eagle Group", *Jurnal Aplikasi Manajemen*, Vol. 19, Num. 4, pp.703–714. doi: 10.21776/ub.jam.2021.019.04.01
- Haq, M.; Hu, D.; Faff, R.; Pathan, S. (2018), "New evidence on national culture and bank capital structure", *Pacific Basin Finance Journal*, Vol. 50, pp. 41–64. doi:<https://doi.org/10.1016/j.pacfin.2017.09.005>
- Hofstede, G. (1980), "Culture's consequences: international differences in work-related values". Sage Publications, California.
- Hofstede, G. (2001), "Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations", Sage Publications.
- Hofstede, G.; Minkov, M.; (2010), "Long-versus short-term orientation: new perspectives", *Asia Pac. Bus. Rev*, Vol. 16 , Num. 4, pp. 493–504. doi:<https://doi.org/10.1080/13602381003637609>
- House, R. J.; Hanges, P. J.; Javidan, M.; Dorfman, P. W.; Gupta, V. (2004), "Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies", Sage Publications, Califórnia.
- Karadima, M.; Louri, H. (2021), "Economic policy uncertainty and non-performing loans: The moderating role of bank concentration". *Finance Research Letters*, Vol. 38. doi: 10.1016/j.frl.2020.101458
- Kanagaretnam, K.; Lim, C. Y.; Lobo, G. J. (2014), "Influence of national culture on accounting conservatism and risk-taking in the banking industry", *Accounting Review*, Vol. 89, Num. 3, pp. 1115–1149. doi: <https://doi.org/10.2308/accr-50682>
- Kutan, A.; Laique, U.; Qureshi, F.; Rehman, I. U.; Shahzad, F. (2020), "A survey on national culture and corporate financial decisions: current status and future research". *International Journal of Emerging Markets*, Vol. 16, Num. 7, pp. 1234 – 1258. doi: <https://doi.org/10.1108/IJOEM-12-2019-1050>
- La Porta, R.; Lopez-de-Silanes, F.; Shleifer, A. (1997), "Legal determinants of external finance", *The Journal of Finance*, Vol. 52, pp. 1131–1150. doi: <https://doi.org/10.2307/2329518>.
- Martins, G.A. (2002), "Manual para elaboração de monografias e dissertações". Atlas, São Paulo.
- Minkov, M.; Hofstede, G. (2012), "Hofstede's fifth dimension: New evidence from the world values survey", *Journal of Cross-Cultural Psychology*, Vol. 43, Num. 1, pp. 3–14. doi:<https://doi.org/10.1177/0022022110388567>
- Mourouzidou-Damtsa, S.; Milidonis, A; Stathopoulos, K. (2019), "National culture and bank risk-taking", *Journal of Financial Stability*, Vol. 40, pp. 132–143. doi: <https://doi.org/10.1016/j.jfs.2017.08.007>
- Saif-Alyousfi, A. Y.H.; Saba, A.; Md-Rus, R. (2020), "The impact of bank competition and concentration on bank risk-taking behavior and stability: Evidence from GCC countries", *The North American Journal of Economics and Finance*, Vol. 51. doi:10.1016/j.najef.2018.10.015
- Soschinski, C. K.; Hausmann, D. C. S.; Peyerl, D. A. & Klann, R. C. (2021) "Influência da cultura nacional na relação entre governança corporativa e gerenciamento de resultados". *Revista Contabilidade & Finanças*, Vol. 32 n. 86, pp. 207–223. doi: <https://doi.org/10.1590/1808-057x202110510>
- Williamson, O. (2000), "The New Institutional Economics: Taking Stock, Looking Ahead", *Journal of Economic Literature*, Vol. 38 Num. 3, pp. 595–613.

Anexo 1

Conforme relatado no item 3.1, segue em anexo, os países que foram analisados no estudo:

	Nome do País	Continente		Nome do País	Continente
1	Albânia	Europa	50	Kenya	África
2	Angola	África	51	South Korea	Ásia
3	Argentina	América do Sul	52	Kuwait	Ásia
4	Armenia	Transcontinentais	53	Latvia	Europa
5	Austrália	Oceania	54	Lebanon	Ásia
6	Áustria	Europa	55	Luxembourg	Europa
7	Azerbaijan	Transcontinentais	56	Malaysia	Ásia
8	Bangladesh	Ásia	57	Malta	Europa
9	Belarus	Europa	58	México	América do Norte
10	Belgium	Europa	59	Moldova	Europa
11	Bhutan	Ásia	60	Morocco	África
12	Bolívia	América do Sul	61	Mozambique	África
13	Bosnia and Herzegovina	Europa	62	Nepal	Ásia
14	Brazil	América do Sul	63	Netherlands	Europa
15	Bulgária	Europa	64	New Zealand	Oceania
16	Burkina Faso	África	65	Nigeria	África
17	Cabo Verde	África	66	Pakistan	Ásia
18	Canadá	América do Norte	67	Panamá	América do Norte
19	Chile	América do Sul	68	Paraguay	América do Sul
20	China	Ásia	69	Peru	América do Sul
21	Colômbia	América do Sul	70	Philippines	Ásia
22	Costa Rica	América Central	71	Poland	Europa
23	Croatia	Europa	72	Portugal	Europa
24	Czech Republic	Europa	73	Qatar	Ásia
25	Denmark	Europa	74	Romania	Europa
26	Dominican Republic	América do Norte	75	Rússia	Transcontinentais
27	Ecuador	América do Sul	76	Saudi Arabia	Ásia
28	Egypt	Transcontinentais	77	Serbia	Europa
29	El Salvador	América Central	78	Slovenia	Europa
30	Estonia	Europa	79	South Africa	África
31	Ethiopia	África	80	Spain	Europa
32	Fiji	Oceania	81	Sri Lanka	Ásia
33	Finland	Europa	82	Sweden	Europa
34	France	Europa	83	Switzerland	Europa
35	Georgia	Transcontinentais	84	Syria	Ásia
36	Germany	Europa	85	Tanzânia	África

37	Ghana	África	86	Thailand	Ásia
38	Guatemala	América Central	87	Trinidad and Tobago	América do Sul
39	Hong Kong	Ásia	88	Tunísia	África
40	Iceland	Europa	89	Turkey	Transcontinentais
41	Índia	Ásia	90	Ukraine	Europa
42	Indonésia	Ásia	91	United Arab Emirates	Ásia
43	Iraq	Ásia	92	United Kingdom	Europa
44	Israel	Ásia	93	United States	América do Norte
45	Italy	Europa	94	Uruguay	América do Sul
46	Jamaica	América do Norte	95	Venezuela	América do Sul
47	Japan	Ásia	96	Vietnam	Ásia
48	Jordan	Ásia	97	Zimbabwe	África
49	Kazakhstan	Transcontinentais	98	Taiwan	Ásia

Efeitos da Pandemia e Governança na Tempestividade dos Relatórios Financeiros de Companhias Abertas Brasileiras

ÁREA: 2
TIPO: Aplicação

87

AUTORES

**Paulo Vitor Souza
de Souza¹**

Universidade Federal
do Pará (UFPA),
Brasil.
paulovsouza@ufpa.br

**Henrique
Carvalho Bezerra
Morais**

Universidade Federal
do Pará (UFPA),
Brasil.
henriquecbm@ufpa.
br

**João Gabriel dos
Santos Braga**

Universidade Federal
do Pará (UFPA),
Brasil.
joao.santos.braga@
icsa.ufpa.br

1. Autor de Contato:
Rua Augusto Corrêa,
1. Guamá, Belém – PA,
Brasil. CEP: 66075-110.

Efectos de la Pandemia y la Gobernanza en la Oportunidad de los Informes Financieros de las Empresas Públicas Brasileñas
Effects of the Pandemic and Governance on the Timeliness of Financial Reports of Brazilian Public Companies

Este estudo objetivou verificar se há diferença significativa na tempestividade dos relatórios financeiros das companhias em relação ao nível de governança corporativa e início da pandemia. Selecionaram-se 575 empresas, com dados trimestrais entre 2019 e 2020, totalizando 3447 observações. Utilizou-se o teste não paramétrico da soma dos postos de Wilcoxon, devido a ausência de normalidade. Os resultados indicaram que as empresas: passaram a publicar relatórios mais tempestivos pós início da pandemia; em níveis diferenciados de governança apresentam relatórios mais tempestivos; com nível diferenciado de governança durante a pandemia forneceram relatórios mais tempestivos. Adicionalmente, não houve mudança na tempestividade das companhias listadas em níveis tradicionais de governança quando comparado o antes e depois início da pandemia.

Este estudio tuvo como objetivo verificar si existe una diferencia significativa en la oportunidad de los informes financieros de las empresas en relación con el nivel de gobierno corporativo y el inicio de la pandemia. Se seleccionaron 575 empresas, con datos trimestrales entre 2019 y 2020, totalizando 3447 observaciones. Se utilizó la prueba no paramétrica de suma de rangos de Wilcoxon, debido a la ausencia de normalidad. Los resultados indicaron que las empresas: comenzaron a publicar informes más oportunos después del comienzo de la pandemia; en los diferentes niveles de gobierno, presentan informes más oportunos; con un nivel diferenciado de gobernanza durante la pandemia proporcionó informes más oportunos. Además, no hubo cambios en el momento de las empresas que cotizan en los niveles de gobernanza tradicionales en comparación con antes y después del comienzo de la pandemia.

This study aimed to verify whether there is a significant difference in the timeliness of companies' financial reports in relation to the level of corporate governance and the beginning of the pandemic. 575 companies were selected, with quarterly data between 2019 and 2020, totaling 3447 observations. Wilcoxon's nonparametric test of the sum of ranks was used, due to the absence of normality. The results indicated that companies: started to publish more timely reports after the beginning of the pandemic; at different levels of governance, they present more timely reports; with differentiated level of governance during the pandemic provided more timely reporting. Additionally, there was no change in the timing of companies listed in traditional governance levels when compared to before and after the beginning of the pandemic.

DOI
10.58416/GCG.2023.V17.N1.04

RECEBIDO
14.05.2022

ACEITADO
03.07.2022

1. Introdução

Para que as informações financeiras sejam úteis, elas devem ser relevantes e representar fidedignamente aquilo que pretendem evidenciar (Comitê de Pronunciamentos Contábeis - CPC, 2019). Além do potencial de relevante e fidedigna, a informação deve ser divulgada em tempo hábil, pois quanto mais antiga a informação, menos útil ela é (CPC, 2019).

A divulgação é o meio pelo qual a contabilidade cumpre sua missão (Sousa et al., 2016). Portanto, a forma com que uma empresa reporta o seu desempenho aos usuários externos pode significar o sucesso ou o fracasso quando houver a necessidade de obter recursos junto a seus provedores. Desse modo, Souza et al. (2018) concluem que o prazo de divulgação das informações financeiras é considerado uma característica importante para tal.

Observando o prazo máximo determinado na lei nº. 6.404/76, o atraso (perda de prazo) ou lentidão (defasagem) na divulgação constitui-se em um fator que tende a aumentar a incerteza das novas informações que estão por vim, o que gera dúvidas nos investidores (Beiruth et al., 2014).

Para minimizar esse risco, há a Governança Corporativa, que segundo Martins et al. (2014) pode ser compreendida como um conjunto de mecanismos direcionados à proteção dos acionistas. A falta de responsabilidade aliada à integridade duvidosa de alguns gestores drena recursos de toda a sociedade e alimenta um ciclo de desconfiança que prejudica diretamente o ambiente de negócios.

Entretanto, com a chegada da pandemia do Covid-19, instaurou-se uma onda de pessimismo referentes às incertezas do futuro relacionados às operações e resultados das entidades, tendo como possível catalisador as medidas que resultam em restrições de atividades econômicas (Souza & Silva, 2020). Não por menos, afinal, aproximadamente 4 em cada 10 empresas que anunciaram o encerramento temporário ou definitivo de suas operações na primeira quinzena de junho de 2020 apontaram como causa as restrições impostas pela pandemia (IBGE 2020). Tais restrições somadas a mudanças normativas, como mudanças em tributos, aumentos de prazos e gestão de pessoal, por exemplo, culminaram em uma maior turbulência nas empresas, que dentre os diversos departamentos, cita-se o de produção de informações contábil-financeiras como um dos mais afetados.

Nesse contexto, foi-se estabelecido o seguinte problema de pesquisa: as empresas pertencentes à níveis diferenciados de governança corporativa apresentam diferenças significativas na tempestividade de seus relatórios financeiros após o início da pandemia do Covid-19?

Consoante a tal problema, o presente trabalho tem como objetivo verificar se as empresas pertencentes a esses níveis diferenciados de governança corporativa da B3 apresentaram discrepâncias significativas na tempestividade de seus relatórios financeiros após o início da pandemia do Covid-19.

PALAVRAS-CHAVE

**Tempestividade,
Governança
Corporativa,
Covid-19,
Qualidade da
Informação.**

PALABRAS CLAVE

**Oportunidad,
Gobierno
Corporativo,
Covid-19, Calidad
de la Información.**

KEYWORDS

**Timeliness,
Corporate
Governance,
Covid-19,
Information
Quality.**

CÓDIGOS JEL

M41; G34

A tempestividade na divulgação dos relatórios tem um papel substancial quanto à utilidade de tais informações, desse modo, acredita-se que a verificação dos efeitos que a pandemia do Covid-19 possa ter causado na tempestividade dos relatórios contábil-financeiros é de grande importância aos diversos *stakeholders*, principalmente quando se avalia os diferentes níveis de governança. Sua relevância se respalda no obscuro e adverso cenário que a sociedade se encontrava, tornando-se base para a construção de trabalhos futuros que ambicionam tal temática.

Além de sua contribuição à literatura, a presente pesquisa se torna importante para os acionistas e outros provedores de capital, atuais ou potenciais, que se utilizam dos relatórios divulgados pelas entidades para a tomada de decisões econômicas, oferecendo-lhes material científico de como o mercado, quando tratando da tempestividade dos demonstrativos informacionais, se comportou no limiar e percorrer da pandemia, viabilizando assim, a oportunidade de tomarem decisões ótimas.

2. Referencial Teórico

2.1. Tempestividade da informação contábil

Os relatórios financeiros são alvos constantes de reguladores e autoridades mundiais, pois a tempestividade na divulgação desses relatórios fornecem à potenciais investidores informações pertinentes que facilitam decisões sobre a apropriada alocação de recursos desses usuários (Clatworthy & Peel, 2016).

Assim, a relevância da informação se encontra, dentre outros fatores, na rapidez com a qual a mesma é divulgada. Conforme apontam Abdelsalam e Street (2007), a tempestividade da informação contábil é um relevante componente das informações financeiras, o qual está recebendo cada vez mais atenção de órgão reguladores e normatizadores à nível mundial.

Ahmad e Kamarudin (2003) afirmam que a informação disponibilizada de forma rápida aos usuários atribui maior qualidade aos relatórios financeiros. Portanto, entende-se que o anúncio tempestivo das informações melhora a tomada de decisão do usuário, sendo a recíproca também verdadeira, uma vez que a demora na divulgação tonifica a incerteza e conseqüentemente minimiza sua utilidade (Salgado & Souza, 2021).

Considerando que a Lei nº 6.404/76 estabelece um prazo máximo de 90 dias após o fim do exercício social para que sejam publicados os relatórios referentes àquele período, demoras na apresentação ou perdas de prazo resultam em comprometimento da oportunidade e defasam a informação prestada (Lei nº 6.404, 1976).

Acerca da demora na apresentação, podemos observar alguns pontos que podem explicar tal ocorrência, como demonstram Salgado e Souza (2021) e Kirch et al. (2012), ao analisarem a discricionariedade do gestor em relação ao momento de divulgação, cuja decisão é pautada nos custos e benefícios envolvendo a mesma, evidenciando um lapso que reflete um valor mínimo, respectivo ao interesse da entidade, e máximo, em cumprimento à legislação.

Ou então, ao que foi levantado por Beiruth et al. (2013), quando menciona a possibilidade de firmas com contabilidade mais conservadoras deterem menor probabilidade de, voluntariamente, divulgarem oportunamente seus relatórios em contraste a firmas menos conservadoras.

Após o limite máximo previsto em lei, as empresas incorrem em perda de prazo, acarretando em deterioração de sua reputação uma vez que a divulgação das informações contábeis possibilita alterações nas decisões de investimento (Beiruth et al., 2013) e a consonância a tal prazo é considerada uma característica qualitativa importante (Souza et al., 2018). Portanto, à medida em que o tempo passa após dada determinação, considerando a acelerada rotina de mercado, a informação vai diminuindo acentuadamente o seu potencial de utilidade.

2.2. Cenário da pandemia Covid-19

Com milhões de infectados e mortes ao longo de 223 países ao redor do mundo, segundo a Organização Mundial da Saúde (OMS), a pandemia do Covid-19 instaurou uma crise global sem precedente. No Brasil, os números são alarmantes, pois em 19/02/2021, já se somavam quase 10 milhões de infectados com aproximadamente 241 mil mortes pelo vírus (WHO, 2021).

Os danos devastadores não se restringem somente à questão sanitária, mas também, psicológica, social e dentre outras, econômica (Russo & Corseuil, 2021). As acirradas restrições sociais provenientes do isolamento para mitigar a propagação do vírus culminaram em incontáveis afastamentos e déficits de negócios (SEBRAE, 2020), sem contar no prejuízo e outros danos afins a volatilidade nas negociações da bolsa de valores ocasionado pelo pessimismo generalizado do mercado acionário (Lira & Almeida, 2020).

Dependendo do período e características do ambiente onde uma organização se encontra, está irá experimentar maior ou menor incerteza ambiental, e essa incerteza gera maior ou menor dificuldade na obtenção de informações relevantes para a tomada de decisão (Lavarda et al., 2021).

Algumas empresas de setores específicos, tais como as vinculadas a venda de produtos e/ou serviços para saneamento e saúde, e aquelas que se converteram para ofertar produtos ou serviços para entrega através de plataformas web, tiveram seu desempenho melhorado através da pandemia (Álamos & MacKay, 2022). Porém, a pandemia gerou um nível de incerteza tão grande que as companhias (de modo geral) apresentaram dificuldades em seus negócios.

Para Souza e Silva (2020), em períodos turbulentos, os mercados financeiros possuem implicações significativas e os agentes envolvidos nesses mercados são altamente afetados. Conforme apontam Baker et al. (2020), a pandemia do Covid-19 gerou um choque de incerteza até maior do que a crise financeira de 2008/2009 e essa incerteza associada às restrições de atividades econômicas acabam por volatilizar ainda mais negociações em bolsa.

Nessa perspectiva, deduz-se que a demanda por demonstrativos financeiros tempestivos, característica esta que possibilita ao usuário uma maior consciência situacional e tempo hábil de decisão para maior segurança de julgamento, tenha crescido. Esse aumento na demanda por informações por parte dos *stakeholders*, como forma de amenizar as incertezas, pode gerar pressões nos processos de divulgação das companhias a ponto de reduzir o prazo de divulgação das informações financeiras (Teoria dos Stakeholders).

Por outro lado, também é possível esperar que a turbulência gerada pela incerteza associada à pandemia e pelas consequências econômicas e financeiras que uma crise acarreta, tenham afetado negativamente a qualidade dos relatórios, logo, pode-se inferir a seguinte hipótese:

H₁: A defasagem na publicação dos relatórios financeiros no período após o início da pandemia é diferente se comparado ao período pré pandêmico.

2.3. Governança corporativa

Toda ação tomada por uma entidade para proporcionar um alicerce informacional mais seguro aos fornecedores de capital no que tange às suas decisões de investimento pode ser considerada uma boa prática de governança corporativa (Beiruth et al., 2014). Para Erfurth e Bezerra (2013) a governança corporativa visa reduzir a assimetria informacional, bem como os conflitos existentes em uma companhia, garantindo assim transparência informacional entre os agentes.

A assimetria informacional pode ser considerada como uma situação onde partes de um contrato não possuem toda a informação necessária e relevante para verificar se os termos deste contrato são aceitáveis, bem como avaliar o desempenho individual dos envolvidos nesse acordo (Akerlof, 1970; Shleifer & Vishny, 1997). Ou seja, a governança corporativa é uma importante ferramenta de equalização de desigualdade contratual, mediante redução da assimetria de informações.

Os diversos agentes interessados em uma companhia, compreendidos como *stakeholders*, precisam de informações que vão além daquelas acerca do desempenho econômico e financeiro de uma empresa, assim, as práticas de governança fornecem uma fonte de informação adicional que auxilia o processo de tomada de decisões (Ariff et al., 2007). Desse modo, a governança corporativa pode ser compreendida como um conjunto de mecanismos que visam proteger os acionistas e precaver eventuais conflitos de agência, harmonizando a relação entre ambos (Martins et al., 2014).

A bolsa de valores brasileira admite três níveis diferenciados de governança corporativa, sendo elas: Novo Mercado, Nível 2 e Nível 1. A classificação entre tais níveis leva em consideração o grau de comprometimento, obtendo uma espécie de selo de qualidade adquirido no cumprimento das exigências para com os diversos usuários a depender do nível assumido (Martins et al., 2014). Portanto, conforme a perspectiva apresentada sobre a governança corporativa, a segunda hipótese de pesquisa é apresentada conforme segue:

H₂: A defasagem na publicação dos relatórios financeiros de empresas pertencentes aos níveis diferenciados de governança corporativa é significativamente menor se comparada a das demais empresas.

Adicionalmente, foi elaborada uma terceira hipótese que mescla os efeitos da pandemia na tempestividade dos relatórios financeiros de empresas que possuem níveis diferenciados de governança corporativa:

H₃: A defasagem na publicação dos relatórios financeiros de empresas com níveis diferenciados de governança corporativa, no período pandêmico, é significativamente menor se comparada com as demais empresas.

3. Metodologia

3.1. Seleção da amostra e coleta de dados

Com vistas ao alcance do objetivo desta pesquisa, foram selecionadas as empresas brasileiras de capital aberto com dados referentes aos três últimos trimestres de 2019 (período pré pandemia) e aos três primeiros trimestres de 2020 (período pós início da pandemia). Os seguintes critérios foram adotados para seleção das empresas constantes na amostra:

Tabela 1 - Critérios para a seleção da amostra

Trimestres	2019-2	2019-3	2019-4	2020-1	2020-2	2020-3
Total de Empresas Ativas na B3 de 2019 a 2020	627					
(-) Empresas sem informações sobre a data da publicação trimestral	(80)	(77)	(39)	(40)	(38)	(41)
(=) Amostra Final	547	550	588	587	589	586
Composição % da Amostra sobre a População	87,24%	87,71%	93,77%	93,62%	93,93%	93,46%

Mediante análise da **Tabela 1**, nota-se que o número de empresas constantes nesta pesquisa é representativo, tendo em vista que estas representam de 87,24% a 93,93% do total de empresas listadas na B3 no período analisado.

Os dados deste estudo foram coletados mediante plataforma Economática, a qual disponibilizou informações sobre as empresas, data de publicação de seus relatórios por trimestre e níveis de governança corporativa ao qual as empresas estão inseridas.

Como este estudo possui uma amostra significativa em relação à população, torna-se relevante o detalhamento da amostra de acordo com os setores que as companhias pertencem. A **Tabela 2** evidencia quantas empresas pertencem a cada setor em cada trimestre coletado, e identifica a média do ativo total para os três trimestres de 2019 e de 2020.

Tabela 2 - Composição da Amostra por Setor

Setores*	2019-2	2019-3	2019-4	2020-1	2020-2	2020-3	Média AT 2019	Média AT 2020
Agro e Pesca	5	5	6	6	6	5	2.068.704	2.325.949
Alimentos e Beb	14	14	14	14	14	14	24.581.131	28.801.209
Comércio	20	20	27	26	26	26	18.933.050	19.473.515
Construção	26	26	34	35	35	35	2.528.685	2.452.062
Eletroeletrônicos	5	5	6	6	6	5	532.194	599.865
Energia Elétrica	79	79	82	82	82	82	12.716.642	13.894.343
Finanças e Seguros	78	78	80	81	83	84	6.115.982	5.485.690

Mineração	6	6	7	6	6	6	7.039.091	5.482.678
Papel e Celulose	6	6	7	7	7	7	24.863.798	25.909.920
Petróleo e Gas	13	13	16	16	16	16	145.146.489	132.856.867
Química	11	11	12	12	12	11	12.080.929	10.932.691
Siderur & Metalur	19	19	19	19	19	19	9.838.634	10.728.856
Software e Dados	9	9	11	11	11	11	9.942.700	8.503.156
Telecomunicações	8	8	9	9	9	9	39.000.973	34.403.476
Textil	21	21	21	20	20	20	1.896.848	2.068.973
Transporte Serviç	59	59	61	61	61	61	6.028.928	6.333.586
Veiculos e peças	15	15	15	15	15	15	5.690.632	6.439.283
Outros**	153	156	161	161	161	160	4.758.967	5.275.509

Nota: * = Classificação por setor conforme econômica; ** = Foram agregados no setor "Outros" empresas pertencentes a setores com menos de 5 empresas em algum dos trimestres; e em torno de 30 companhias por trimestre não apresentaram uma classificação de setor na econômica, então elas foram classificadas junto com as companhias do setor "Outros". Valores do Ativo Total (AT) em milhares de reais.

Observa-se na **Tabela 2** que além de ter uma alta proporção de companhias na amostra em relação à população, o estudo também abrange diversos setores da economia, que reforça que os efeitos identificados nos resultados podem ser os verdadeiros efeitos populacionais. Outro ponto a destacar é a consistência da quantidade de empresas analisadas por trimestre de cada setor, assim como a baixa variação no tamanho da empresa (ativo total) de 2019 para 2020. Estes pontos geram um certo emparelhamento e, conseqüentemente, auxiliam a medição dos efeitos.

Vale ressaltar que, com base nas informações constantes na tabela acima, os dois setores com maior quantitativo de empresas na amostra são os de Energia Elétrica e Finanças e Seguros, ambos com mais de 78 empresas em algum dos trimestres. Porém, o setor com maior tamanho, ao levar em consideração o Ativo Total (AT) das empresas, é o de Petróleo e Gás, com valor superior aos demais, mesmo tendo entre 13 a 16 empresas consideradas nos trimestres analisados. Nota-se, portanto, que estes três setores são substanciais no estudo, levando em consideração seu quantitativo de empresas e seu porte em relação aos demais.

3.2. Variáveis e testes estatísticos

Nesta pesquisa, foram analisadas três dimensões, sendo elas: defasagem na publicação dos relatórios financeiros, atributo que representa a tempestividade da informação; empresas pertencentes a níveis diferenciados de governança corporativa; e período antes e depois do início da pandemia. A variável principal é a defasagem, que foi segregada em grupos baseados no período e da governança corporativa.

Essas dimensões foram analisadas por meio de diferenças de distribuição (teste da soma dos postos de Wilcoxon). Neste teste estatísticos a variável de interesse é a defasagem na publicação dos relatórios financeiros (DEF), em que é analisada sob três variáveis base (variáveis que serviram como base para a segregação dos grupos utilizados nos testes de distribuição): Pandemia (PAND), Governança Corporativa (GC) e Governança em Períodos Pandêmicos (GCPAND).

As variáveis aqui mencionadas foram mensuradas conforme segue evidenciado na **Tabela 3**:

Tabela 3 - Variáveis, forma de mensuração e fonte dos dados

Variáveis	Forma de Mensuração	Fonte de Dados	Hipóteses
<i>Variável de Interesse</i>			
Defasagem (DEF)	Defasagem na divulgação dos relatórios financeiros em número de dias (Kirch <i>et al.</i> , 2012).	Econômica	N/A
<i>Variáveis Base</i>			
Pandemia (PAND)	<i>Dummy</i> assume 1 para relatórios financeiros publicados após o início da pandemia (trimestres de 2020), 0 caso contrário (trimestres de 2019) (autoria própria).	Econômica	H_{1a}/H_{1b}
Governança Corporativa (GC)	<i>Dummy</i> assume 1 se a companhia aderiu ao Nível 1, Nível 2 ou ao Novo Mercado da B3, 0 caso contrário (Kirch <i>et al.</i> , 2012)	Econômica	H_{2a}/H_{2b}
Governança em Períodos Pandêmicos (GCPAND)	<i>Dummy</i> que assume 1 se a companhia pertence a um dos níveis diferenciados de governança corporativa em períodos após o início da pandemia, 0 caso contrário (autoria própria).	Econômica	H_{3a}/H_{3b}

O teste de Wilcoxon é um teste não paramétrico de distribuição baseado nas somas dos postos de cada grupo, que identifica se há diferença significativa em alguma variável específica entre dois grupos. Para resumir, o intuito neste estudo é verificar se há diferenças na defasagem da publicação em três situações: a) período antes e depois do início da pandemia; b) empresas que fazem parte de níveis diferenciados de governança corporativa e as que possuem governança tradicional; c) companhias com níveis diferenciados de governança corporativa no período pós-início da pandemia em comparação com as demais empresas.

4. Análise dos Resultados

4.1. Análise das estatísticas descritivas

Os resultados descritivos da pesquisa abordam aspectos da variável principal (defasagem da publicação, considerando a amostra total e a amostra estratificada) e das variáveis bases (apenas para a amostra total) utilizadas na pesquisa. A **Tabela 4** evidencia as medidas de posição (média, mínimo e máximo), as medidas de dispersão (desvio padrão e coeficiente de variação) e a quantidade de observações (n).

Tabela 4 - Estatísticas Descritivas das Variáveis da Pesquisa

Variável	n	Média	Mediana	Mínimo	Máximo	Desv. Padrão	C.V.
<i>Variáveis Individuais – Amostra Total</i>							
DEF	3.447	60,334	45	7	504	43,711	0,72449
PAND	3.447	0,51117	1	0	1	0,49995	0,97805
GC	3.447	0,34523	0	0	1	0,47551	1,3774
GCPAND	3.447	0,17842	0	0	1	0,38292	2,1462
<i>Defasagem das Publicações – Divisão por Grupo</i>							
PAND = 1	1.762	55,5346	44	7	265	30,1453	0,5428
PAND = 0	1.685	65,3519	45	9	504	53,9462	0,8255
GC = 1	1.190	58,5958	44	7	504	49,2500	0,8405
GC = 0	2.257	61,2499	45	9	406	40,4681	0,6607
GCPAND = 1	615	52,8049	44	7	261	34,2863	0,6493
GC PAND = 0	2.832	61,9686	45	9	504	45,3404	0,7317

DEF = Defasagem; PAND = Pandemia; GC = Nível Diferenciado de Governança Corporativa; e GCPAND = Níveis Diferenciados de Governança no Período da Pandemia.

Conforme os dados apresentados, nota-se que a variável de interesse, a qual denota o nível de defasagem na publicação dos relatórios financeiros, fornece um valor médio de 60,33, o que indica que em média, as empresas da pesquisa demoraram 60 dias para a publicação de seus relatórios financeiros. Observa-se que este prazo está acima do limite legal de 45 dias, ou seja, as empresas estão, em média, atrasando suas publicações trimestrais. A mediana gira em torno de 45 dias (data limite). Entre os valores observados, nota-se que houveram empresas que publicaram seus relatórios em até 7 dias, enquanto outras demoraram um período muito grande, de até um ano. Por fim, as medidas de dispersão denotam um desvio padrão de 43,71, um valor relativamente alto, porém com um coeficiente de variação de 0,72, demonstrando assim que a referida variável não apresenta grande dispersão de seus dados.

As variáveis referentes à Pandemia (PAND), Governança Corporativa (GC) e Governança em Tempos de Pandemia (GCPAND), são variáveis *dummy*, ou seja, variam de 0 a 1. Nota-se que a variável PAND forneceu uma média de 0,51, o que denota um equilíbrio de períodos, quase em 50%. Já a variável GC fornece uma média de 0,3452, ou seja, 34,52% das empresas constantes na amostra estão em níveis diferenciados de governança corporativa no período total. Já a variável GCPAND fornece uma média de 0,1784, ou seja, 17,84% das empresas da amostra no período pandêmico estão em níveis diferenciados de governança corporativa. Os desvios padrão de todas as três variáveis estão abaixo de 0,5, e possuem coeficientes de variação que variam de 0,97 a 2,14, também considerados valores relativamente baixos, que indica uma baixa dispersão.

A Tabela 4 também evidencia as estatísticas descritivas da variável DEF dividida conforme os grupos indicados no método do estudo (PAND, GC e GCPAND). Como análise inicial é possível identificar que a média da defasagem dos grupos que assumiram o valor 1 nas variáveis é menor que a média dos grupos 0. Isto significa que a defasagem na publicação é menor para o período pós-início da pandemia (PAND = 1), menor para as empresas com níveis diferenciados de governança corporativa (GC = 1) e menor para as empresas com níveis diferenciados de governança corporativa no período pandêmico (GCPAND = 1).

No período de pandemia, as empresas reduziram a defasagem de publicação em 10 dias, em média. Ao considerar apenas o nível de governança, as companhias com níveis diferenciados publicaram, em média, 3 dias antes das companhias com níveis tradicionais de governança. Por fim, as companhias com níveis diferenciados de governança no período de pandemia publicaram em torno de 9 dias a menos em relação às demais companhias.

Estes valores são indícios iniciais que a hipótese 1 pode ser rejeitada, pois o esperado é um aumento na defasagem após o início da pandemia, decorrente das consequências econômicas e incertezas que o mundo passa diante crises. A hipótese 2 e 3 não estão sendo rejeitadas, até o momento, já que o esperado é que empresas com níveis diferenciados de governança publiquem mais rapidamente que as demais, mesmo em época de pandemia, já que uma boa governança corporativa pode garantir mais qualidade às informações contábeis até em momentos de incertezas.

4.2. Análises de Diferenças de Distribuição

Inicialmente foi realizado o teste de normalidade de Jarque-Bera com vistas a identificar se as amostras da pesquisa possuem dados com distribuição normal. Todas as amostras foram significativas (p -valor $< 0,05$), ou seja, rejeita-se a hipótese nula de normalidade, o que inviabiliza o uso do teste paramétrico t para diferença de médias. Stevenson (2001) explica que os testes paramétricos exigem a normalidade dos dados, enquanto os testes não paramétricos relaxam este pressuposto, pois a técnica de mensuração é diferente. Portanto, para o conjunto amostral utilizado, tornou-se necessário utilizar o teste não paramétrico das somas de Wilcoxon, que testa diferença entre distribuições a partir da soma dos postos dos grupos.

Com vistas a identificar se a tempestividade dos relatórios financeiros pode ter sido afetada tanto pela pandemia do Covid-19, quanto pelo nível de governança corporativa, foram proferidos, inicialmente, testes de diferenças de distribuição da variável que representa a defasagem na publicação dos relatórios financeiros. A hipótese nula do teste denota que as amostras apresentam distribuições iguais, e caso haja significância do teste (p -valor $< 0,05$), rejeita-se a hipótese nula de igualdade.

Os resultados dos testes de Wilcoxon são fornecidos na **Tabela 5** para as três variáveis bases analisadas (PAND, GC e GCPAND), em que a os grupos que assumiram o valor 1 nas *dummies* são subtraídos pelos grupos que assumiram o valor 0, ou seja, se a estatística do teste (o teste de Wilcoxon utiliza a estatística z) for positiva e significativa indica a distribuição do grupo 1 é maior que a do grupo 0, e vice versa.

Tabela 5 - Resultados dos Testes de Wilcoxon

Variáveis	Resultados	p -valor
PAND	Amostra 1 = Antes. Amostra 2 = Depois w (soma de postos, amostra 1) = 3.018.580 $z = (3.018.580 - 2.904.940) / 11715,6 = 9,70007$	$< 0,0001^{***}$
GC	Amostra 1 = GC diferenciada. Amostra 2 = GC tradicional. w (soma de postos, amostra 1) = 1.768.650 $z = (1.768.650 - 2.051.560) / 7.476,67 = -37,8387$	$< 0,0001^{***}$

GCPAND	Amostra 1 = GC diferenciada pós início da pandemia. Amostra 2 = Demais empresas. w (soma de postos, amostra 1) = 844.122 z = $(844.122 - 1.060.260) / 11.938,5 = -18,1043$	< 0,0001***
--------	---	-------------

Nota. *** = p-valor significativo ao nível de 1%.

O primeiro teste segregou as empresas em dois grupos distintos: defasagem na publicação antes da pandemia (amostra 1) e depois do início da pandemia (amostra 2). O valor da estatística teste z foi igual a 9,70007, com p-valor < 0,0001 (menor que o nível de significância de 0,05). Portanto, rejeita-se a hipótese nula do teste, que indica diferenças nas distribuições dos grupos, ou seja, que no período pós-pandemia houve uma diminuição significativa na defasagem dos relatórios financeiros, que corrobora com a análise descritiva da **Tabela 4** de uma diminuição de aproximadamente 10 dias na publicação no período após início da pandemia.

O segundo teste realizado visou verificar se o fato da companhia pertencer ou não a um nível diferenciado de governança corporativa afetou a defasagem da publicação de seus relatórios financeiros. Portanto, a amostra foi segregada em: empresas em níveis diferenciados de governança (amostra 1) e sem níveis diferenciados de governança (amostra 2). O valor da estatística teste foi de -37,8387, com p-valor < 0,0001 (menor que o nível de significância de 0,05). Sendo assim, nota-se que empresas pertencentes aos níveis diferenciados de governança corporativa publicam em torno de três dias a menos do que as empresas não pertencentes a esses níveis de governança. Assim, o fato da empresa estar listada em um dos níveis diferenciados de governança reduz a defasagem na publicação desses relatórios, ou seja, melhora a qualidade das informações contábeis.

Por fim, o terceiro teste teve como intuito identificar se as companhias em níveis diferenciados de governança apresentaram diferença significativa em suas distribuições de defasagem após o início da pandemia. Assim, a amostra foi segregada em companhias em níveis diferenciados após o início da pandemia e demais companhias. O valor da estatística teste foi de -18,1043, com p-valor < 0,0001, sendo assim, percebe-se que os valores referentes a defasagem na publicação dos relatórios financeiros das companhias brasileiras, apresentam diferença significativa em suas distribuições, ao comparar empresas que estão em níveis diferenciados de governança, no período após o início da pandemia, com as demais empresas.

Portanto, nota-se que as empresas em níveis diferenciados de governança corporativa, mesmo em períodos de incerteza (à exemplo, a pandemia), tendem a apresentar relatórios em aproximadamente 9 dias a menos do que as demais empresas. Assim, entende-se que a governança corporativa ajuda a reduzir a defasagem dos relatórios financeiros em períodos de incerteza.

4.3. Análises Adicionais

Para investigar mais profundamente a diminuição da defasagem no período pós início da pandemia, foi realizado uma análise adicional que segregou as companhias com níveis diferenciados de governança corporativa das demais companhias. Nesta análise adicional foi realizado o teste de Wilcoxon duas vezes, em que o primeiro verifica se há diferenças na defasagem de publicação antes e depois do início da pandemia apenas das companhias com níveis diferenciados de GC, e o segundo teste verifica se há diferenças na defasagem, também antes e depois do início da pandemia, apenas para as companhias com níveis tradicionais de governança.

Esta análise adicional foi realizada a partir da percepção de que a redução na defasagem das companhias com níveis diferenciados de governança poderia ser a causa da redução na defasagem na análise de antes e depois do início da pandemia, sem indicar, necessariamente, que as companhias que possuem governança tradicional também tiveram a defasagem reduzida.

Na análise descritiva deste estudo foi evidenciado uma redução de 10 dias de defasagem após início da pandemia, na média, que basicamente coincide com a redução no prazo de publicação das companhias listadas nos níveis diferenciados de governança após o início da pandemia, que foi de 9 dias. Isto indica que a redução total na defasagem após início da pandemia, para a amostra que contém todas as empresas, pode ter sido causada apenas pelas listadas em níveis diferenciados de governança. A **Tabela 6** evidencia justamente isso.

Tabela 6 - Resultados dos Testes de Wilcoxon

Variáveis	Resultados	p-valor
GC1	Amostra 1 = com GC diferenciada antes da pandemia. Amostra 2 = com GC diferenciada depois do início da pandemia. w (soma de postos, amostra 1) = 363.626 $z = (363626 - 342.413) / 5.924,3 = 3,58068$	0,0003***
GC0	Amostra 1 = com GC tradicional antes da pandemia. Amostra 2 = com GC tradicional depois do início da pandemia. w (soma de postos, amostra 1) = 1.280.560 $z = (1.280.560 - 1.253.190) / 15.477,989 = 1,7683175$	0,077

Nota. *** = p-valor significativo ao nível de 1%; GC1 = grupos divididos entre antes e depois do início da pandemia apenas para as companhias listadas em níveis diferenciados de governança. GC0 = grupos divididos entre antes e depois do início da pandemia apenas para as companhias com governança tradicional.

É possível observar que para a amostra com empresas com GC diferenciada há uma redução estatisticamente significativa entre os períodos (p-valor de 0,0003, menor que nível de significância de 0,05). Estas empresas reduziram seus prazos de publicação em aproximadamente 12 dias, em média (valor não inserido na tabela). Já para as companhias com governança tradicional, o p-valor de 0,077 do teste de Wilcoxon, neste caso maior que o nível de significância de 0,05, indica que a pandemia não afetou as datas de publicação destas companhias. Estes resultados corroboram com os argumentos supracitados sobre a possibilidade da redução na defasagem geral ter sido causada pelas companhias com níveis diferenciados de governança.

4.4. Discussão dos resultados

Conforme as análises iniciais, a hipótese de pesquisa relacionada aos efeitos da pandemia na tempestividade das empresas (H1) não foi rejeitada, pois os resultados indicam uma diminuição, estatisticamente significativa, na defasagem da publicação no período após o início da pandemia.

Ao considerar apenas a governança corporativa, foi evidenciado que estar em um dos níveis diferenciados de GC pode contribuir para uma melhor tempestividade, sendo assim não se rejeita a H2, corroborando assim a ideia de Akerlof (1970) e Martins et al. (2014), os quais apontam que a prática de governança corporativa visa fornecer uma redução na assimetria, contribuindo assim para um ganho na qualidade informacional das empresas.

Por fim, ao analisar especificamente se a pandemia afetou significativamente a defasagem de empresas pertencentes aos níveis diferenciados de governança corporativa, os achados evidenciam que há diferença significativa nas distribuições dessas duas amostras (empresas com governança após pandemia x demais empresas), ou seja, a hipótese H3 não foi rejeitada. Cabe ressaltar que as análises adicionais reforçam que a redução da defasagem de publicação incorreu apenas para as companhias com GC diferenciadas, enquanto não houve diferenças nos prazos médios de publicação das companhias com GC tradicionais.

Estes achados nos fornecem evidências de que no período da pandemia, empresas que adotam melhores práticas de governança corporativa, apresentaram melhor tempestividade de seus relatórios se comparadas as demais empresas, sendo assim, em períodos turbulentos, empresas que adotam práticas mais sofisticadas de governança possuem maior resiliência, estando de acordo com a ideia de que períodos de incerteza afetam significativamente o comportamento dos diversos agentes envolvidos no mercado (Baker et al., 2020; Souza & Silva, 2020; Lavarda et al., 2021), com uma melhora na qualidade da informação, mediante rapidez da informação disponibilizada (Ahmad & Kamarudin, 2003; Abdelsalam & Street, 2007).

Talvez a diminuição da defasagem da publicação após o início da pandemia, esteja pautada na teoria da legitimidade e pela teoria dos *stakeholders*. É possível que as empresas que possuem níveis diferenciados de governança busquem se legitimizar no mercado acionário, principalmente em momentos de crise, ao evidenciar as consistências em seus procedimentos internos; que mostra que estão preparadas para diversas situações.

5. Considerações Finais

Este estudo teve como objetivo verificar os efeitos da pandemia Covid-19 e das práticas de governança corporativa na tempestividade dos relatórios financeiros de empresas brasileiras de capital aberto listadas na B3. Os achados denotam que a pandemia afetou de forma significativa a tempestividade na publicação dos relatórios financeiros, mediante a defasagem na publicação.

Foi identificada uma redução na defasagem das publicações trimestrais após o início da pandemia. Estes resultados evidenciam que houve um efeito significativo na tempestividade das empresas, em que as empresas passaram a evidenciar de forma mais rápida suas informações aos usuários.

Ao abordar a governança corporativa, as evidências indicam que o fato da empresa ser de algum nível diferenciado de governança afeta positiva e significativamente a tempestividade dos seus relatórios. Da mesma forma, ao se analisar essas empresas especificamente no período pandêmico, os achados também evidenciam que as empresas que possuem níveis diferenciados de governança passaram a apresentar mais rapidamente suas demonstrações contábeis do que as demais companhias. Sendo assim, nota-se que mesmo em períodos turbulentos, como o da pandemia do Covid-19, empresas que possuem uma melhor estrutura de governança possuem melhor oportunidades de oferecer informações tempestivas aos seus diversos usuários.

Por outro lado, não houve diferenças na defasagem das publicações trimestrais entre as companhias com níveis tradicionais de governança antes e depois do início da pandemia, ou seja, a pandemia não gerou efeitos adversos na tempestividade destas companhias.

Esta pesquisa possui implicações práticas aos diversos usuários da informação contábil, pois fornecem informações acerca dos reflexos de aspectos como a pandemia e governança corporativa na tempestividade da informação. As implicações teóricas dessa pesquisa ajudam na discussão de aspectos que afetam a tempestividade informacional das companhias, contribuindo assim para a linha de pesquisa em qualidade da informação contábil, fornecendo achados relevantes principalmente por discutir esses aspectos em um período de alta incerteza.

Os resultados aqui apresentados contribuem aos diversos usuários da informação contábil por evidenciarem como as empresas listadas na bolsa de valores brasileira reagiram ao período turbulento advindo da pandemia, no quesito tempestividade, dependendo dos níveis de governança. Portanto, perceber que a qualidade da informação em períodos de incerteza pode ser mantida em conformidade com boas práticas de governança corporativa torna-se relevante a uma ampla gama de usuários.

Esta pesquisa possui limitações referentes ao número reduzido de variáveis utilizadas e pela quantificação das variáveis independentes. Sugere-se para pesquisas futuras que outras *proxies* sejam utilizadas, tanto que possam substituir as variáveis independentes, quanto incrementar os modelos mediante variáveis de controle.

Referências

- Aktas, N.; De Bodt, E.; Cousin, J. G. (2011), "Do financial markets care about SRI? Evidence from mergers and acquisitions", *Abdelsalam, O. H., & Street, D. L. (2007). Corporate governance and the timeliness of corporate internet reporting by UK listed companies. Journal of International Accounting, Auditing and Taxation, 16(2), 111-130. doi: [10.1016/j.intaccudtax.2007.06.001](https://doi.org/10.1016/j.intaccudtax.2007.06.001)*
- Abmad, R. A. R., & Kamarudin, K. A. (2003, June). *Audit delay and the timeliness of corporate reporting: Malaysian evidence. In Communication Hawaii International Conference on Business. June, University of Hawaii-West Oahu.*
- Álamos, E. S., & MacKay, C. M. (2022). *Una aplicación time-varying del modelo de cinco factores de Fama & French para medir el desempeño de los mercados accionarios desarrollados en tiempos del Covid-19. Journal of Globalization, Competitiveness and Governability, 16(2). doi: [10.3232/GCG.2022.V16.N2.03](https://doi.org/10.3232/GCG.2022.V16.N2.03)*
- Ariff, A. M., Ibrahim, M. K., & Othman, R. (2007). *Determinants of firm level governance: Malaysian evidence. The International Journal of Business in Society, 7(5), 562-573. doi: [10.1108/14720700710827158](https://doi.org/10.1108/14720700710827158)*
- Akerlof, G. A. (1970). *The Markets for 'lemons': quality uncertainly and the market mechanism. The Quarterly Journal of Economics, 84(3), 488-500. doi: [10.1016/B978-0-12-214850-7.50022-X](https://doi.org/10.1016/B978-0-12-214850-7.50022-X)*
- Baker, S. R., Bloom, N., Davis, S. J., & Terry, S. J. (2020). *COVID-Induced Economic Uncertainty (No. w26983). National Bureau of Economic Research.*
- Beiruth, A. X., Brugni, T. V., Fávoro, L. P., & Goes, A. O. S. (2014). *Níveis diferenciados de governança corporativa e disclosure timeliness: um estudo exploratório no mercado brasileiro. Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade, 4(1), 77-89. doi: [10.18028/rgfc.v4i1.565](https://doi.org/10.18028/rgfc.v4i1.565)*
- Clatworthy, M. A., & Peel, M. J. (2016). *The timeliness of UK private company financial reporting: Regulatory and economic influences. The British Accounting Review, 48(3), 297-315. doi: [10.1016/j.bar.2016.05.001](https://doi.org/10.1016/j.bar.2016.05.001)*
- Coronavirus disease (COVID-19) pandemic. (2021, 19 de fevereiro). World Health Organization (WHO). Recuperado de <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019>*
- Erfurth, A. E., & Bezerra, F. A. (2013). *Gerenciamento de resultados nos diferentes níveis de governança corporativa. Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos, 10(1), 32-42.*
- Kirch, G., Lima, J. B. N. D., & Terra, P. R. S. (2012). *Determinantes da defasagem na divulgação das demonstrações contábeis das companhias abertas brasileiras. Revista Contabilidade & Finanças, 23(60), 173-186.*
- Lei n. 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as sociedades por ações. Recuperado de http://www.planalto.gov.br/civil_03/LEIS/L6404consol.htm*
- Lavarda, R. A. B., Perito, B. Z., Gnigler, L. M., & Rocha, R. V. C. D. (2021). *Open Strategizing e Incerteza Percebida: O Enfoque Estratégico e Contingencial no Enfrentamento à Crise Causada pela Pandemia do Covid-19. Revista Eletrônica de Administração (Porto Alegre), 27, 1-34. doi: [10.1590/1413-2311.311.104094](https://doi.org/10.1590/1413-2311.311.104094)*
- Lira, M. C., & de Almeida, S. A. (2020). *A volatilidade no mercado financeiro em tempos da pandemia do (novo) Coronavírus e da Covid-19: Impactos e projeções. Facit Business and Technology Journal, 1(19).*
- Martins, V. G., de Oliveira, A. S., Niyama, J. K., & Diniz, J. A. (2014). *Níveis diferenciados de governança corporativa e a qualidade da informação contábil durante o processo de convergência às normas internacionais de contabilidade. ConTexto, 14(27).*
- Pronunciamento técnico CPC 00 (R2), de 10 de dezembro de 2019. Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro. Recuperado de [http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/573_CPC00\(R2\).pdf](http://static.cpc.aatb.com.br/Documentos/573_CPC00(R2).pdf)*

Russo, F. M., & Corseuil, C. H. (2021). *Impacto da Pandemia da COVID-19 sobre o Mercado de Trabalho*. Brasília: Organização Internacional do Trabalho (OIT) no Brasil. Recuperado de: https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---americas/---ro-lima/---ilo-brasilia/documents/publication/wcms_827549.pdf

Salgado, N. D. N. B., & de Souza, P. V. S. (2021). O Efeito da Tempestividade Contábil no Gerenciamento de Resultados de Empresas Brasileiras Listadas na B3. *Advances in Scientific and Applied Accounting*, 039-055. doi: [10.14392/asaa.2021140102](https://doi.org/10.14392/asaa.2021140102)

Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas [SEBRAE]. (2020). *O Impacto da pandemia de corona vírus nos Pequenos Negócios*. (2ª ed.). São Paulo. Recuperado de: [https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Imagens%20SebraeNA/Pesquisa%20O%20impacto%20do%20Coronav%C3%ADrus%20nos%20pequenos%20neg%C3%B3cios%20-%20Pesquisa%20completa%20n%C2%BA2%20\(09042020\).pdf](https://www.sebrae.com.br/Sebrae/Portal%20Sebrae/Imagens%20SebraeNA/Pesquisa%20O%20impacto%20do%20Coronav%C3%ADrus%20nos%20pequenos%20neg%C3%B3cios%20-%20Pesquisa%20completa%20n%C2%BA2%20(09042020).pdf)

Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). A survey of corporate governance. *The Journal of Finance*, 52(2), 737-783. doi: [10.1111/j.1540-6261.1997.tb04820.x](https://doi.org/10.1111/j.1540-6261.1997.tb04820.x)

Sousa, M. A. B., Fernandes, C. F., Bezerra, R. P. P., & Ribeiro, S. P. (2016). Qualidade da informação contábil: uma análise de suas características com base na percepção do usuário externo. *Iberoamerican Journal of Industrial Engineering*, 8(15), 208-227.

Souza, P. V. S., Silva, A. G. A., & Macedo, M. A. S. (2018). Determinantes da perda do prazo de divulgação dos relatórios financeiros das companhias brasileiras de capital aberto. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, 15(37), 52-70. doi: [10.5007/2175-8069.2018v15n37p52](https://doi.org/10.5007/2175-8069.2018v15n37p52)

Souza, P. V. S., & Silva, C. A. T. (2020). Effects of COVID-19 pandemic on international capital markets. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 10(6), 163.

Stevenson, W. J. (2001). *Estatística Aplicada à Administração*. (1ª ed.). Harbras.

.....

Relation Between Consumption and Fear of Covid-19: a Brazilian Post-Vaccine Perspective

AREA: 1
TYPE: Application

103

AUTHORS

Edgard Monforte Merlo¹
UFRN –
Universidade de São Paulo, Brazil
edgardmm@usp.br

Janaina de Moura Engracia Giraldi
USP - Universidade de São Paulo, Brazil
jgiraldi@usp.br

Matheus Berto
Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Sul de Minas Gerais, Brazil
matheus.silva@ifsuldeminas.edu.br

1. Contact author:
USP - Universidade de São Paulo, Brazil;3900
Bandeirantes Avenue,
Ribeirão Preto - SP, Brazil.
Zip Code 14040-905.

Relación entre Consumo y Miedo al Covid-19 en la Perspectiva de Brasil Post-Vacunación
Relação entre o Consumo e o Medo da Covid-19 na Perspectiva do Brasil Pós-Vacinação

Seventeen months after the decree of the COVID-19 pandemic, there is a different panorama about the influence of the new Coronavirus and its influence on social and consumption behavior. Thus, this study aims to verify changes in the feeling of fear of COVID-19 and in consumer relations, comparing the results of this research with those of others carried out at the beginning of the pandemic. For this research, a self-administered electronic questionnaire was answered by 246 online shoppers. Data were analyzed by descriptive statistics and a correlation matrix. The results showed an increase in purchases in virtual stores and local markets, but they have not proven to stock food and products for daily use, contrary to the literature. The survey also found behavioral differences between respondents up to 38 years old (among whom there was a strong perception of fear and intense nervousness with news related to COVID-19) and participants over this age (among whom there was annoyance with the pandemic, but a low sense of fear. Since we conducted this study 17 months after the declaration of the pandemic, our results reflect not only how the fear of COVID-19 changed consumer behavior but also how it varied amidst a more optimistic scenario resembling pre-pandemic scenarios. As suggestions for future studies, we highlight the analysis of the role of moderators such as gender and age.

Diecisiete meses después del decreto de la pandemia del COVID-19, se observa un panorama diferente sobre la influencia del nuevo coronavirus y su influencia en el comportamiento social y de consumo. Así, este estudio tiene como objetivo verificar cambios en el sentimiento de miedo al COVID-19 y en las relaciones de consumo, comparando los resultados de esta investigación con los de otras realizadas al inicio de la Pandemia. Para esta investigación se aplicó un cuestionario electrónico autoadministrado a 246 compradores en línea. La interpretación de los datos se realizó mediante estadística descriptiva y el uso de matriz de correlación. Los resultados mostraron un aumento de las compras en las tiendas virtuales y en los mercados locales, pero no se ha comprobado el aprovisionamiento de alimentos y productos de uso diario, contrario a la literatura. La encuesta también encontró diferencias de comportamiento entre los encuestados de hasta 38 años (entre los que había una fuerte percepción de miedo y nerviosismo intenso con las noticias relacionadas con el COVID-19) y los participantes mayores de esta edad (entre los que había molestia con la pandemia, pero una baja sensación de miedo. Como se realizó 17 meses después de declarada la pandemia, los resultados reflejan no solo el cambio de comportamiento producido por el miedo a la COVID-19, sino también la variación de estos hábitos en un escenario más optimista y más cercano al prepandemia. Como sugerencias para futuros estudios, destacamos el análisis del papel de los moderadores como el género y la edad.

Dezessete meses após a decretação da pandemia de COVID-19 têm-se um panorama diferente acerca da influência do novo coronavírus e sua influência nos comportamentos social e de consumo. Assim, este estudo tem o objetivo de verificar mudanças no sentimento de medo da COVID-19 e nas relações de consumo, comparando os resultados desta pesquisa com os de outras realizadas no início da Pandemia. Para essa pesquisa aplicou-se um questionário eletrônico autoadministrado à 246 consumidores virtuais. A interpretação dos dados foi realizada através de estatística descritiva e do uso da matriz de correlações. Os resultados apontaram o aumento de compras em lojas virtuais e em mercados locais, mas não comprovou a estocagem de alimentos e produtos de uso diário, contrariando a literatura. A pesquisa também encontrou diferenças comportamentais entre respondentes com até 38 anos (entre os quais observou-se uma

DOI
10.58416/GCG.2023.V17.N1.05RECEIVED
18.06.2022ACCEPTED
22.10.2022

forte percepção de medo e um nervosismo intenso com notícias relacionadas ao COVID-19) e participantes acima dessa idade (entre os quais observou-se incômodo com a pandemia, mas um baixo sentimento de medo. Por ter sido conduzida dezessete meses após a decretação da pandemia, os resultados refletem não apenas a mudança comportamental produzida pelo medo da COVID-19, mas também a variação desses hábitos em um panorama mais otimista e próximo do cenário pré-pandemia. Como sugestões para estudos futuros destaca-se a realização da análise do papel de moderadores como gênero e idade.

1. Introduction

The World Health Organization decreed in May 2020 the COVID-19 pandemic. Still lacking a clear deadline, it is the most far-reaching and comprehensive humanitarian collapse in recent times. Originating in Wuhan (China), the SARS-CoV-2 virus: COVID-19 spread globally within six months (arriving in Brazil in February 2020) and has so far (October 1, 2021) tallied 233.25 million confirmed cases and 4.77 million deaths worldwide; of which 21.4 million cases and 596,413 deaths took place in Brazil alone. (Our World in Data, 2021).

Analyzing changes to consumption patterns due to the pandemic, Kirk and Rifkin (2020) concluded that borderline situations such as these first shock society, which tries to understand its predicament, identify exits and control even an uncontrollable situation. With more information, it creates collective solutions toward social well-being, which, over time, become a habit and, thus, a perennial part of social relations.

Surveys show that 47% of consumers bought more over the internet during 2020 than before the pandemic, and 36% bought less in smaller stores. The global averages for the same categories were, respectively, 43% and 30% (IPSOS, 2020). Despite the pandemic acting as its catalyst, this pattern of consumption points to an upward trend since 74% of Brazilians preferred to make virtual purchases in 2019, whereas this number increased to 86% in 2020. The categories that grew the most were hobby & bookstores (up 110%) and drugstores (88.7%), two categories linked to COVID-19, social isolation, and their long-term effects (Mastercard Spending Pulse, 2021).

Besides increasing sales in conventional virtual stores, the 2020 pandemic incited new applications and purchase services developed to meet this new demand and forced various enterprises used only to physical commerce to adapt to the digital world (by opening stores in social networks and selling their items via phones and messaging applications). A Brazilian Association of Electronic Commerce (ABCOMM, 2020) survey supports these statements and points to the opening of more than 150,000 new online sales channels during 2020.

Though fundamental to assess the influence of SARS-CoV-2: COVID-19 on social and consumer behavior, such studies analyzed the initial panorama of the pandemic, suffering from little information, few treatments, the ongoing draft and application of coping protocols, and the lack of accurate and positive prognoses for the end of the pandemic.

KEYWORDS

**Consumption,
Fear, COVID-19,
Pandemic, Brazil.**

PALABRAS CLAVE

**Consumo, Miedo,
COVID-19,
Pandemia, Brasil.**

PALAVRAS-CHAVE

**Consumo, Medo,
COVID-19,
Pandemia, Brasil.**

JEL CODE

M31

Based on the shown scenario, this article aims to analyze and discuss the existence of a relationship between the fear of the new Coronavirus and the changes in the purchasing behavior of Brazilians throughout the SARS-CoV-2: COVID-19 pandemic in Brazil. Thus, this study compares studies conducted at the beginning of the pandemic to current ones to assess changes in the fear of COVID-19 and consumer relations.

Since this article was written 17 months after the official declaration of the pandemic, while part of the literature addresses the first months, this investigation also intends to understand the variation of this behavior in a more optimistic scenario with populations massively receiving other vaccines, governments offered guidelines for the flexibilization of social distancing and isolation, reduction of severe cases of the disease and in which the consumers were already better adapted to this new reality.

In this sense, it is expected to offer academic contributions, by illuminating a field still lacking in investigations and practicals by helping to identify trends and purchase patterns that may continue in a post-COVID-19 scenario.

2. Theoretical Reference

After the initial selection, a preliminary analysis of the texts was carried out, eliminating those belonging to subareas that were not interesting to this study, such as the medical area, for example, keeping only those published in the subareas Social Sciences, Psychology, Business, Management, and Accounting and Economics, Econometrics and Finance, resulting in a total of 92 articles.

Finally, texts that did not essentially address the topic of this research (relation between fear of COVID-19 and changes in purchasing behavior) were removed from this total, resulting in a final quantitative of 77 articles, used as a basis for this research.

2.1. Consumption and fear of the COVID-19

At the beginning of the pandemic, there was poor information (almost none conclusive) about COVID-19, and this scenario made people start to make variations in their consumption patterns for fear of contracting this disease, which aroused the interest of different researchers (Silva; Gomes Neto; Grangeiro & Nadae, 2021). This phenomenon was observed in different countries: Viswanathan, Aly, Duncan, Mandhan (2020), Côte d'Ivoire, Honduras, Uganda, Tanzania, India, and the United States; Hakim, Zanetta, and Cunha (2021), Brazil; Tran (2021), Vietnam.

To understand how this fear affects human behavior, Ahorsu et al. (2020) developed the Fear of COVID-19 Scale (FCV-19S). They interviewed 717 Iranians and analyzed the collected responses by different psychometric tests to assess their reliability and validity. The result created a scale with seven reliable and valid items to determine the fear of COVID-19 among the general population.

Martínez-Lorca et al. (2020) proposed translating and validating the FCV-19S scale with Spanish university students. The study had the participation of 606 Spanish university students and found the FCV-19S dependable and valid to assess the fear of COVID-19 among Spanish university students.

Similarly, Lins & Aquino (2020) proposed a scale to evaluate the relationship between purchases and the fear of contracting COVID-19, dubbed the Panic Buying Scale with 393 Brazilians (251 women and 142 men), all applied remotely. Their results show their scale to be psychometrically acceptable.

Negative feelings toward COVID-19 affected the mental health of several people by bringing up feelings of fear and anxiety (Lina; Janssen & Geigl, 2022) which led many consumers to gradually change their purchasing behavior, moving them away from physical stores and closer to virtual sale platforms and delivery services (He et al., 2021). Prognoses indicate that such behavior will tend to remain after the pandemic.

Tran (2021) proposed a conceptual model to analyze the relation between fear and consumption changes, adding "pandemic fear" as a limit to uses and gratifications theory. Based on a sample of 617 online consumers analyzed by Partial least squares regression, the study showed pandemic fear had a positive moderating effect on the relation between perceived effectiveness of e-commerce platforms (PEEP), economic benefits, and sustainable consumption; and age, gender, educational stage, and income. Results suggest that fear during a pandemic increases the positive effect of PEEP on economic benefits, strongly affecting sustainable consumption and indicating that age was the only significant control variable.

The relation between the fear of contamination and consumer behavior during the pandemic also inspired a study by Nguyen et al. (2021). The study concluded that 80% of participants claimed having bought more on digital platforms than before the pandemic and that variables such as gender and behavior, such as deciding to social distance, increased overall digital sales. Moreover, fear of contamination drove the sales of pharmaceuticals and food.

The same pattern of behavior could be seen in the purchase of different categories of products, as pointed out by a study carried out by PWC (2020) which compared purchasing behaviors before and after the pandemic in 27 countries (including Brazil) and pointed out that COVID-19 led 63% of respondents to increase their volume of purchases through phone and digital platforms and that 86% of these interviewed, were likely to maintain such behavior even after the end of social distancing. Despite not giving specific emphasis to fear, this survey is interesting because it was conducted in different territories taking into account the influence of the new Coronavirus on sales.

Other studies investigated fear as the moderator of consumer behavior during the pandemic from different perspectives to assess how it influenced consumption patterns (Raza & Khan, 2021; Tran, 2021; Wang et al., 2021; Ahorsu et al., 2020; Goolsbee & Syverson, 2021; Laato et al., 2020; Lins & Aquino, 2020; Sheth, 2020 & Verma & Gustafsson, 2020)

Studies indicate that the fear of the new Coronavirus caused even people reluctant to buy online to enjoy the services of virtual stores - once faced with a choice between problems with digital platforms or getting sick, they realized e-commerce was less risky (Raza & Khan, 2021).

However, despite an increase in virtual purchases, consumption in physical stores remained a reality for varied reasons. Studies investigating these purchases showed a predilection for small establishments due to their proximity to consumers' residences, smaller clientele, and faster traffic (Goolsbee & Syverson, 2021). In Brazil, this predilection reached 75%. (Kantar Thermometer, 2020).

Fear of contracting Covid-19 also increased self-services. (Wang et al., 2021). Electronic totems, drive-throughs, and other purchasing processes requiring no human interaction give consumers the feeling of a traditional shopping experience with little or no human contact. (Diebner et al., 2020 & Kemp; Bui & Porter, 2021).

In the same vein, the substantial increase in demand for the delivery and take-out format also boosted the growth of delivery companies (which were already used by some consumers in the pre-pandemic scenario and began to receive attention from other customers during the COVID-19 health crisis), widely used by companies that did not have their distribution fleet. (Güney & Sangün, 2021 & Palau-Saumell, 2021). This habit, of accessing these apps to purchase the most different categories of products, despite having been instituted by necessity throughout the pandemic, must remain for convenience even with the flexibilization of the rules to combat the SARS-CoV-2 Coronavirus.

Moreover, Lins & Aquino (2020) showed that Brazilian consumers have sought to store food and daily life products, often without any specific need, to avoid contamination by COVID-19.

In the same direction, Lehberger et al. (2021) analyzed stockpiling during the pandemic, showing the reasons that triggered it (environmental uncertainty; reduced purchases; fear of supply shortage; group influences; absence of restaurants) or failed to (lack of need or the perception of need; absence of fear of scarcity; pre-pandemic habit of accumulation; altruism).

Though the pandemic is currently better controlled, we believe consumers are still afraid of the new Coronavirus, maintaining the interdependence between this fear and changes to Brazilian consumption patterns during the COVID-19 pandemic. To validate this statement, we elaborated three hypotheses (Table 1).

Table 1. - Relation between hypotheses and assumptions

<i>Hypotheses</i>	<i>Assumptions</i>
H1: Brazilians store food and daily life products to avoid going to markets and exposing themselves to COVID-19	Lins & Aquino (2020)
H2: Brazilians shop in virtual stores more often than in the pre-pandemic period	Tran (2021)
H3: Brazilians visit smaller stores more often than in the pre-pandemic period to avoid agglomerations	Goolsbee & Syverson, (2021)

Source: Prepared by the authors.

3. Methodological Aspects

This is an exploratory, descriptive study that aims to investigate changes to consumer patterns due to COVID-19 by a simple cross-sectional method based on a single collection of information from a given sample.

A non-probabilistic method was adopted in which participants were selected by convenience criteria. Our research universe was composed of people over 18 years of age with frequent online and offline consumption habits. A survey was proposed with 12 sentences extracted from the literature; nine evaluate the fear of COVID-19 among Brazilians, and three, the relation between it and consumer behavior during the pandemic.

The answers given to the sentences were measured by the seven-point Likert scale with anchors of 1. Strongly Disagree and 7. Strongly Agree. How questions and authors are correlated in the construction of the instrument used for data collection is shown in **Table 2**.

Table 2. - Relation between questions and authors

<i>Questions on the fear of COVID-19</i>	<i>Authors</i>
I am afraid of COVID-19	Ahorsu et al. (2020) & Martínez-Lorca et al. (2020)
I feel discomfort thinking about COVID-19	Ahorsu et al. (2020) & Martínez-Lorca et al. (2020)
My hands start sweating when thinking about COVID-19	Ahorsu et al. (2020) & Martínez-Lorca et al. (2020)
I am afraid to die of COVID-19	Ahorsu et al. (2020) & Martínez-Lorca et al. (2020)
I get nervous and anxious when hearing the news about COVID-19	Ahorsu et al. (2020) & Martínez-Lorca et al. (2020)
I have trouble sleeping because I am worried about contracting COVID-19	Ahorsu et al. (2020) & Martínez-Lorca et al. (2020)
My heart palpitates and accelerates when I think of contracting COVID-19	Ahorsu et al. (2020) & Martínez-Lorca et al. (2020)
I have adhered to social isolation for fear of contracting COVID-19	Laato et al. (2020)
I have avoided agglomerations due to COVID-19	Lins & Aquino (2020)
<i>Questions on the relationship between consumption and fear</i>	<i>Authors</i>
I have performed internet purchases more often for fear of contracting COVID-19	Tran (2020)
I have stocked food at home, so I do not have to leave it for fear of contracting COVID-19	Lins & Aquino (2020)
I have performed my purchases in smaller stores for fear of contracting COVID-19	Goolsbee & Syverson (2021)

Source: Prepared by the authors.

The questions were originally written in English and translated into Portuguese by the authors. Before the application of the questionnaire, the pre-test stage of the questionnaire was carried out with 25 people to assess the quality of the translations and the general construction.

The data were collected by a self-administered electronic questionnaire. Choosing this method is justified by how easily it accesses interviewees, low costs, quick collection of information, and minimizes typographical errors since answers are sent directly to the database.

The questionnaire was made available by Google Forms sent to respondents via email and WhatsApp message alongside an invitation letter. The survey was conducted between August 10 and 31, 2021, and had 246 respondents. Data were analyzed by descriptive statistics and a correlation matrix using, respectively, Microsoft Excell® and IBM® SPSS Statistics software.

As a sample selection methodology, a non-probabilistic method was adopted with participants being selected through the snowball method. This methodology was chosen since the objective of this work is to investigate the relationship between consumption and fear of COVID-19 in general and not among a specific group.

3.1. Sample Characterization

The survey was carried out with people who indicated having done purchases in virtual stores in the 30 days before the survey and were over 18 years old. The research sample is made up of 246 respondents, 131 (53.25%) female and 115 (46.75%) male, aged between 18 and 89 years. The identification of the respondents profile was based on the answers to two questions: "How old are you?" and "What is your gender?"

The sample characterization is similar to the researched universe (Brazilian population) for both variables, gender and age, as seen in **table 3**. Such data allow the results found in the sample to be extrapolated to the research universe.

Table 3. - Sample Characterization

Sample Characterization (years)	Universe						Sample					
	Male		Female		Total		Male		Female		Total	
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
15 - 19	1,767,792	2.80	1,599,380	2.36	3,367,172	2.58	4	3.48	3	2.29	7	2.85
20 - 24	8,630,229	13.68	8,614,963	12.73	17,245,192	13.19	16	13.91	17	12.98	33	13.41
25 - 29	8,460,995	13.41	8,643,419	12.78	17,104,414	13.08	12	10.43	16	12.21	28	11.38
30 - 34	7,717,658	12.23	8,026,854	11.86	15,744,512	12.04	17	14.78	12	9.16	29	11.79
35 - 39	6,766,664	10.72	7,121,915	10.53	13,888,579	10.62	13	11.30	16	12.21	29	11.79
40 - 44	6,320,568	10.02	6,688,796	9.89	13,009,364	9.95	10	8.70	17	12.98	27	10.98
45 - 49	5,692,014	9.02	6,141,338	9.08	11,833,352	9.05	11	9.57	13	9.92	24	9.76
50 - 54	4,834,995	7.66	5,305,407	7.84	10,140,402	7.76	8	6.96	15	11.45	23	9.35
55 a 59	3,902,344	6.18	4,373,877	6.46	8,276,221	6.33	8	6.96	5	3.82	13	5.28
60 - 64	3,041,035	4.82	3,468,085	5.13	6,509,120	4.98	3	2.61	7	5.34	10	4.07
65 - 69	2,224,065	3.52	2,616,745	3.87	4,840,810	3.70	6	5.22	5	3.82	11	4.47
70 - 74	1,667,372	2.64	2,074,264	3.07	3,741,636	2.86	3	2.61	3	2.29	6	2.44

75 - 79	1,090,517	1.73	1,472,930	2.18	2,563,447	1.96	2	1.74	1	0.76	3	1,22
80 - 89	979,382	1.55	1,507,073	2.23	2,486,455	1.90	2	1.74	1	0.76	3	1,22
Total	63,095,630	100	67,655,046	100	130,750,676	100	115	100	131	100	246	100

Source: Prepared by the authors.

4. Results

As the scale has seven points, the maximum possible value for the set of behavior toward COVID-19 is 63 points – top behavior level – and its minimum nine points – minimum behavior level (since seven questions were asked to assess this point). In turn, the maximum possible value for the set of behavior toward consumption during the pandemic is 21 points – maximum attitude level – and its minimum, three points – minimum behavior level (since three questions were asked to assess this point).

The results indicate respondents' great fear and discomfort toward COVID-19 caused significant changes in their consumer habits during the current pandemic. This conclusion is similar to other studies that also pointed out that the fear of a COVID-19 infection accelerated the search for purchases in a digital environment and with as little human interaction as possible, such as withdrawals in the drive-thru format, self-checkout, payment cashless or door-to-door delivery and the search for markets with low traffic and flexible hours (Kirk & Rifkin, 2020).

Though the pandemic affected respondents psychologically, it failed to do so physically, since 189 of them (76.23%) reported not feeling sweat on their hands when thinking about COVID-19, 183 (74.39%) had no trouble sleeping after considering the possibility of contracting COVID-19, and 146 (59.35%), no tachycardia when thinking about the same option.

At the end of the analyses, in total, 120 (48.78%) respondents claimed to buy more online for fear of contracting the virus against 107 (43.50%) who failed to make it a habit, and 102 (41.46%) reported having made purchases in smaller stores for fear of the new Coronavirus against 107 (43.50%) who failed to.

To analyze the relationship between fear and consumption during the COVID-19 pandemic more thoroughly, we elaborated a correlation matrix ([table 4](#)).

Table 4. - Correlation matrix: the relationship between fear and consumption in the COVID-19 pandemic

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1 - Fear of COVID-19	1											
2 - Discomfort when thinking about COVID-19	.758***	1										
3 - Sweaty hands when thinking about COVID-19	.391***	.463***	1									
4 - Fear of dying from COVID-19	.748***	.618***	.436***	1								
5 - Nervousness and Anxiety upon hearing about COVID-19	.566***	.666***	.457***	.607***	1							
6 - Problems sleeping for fear of contracting COVID-19	.336***	.437***	.588***	.379***	.486***	1						
7 - Palpitation when thinking about contracting COVID-19	.492***	.447***	.640***	.549***	.527***	.653***	1					
8 - Social isolation for fear of contracting COVID-19	.492***	.395***	.196***	.431***	.378***	.286***	.282***	1				
9 - Avoidance of agglomerations due to COVID-19	.364***	.249***	.132**	.257***	.207***	.171***	.192***	.592***	1			
10 - Food storage for fear of contracting COVID-19	.223***	.195***	.359***	.173***	.227***	.415***	.365***	.358***	.226***	1		
11 - Online shopping for fear of contracting COVID-19	.425***	.334***	.229***	.369***	.381***	.314***	.331***	.589***	.406***	.405***	1	
12 - Shopping in smaller stores for fear of contracting COVID-19	.387***	.328***	.312***	.325***	.324***	.317***	.438***	.437***	.358***	.392***	.401***	1

(**) for $P < 0.05$; (***) for $P < 0.01$.
Source: Prepared by the authors

Despite the significance of our results, we observed a large number of weak ($0.2 \leq \rho \leq 0.39$) or moderate ($0.4 \leq \rho \leq 0.69$) correlations, especially in questions on attitudes toward consumption during the pandemic.

Despite the many weak positive correlations, two of them corroborate the studies seen so far: the relationship between social isolation due to fear of the pandemic and avoidance of agglomerations ($\rho = 0.592$) and between social isolation for fear of the pandemic and increased online shopping ($\rho = 0.589$), leading us to believe that the fear of the pandemic mediated behavioral changes, especially toward digital purchases and crowded environments.

We conducted some additional data analysis following some procedures (using the statistical package SPSS): in the first moment, it was interpreted the kurtosis of every variable, and after this, the question related to avoiding crowding was eliminated. Using cluster analysis, it was seen that the variable age as a suitable parameter for dataset classification (gender does not seem like an appropriate parameter). Analyzing the data, 38 years of age is the median, and two groups were created.

We obtained the two equations for the groups and the results are shown in **table 5**.

Table 5. - Discriminant analysis (function coefficients)

	Groups	
	1 (until 38 years)	2 (more than 38 years)
1 - Fear of COVID-19	1,278	1,179
2 - Discomfort when thinking about COVID-19	0,366	0,402
3 - Sweaty hands when thinking about COVID-19	0,240	0,171
4 - Fear of dying from COVID-19	-0,519	-0,339
5 - Nervousness and Anxiety upon hearing about COVID-19	0,301	0,002
6 - Problems sleeping for fear of contracting COVID-19	-0,092	0,001
7 - Palpitation when thinking about contracting COVID-19	-0,198	-0,036
8 - Social isolation for fear of contracting COVID-19	1,120	1,168
9 - Food storage for fear of contracting COVID-19	0,090	0,071
10 - Online shopping for fear of contracting COVID-19	-0,242	-0,240
11 - Shopping in smaller stores for fear of contracting COVID-19	0,108	0,062
Constant	-7,306	-7,082

Source: Prepared by the authors

We can notice some differences between the two groups: in group one (youngest respondents), there is a strong perception of fear and an intense nervousness with news related to COVID. On the other hand, the second group (more than 38 years-old) became more bothered by the situation but showed less fear during the pandemic. Both segments changed consumption habits and became concerned with this new situation. It was seen that 62% of the cases were classified correctly, and some indicators were: the eigenvalue was 0,64 and significance 0,190.

Therefore, data showed respondents changed their social habits, highlighted by their preference for attending places with fewer people and social distancing: 71.54 adhered to social isolation, and 84.55% avoided agglomerations, both for fear of contracting the new Coronavirus. When asked about stockpiling food to reduce purchase frequency, 82.52% claimed not making it a habit.

5. Discussion

The collected data suggest that the pandemic and the news surrounding it have produced negative feelings and psychological discomfort in respondents since 136 (55.28%) indicated being nervous or anxious when hearing news about COVID-19, and of this total 106 (77.94% of the total) are afraid of contracting COVID-19, 96 (70.58%) feel uncomfortable when thinking about COVID-19 and 145 (58.94%) are afraid of dying from COVID-19.

These values agreed with the results of other studies, such as Mertens et al. (2020) and Hart et al. (2022). They indicated that the frequency of media use in the search for information about COVID-19 significantly affected daily tasks and increased negative emotions of fear, worry, and anxiety and that digital platforms exerted a more significant influence on the construction of this feeling compared to other media.

Concerning the psychological effect of the pandemic, the results were compatible with those observed by other studies, such as those by Ahorsu et al. (2020) and Martínez-Lorca et al. (2020) who also showed a favorable statistical relationship in the questions presented, Szymkowiak et al. (2021), who identified changes in social and shopping behaviors due to fear of infection by this disease, such as social isolation, avoidance of visiting high-traffic stores and increased purchases in virtual stores. The studies of Sheth (2020) & Zwanka & Buff (2021) who also identified similar behaviors, such as staying at home, shopping online, avoiding eating in restaurants, visiting cinemas, traveling and public transport, and preferring open and well-ventilated places and the assistance of robotics assistants instead of humans.

As for the stockpiling, the non-identification of this behavior corresponds to an original contribution of this research because it contradicts the analyzed literature, which observed an increase in this practice throughout the pandemic. Kim (2020), for example, proved the relationship between the fear of COVID-19 and the increase in storage behavior. In the same sense, other studies indicated that the fear of the new Coronavirus resulted in different changes in consumption patterns, such as storage of food and other essential products, in addition to the expansion of hygiene and cleaning products and personal protection, increase in online shopping and growth of home delivery services (Tran, 2021), a similar effect to that observed by Lins & Aquino (2020) in their research with Brazilian consumers.

We may have found these divergent results for several reasons; the first concerns the national political-economic environment. The increasing rate of unemployment and reduced purchasing power hinder purchases in large volumes and in smaller local stores, which tend to have higher prices than large retailers, although other studies have observed an increase in storage behavior even among low-income populations (Viswanathan; Aly; Duncan; Mandhan, 2020).

The second reason for the characterization of our sample is that the population is already used to online shopping. Moreover, the pandemic affected this population's leisure and work less severely. An ANRPN survey (National Association of Registrars of Natural Persons) shows that only 6.38% of the total victims of the pandemic up to March 2021 were Brazilians below 38 years old (ANRPN, 2021).

Finally, the third reason for our results is the temporal space separating this study from previous ones. The studies that inspired our hypotheses took place at the beginning of the pandemic, in which people were beginning to understand a scenario still lacking any glimpse of solution or improvement, whereas

our study took place 17 months after the beginning of the pandemic; a scenario in which a large part of the population is fully immunized, living a life close to the pre-pandemic period, directly interfering with respondents' answers.

This justification finds support in the work of Kim (2020), who states that this behavior is more common in situations of uncertainty and insufficient knowledge.

Finally, concerning online shopping behavior, these results are in agreement with the academic literature that indicated an increase in online sales in response to consumer demands and the need to mitigate the negative effects of government-imposed lockdown restrictions and the reduction in high-traffic stores at peak times. (Sheth, 2020 & Zwanka & Buff, 2021).

Almost all the results corroborate the findings in the literature showing that, in general, the fear of COVID-19 led people to isolate themselves (Laato et al., 2020 & Szymkowiak et al., 2021), avoid agglomerations (Sheth, 2020 & Zwanka & Buff, 2021.) and bought more from virtual stores (Raza & Khan, 2021; Tran, 2021; Wang et al., 2021; Ahorsu et al., 2020; Goolsbee & Syverson, 2021; He et al. 2020, Laato et al., 2020; Lins & Aquino, 2020; Martínez-Lorca et al., 2020) and local shops (Goolsbee & Syverson, (2021) than before the pandemic.

Our study only disagrees with the literature on food stockpiling (Kim, 2020; Tran, 2021 & Viswanathan; Aly; Duncan & Mandhan, 2020) since respondents failed to make that a habit. Such evidence points to the fact that consumers are afraid of contamination from the SARS-CoV-2 virus: COVID-19, changing their consumption habits, though less markedly than in other studies.

Thus, based on the collected and analyzed data, we could confirm two of our three hypotheses **table 6**.

Table 6. - Status of the proposed hypotheses

<i>Hypotheses</i>	<i>Status</i>
H1: Brazilians store food and daily life products to avoid going to markets and exposing themselves to COVID-19	Rejected
H2: Brazilians shop in virtual stores more often than in the pre-pandemic period	Confirmed
H3: Brazilians visit smaller stores more often than in the pre-pandemic period to avoid agglomerations	Confirmed

Source: Prepared by the authors

6. Final Considerations

This study aimed to analyze the changes in fear of COVID-19 and consumer behavior in studies conducted at the beginning of the pandemic and current ones. We conclude that this variation occurred since, unlike previous studies, our interviewees claimed not to stockpile food, a rejection of hypothesis 1.

Our data also shows that the relation between the fear of infection by the SARS-CoV-2 virus: COVID-19 and changes in purchasing habits of Brazilian consumers is still real, mainly due to the higher prevalence of e-commerce and visits to local stores during the pandemic, though less markedly than studies conducted at the beginning of the pandemic show.

It is impossible to claim which recent social and consumer changes will remain after the pandemic. Still, we can suppose that the adaptation of markets and the habituation of consumers to this new form of sale and delivery will perpetuate what we found in this study.

The limitation of this study is the division of questions by product categories to find the most expressive changes were most expressive. Moreover, a study from the sales perspective could evaluate how the pandemic affected businesses, especially among those used to making sales exclusively in physical stores. As suggestions for future studies, we highlight the analysis of the role of moderators such as gender and age.

References

- ABCOMM (2020). *Tendências do e-commerce no pós-pandemia*. 2020. accessed 09.29.2021: <https://abcomm.org/noticias/tendencias-no-e-commerce-no-pos-pandemia/>
- Aborsu, D. K., Lin, C. Y., Imani, V., Saffari, M., Griffiths, M. D., & Pakpour, A. H. (2020). *The fear of COVID-19 scale: development and initial validation*. *International journal of mental health and addiction*, 1-9.
- ARPEN. *Portal de Transparência do Registro Civil 2021*. Available at: <https://transparencia.registrocivil.org.br> (accessed 8 June 2022)
- Goolsbee, A., & Syverson, C. (2021). *Fear, lockdown, and diversion: Comparing drivers of pandemic economic decline 2020*. *Journal of Public Economics*, 193, 104311.
- Hakim, M. P., Zanetta, L. D. A., & da Cunha, D. T. (2021). *Should I stay, or should I go? Consumers' perceived risk and intention to visit restaurants during the COVID-19 pandemic in Brazil*. *Food Research International*, 141, 110152.
- Hart, C. M., Mills, C., Thiemann, R. F., Andrews-Hanna, J. R., Tomfohr-Madsen, L., & Kam, J. W. (2022). *Task-unrelated thought increases after consumption of COVID-19 and general news*. *Cognitive Research: Principles and Implications*, 7(1), 1-14.
- He, B., Mirchandani, P., Shen, Q., & Yang, G. (2021). *How should local Brick-and-Mortar retailers offer delivery service in a pandemic World? Self-building Vs. O2O platform*. *Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review*, 154, 102457.
- IPSOS (2020). *Shopping during the pandemic. A global advisor survey*. Recuperado em 29.09.2021 de: <https://www.ipsos.com/sites/default/files/ct/news/documents/2021-01/shopping-during-the-pandemic.pdf>
- Kim, R. Y. (2020). *The impact of COVID-19 on consumers: Preparing for digital sales*. *IEEE Engineering Management Review*, 48(3), 212-218.
- Kirk, C. P., & Rifkin, L. S. (2020). *I'll trade you diamonds for toilet paper: Consumer reacting, coping and adapting behaviors in the COVID-19 pandemic*. *Journal of Business Research*, 117, 124-131.

Laato, S., Islam, A. N., Farooq, A., & Dhir, A. (2020). Unusual purchasing behavior during the early stages of the COVID-19 pandemic: The stimulus-organism-response approach. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 57, 102224.

Lins, S., & Aquino, S. (2020). Development and initial psychometric properties of a panic buying scale during COVID-19 pandemic. *Heliyon*, 6(9), e04746.

Martínez-Lorca, M., Martínez-Lorca, A., Criado-Álvarez, J. J., Armesilla, M. D. C., & Latorre, J. M. (2020). The fear of COVID-19 scale: Validation in Spanish university students. *Psychiatry Research*, 293, 113350.

Mastercard Spendingpulse (2021). Covid-19 Impact on Consumer Spending. accessed 09.29.2021 <https://www.mastercard.com/news/latin-america/pt-br/pesquisa-e-relatorios/reports-pt/2020/e-commerce-brasileiro-cresce-75-no-mes-de-maio-segundo-mastercard-spendingpulse/>

Mertens, G., Gerritsen, L., Duijndam, S., Salemink, E., & Engelhard, I. M. (2020). Fear of the Coronavirus (COVID-19): Predictors in an online study conducted in March 2020. *Journal of Anxiety Disorders*, 74, 102258.

Nguyen, M. H., Armoogum, J., & Nguyen Thi, B. (2021). Factors Affecting the Growth of E-Shopping over the COVID-19 Era in Hanoi, Vietnam. *Sustainability*, 13(16), 9205.

Our World in Data. 2020. Coronavirus (COVID-19) Testing - Statistics and Research - Our World in Data accessed 09.29.2021. <https://ourworldindata.org/coronavirus-testing>.

PWC. COVID-19 in UK, economic update 2020. Available at: <https://www.pwc.co.uk/premium/covid-19/uk-economic-update-covid-19.pdf>

Raza, S. A., Qazi, W., Khan, K. A., & Salam, J. (2021). Social isolation and acceptance of the learning management system (LMS) in the time of COVID-19 pandemic: an expansion of the UTAUT model. *Journal of Educational Computing Research*, 59(2), 183-208.

Sheth, J. (2020). Impact of Covid-19 on consumer behavior: Will the old habits return or die?. *Journal of Business Research*, 117, 280-283.

Silva, L. E. N., Neto, M. B. G., da Rocha Grangeiro, R., & de Nadea, J. (2021). Pandemia do covid-19: por que é importante para a pesquisa do consumidor?. *Revista Brasileira de Marketing*, 20(2), 252-278.

Spagert, L., Janssen, C., & Geigl, C. (2022). Mental health indicators and their lifestyle associations in German students: a gender-specific multivariable analysis. *BMC Public Health*, 22(1), 1-13.

Szymkowiak, A., Gaczek, P., Jeganathan, K., & Kulawik, P. (2021). The impact of emotions on shopping behavior during epidemic. What a business can do to protect customers. *Journal of Consumer Behaviour*, 20(1), 48-60.

Tran, L. T. T. (2021). Managing the effectiveness of e-commerce platforms in a pandemic. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 58, 102287.

Viswanathan, M., Faruque Aly, H., Duncan, R., & Mandhan, N. (2021). Unequal but essential: How subsistence consumer-entrepreneurs negotiate unprecedented shock with extraordinary resilience during COVID-19. *Journal of Consumer Affairs*, 55(1), 151-178.

Wang, X., Wong, Y. D., & Yuen, K. F. (2021). Does COVID-19 Promote Self-Service Usage among Modern Shoppers? An Exploration of Pandemic-Driven Behavioural Changes in Self-Collection Users. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(16), 8574.

Zwanka, R. J., & Buff, C. (2021). COVID-19 generation: A conceptual framework of the consumer behavioral shifts to be caused by the COVID-19 pandemic. *Journal of International Consumer Marketing*, 33(1), 58-67.

Gender Equality in Spain and Portugal 2006–2022; Economy and Competitiveness

AREA: 4
TYPE: Application

117

AUTHOR

Juan Rivera-Mata¹
University of Maryland Global campus (UMGC), USA
jrivera@leadingamerica.us

1. Corresponding author:
American Leadership Strategies; Georgetown Business Center Suite 500; 1101 30th Street NW; Washington DC 20007; usa

Igualdad de Género en España y Portugal 2006–2022; Economía y Competitividad
Igualdade de Género na Espanha e Portugal 2006–2022; Economia e Competitividade

Economic gender differences persist. Patriarchy theory assumes political power for women will bring economic equality. We evaluated Global Gender Gap for Spain and Portugal (2006–2022). We found women Ministers or in Parliament do not correlate with economic equality, women participation in workforce, same salary for men and women nor same income. Patriarchy theory does not seem useful to reduce gender economic inequality. We found no significant differences between PSOE and PP Governments nor positive correlation of economic equality with country GDP nor competitiveness. We recommend measuring power, not parity, fiscal redistribution policies and promoting providing-caring social role gender interchange.

Persisten diferencias económicas de género. La teoría del patriarcado asume el poder político de mujeres traerá igualdad económica. Evaluamos Global Gender Gap de España y Portugal (2006–2022). Encontramos que ministras o parlamentarias no correlaciona con igualdad económica, participación en fuerza laboral, mismo salario para hombres y mujeres ni mismos ingresos. La teoría del patriarcado no parece útil para reducir la desigualdad económica. No encontramos diferencias significativas entre gobiernos PSOE y PP ni correlación positiva de igualdad económica con PIB ni competitividad. Recomendamos medir poder, no paridad, políticas de redistribución fiscal y promover intercambio entre géneros de roles sociales proveer-cuidar.

Diferenças econômicas de gênero persistem. A teoria do patriarcado assume poder político para as mulheres trará igualdade econômica. Avaliamos a Global Gender Gap para Espanha e Portugal (2006–2022). Descobrimos que ministras ou parlamentarias não correlacionam com igualdade econômica, participação das mulheres na força de trabalho, mesmo salário para homens e mulheres nem mesma renda. Teoria patriarcado não parece útil para reduzir desigualdade econômica. Não encontramos diferenças entre os governos PSOE e PP nem correlação positiva de igualdade econômica no PIB nem competitividade. Recomendamos medir poder, não paridade, políticas de redistribuição fiscal e, promover intercâmbios papel social do cuidado y proveer.

DOI
10.58416/GCG.2023.V17.N1.06

RECEIVED
04.08.2022

ACCEPTED
28.09.2022

1. The Problem: Political and Economic Inequality Between Men and Women

Since 2006 (Hausmann et col, 2006, 2021, 2022) we observe (Table 1) significant health and education gender equality in the world, as reported by the Global Gender Gap (GGG) of the World Economic Forum (WEF), but also a decrease in economic participation for women since 2009, in spite an improvement in political empowerment.

Table 1. - Global Gender Gap Evolution 2006-22 (Hausmann et col., 2006, 2022)

GLOBAL GENDER GAP 2022						GLOBAL GENDER GAP 2006					
(146 countries)						(115 countries)					
Overall	Economic Part.Opport.	Educational Attainmnett	Health & Survival	Political Empowerm.		Overall	Economic Part.Opport.	Educational Attainmnett	Health & Survival	Political Empowerm.	
Europe	76.6%	70.2%	99.5%	97.0%	39.8%	Western Europe	70%	69%	99%	97%	25%
North America	76.9%	77.4%	99.7%	96.9%	33.7%	North America	70%	78%	98%	97%	10%
Latin America Caribbean	72.6%	64.5%	97.6%	97.6%	28.7%	Latin America Caribbean	64%	57%	98%	97%	14%
Central Asia	69.0%	68.2%	98.8%	97.4%	11.8%	E. Europe & Central Asia	65%	62%	97%	97%	8%
East Asia and Pacific	69.0%	72.2%	95.4%	95.2%	13.3%	East Asia and Pacific	62%	55%	90%	96%	16%
Sub-Sahara Africa	67.8%	67.7%	85.3%	97.2%	21.3%	Sub-Sahara Africa	62%	61%	88%	97%	10%
South Asia	62.4%	35.7%	93.2%	94.2%	26.2%	South Asia	72%	77%	100%	95%	18%
Middle East-North Africa	63.4%	46%	96.2%	96.4	15.1	Middle East-North Africa	57%	39%	88%	97%	7%
GLOBAL	68.1%	60.3%	94.4%	95.8%	22.0%	GLOBAL	58%	58%	93%	96%	17%

In Table 1 above we see political gender equality is low but increasing during the last 15 years (Global 17% in 2006 to 22% in 2022). Economic gender equality is still far away, with 2021 value of 60,3%, similar to the 58% in 2006. Europe is in good position; North America, with lower political gender empowerment than Europe (33,7% vs 39,8% in 2022) but better economic equality between men and women (77,4% vs. 70,2%, 2022).

The present is devastating. GGG 2022 states: "A time-series analysis of gender parity in labour-force participation for a constant sample of 102 countries included in the Global Gender Gap Index shows that global gender parity for labour-force participation had been slowly declining since 2009. However, the trend was exacerbated in 2020, when gender parity scores decreased precipitously over two consecutive editions. As a result, in 2022, gender parity in the labour force stands at 62.9%, the lowest level registered since the index was first compiled. Among workers who remained in the labor force, unemployment rates increased and has remained consistently higher for women" (Hausmann, 2022, pag. 6). The same GGG 2022 in political equality states: "The global average share of women in ministerial positions nearly doubled between 2006 and 2022, increasing from 9.9% to 16.1%. Similarly, the global average share of women in parliament rose from 14.9% to 22.9%." (Hausman et col, 2022, pag. 7). There was an increase of political power in 2006-2022 and at the same time a decrease of women participation in workforce and decreased employment levels. More political power did not improve economic empowerment for women. This is the problem to be studied.

KEYWORDS
gender, equality,
sex, Spain,
Portugal.

PALABRAS CLAVE
género, igualdad,
sexo, España,
Portugal.

PALAVRAS-CHAVE
gênero, igualdade,
sexo, Espanha,
Portugal.

JEL CODES
J16; P51; H11

2. Theoretical Framework: Economic Inequalities Between Men and Women

Many theories studied gender differences in power; biological, adaptive biology and psycho-biology approaches (Hines, 2004; Hampon and Moffatt, 2004), evolutive and psychoanalytical (Pinker, 2002; Chodorow, 1989; Hrды, 1999; Wood and Eagly, 2002), social-cognitive (Kohlber, 1966; Eagly et al., 2000), gender socialization (Collins et al., 2000). But gender economical differences still exist. Marxism (Marx and Engels, 1846) was based on the struggle to control means of production as source of power; patriarchy ideology shares this power struggle for the men-women relationship. Engels (1940) believed that class divisions and women subordination evolved with the development of private property. Power and economy were the focus; class (and women) struggle the solution. Marxism and patriarchy are popular again (Nahuel 2019, Del Aguila, 2020). Covid-19 increased this economic gap (Busson and Messina 2020). We conclude the economic gender differences are due to structural issues and we will use the patriarchy approach to understand the problem, assuming the economy is in men hands and access to political power is the way to achieve economic equality.

Assuming the theoretical framework of patriarchy, defending there is a struggle between men and women for political power that limits the ability for women to achieve same economical achievement than men, we built the following hypotheses:

H1: More women in Parliament increase women economic participation and opportunities in Spain.

H2: More women ministers improve women economic participation and opportunities in Spain.

H3: More women in Parliament increase women economic participation and opportunities in Portugal.

H4: More women ministers improve women economic participation and opportunities in Portugal.

3. Research Methodology and Study

We could use many analysis and indicators from multiple organizations monitoring the evolution of gender equality in the world (UN Women, World Bank, Catalyst, European Union, Women on Boards, IDEA, IADB, others). We will use Global Gender Gap (GGG) yearly analysis of the World Economic Forum (WEF). The GGG evaluates 4 key areas of gender equality (Health, Education, Political and Economic Decision Making), each with several sub-indexes. We will study changes in 2006-2022 in general, in Spain, Portugal and selected countries. GGG reports is used by Governments, it is reliable and consistent, although 2006 included 115 countries and 2022 (with 2021 data) 146.

We will conduct correlation analyses among several sets of data to evaluate the interaction among the different variables that we will be evaluating, with 0,85 value as a strong correlation between two

variables. Correlation coefficient is determined by dividing the covariance by the product of the two variables' standard deviations and the formula is: $r = \frac{\sum(x-mx)(y-my)}{\sqrt{\sum(x-mx)^2 \sum(y-my)^2}}$

4. Results

4.1. Gender equality in Spain. Evolution 2006-2022.

In **Table 2** below we can see the evolution 2006-2022 (2022 with 2021 data) of the GGG Index, the sub-indexes (economy, education, health and political) and rankings, some specific and some GGG indicators (workforce participation of women, equal salary between men and women, equal income, women in Parliament and women ministers). The relative position (ranking) of each indicator is reflected (out of 115 countries in 2006 and of 146 countries in 2022). Additionally, we included some other indicators that could be relevant for gender equality; Gross Domestic Product (in purchasing power parity US\$), Human Development Index, unemployment rate and Country Competitiveness Index (WEF).

Table 2. - GGG 2006-2022 Evolution in Spain (Hausmann et col, 2006, 2022)

	PSOE	PSOE	PSOE	PSOE	PSOE	PSOE	PP/PSOE	PP	PP	PP	PP	PP	PP	PSOE	PSOE	PSOE	
GGG SPAIN	(N=115)															(N=146)	
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022	22/06
Global Index	11	10	17	17	11	12	26	30	29	25	29	24	29	8	14	17	-6
Value	0,73	0,74	0,73	0,73	0,76	0,76	0,73	0,73	0,74	0,74	0,74	0,74	0,75	0,80	0,79	0,79	8%
Economic	85	84	89	90	78	74	75	76	84	67	72	81	80	72	71	64	21
Value	0,54	0,59	0,58	0,60	0,62	0,63	0,65	0,65	0,65	0,67	0,67	0,66	0,66	0,68	0,70	0,71	32%
Education	38	39	58	56	40	37	38	40	44	47	43	45	47	43	44	36	2
Value	0,99	0,99	0,99	0,99	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0%
Health	71	74	76	80	63	56	34	75	87	93	91	81	93	93	114	107	-36
Value	0,97	0,97	0,97	0,97	0,98	0,98	0,98	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	-1%
Political	5	5	7	9	5	5	27	27	23	26	26	22	24	8	15	17	-12
Value	0,42	0,42	0,37	0,37	0,43	0,28	0,28	0,28	0,31	0,33	0,32	0,35	0,35	0,53	0,49	0,48	14%
Workforce	72	75	75	79	69	70	68	58	53	52	54	54	52	54	59	49	23
Value	0,66	0,71	0,72	0,74	0,77	0,77	0,77	0,82	0,85	0,85	0,86	0,86	0,87	0,87	0,88	0,84	28%
Equal Salary	110	117	124	120	117	122	116	116	117	106	118	122	129	115	102	89	21
Value	0,45	0,51	0,46	0,49	0,52	0,53	0,55	0,54	0,54	0,57	0,55	0,51	0,50	0,56	0,60	0,62	37%
Equal Income	81	76	80	82	81	64	66	69	72	59	55	60	50	55	61	58	23
Value	0,44	0,5	0,5	0,53	0,55	0,57	0,6	0,59	0,6	0,65	0,63	0,63	0,66	0,66	0,65	0,67	53%
Parlament	7	7	8	11	14	14	14	17	10	13	13	14	15	5	14	15	-8
Value	0,56	0,56	0,57	0,57	0,58	0,58	0,56	0,56	0,66	0,7	0,67	0,64	0,64	0,90	0,79	0,75	35%
Ministers	2	1	6	6	1	1	22	21	29	24	24	13	13	1	1	1	1
Value	1	1	0,78	0,78	1	1	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,63	0,63	1	1	1	0%
GDP \$ pp	\$26.320	\$24.171	\$27.765	\$28.536	\$27.066	\$26.855	\$26.941	\$26.952	\$31.198	\$32.270	\$32.814	\$33.261	\$34.272	\$35.700	\$36.090	\$36.220	38%
Human Index	0,86	0,86	0,86	0,87	0,87	0,88	0,88	0,88	0,89	0,90	0,90	0,90	0,91	0,90	0,905		5,7%
Unemploy.	8,5%	8,2%	11,3%	17,9%	19,9%	21,4%	24,8%	26,1%	24,4%	22,1%	19,6%	17,2%	15,3%	14,1%	15,7%	13,3%	85,4%
Competitivity	68,2	69,2	69,1	70,1	69,6	70,2	69,1	68	67,2	67,6	68,5	63,6	65,1	65,7	66,9		-1,9%

In **Table 2** above we see an 8% improvement of Spain in the Global Index (0,79 vs. 0,73) but decrease of 8 positions in the global ranking (31 more countries in 2022 versus 2006). In health and education there are no relevant differences, being almost equal (value 1) in 2006 and 2022. We can see Spain is

historically among the first countries in the world in political gender equality (5 in 2006, 17 in 2022) but in a much lower position in the economic indicator (85 in 2006, 63 in 2022). In the specific sub-indexes, we can see Spain leads the world in women ministers (2 in 2006, 1 in 2022) and, in a similar way, in women in Parliament (7 in 2006, 15 in 2022). On the other hand, when we review the economic specific sub-indexes, we can see a mid-low global position of Spain in participation of women in the workforce (72 in 2006, 49 in 2021), in equal income (81 in 2006, 58 in 2022) and very low position in the ranking of equal salary for same job (nr. 110 -of 116 countries- in 2006 and 89 in 2022). Also, we can see in **Table 2** that Spain gained a 38% in GDP (2% annualized) in 2006-2022 but lost (1.9%) in country competitiveness, suffering an 56.5% increase in unemployment (from 8.5% in 2006 to 13,3% in 2022)

Initial data above suggests that a good relative position in political gender equality, especially increasing women ministers, does not help bringing gender economic equality. Spain seems to be focusing in political, gender equality, having more women in Parliament and ministers, but not effectively dealing economic gender differences, especially equality on salaries for the same job.

4.2. Hypotheses 1 and 2. Correlation of gender indicators (Spain 2006-2021).

We will try to validate H1 (More women in Parliament increase women economic participation and opportunities in Spain) and H2; same for women ministers. We saw Spain improved political empowerment, being both well positioned globally, but a poor (or negative) improvement in equality in the economy, especially in equal salary, in absolute and relative terms, being in mid-low rankings in the set of 146 countries. To understand better the interaction of the indicators above studied in both countries, we conducted a correlation analysis. Correlation among variables are shown in **Table 4**.

Table 4. - GGG 2006-2021 Spain. Correlations

Correlations	GGG	Econom.	Educac.	Politic	Ministers	Parlam.	Workforce	Salaries	Income	GDP	Hum. Ind.	Compet.	Unemp.
GGG Index	1	0,5222	0,4279	0,7395	0,5847	0,8149	0,4489	0,5193	0,3644	0,5947	0,4125	-0,3268	-0,2133
Economic	0,5222	1	0,9280	0,0012	-0,3546	0,6882	0,9444	0,8786	0,9713	0,765	-0,6161	-0,491	0,533
Education	0,4279	0,9280	1	-0,1206	-0,4064	0,6142	0,9233	0,7512	0,9454	0,7435	0,9446	-0,5985	0,5326
Politics	0,7395	0,0012	-0,1206	1	0,7309	0,5886	0,0016	0,0448	-0,0324	0,3353	-0,1022	-0,2353	-0,6613
Ministers	0,5847	-0,3546	-0,4064	0,7309	1	0,1227	-0,4167	-0,2306	-0,4168	-0,1519	-0,4876	0,1952	-0,6680
Parliament	0,8149	0,6882	0,6142	0,5886	0,1227	1	0,7003	0,6110	0,6888	0,8191	0,6968	-0,5575	-0,0572
Work Force	0,4489	0,9444	0,9233	0,0016	-0,4167	0,7003	1	0,7126	0,9664	0,8614	0,9685	-0,673	0,443
Salaries	0,5193	0,8786	0,7512	0,0448	-0,2306	0,6110	0,7126	1	0,765	0,513	0,6254	-0,162	0,539
Income	0,3644	0,9713	0,9454	-0,0324	-0,4168	0,6888	0,9664	0,765	1	0,822	0,9651	-0,6054	0,4766
GDP (ppp)	0,5947	0,765	0,7435	0,3353	-0,1519	0,8522	0,8614	0,513	0,822	1	0,8927	-0,738	0,055
Human Index	0,4125	-0,6161	0,9446	-0,1022	-0,4876	0,6968	0,9685	0,6254	0,9651	0,8927	1	-0,7404	0,3889
Competitivity	-0,3268	-0,491	-0,5985	-0,2353	0,1952	-0,5575	-0,673	-0,162	-0,6054	-0,738	-0,7404	1	0,0865
Unemploy.	-0,2133	0,533	0,5326	-0,6613	-0,6680	-0,0572	0,443	0,539	0,4766	0,055	0,3889	0,0865	1

H1: "More women in Parliament increase women economic participation and opportunities in Spain". In **Table 4** Women in Parliament does not correlate with any economic gender equality variables, with correlation only with GDP (0,852). Therefore, we can not validate H1.

H2: "More women ministers increase women economic participation and opportunities in Spain". Also, we find Women Ministers not only does not correlates with any economic participation and opportunities for women, but negative (weak) with all women economic indicators. Therefore, we can not validate H2.

Also, in **Table 4** above we see in economic equality (Column 2), strong correlations, as they are key elements of GGG economic equality, with participation in workforce (0,9444), same salaries for same job (0,8766) and same income between men and women (0,9713). In education we find strong correlations with economic gender equality (0,9280), women participation in workforce (0,9233), same income for men and women (0,9454) and Global Human Index (0,9446). But we find negative, but not strong, correlation with country competitiveness (0,5985) and positive (worse) with unemployment. In Politics, both in Women Ministers and in Parliament we do not find any strong correlation with any of the variables, although many negative (not strong) correlations of women Ministers with many of the gender equality indicators.

Workforce: strong correlation with economic equality (0,944) as being part of the index, but also with education (0,9233), same income (0,9664), GDP (0,8614) and Global Human Index (0,9685); negative, but not strong correlation with Country competitiveness (-0,673) and positive, but not strong (0,443) with unemployment (The more women in workforce, the higher the unemployment rate). For same salary for men and women we only find strong (0,876) correlation with the main economic index.

Same income for men and women. Strong correlation with its own main index (0,9713), with education (0,9454) and women participation in workforce (0,9664). Also, strong correlation (0,9651) with Global Human Index of Spain, but negative and not strong (-0,6054) with Spain competitiveness.

GDP only correlates with women participation in workforce (0,86) and Global Human Index (0,89) and negative with competitiveness (-0,738). Global Human Index shows a strong correlation with education (0,94), women in the workforce (0,97), same income for men and women (0,97) and GDP (0,90) and negative, but not strong (-0,738) with Spain competitiveness.

Spain Competitiveness. Although we did not find strong correlations, we found negative correlations with most of the gender equality indicators (Economic -0,49; education, -0,60; women in Parliament, -0,56; women ministers, -0,673; same income for men and women, -0,60; GDP, -0,74 and Global Human Index, -0,74).

Spain unemployment. No strong correlations with gender equality indicators, but negative (positive in unemployment) with women in politics (women ministers (-0,66) and ministers (-0,67) but, interestingly, very poor with women in Parliament (-0,06) and positive (the higher gender equality, the more unemployment), but not strong, correlations with economic equality (0,53), education (0,53), with women in the workforce (0,443), same salaries (0,536) and same income for men and women (0,476).

4.3. Gender equality in Portugal. Evolution 2006-2022.

In **Table 3** below we see Portugal GGG 2006-2022 same indexes, sub-indexes and indicators. We see a 11% improvement in Global Index (0,77 vs. 0,69) and an improvement from rank 33 in 2006 to rank 29 in 2022. In the political sub-index, we see an evolution from rank 40 to rank 33 in 2022, with low values (0,14 in 2006 and 0,36 in 2022). We observe a significant (116%) improvement in women in Parliament (0,27 in 2006 to 0,58 in 2022) but going from rank 31 to 35 in 2022 and even more (+264%) in women ministers (0,2 in 2006 to 0,727 in 2022, going from rank nr. 39 to 20 in 2022).

Table 3. - GGG 2006-2020 Evolution in Portugal (Hausmann et col, 2006, 2021)

GGG PORTUGA (N=115)																(N=146)	
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2022	22/06
Global Index	33	37	39	46	32	35	47	51	39	39	31	33	37	35	22	29	4
Value	0,69	0,70	0,71	0,70	0,72	0,71	0,71	0,71	0,72	0,73	0,74	0,73	0,73	0,74	0,78	0,77	11%
Economic	33	38	39	53	56	59	55	66	44	46	46	35	44	46	38	41	-8
Value	0,67	0,68	0,70	0,68	0,67	0,66	0,68	0,67	0,72	0,71	0,71	0,73	0,72	0,73	0,75	0,74	10%
Education	57	58	71	76	69	55	57	56	68	60	63	70	82	73	76	75	-18
Value	0,98	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99	1,00	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99	0,99	1%
Health	71	74	76	80	71	71	83	83	85	79	76	55	54	50	73	67	4
Value	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	1,00	0,98	0,98	0,97	0,97	0%
Political	40	47	45	47	32	34	43	46	44	41	36	43	46	39	26	33	7
Value	0,14	0,14	0,16	0,16	0,23	0,23	0,18	0,18	0,21	0,24	0,27	0,24	0,24	0,28	0,39	0,36	164%
Workforce	32	32	31	36	35	36	36	28	31	26	26	27	29	28	24	34	-2
Value	0,79	0,85	0,86	0,86	0,87	0,87	0,87	0,89	0,9	0,91	0,91	0,911	0,915	0,919	0,928	0,868	10%
Equal Salary	50	87	73	95	103	108	107	109	97	107	97	93	103	100	99	84	-34
Value	0,65	0,62	0,65	0,6	0,58	0,56	0,57	0,57	0,59	0,57	0,59	0,594	0,582	0,598	0,614	0,623	-4%
Equal Income	54	47	51	50	62	69	52	73	36	44	28	23	25	30	27	24	30
Value	0,54	0,59	0,59	0,61	0,45	0,57	0,64	0,58	0,71	0,54	0,706	0,723	0,723	0,725	0,732	0,758	40%
Parliament	31	41	24	24	28	29	28	32	32	35	27	28	28	31	20	35	-4
Value	0,27	0,27	0,39	0,39	0,38	0,36	0,4	0,4	0,46	0,46	0,533	0,533	0,533	0,554	0,667	0,582	116%
Women Minister	39	39	78	80	21	21	54	53	51	31	30	56	56	38	20	20	19
Value	0,2	0,2	0,14	0,14	0,45	0,45	0,22	0,22	0,27	0,4	0,4	0,286	0,286	0,416	0,727	0,727	264%
GDP \$ pp	\$19.335	\$ 18.158	\$20.142	\$21.169	\$20.617	\$ 21.661	\$21.660	\$21.466	\$25.095	\$26.055	\$26.690	\$27.007	\$ 27.937	\$28.800	31.340 €	31.940 €	65%
Human Index	0,811	0,814	0,817	0,823	0,829	0,833	0,836	0,84	0,847	0,854	0,855	0,858	0,86	0,864	0,866		6,8%
Unemployment	7,7%	8,0%	7,6%	9,4%	10,8%	12,7%	15,5%	16,2%	13,9%	12,4%	11,1%	8,9%	7,0%	6,5%	7,2%		5,8%
Competitivity	62,9	64	63,9	64,9	64,4	64	63	63,1	63,5	65,3	65,1	62,6	63,4	65,3	67		6,5%

The situation is very different in the economy. We see an improvement (+10%) in women participation in workforce (0,79 in 2006 and 0,87 in 2022 but decreasing from nr. 32 to nr. 34 in 2022) and a 40% improvement in total income equality (0,54 in 2006 to 0,76 in 2022, from nr. 54 to 24 in 2022) but a decrease (-4%) in wage similar for same job (0,65 in 2006 to 0,62 in 2022, from nr. 60 to 99 in 2022) Also we see a 65% increase in GDP (3,06% annualized) and improvements in competitiveness (+6.5%), Human Global Index (+6,5%) and decrease in unemployment (from 7.7% to 5,8% in 2022).

In general, we observe in Portugal a significant improvement in gender equality, at least in GGG indicators, in politics in the 2006-2022 period -having more women in Parliament and ministers- but a decrease in equal salary for same job between men and women, in spite of an improvement in workforce participation and similar income. As in the case of Spain, it seems both countries prioritize having a few more women in Parliament and ministers versus same salary for same job between men and women, in spite almost equality in workforce (0,87 in 2022 in Portugal and 0,84 in Spain).

4.4. Hypotheses 3 and 4. Correlation of gender indicators (Portugal 2006-2021).

We saw Portugal improved political empowerment (0,14 in 2006 to 0,36 in 2022), being well positioned globally (rank 40 in 2006, 33 in 2022), but with poor (or negative) improvement in economy, especially in equal salary (rank 84 in 2022), in absolute and relative terms, among 146 countries. We will try to validate now H3 and H4 for Portugal, using the same correlation methodology and >0.85 value as reference.

Table 5. - GGG 2006-2020 Portugal. Gender Correlations

Correlations	GGG	Econom.	Educac.	Politic	Ministers	Parlam.	Workforce	Salaries	Income	GDP	Hum.Ind.	Compet.	Unempl.
GGG Index	1	0,8552	0,4514	0,9767	0,8321	0,9493	0,8409	-0,1869	0,6293	0,9494	0,9417	0,6524	-0,2538
Economic	0,8552	1	0,3513	0,7260	0,4643	0,8854	0,5857	0,0688	0,7958	0,9001	0,7826	0,4374	-0,4004
Education	0,4514	0,3513	1	0,4354	0,2979	0,5098	0,5535	-0,7251	0,3416	0,4530	0,6424	0,2168	0,5197
Politics	0,9767	0,7260	0,4354	1	0,9193	0,8932	0,4153	-0,2550	0,5046	0,8852	0,8854	0,694	-0,187
Ministers	0,8321	0,4643	0,2979	0,9193	1	0,6444	0,1841	-0,2591	0,2011	0,6628	0,5427	0,7174	-0,1295
Parliament	0,9493	0,8854	0,5098	0,8932	0,6444	1	0,5946	-0,2045	0,7499	0,9664	0,9380	0,5281	-0,2098
Work Force	0,8409	0,5857	0,5535	0,4153	0,1841	0,5946	1	0,0379	0,4040	0,4725	0,4156	0,296	-0,158
Salaries	-0,1869	0,0688	-0,7251	-0,2550	-0,2591	-0,2045	0,0379	1	-0,001	-0,2237	-0,5685	0,0273	-0,671
Income	0,6293	0,7958	0,3416	0,5046	0,2011	0,7499	0,4040	-0,001	1	0,7536	0,6607	0,1520	-0,2488
GDP (ppp)	0,9494	0,9001	0,4530	0,8852	0,6628	0,9664	0,4725	-0,2237	0,7536	1	0,9648	0,506	-0,242
Human Index	0,9417	0,7826	0,6424	0,8854	0,5427	0,9380	0,4156	-0,5685	0,6607	0,9648	1	0,1968	0,0794
Competitiveness	0,6524	0,4374	0,2168	0,694	0,7174	0,5281	0,296	0,0273	0,1520	0,506	0,1968	1	-0,3077
Unemploy.	-0,2538	-0,4004	0,5197	-0,187	-0,1295	-0,2098	-0,158	-0,671	-0,2488	-0,242	0,0794	-0,3077	1

H3: "More women in Parliament increase women economic participation and opportunities in Portugal". We see Women in Parliament correlates well ($>0,85$) with the general GGG (0,95) and with the general economic indicator (0,8854) but not with the sub-indexes of women in the workforce (0,59), same income (0,75) and negative -weak- with same salaries for men and women (-0,2045). We can not validate H3.

H4: "More women ministers increase women economic participation and opportunities in Portugal". Table 5 above shows Women Ministers does not correlates with GGG economic indicator (0,46), participation in workforce (0,18) nor same income (0,42) and negative -weak- correlation with same salaries for men and women (-0,26). We can not validate H4.

Also, in Table 5 above we can see GGG index has a strong correlation with economic gender equality (0,8552), women in politics (0,9767), mainly due to women in Parliament (0,9493) and also with GDP (0,9494) and Global Human Index (0,9417). We did not find any strong correlation of education with main gender equality indicators, but negative and not strong, correlation with same salaries for men and women (-0,725).

Political empowerment shows strong correlation with GGG index (0,98) and as expected, with women ministers (0,92), women in Parliament (0,89), and also with GDP (0,89) and Human Index (0,89). Women ministers only shows, obviously, strong correlation with women in politics (0,92) but women in Parliament has strong correlation with GGG index (0,95), economic equality (0,8854), political empowerment (0,89), and also with GDP (0,97) and Human Index (0,94).

Women in the workforce does not show strong correlation with any of the indicators. Same salaries for men and women also do not show any strong correlation with gender equality indicators, but negative with education (-0,76), Human Index (-0,57) and unemployment (-0,67). Similarly, we could not find any strong correlation between same income for men and women with any of the gender equality indicators. GDP has a good strong correlation with general GGG index (0,95), economic equality (0,90), political empowerment (0,99), women in Parliament (0,97) and Global Human Index (0,96). Human Index correlates with GGG (0,94), women in politics (0,89), women in Parliament (0,94) and GDP (0,96). Competitiveness does not show any strong correlation with any of the gender equality indicators, and the same for unemployment, but moderate and positive with education (0,52) and negative with salaries (-0,67).

5. Conclusions

Based upon the above data regarding the for Spain and Portugal and the fact that we could not validate any of the 4 hypotheses we could conclude:

- a) Theoretical framework: the assumption from the (Marxist) patriarchy model that the solution for the struggle between men and women for economic power is resolved with women achieving more political power is not valid in this case. The overall GGG 2006-2022 and the specific Spain and Portugal cases here studied do not support that theoretical assumption.
- b) Differences matter: we found differences between Spain and Portugal, regarding the interaction of gender equality variables. Just because more women in Parliament correlates well in Portugal does not mean that would happen in other countries, like the case of Spain. In gender equality a formula does not fit all.
- c) Unemployment: Portugal had average 9,7% unemployment in 2006-2021, where Spain had 16.6%, 72,2% higher. Although we did not find strong correlation in these countries between gender equality and unemployment, most of them were negative in Portugal -reflecting a positive effect- and positive in Spain -negative effect- in unemployment. We believe this could an underlying reason why, in both countries, equality variables in workforce, salaries and income interact differently.
- d) Competitiveness: in similar way, Portugal competitiveness. (+6,5% in 2006-2020) shows positive, but not strong, correlation with equality indicators but in Spain (-1.9% in 2006-2020) those correlations are negative, where in both countries there was a significant improvement in economic equality (Spain +30% and Portugal +12%) in the 15 years studied. We are inclined to believe gender equality does not improve country competitiveness but underlying economic factors (salary and unemployment levels) may have a significant impact in country competitiveness and this in women equal participation in workforce, equal salary and income than men; a better economy -with women well educated and prepared- improve equality between men and women and not the opposite.

5.1. Political empowerment and economic equality between men and women.

It is difficult to support the patriarchy construct believing that more women in power increases economic gender equality. More women ministers and in Parliament may have some other social benefits for gender equality (visibility, role models, women approaches in legislation etc.), this empirical analysis of a 15 years evolution in Spain and Portugal, and previous studies, indicate there is not any substantive improvement in economic gender equality and having more women ministers could even be an indicator of economic inequality.

In a previous study (Rivera-Mata, 2022) evaluating in Latin America similar GGG equality indicators for the same 15 years period, we found a negative, and statistically significant, regional correlation between women in power and economic participation and opportunities for women, being this associated to economic growth, democracy index and wage equality. A better economy is good for gender equality between, but having more women ministers is bad for economic gender equality.

Table 6. - GGC 2006-2022 Several key countries (Hausmann et col, 2006, 2021)

	USA			France			UK			Germany			Argentina			India			Spain			Portugal		
	2006	2022	16y	2006	2022	16y	2006	2022	16y	2006	2022	16y	2006	2022	16y	2006	2022	16y	2006	2022	16y	2006	2022	16y
GGG Index	23	27	-4	70	15	55	9	22	-13	58	10	48	41	33	8	98	135	-37	11	17	-6	33	29	4
Value	0,704	0,769	9%	0,52	0,791	52%	0,74	0,78	6%	0,752	0,901	20%	0,683	0,756	11%	0,601	0,629	5%	0,732	0,788	8%	0,692	0,78	12%
Economic	3	22	-19	88	40	48	37	44	-7	32	75	-43	82	102	-20	110	143	-33	85	64	21	33	41	-8
Value	0,759	0,778	3%	0,525	0,737	40%	0,66	0,733	10%	0,669	0,695	4%	0,551	0,635	15%	0,397	0,35	-12%	0,539	0,709	32%	0,669	0,74	10%
Politic	66	38	28	60	20	40	12	24	-12	6	8	-2	23	28	-5	20	48	-28	5	17	-12	26	33	-7
Value	0,097	0,332	242%	0,104	0,407	291%	0,31	0,423	38%	0,366	0,55	50%	0,204	0,413	102%	0,227	0,267	18%	0,421	0,481	14%	0,39	0,36	-7%
Work Force	20	53	-33	34	32	2	31	37	-6	40	42	-2	63	96	-33	110	140	-30	72	49	23	24	34	-10
Value	0,82	0,831	1%	0,79	0,87	10%	0,8	0,865	8%	0,77	0,861	12%	0,7	0,698	0%	0,397	0,274	-31%	0,66	0,844	28%	0,928	0,87	-6%
Salaries	37	11	26	109	82	27	58	42	16	66	105	-39	96	110	-14	104	122	-18	110	89	21	99	84	15
Value	0,68	0,772	14%	0,47	0,628	34%	0,63	0,71	13%	0,62	0,586	-5%	0,51	0,575	13%	0,41	0,506	23%	0,45	0,616	37%	0,614	0,62	1%
Income	31	61	-30	41	26	15	31	91	-60	54	29	25	95	103	-8	62	140	-78	81	58	23	27	24	3
Value	0,62	0,67	8%	0,59	0,752	27%	0,62	0,607	-2%	0,54	0,734	36%	0,37	0,558	51%	0,62	0,215	-65%	0,44	0,674	53%	0,732	0,76	4%
Parlament	55	61	-6	67	30	37	39	42	-3	77	41	36	8	13	-5	93	118	-25	7	15	-8	20	35	-15
Value	0,18	0,39	115%	0,14	0,65	364%	0,25	0,527	111%	0,12	0,536	347%	0,54	0,812	50%	0,09	0,175	94%	0,56	0,754	35%	0,667	0,58	-13%
Ministers	49	14	35	36	1	35	12	67	-55	62	23	39	80	83	-3	107	126	-19	2	1	1	20	20	0
Value	0,17	0,859	405%	0,21	1	376%	0,4	0,313	-22%	0,13	0,667	413%	0,09	0,222	147%	0,04	0,1	150%	1	1	0%	0,667	0,73	9%
GDP ppp \$	41399	60290	46%	29316	42310	44%	30470	42680	40%	30579	51370	68%	14109	19690	40%	3344	6170	85%	26320	36220	38%	19335	31940	65%

It is hard to justify a causation of this negative correlation, but we could argue that gender policies by Governments prioritize the easy and quick measures of increasing few women Ministers versus the complex issues related of improving economic equality for all women in their countries. The patriarchy narrative defends the struggle for political power will reach economic equality between sexes. Upon the above data, we could defend that countries with lower democratic quality, to advance in the gender rankings, move women to Parliament and Ministers to be reported as equal, although the reality is the opposite.

In **Table 6** above we see the evolution (2006-2022; 2022 report with 2021 data) of main GGG indexes for selected countries chosen to highlight differences in political and economic equality between men and women.

Countries who were pioneers introducing political gender (sex) quotas (Argentina 1991, India 1996) have a very bad global ranking in participation of women in the workforce (Argentina 96, India 140), same salary for same job (Argentina 110, India 122) and equal income for men and women (Argentina 103, India 140). On the other hand, USA, a country with no political gender quotas and very limited gender policies, is better positioned in workforce (nr. 53) same salary (nr.11) and same income (nr.61). Also, France, being first among 146 countries in 2022 in women Ministers, is in rank 82 in same salary for same job, although a better ranking (nr 32) in women participation in the workforce and same income for men and women (nr. 26).

UK has a long tradition of improving women in the political and business world since Thatcher times (1979-1990). The evolution 2016-2020 of women on boards in FTSE 250 shows an increase from 406 to 620 holding directorships position, but only an increase from 29 to 47 in executive positions and 371 to 573 in non-executive positions (Vinnicombe et col, 2020). More women on boards, but no more power for women.

Also, in a study evaluating the increase of women ministers in Latin America in the period 1950-2007 it was concluded that the majority were in "women ministries" (social, culture, health, environment) with relatively low actual power (Rivera-Mata, 2012). More women ministers, but not a significant increase in power. And if we evaluate 21 years of women Presidents in LAC (Chile, Argentina, Brazil) we found that no significant improvement in GGG gender equality indicators happened versus 18 years of male Presidents (Rivera-Mata, 2018). More women, no more power.

Recently Dhalun et col (2022) in their “Women’s political empowerment and economic growth”, evaluating 182 countries and 221 years, defend that women’s political empowerment is positively related with economic growth, specifically with technological change. Valls-Martinez et col (2022) conclude, with regression models in 2020-2019, that companies with more diverse and more women in their boards reduce more CO2 emissions. Diachkova and Kontoboitseva (2022) using regression models in demonstrated that gender equality has a positive effect on the economic development of EU and BRICS countries. Also, recently Giron and Kazomikhasragh (2022), using a panel vector auto-regression analysis for data from 2010-2018 demonstrated a negative and significant relationship between the Gender Inequality Index and economic growth

Many -if not most- papers related with the economic impact of women (on boards, business results, economic growth, etc.) shows, most of the times, positive correlations but not clear cause- effect. A better economy brings more economic gender equality, or more gender equality brings a better economy? We do not have a clear answer.

If we define equality in terms of power and economic capacity, equality indicators should be adapted to compare real shares of power in Government and economy income and wealth, not % of men and women (parity). Traditional marriage is 50%/50 men and women, were “parity”, but unequal; one female Culture minister has same power than a Defense (or Economy) minister? Parity does not necessary indicates equality; we should change gender equality indicators to measure actual political power of men and women and not just number of women ministers, in Parliament or Boards.

5.2. Conservative vs progressive gender equality policies.

In **Table 7** below we separated previous Table 1 in periods of time of progressive (PSOE) and conservative (PP) governments. PSOE increased 2% GDP (0,39% annually) in 2006-2011 but also increased unemployment by 153%, from 8,5% to 21,4%. PSOE was nr. 1 in the world in women ministers and improved women in Parliament by 4%, women in the workforce by 17%, equal salary by 18% and equal income by 30%. On the other hand, with PP, the GDP grew in the 2012-2018 period a 27% (3.5% annually), unemployment was reduced by 38%, women minister ranking was much lower, but women in Parliament was increased by 15%. At the end of the PP period, women participation in workforce was better than in the last year of the progressive (PSOE) government (0,87 vs 0,77), also equal gender income (0,64 vs. 0,58) and only a small decrease in equal salary for same job (0,50 vs. 0, 53).

Table 7. - PSOE vs PP (Spain) impact in equality and economic indicators

GGG SPAIN		PSOE	PSOE	PSOE	PSOE	PSOE	PSOE		PP	PP	PP	PP	PP	PP	PP	PP		PSOE	PSOE
PSOE vs PP		2006	2007	2008	2009	2010	2011	11/06	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	18/12	2019	2020	
Global Index		11	10	17	17	11	12	-1	26	30	29	25	29	24	29	-3	8	14	
Value		0,73	0,74	0,73	0,73	0,76	0,76	4%	0,73	0,73	0,73	0,74	0,74	0,75	0,75	3%	0,80	0,79	
Economic		85	84	89	90	78	74	11	75	76	84	67	72	81	80	-5	72	71	
Value		0,54	0,59	0,58	0,60	0,62	0,63	17%	0,65	0,65	0,65	0,67	0,67	0,66	0,66	2%	0,68	0,70	
Education		38	39	58	56	40	37	1	38	40	44	47	43	45	47	-9	43	44	
Value		0,99	0,99	0,99	0,99	1,00	1,00	0%	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	0%	1,00	1,00	
Health		71	74	76	80	63	56	15	34	75	87	93	91	81	93	-59	93	114	
Value		0,97	0,97	0,97	0,97	0,98	0,98	0%	0,98	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	0,97	-1%	0,97	0,97	
Political		5	5	7	9	5	5	0	27	27	23	26	26	22	24	3	8	15	
Value		0,42	0,42	0,37	0,37	0,43	0,28	-33%	0,28	0,28	0,31	0,33	0,32	0,35	0,35	25%	0,53	0,49	
Workforce		72	75	75	79	69	70	2	68	58	53	52	54	54	52	16	54	59	
Value		0,66	0,71	0,72	0,74	0,77	0,77	17%	0,77	0,82	0,85	0,85	0,86	0,86	0,87	14%	0,87	0,88	
Equal Salary		110	117	124	120	117	122	-12	116	116	117	106	118	122	129	-13	115	102	
Value		0,45	0,51	0,46	0,49	0,52	0,53	18%	0,55	0,54	0,54	0,57	0,55	0,51	0,50	-9%	0,56	0,60	
Equal Income		81	76	80	82	81	64	17	66	69	72	59	55	60	50	16	55	61	
Value		0,44	0,5	0,5	0,53	0,55	0,57	30%	0,6	0,59	0,6	0,65	0,63	0,63	0,66	10%	0,66	0,65	
Parliament		7	7	8	11	14	14	-7	14	17	10	13	13	14	15	-1	5	14	
Value		0,56	0,56	0,57	0,57	0,58	0,58	4%	0,56	0,56	0,66	0,7	0,67	0,64	0,64	15%	0,90	0,79	
Women Ministers		2	1	6	6	1	1	1	22	21	29	24	24	13	13	9	1	1	
Value		1	1	0,78	0,78	1	1	0%	0,44	0,44	0,44	0,44	0,44	0,63	0,63	42%	1	1	
GDP \$ pp		26.320	24.171	27.765	28.536	27.066	26.855	2%	26.941	26.952	31.198	32.270	32.814	33.261	34.272	27%	35.700	36.090	
Human Index		0,86	0,86	0,86	0,87	0,87	0,88	3%	0,88	0,88	0,89	0,90	0,90	0,90	0,91	3%	0,90		
Unemployment		8,5%	8,2%	11,3%	17,9%	19,9%	21,4%	153%	24,8%	26,1%	24,4%	22,1%	19,6%	17,2%	15,3%	-38%	14,1%	15,7%	
Competitivity		68,2	69,2	69,1	70,1	69,6	70,2	3%	69,1	68	67,2	67,6	68,5	63,6	65,1	-6%	65,7	66,9	

This above data suggests PSOE focus more on women ministers, but with a very negative impact in the economy, where the PP government focus in improving the economy, not in parity, but improving equality not only in the economy but also women in Parliament.

In 2018 Spain had a new Government; the PM broke a ministry held before by a man in several ones with women and, in one day, Spain became the country with highest number (64,7%) of women ministers improving significantly in the GGG index (Aguilar and Sanchez, 2018). But in GGG-2022 was 15 in political empowerment, 64 in economic equality and 89 in wage equality. Economic equality is difficult; short-term political parity gains seem to be the priority.

These results may indicate the patriarchy construct may not be useful to diagnose and specially resolve the economic gender inequalities. We could defend the opposite; the problem is not that access of women to power does not bring economic opportunities for women, but that we do not measure it well. We are measuring parity, not same power.

5.3 Limitations

There are confusing concepts. Gender is used as sex (men and women) or just refers to women. Few studies evaluate the social relevance (gender) of being man or woman, key to achieve a real equality. Parity is used for equality, leaders for elites and leadership por power. Better leadership theorizing is required (Asford and Sitkin, 2019:458). It seems we are just going back to a "Great Woman" theory instead of the "Great Man" to make it equal, but probably equally wrong with the concept of women leadership advantage (Eagly & Carli, 2003).

GGG is broadly used by Governments, reliable and consistent, but other indicators could be used. The relative weight of the different sub-indexes in the GGG could have changed since 2006, and the number of countries, to reflect the importance of them to reduce inequality, although limiting the ability to compare data with previous years.

We could have done more and different statistical analysis; data available, from different countries, areas, indexes and sub-indexes does not make clear how to make a relevant statistical analysis. Correlation of other variables could be done. There is a lack of studies relating to causation; more women generate a better economy and more profitable companies or is the opposite? The first is the dominant belief; in this study we present some indications that perhaps is the opposite. More studies are needed.

Another limitation in the dominant belief that any policy for some women is good and effective for all women and any discussion is an attack to all women and not a fact-finding research interest to resolve the problem. Critical thinking and discussion with alternative possible solutions has to be facilitated and encouraged.

5.4 Strategic Recommendations.

Men and women do not have real equal power in the world. Many countries (GGG 2022) have improved political women representation, but gender economic inequalities increased. With the above study and review, we present some recommendations to improve economic gender equality:

Strategic Plan: gender equality strategy has to be designed for each country, agreed between Government and opposition to be long-lasting, with priorities, resources and a "path" for equality, supported by studies and data. It seems present focus is keep doing same -not effective- actions and plans; actions without strategy will not bring results.

Better diagnosis: we need more studies to understand economic inequalities. Simple approaches and correlations should be substituted with systemic and transversal analysis of public policies effectiveness. We recommend facilitating critical thinking and approaches and views differing from the dominant categorical narratives.

Economic inequality: political representation is not bringing economic equality to women. Governments seem to use political representation as a tool to achieve short-term goals in equality indicators without a real commitment for sex or gender equality. Woetzel (2015) measured the number of women affected by inequalities globally; 15.000 in political under-representation but 551 million in wage gap for similar work; in wage gap the target is larger, but also the impact. Economic gender equality for all women should be the first priority in gender policies, not political parity.

Women elites: The idea of changing the top to trickle down equality for all women, seems not working. Women are diversity but they are diverse. We could argue that women in the political and economic elites ("leaders") behave like men in same elites (Coller, 2008). In one study of 2.150 male and female managers in Spain, 38,4% of males had a "masculine" personality (action oriented, rational, planned, organized) but 43% of females had that same personality (Rivera-Mata, 2011); in that sense, women managers in Spain are less diverse than men. That makes sense when we conceptualize the access of women -or anybody- to upper management – the glass ceiling- as a movement of a group to enter the dominant elite and not as fight among two sexes. In a similar way, when evaluating 429 young leaders

from Latin America in Georgetown University we found male high gender similarity in personality and needs, but very different from Latin America general population (Rivera Mata, 2019). Leaders, elites, are different than general population (Putman, 1976) and similar among themselves, regardless of their sex. It is easier stereotyping: as women (general population) are empathic, caring and inclusive, all women, even from the elite, are like that, and any woman is more so than any man. Reality is more complicated,

India introduced political gender quotas in 1994, but gender equality is still far away, being ranked 135 in general GGG-2022 and 143 in economic equality (of 146 countries). Karekurve and Lee (2020) suggest political quotas in India Parliament increase inequality, as only women from selected castes -the elite- get included and men and women of lower castes are rejected. Many policies try to improve gender equality increasing women ministers, in Parliaments or Boards, to reach 50% parity. But, if we achieve parity, do we achieve equality? Most indexes are indicators of elite parity (women at the top), impacting a limited number of women (Woetzel et al., 2015).

We recommend gender policies should focus on gender inputs (social categorization of people based upon sex, specially the provide-caring social role), not outputs (parity/women in the elite); otherwise, we could not achieve sustainable economic gender equality, nor equality in general. We need to intervene in early stages of education in students, parents and teachers to avoid this perverse voluntary sex educational segregation in accordance with gender roles. This is more relevant and will take longer to achieve, but if we do not work on the inputs, we will not achieve actual the output of same economic level of men and women even if we achieve same salary for same jobs. We cannot work only with one sex, women; we might achieve sex parity, but not gender equality.

Economic Inequality: we recommend traditional economic equality policies, tax progression and progressive fiscal policies. Avram and Popova (2022) showed taxes and transfers significantly reduce gender income inequality but cannot compensate for high gender earnings gaps, suggesting gender income equality is more likely to be achieved by promoting the universal/dual breadwinner model, whereby women's labor force participation and wages are equal with men and men working less and caring more. Promoting progressive fiscal policies and provide-care social role interchange should be a priority to achieve economic equality between men and women.

The goal of economic sex equality policies should be to be equally affluent, not equally poor (as Marxists systems achieved). COVID has increased economic inequalities globally. We have to improve general economic equality with better governance, tax collection and democratic processes, to have additional public income to spend in family and social care programs that free women from their traditional caring roles to be more equal in the labor force and improve wage equality. We should be cautious with the trend to give economic value to the care economy (previously called domestic work) (Esquivel, 2011). To recognize the importance of women in this activity, develop public programs to increase co-responsibility among sexes and to free women from family duties to be more equal in the workforce is recommendable, but to compensate present caring activities at home could perpetuate gender roles and limit access to equal workforce and wages. As we have seen (Rivera-Mata, 2018b) with voluntary education gender segregation, we consider this could perpetuate, even increase, gender roles (man acting/providing, women caring). Spain in 2007 increased maternity paid leave, allowing sharing it with the male partner. This increased the difficulty of women to be equally competitive in the workplace and reaching leadership positions, as they took the maternity leave given to men. In 2019 it was regulated that both leaves eventually should have same period and not sharable among them to reduce inequalities in the workplace. Some laws that are good for some women are finally bad for equality.

Consultancy firms, selling equality and gender programs, advocate that bringing more women to the workforce in Spain during the 1990s had a net positive impact of +18% in the GDP Spain (McKinsey, 2017). They are correlations; if all women in Spain had same level of participation in the workforce, same salary and same income than men, the economy would be better. But how do we do achieve that? Should we intervene with more gender policies or should we improve the economy to increase the need of more women paying them more equitable salaries as they are needed more? We believe gender policies should be really gender (not focus in one sex) and really transversal and facilitating systemic and structural changes that reduce gender differences and increase equality among sexes. We recommend improving competitiveness, governance and democratic processes to facilitate that women, with better educational achievement, would be more and better demanded by the economy. Better governance, democratic quality and competitiveness will improve economic gender equality and not the opposite. We hope this study could help to understand economy and gender equality relationships, discuss causation and finally reduce gender inequality.

References

- Aguilar, A and Sanchez, R. (2018) *España se convierte en el país con más ministras del mundo, por encima de Suecia o Islandia. El diario*. https://www.eldiario.es/politica/gabinete-sanchez-convierte-espana-ministras_1_2092391.html
- Avram, S. and Popova, D. (2022) *Do taxes and transfers reduce gender income inequality? Evidence from eight European welfare states. Social Science Research Vol. 102*. <https://doi.org/10.1016/j.ssresearch.2021.102644>
- Chodorow, N. (1989) *Feminism and psychoanalytic theory*. New Haven, Connecticut: Yale University Press.
- Coller, X. (2008), *El sesgo social de las élites políticas. El caso de la España de las autonomías (1980–2005)*. *Revista de Estudios Políticos*, 141: 135–149. <https://recyt.fecyt.es/index.php/RevEsPol/article/download/45124/26655/0>
- Dahlum, S., Knutsen, C.H. and Mechkova, V. (2022) *Women's political empowerment and economic growth, World Development* 156. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2022.105822>
- Del Aguila, L. (2020) *Crítica marxiana de la igualdad en la ciudadanía moderna. Estudios de Filosofía*, nr. 62, pp. 11–32 Instituto de Filosofía, Universidad Antioquia. <https://doi.org/10.17533/udea.ef.n62a02>
- Diachkova, A., & Kontoboitseva, A. (2022). *Economic Benefits of gender equality: comparing EU and BRICS countries. Economic consultant*, 37 (5), 4–15. <https://doi.org/10.46224/ecoc.2022.1.1>
- Eagly, A. and Carli, L. (2003) *The female leadership advantage: An evaluation of the evidence. The Leadership Quarterly* 14 (2003) 807–834 <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S1048984303000584>
- Eagly, A., Wood, W. and Diekmann, A. (2000) *Social role theory of sex differences and similarities: A current appraisal. In The developmental social psychology of gender, Edited by Eckes, T. and H. M. Trautner, 123–174. New Jersey: Erlbaum*. <https://psycnet.apa.org/record/2000-03764-005>
- Engels, F. (1940) *The Origin of the Family, Private Property and the State*. Lawrence and Wishart. London https://www.marxists.org/archive/marx/works/download/pdf/origin_family.pdf

- Esquivel, V. (2011) *The Care Economy in Latin America: Putting Care at the Centre of the Agenda*. United Nations Development Programme, El Salvador.
- Giron, A. and Kazomikhasragh A. (2022) *Gender Equality and Economic Growth in Asia and Africa: Empirical Analysis of Developing and Least Developed Countries*, *Journal of the Knowledge Economy* (2022) 13:1433–1443 <https://doi.org/10.1007/s13132-021-00782-1>
- Hampson, E. and Moffatt, S. (2004) *The psychobiology of gender: Cognitive effects of reproductive hormones in the adult nervous system*. In: *The Psychology of Gender*. Edited by Eagly, A., A. Beall and R. Stenberg. Guilford Press. New York.
- Hausmann, R. et col. (2006). *The Global Gender Gap 2006*. World Economic Forum, Geneva. https://www.weforum.org/docs/WEF_GenderGap_Report_2006.pdf
- Hausmann, R. et col. (2017). *The Global Gender Gap 2017*. World Economic Forum, Geneva. <https://www.weforum.org/reports/the-global-gender-gap-report-2017>
- Hausmann, R. et col. (2021). *The Global Gender Gap 2021*. World Economic Forum, Geneva. <https://www.weforum.org/reports/global-gender-gap-report-2021>
- Hausmann, R. et col. (2022). *The Global Gender Gap 2022*. World Economic Forum, Geneva. https://www.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2022.pdf
- Hines, M. (2004) *Androgen, Estrogen and gender: contributions of the early hormone environment to gender-related behavior*. In: *The Psychology of Gender*. Edited by:
- Hrdy, S. (2000) *The optimal number of fathers; evolution, demography and history in the shaping of female male preferences*. *Annals of the New York Academy of Sciences* 907: 75–96. New York.
- Karekurve, V. and Lee, A. (2020) *Do gender quota hurt less privileged groups? Evidence from India*. *American Journal of Political Science* Vol 64, nr 4 pp. 757–772 <https://doi.org/10.1111/ajps.12511>
- Kohlberg, L. (1966) *A cognitive-developmental analysis of children's sex role concepts and attitudes*. In: *The development of sex differences*. Edited by: Maccoby, E., Stanford, California.
- Marx, K. and Engels, F. (1846) *The German ideology*. Intern. Publishers, New York.
- McKinsey (217) *Women matters 2017. A way forward for Spain*. www.mckinsey.com
- Nabuel, F. (2019) *Capitalismo y relaciones de género. Elementos para una lectura categorial*. *Theomai Journal*. Num. 39, pp. 59–77,
- Pinker, S. (2002) *The blank slate; the modern denial of human nature*. Viking. New York.
- Putman, R. (1976) *The Comparative Study of Political Elites*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs, NJ.
- Rivera-Mata, J. (2011) *Liderazgo, sexo y género: comportamientos y relaciones de directivos y directivas españolas*. Doctoral dissertation. Universidad Pablo de Olavide, Sevilla.
- Rivera-Mata, J. (2013) *Mujer, liderazgo y sociedad en America Latina*. Universidad del Pacifico, Lima.
- Rivera-Mata, J. (2015) *Women in Spanish Businesses. What is more Important for Leadership: Sex, Age or Company?* Presentation Congress of the International Leadership Association (ILA), Barcelona.
- Rivera-Mata, J. (2016) *The More Political Power, The Less Women in Latin America. Gender Quotas to Reduce the Leadership Gap*. International Leadership Association (ILA) Conference, Lima, Peru.
- Rivera-Mata, J. (2016b) *Latin America Behind Africa in Business Leadership Gender Gap. Alternatives: EU and World Bank*

Programs. International Leadership Association (ILA) Conference, Lima, Peru.

Rivera-Mata, J. (2018) Women Political Leaders Improve Women's Leadership? The Cases of Presidents Kirchner, Rousseff, and Bachelet. International Leadership Association (ILA) Conference, Lima, Peru.

Rivera-Mata, J. (2018b) Women and Science Strategies: Advance or change? II Seminar Women and Science. Universidad Pablo de Olavide, Sevilla, Spain.

Rivera-Mata, J. (2020) How is the leadership of the Latin-American youth? Leadership, sex and country of 427 students from Georgetown University. The Journal of Globalization, Competitiveness, and Governability. Vol.14 Nr.1. DOI 10.3232/GCG.2020.V14.N1.01

Rivera-Mata, J. (2022) Gender and equality in Latin America-Caribbean; Evolution 2006-2021. Strategic Recommendations. The Journal of Globalization, Competitiveness, and Governability. Vol. 16, Nr.1. DOI 10.3232/GCG.2022.V16.N1.02

Vinnicombe, S., Doldor, E., Battista, V. and Tessaro, M. (2020) The Female FTSE Board Report 2020. Ernst and Young, UK.

Woetzel, J. et al (2015) The Power o parity; how advancing women's equality can add \$12 Trillion to Global Growth. McKinsey Global Institute, McKinsey. www.mckinsey.com/mgi

World Bank (2020). Free access data from the World Bank. Retrieved from: <https://datos.bancomundial.org>
