

XXIV

**SEMINARIO LUSO-ESPAÑOL
DE ECONOMÍA EMPRESARIAL**



UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA



XXIV Seminario Luso-Español
de Economía Empresarial

XXIV Seminario Luso-Español
de Economía Empresarial
Cáceres, 16, 17 y 18 de noviembre de 2022

Libro de resúmenes / Livro de resumos

Mari Cruz Sánchez Escobedo (coordinadora de las Actas)
Nuria Ramos Vecino (recopilación y preparación)



Cáceres
2023

Esta obra ha sido valorada, evaluada y aprobada para su publicación por el Consejo Asesor del Servicio de Publicaciones de la Universidad de Extremadura en sesión celebrada el 5 de mayo de 2023.

1ª edición, 2023

Coordinadora: Mari Cruz Sánchez Escobedo
Recopilación y preparación: Nuria Ramos Vecino

Tipografía utilizada: Bebas Neue (para cubierta), Bembo Std (para páginas iniciales) y Weiss Std y Fira Sans (para el texto de la obra)

Imagen de cubierta: Ciudad Monumental de Cáceres. Diseño Imprenta-Papelería Antonio Román (Cáceres)

Edita:

Universidad de Extremadura. Servicio de Publicaciones
Plaza de Caldereros, 2. 10071 Cáceres (España)
Tel. 927 257 041; Fax 927 257 046
publicac@unex.es
<https://publicauex.unex.es/>

Maquetación y pdf multimedia: Dosgraphic, s. l.

E-ISBN: 978-84-9127-184-0 (edición digital en acceso abierto)

Dehesa Repositorio
Institucional

Acceso abierto en el Repositorio Institucional de la Universidad de Extremadura



ÍNDICE

	<i>Páginas</i>
1. PRESENTACIÓN	9
2. COMITÉ ORGANIZADOR	11
3. COMITÉ CIENTÍFICO	13
4. WORKSHOP DE NUEVOS INVESTIGADORES / INVESTIGADORES NOVELES – WIN.....	17
4.1. Presentación.....	17
4.2. Contenidos.....	17
5. SEMINARIO LUSO-ESPAÑOL DE ECONOMÍA EMPRESARIAL.....	35
5.1. Presentación.....	35
5.2. Programa.....	36
5.3. Comunicaciones presentadas por área de conocimiento.....	43
<i>Sala de Emprendimiento</i>	<i>43</i>
<i>Sala de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)</i>	<i>48</i>
<i>Sala de Finanzas y Contabilidad</i>	<i>53</i>
<i>Sala de Turismo y Empresa</i>	<i>62</i>
<i>Sala de Organización de Empresas</i>	<i>67</i>
<i>Sala de Marketing e Innovación</i>	<i>72</i>
<i>Sala de Emprendimiento y Sostenibilidad</i>	<i>77</i>
<i>Sala de Finanzas</i>	<i>82</i>
<i>Sala de Innovación y TIC</i>	<i>87</i>
<i>Sala de Economía.....</i>	<i>92</i>

1

PRESENTACIÓN

CIBECEM es la red de Universidades ibéricas fronterizas que nace jurídicamente en 2005 y a la que se han ido integrando las universidades públicas de la Raya. La UEx junto con La Universidade da Beira Interior, la Universidad de Huelva y la Universidad de Évora fueron las que conformaron el nacimiento de la Red CIBECEM, a la que posteriormente se adhieren otras 4 instituciones.

La totalidad de universidades son: Universidad de Extremadura, Universidade do Algarve, Universidade de Évora, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Universidade da Beira Interior, Universidad de Vigo, Universidad de Salamanca, Universidad de Huelva.

La cooperación entre España y Portugal en materia de educación universitaria e investigación requiere marcos estables y planificados. CIBECEM aspira a servir de eficaz lugar de encuentro de académicos y profesionales de la administración y economía de la empresa de ambos países interesados en fomentar las relaciones interuniversitarias y económico-empresariales en los territorios fronterizos.

Son dos las actividades que anualmente desarrolla CIBECEM: la realización del Seminario Luso Español de Economía Empresarial (SLEEE) y el Workshop Nuevos Investigadores / Investigadores Nascentes (WIN), que se organizan conjuntamente y de forma alternativa en Portugal y España, respetándose un orden correlativo entre las universidades integrantes de CIBECEM.

Las sedes en las que se han realizado hasta la fecha han sido las siguientes:

<i>Año</i>	<i>Edición</i>	<i>Universidad organizadora</i>
1999	I Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Huelva
2000	II Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Évora
2001	III Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Extremadura
2002	IV Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Algarve
2003	V Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Beira Interior
2004	VI Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Huelva
2005	VII Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Évora
2006	VIII Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Extremadura
2007	IX Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Beira Interior
2008	X Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Huelva

<i>Año</i>	<i>Edición</i>	<i>Universidad organizadora</i>
2009	XI Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Algarve
2010	XII Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Vigo
2011	XIII Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Évora
2012	XIV Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Salamanca
2013	XV Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Tras-Os-Montes e Alto Douro
2014	XVI Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Extremadura
2015	XVII Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Beira Interior
2016	XVIII Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Salamanca
2017	XIX Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Algarve
2018	XX Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Huelva
2019	XXI Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Évora
2020	XXII Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Vigo
2021	XXIII Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Salamanca
2022	XXIV Seminario Luso-Español de Economía Empresarial	Extremadura

La celebración del seminario tuvo lugar en la Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo de la Universidad de Extremadura, en Cáceres; con un total de 87 investigadores inscritos (27 de la UEx).

La información del Seminario se encuentra en la web: <http://xxivslee.eamturin.com/>

<i>Seminario Luso-Español de Economía Empresarial</i>	Nº de Comunicaciones Recibidas	54
	Nº de Comunicaciones Aceptadas	47
<i>Workshop de Nuevos Investigadores (WIN)</i>	Nº de Propuestas de investigación Recibidas	12
	Nº de Propuestas de investigación Aceptadas	10

El coste de la inscripción en el seminario para el público interesado en general ha sido de 60€, y el de la inscripción para el WIN o Doctorandos de 45€. Se ha contado con el apoyo financiero del Círculo Empresarial Cacereño, Extremadura New Energies, la Cámara de Comercio de Cáceres y el Departamento de Economía Financiera y Contabilidad de la Universidad de Extremadura. Además, ha contado con la colaboración del Grupo de Investigación EMTURIN, la Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo de Cáceres, la Fundación Universidad Sociedad, la Confederación de Empresarios y Autónomos de Extremadura (CEADE), la Fundación Camilo Prado, la revista Journal Management of Business Economic (JMBE) y Pimentón de la Vera.

2

COMITÉ ORGANIZADOR

El Comité Organizador de este XXIV Seminario estuvo integrado por los siguientes profesores, miembros e investigadores de la Universidad de Extremadura:

- Mari Cruz Sánchez Escobedo (presidenta)
- Adelaida Ramos Mariño
- Nuria Ramos Vecino
- Antonio Fernández Portillo
- José Francisco Rangel Preciado
- Antonio Carlos Alcázar Blanco
- Remedios Hernández Linares
- María Calzado Barbero



3

COMITÉ CIENTÍFICO

Posiblemente la aportación más importante para el autor de una comunicación es la contribución al proceso de mejora de la investigación y de la forma en la que se presenta a la comunidad científica. De ahí la importancia del proceso de revisión se haga, que debe ser de la mejor forma posible. En este sentido, son claves las valoraciones y los comentarios recibidos tanto durante el proceso de revisión, como durante la sesión en la que se presenta la comunicación seleccionada en el Seminario.

Todas las comunicaciones recibidas durante el periodo establecido fueron propuestas para revisión a dos investigadores. Para ello se enviaron las comunicaciones anonimizadas, similar a la revisión por pares de las revistas científicas (los revisores desconocen los autores de la comunicación, y los autores desconocen quién fueron sus revisores). Para facilitar y estandarizar la tarea del revisor, estos disponían de una plantilla, elaborada por el comité organizador, dividida en preguntas cortas sobre la calidad de la comunicación, y secciones para la retroalimentación a los autores. Cada revisor otorgó una puntuación a partir de un listado de criterios establecidos, comentando aspectos relevantes de la comunicación, así como propuestas de orientaciones para su mejora. Los comentarios de los revisores se enviaron al/los autor/res de la comunicación, independientemente de si la comunicación fue o no aceptada en el Seminario. Fueron seleccionadas las comunicaciones con la suficiente calidad y adecuación.

Agradecemos el compromiso y el buen hacer de los revisores que han colaborado en este proceso, ya que lo hacen de forma desinteresada y consume mucho tiempo de sus ya apretadas agendas.

A continuación, se lista la relación de revisores que han realizado al menos una revisión en esta edición del Seminario Luso-Español de Economía Empresarial:

UNIVERSIDAD DE EXTREMADURA

- María de la Cruz Sánchez Escobedo
- Antonio Carlos Alcázar Blanco
- Manuel Almodóvar González
- José Luis Coca Pérez
- Antonio Fernández Portillo
- José Antonio Folgado Fernández

- Remedios Hernández Linares
- Natalia López-Mosquera García
- José Francisco Rangel Preciado

UNIVERSIDAD DE VIGO

- María Elisa Alen González
- Ana Gueimonde Canto
- Carlos Ferro Soto
- Jesús Lampón Caride
- José Antonio Fraiz Brea
- María Lorena Rodríguez Campo
- Noelia Araújo Vila
- Nuria Rodríguez López
- Patricio Sánchez Fernández
- Elena Rivo López
- Trinidad Domínguez Vila

UNIVERSIDAD DE BEIRA INTERIOR

- Ricardo Gouveia Rodrigues
- Cláudia Dias
- Arminda do Paço
- Cristina Fernandes
- Maria Do Céu Alves
- Paulo Duarte
- Pedro Mota Veiga
- Paula Pinheiro
- Sónia Neves
- Zélia Serrasqueiro

UNIVERSIDAD DE HUELVA

- Juan Manuel Cepeda Pérez
- Enrique Ferradás Moreira
- Elena García de Soto Camacho
- Rocío Hernández Garrido
- María del Pilar Martín Zamora
- Zulema Nacimiento Coronel
- Rosa María Vaca Acosta

UNIVERSIDAD DE SALAMANCA

- Pablo Antonio Muñoz Gallego
- Isabel Gallego Álvarez
- Álvaro Garrido Morgado
- Pablo Garrido Prada
- Carmen González Zapatero
- Eva Lahuerta Otero
- Gustavo Lannelongue Nieto
- Belén Lozano García
- Jennifer Martínez Ferrero
- Pablo A. Muñoz Gallego
- Ignacio Requejo Puerto
- Luis Rodríguez Domínguez
- Isabel Suarez González

UNIVERSIDAD DE TRAS-OS-MONTES E ALTO DOURO

- Rui Silva
- Carmen Leal
- Carla Susana Marques
- Carlos Pescador Marques
- Ana Rodrigues

UNIVERSIDAD DO ALGARVE

- Ana Rita Faria
- Celísia Baptista
- Fernanda Matías
- Georgette Andraz
- Joaquim Pinto Contreiras
- Margarida Santos
- Paula Serdeira

UNIVERSIDAD DE ÉVORA

- Jorge Casas Novas
- José Correia
- Ana Fialho
- Rui Fragoso
- Rui Quaresma
- Marta Silvério



4

WORKSHOP DE NUEVOS INVESTIGADORES / INVESTIGADORES NOVELES - WIN

4.1. PRESENTACIÓN

En el Workshop WIN (Workshop de nuevos Investigadores/Nóveles) se presentaron los proyectos de tesis doctoral o de investigación doctoral en curso. El Workshop ofrece a los estudiantes de doctorado en economía y administración de empresas y a los investigadores en general, la oportunidad de compartir su investigación con investigadores consolidados tanto de España como de Portugal, además de interactuar con otros estudiantes de doctorado con sus mismos intereses.

El WIN es una actividad integrada en el XXIV Seminario Luso-Español de Economía Empresarial 2022, desarrollada en una única sesión, y cuyo contenido de esta sesión se recoge en el siguiente epígrafe.

El objetivo principal es contribuir a mejorar las propuestas de investigación y sus posibilidades de publicación en revistas internacionales de reconocido prestigio. Además, persigue mejorar las competencias investigadoras de los participantes.

El Workshop tuvo lugar la tarde del miércoles 16 de noviembre de 2022 en el Salón de Grados de la Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo en Cáceres. Estuvo coordinado y moderado por los profesores M^a Elisa Alén González (Universidad de Vigo) y Ricardo Gouveia Rodrigues (Universidade da Beira Interior).

4.2. CONTENIDOS

Horario	Autor	Título
16:00-16:20 h	Elisabeth Baía	How do Dynamic Capabilities explain performance?
16:20-16:40 h	Julia Vasconcelos	Atitudes para Iniciativas de Paridade de Género e Comportamentos de Cidadania Organizacional – Um Estudo Comparado
16:40-17:00 h	Marisa Leal	A transferência de conhecimento nos ecossistemas empreendedores e o desenvolvimento dos territórios
17:00-17:20 h	Roberta Dutra de Andrade	Digital entrepreneurial ecosystems: major idiosyncrasies of leaders, followers, catcher-up, and laggard's European countries and emergent economies

<i>Horario</i>	<i>Autor</i>	<i>Título</i>
17:20-17:40 h	Alex Rodrigues	Empreendedorismo Artesanal: contributos e influencia no desenvolvimento sustentável de territórios de Baixa densidade transfronteiriços
17:40-18:00 h	Descanso – pausa para café	
18:00-18:20 h	Florabela Dantas	O impacto da dissonância entre patrocínio e fandom na imagem das marcas desportivas um estudo com neuro marketing
18:20-18:40 h	Joao Alfredo Pereira	Towards a more sustainable meat consumption: a neuromarketing approach
18:40-19:00 h	Azahara Gil Corbacho	Nuevas Alternativas de inversión basadas en empresas tecnológicas
19:00-19:20 h	Jesús Sánchez González	Sistema mixto de pensiones: el modelo de dos etapas

HOW DO DYNAMIC CAPABILITIES EXPLAIN PERFORMANCE?

Elisabeth Baía, (elisabeth.baia@ubi.pt)

Directores: João Ferreira (jjmf@ubi.pt)

Ricardo Gouveia Rodrigues (rgrodrigues@ubi.pt)

Universidade da Beira Interior

ABSTRACT

Firms are under pressure to continuously cope, adapt and develop their business practices in today's dynamic environments (Loureiro *et al.*, 2021; Sandberg *et al.*, 2021). This notion has evolved into the concept of dynamic capabilities (DC) (Eisenhardt & Marting, 2000; Teece *et al.*, 1997). The DC view emerges as an outset of a new strategic framework addressing change and the capabilities required (Bleady *et al.*, 2018), aiming to explain how firms sustain competitiveness in dynamic environments (Wilden *et al.*, 2016). As such, it addresses the holy grail of strategic management (e.g., Schilke *et al.*, 2018).

Teece *et al.* (1997) originally introduced the DC concept as a firm's ability to integrate, build and reconfigure internal and external competencies to address rapidly changing environments through the ability to sense opportunities and threats, seize responses, and reconfigure the resource base (Teece, 2007). Eisenhardt and Martin (2000) relate DCs to the firm's processes to integrate, reconfigure, gain, and release resources to match and even create market change. Thus, DC are viewed as higher-order capabilities and processes, whereas 'dynamic' indicates the role they play in renewal, and 'capabilities' stresses that they result from regular strategic efforts to adapt (Barrales-Molina *et al.*, 2014).

Performance is a key tenant in the DC literature and is usually seen as the ultimate aim (Laaksonen & Peltoniemi, 2018), making the DC-performance relationship the most central within this framework (e.g., Helfat & Peteraf, 2009; Laaksonen & Peltoniemi, 2018; Pezeshkan *et al.*, 2016). DC are proposed to confer superior sustainable competitiveness by adding change and extending the resource base continuously (Helfat & Peteraf, 2009) to facilitate strategic management (Vijaya *et al.*, 2019) and alignment with the environment (Teece *et al.*, 1997). Inevitably, learning and change are crucial components in how DC explain performance (e.g., Andreeva & Ritala, 2016; Helfat *et al.*, 2007; Yeniaras *et al.*, 2021). DC have evolved into one of the most promising and prolific strategic frameworks (e.g., Albort-Morant *et al.*, 2018; Schilke *et al.*, 2018). Nonetheless, despite the ongoing progress, the comprehension of how DC explain performance remains fragmented and incoherent (Pezeshkan *et al.*, 2016), needing additional discussion and in-depth development (Arndt *et al.*, 2022; Nguyen & Mort, 2021; Pundziene *et al.*, 2021).

The relationship currently entails a paradox: The growing conceptual consensus holds that the workings of DC are to promote strategic change, allowing firms to achieve superior performance and stay competitive over time (Laaksonen & Peltoniemi, 2018; Peteraf *et al.*, 2013; Schilke *et al.*, 2018). Theoretical contribution offers indirect DC performance-enhancing effects explanations through change mechanisms of the reconfiguration of processes and operational capabilities to achieve long-term sustainable performance (Laaksonen & Peltoniemi, 2018; Wilden *et al.*, 2016). Yet, empirical research has largely ignored bounding assumptions (Laaksonen & Peltoniemi, 2018) and sparsely explored this fundamental change-related link in the DC-performance equation (Andreeva & Ritela, 2016). If this relationship is not explored and clarified, the rising of a robust framework able to avoid tautology traps with consolidated theoretical and empirical premises becomes challenging (Arndt *et al.*, 2022; Bitencourt *et al.*, 2020; Laaksonen & Peltoniemi, 2018). More specifically, the emphasis of DC on change necessitates further elaboration and insight into the nature and workings of these mechanisms that explain the relationships of DC with outcome variables, a significant area of weakness in the current literature (Schilke *et al.*, 2018; Schulze & Brusoni, 2022; Wójcik, 2020).

To detain practical applicability, a framework should be generalised enough to provide guidance in various contexts (Teece, 2017). Currently, most adopted DC definitions point to their generic nature and applicability. Yet, these are commonly operationalised as domain-specific, bounded within certain limits determined by functions or processes, making conclusions less generalised (Wójcik, 2020). Therefore, Andreeva and Ritala (2016) suggest the need to study generic DC to enhance understanding and facilitate the exploitation of its practical implications. As an extension, they present another conceptual concern that merits further research; to study other capabilities sufficiently generic in nature and have the capacity to preserve their value over a sufficiently long period of time to be incorporated as another element of DC.

The literature on organisational unlearning (OU) provides rising knowledge towards generating and implementing organizational change and sustaining continuous adaptability (Akgün *et al.*, 2007). Through deliberate change of existent knowledge, OU provides a proper setting and space for organisational learning (Cegarra-Navarro & Wensley, 2019), which is foundational for the DC development and reconfiguration process (Schilke *et al.*, 2018). We build on this insight to propose organisational unlearning (OU), referred to as the change of existing cognitions and practices (Akgün *et al.*, 2007), as an adequate example of a generic DC. It is contended that, unlike domain-specific DC, OU does not turn obsolete in a specific context within a certain timeframe (Andreeva & Ritala, 2016), yet specific enough to detain practical utility (Akgün *et al.*, 2007). While Tsang and Zahra (2008) emphasised the importance of OU to strategic management, the potential OU to DC in explaining how they provide sustainable performance has yet to be explored.

Considering these shortcomings, the overall research objective (RO) is to investigate how DC contribute to superior and sustainable performance by exploring the change-related link in the DC-performance equation. The meritorious endeavour of addressing the nature of DC and its micro-foundations, contemplated with the sparsely investigated change-related mechanisms, is intended. In this research, the connection between DC and change is central to understanding how these confer and explain sustainable performance.

As such, an interdisciplinary approach will be adopted, including organizational learning and change to address the presented gaps and detangle the overall RO.

In sum, the guiding research question is: How do DC foster superior performance through change mechanism? To answer this, this research is divided into five studies, with respective specific RO, namely:

1. Map and explore the state-of-the-art of empirical DC-performance relationship to identify lacunas and recommendations for future research;
2. Unfold and discuss OU as a generic DC;
3. Comprehend how DC can bring about change and reconfigurations;
4. Examine the necessary levels DC for achieving higher performance;
5. Scrutinise the relationship of DC and performance through change mechanisms.

ATITUDES PARA INICIATIVAS DE PARIDADE DE GÉNERO E COMPORTAMENTOS DE CIDADANIA ORGANIZACIONAL – UM ESTUDO COMPARADO

Julia Vasconcelos Furtado, (julia.furtado@ubi.pt)

Directores: António Carrizo Moreira (amoreira@ua.pt)

Ricardo José de Ascensão Gouveia Rodrigues (rgrdrigues@ubi.pt)

Jorge Humberto Fernandes Mota (jorgemota@ua.pt)

Universidade da Beira Interior y Universidade de Aveiro

RESUMO

As iniciativas de responsabilidade social corporativa (CSR) que visam afetar positivamente os *stakeholders*, indo além de seus interesses econômicos (Nazir & Islam, 2019), incluem também ações para reduzir o gap de género no local de trabalho. Já os efeitos destas iniciativas no comportamento dos colaboradores podem ser diversos. A percepção positiva das atividades de CSR faz com que o colaborador se identifique socialmente com esta (Manimegalai & Baral, 2018); aumentando tanto a satisfação no trabalho (Hoeffler *et al.*, 2010), quanto compromisso organizacional (Choi & Rainey, 2014) e comportamento de cidadania organizacional (Taghian *et al.*, 2015). Pesquisas que conectam CSR, atitudes dos colaboradores, comportamentos e satisfação no trabalho ficam aquém da exploração dos fatores que influenciam o comportamento de cidadania organizacional e atitudes em relação à paridade de género entre os colaboradores. Essa lacuna é o que motiva a pergunta de pesquisa do estudo: quais fatores influenciam as atitudes em relação às iniciativas de paridade de género e OCB entre os colaboradores?

Investigamos essas relações e seus mediadores, com foco em iniciativas de paridade de género em instituições de ensino superior (IES), em três estudos independentes. Em uma abordagem dupla, primeiro investigamos o papel da orientação de domínio social (SDO) e ameaça de status (ST) em influenciar as atitudes dos colaboradores da IES em relação às iniciativas de paridade de género (AGPI) e seu efeito na satisfação no trabalho (JS). Em seguida, a influência das percepções de CSR na satisfação no trabalho (JS), no compromisso organizacional (OC) e no comportamento de cidadania organizacional (OCB) deve ser ampliada, testando as variáveis e hipóteses descritas na Tabela I.

A TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO NOS ECOSISTEMAS EMPREENDEDORES E O DESENVOLVIMENTO DOS TERRITÓRIOS

Marisa Leal

Directores: Carmen Leal

Rui Silva (rui.silva@utad.pt)

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, UTAD

RESUMO

Nos dias atuais, o processo de inovação empresarial encontra-se sob o contexto da digitalização combinado com a globalização. Nesse sentido, as ações de exploração e aproveitamento do conhecimento são formadas com uma estrutura organizacional mais complicada de empresas em rede. O número de empresas que passou a confiar em ecossistemas para a inovação para obtenção de conhecimento e recursos aumentou em larga escala. Esta tendência requer empresas organizadas, "amparadas" num ecossistema em que os *stakeholders* (incubadoras, Municípios, Instituições de Ensino Superior, Sociedade, indústria, etc.) legitimam uma ligação sinérgica dos recursos para gerar inovação e desempenho superiores de forma uniforme, destacando a capacidade de integração dos recursos de informação e de partilha de conhecimento.

Estudos anteriores mostraram que o desempenho da inovação depende diretamente das redes para aquisição de recursos (Hansen *et al.*, 2005; Tsai, 2001) para promover a transferência e absorção do conhecimento, bem como a eficiência da sua aplicação (Dyer e Singh, 1998). No entanto, as atividades de transferência de conhecimentos em ecossistemas empreendedores são projetos complexos que incluem uma vasta gama de intervenientes com distintos objetivos, estruturas, normas e culturas. Tendo em conta o contexto de empresas e organizações que operam neste ambiente a startup deve contar com as estratégias de gestão de todos os *stakeholders* para soluções de inovação, evitando assim riscos de legitimidade ou falhas de inovação.

Investir mais em investigação, inovação e empreendedorismo é o cerne da Europa 2020 e a única forma de alcançar um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo. A especialização inteligente surge como um elemento-chave para políticas de inovação baseadas em locais. Carayannis e Grigoroudis (2016) explicam a ligação entre a criação de conhecimento, a produção de inovação e o aumento da competitividade regional e nacional. Apresentam os seis passos principais que cada nação / região deve seguir para estabelecer uma estratégia de especialização inteligente baseada nos princípios básicos descritos nas Estratégias de Investigação e Inovação da UE para a Especialização Inteligente (RIS3), acompanhada de alguns exemplos de excelência dos países nórdicos.

Existe uma preocupação em reconsiderar medidas para manter o impulso gerado na iniciativa original e demonstrar o valor deste exercício. Além disso, existe uma necessidade crescente de medir o impacto e quantificar o valor da "especialização inteligente".

Face ao referido, propomo-nos a analisar o papel do conhecimento e dos ecossistemas empreendedores no desenvolvimento dos territórios. Este interesse surge pelas leituras efetuadas em torno da temática e por nos parecer que até ao momento nenhum estudo refletiu uma análise ao nível nacional sobre a ligação entre os ecossistemas empreendedores, a gestão do conhecimento e o desenvolvimento dos territórios.

Devido à pertinência do tema e à escassez de conhecimento sobre os Ecossistemas Empreendedores em Portugal, definiu-se como objetivo central de investigação analisar de que forma a influência da gestão do conhecimento no sucesso dos EE pode contribuir para o desenvolvimento dos territórios.

Em termos de objetivos específicos definiram-se os seguintes:

1. Determinar se os EE com maior sucesso nas práticas de Gestão do Conhecimento são aqueles que mais contribuem para os processos e dinâmicas de desenvolvimento regional, na medida que serão os mais inovadores.
2. Analisar de que forma a existência de cooperação entre as incubadoras, as autarquias e universidades locais, impacta o ensino, a investigação e o desenvolvimento do território.

Face aos objetivos previamente definidos, definiu-se como questão central de investigação: De que forma a cooperação entre diferentes *stakeholders* e as empresas presentes nos EE influencia o processo de gestão do conhecimento e o comportamento inovação dessas empresas, contribuindo para o desenvolvimento dos territórios? Para dar resposta a esta questão tão ampla, definiram-se outras:

- De que forma contribuem os EE para os processos e dinâmicas de desenvolvimento regional?
- A existência de cooperação entre os *stakeholders* e as startups, pode impactar no seu desempenho em termos de inovação?

DIGITAL ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS: MAJOR IDIOSYNCRASIES OF LEADERS, FOLLOWERS, CATCHERS-UP, AND LAGGARDS EUROPEAN COUNTRIES AND EMERGENT ECONOMIES

Roberta Dutra de Andrade (roberta.andrade@ubi.pt)

Directores: Paulo Gonçalves Pinheiro

Luisa Cagica Carvalho (luisa.c.carvalho@esce.ips.pt)

Universidade da Beira Interior

ABSTRACT

Research on entrepreneurial ecosystems is still emergent, under-theorized, and fragmented, even more so for digital entrepreneurial ecosystems (DEE). The definition of entrepreneurial ecosystems (EE) appears with Spilling (1996). It goes to Cantner *et al.* (2021), who understand entrepreneurial and business ecosystems as subsets of a regional economic ecosystem, interconnected by the commercial exploitation of ideas as complements to organizational assets. Even with several frameworks to describe the elements of EE, only a few studies consider the influence of digitalization (e.g., Sussan & Acs, 2017).

With the emergence of the digital age, EE's actors have become more technologically advanced. It reflects the importance of digital Technologies and justifies the newborn concept of the Digital Entrepreneurial Ecosystem (DDE). Introduced by Susan and Acs (2017), that concept combines different elements to support the growth of start-ups to pursue digital opportunities (Du *et al.*, 2018). The new concept is based on digital users' citizenship, digital technology entrepreneurship, and digital multisided platforms. Past studies suggested that the ecosystem's performance is driven by the whole system (e.g. Isenberg, 2010; Stam & van de Ven, 2021), implying that all the elements are necessary.

However, the DEE features' necessity has not been empirically tested. Furthermore, the level of need for each piece is likely to differ and be contingent on the outcome. The literature has not reached a consensus on measuring entrepreneurial ecosystems' performance, and our study aims to shed light on which elements operate as an actual bottleneck (Torres & Godinho, 2021).

The brand new in my research is that digital entrepreneurial ecosystems will be analyzed in three major clusters: advanced economies in core regions, developed economies in non-core and contingency regions, and Emerging economies. It represents a theoretical advance, given that much of the ecosystem management models have been developed based on advanced economies and cannot be replicated in emerging economies. It happens due to given resource scarcity (access, mobilization, and provisioning), structural gaps

(overall business process, horizontal network patterns, and unique structural elements), and institutional voids (multi-polar coordination, benefits alignment, and commitment to engagement). In addition to the novel research that includes contingent regions and emerging economies, the thesis is divided into qualitative and quantitative sections and consists of a methods mix.

EMPREENDEDORISMO ARTESANAL: CONTRIBUTOS E INFLUÊNCIA NO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DE TERRITÓRIOS DE BAIXA DENSIDADE TRANSFRONTEIRIÇOS

Alex Rodrigues (aoarodrigues@gmail.com)

Directores: Carla Susana Marques (smarques@utad.pt)

Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro

RESUMO

Este estudo pretende identificar a influência e os contributos do Empreendedorismo Artesanal (EA) no desenvolvimento sustentável de territórios de baixa densidade transfronteiriços (TBDT). Este objetivo geral foi definido depois de consultar diversos estudos que permitiram registar um interesse crescente e consolidado do EA (Ferreira, Sousa & Gonçalves, 2019; Teixeira & Ferreira, 2019) devido a uma forte expansão das indústrias criativas (Rashid & Ratten, 2020) e de um maior interesse do mercado nesta tipologia de produtos com forte componente cultural (Ratten, Costa & Bogers, 2019; Bakas, Duxbury & Castro, 2019). Uma revisão sistemática da literatura (RSL) dos autores Pret e Cogan (2019) permitiu identificar de forma clara e objetiva, algumas lacunas relativamente à influência e contributos do EA em TBDT (Jessop, 2003; Reitel, Wassenberg & Peyrony, 2018). Este projeto de investigação pretende contribuir para o estreitamento destas lacunas no sentido de sistematizar e promover o desenvolvimento do conhecimento científico sobre o EA e o Artesão de base cultural, bem como identificar novas propostas, estratégias ou políticas que possam ser implementadas com vista à promoção do EA como motor do desenvolvimento sustentável desta tipologia de territórios. Considera-se, ainda, que este estudo possa ser um contributo relevante para os atores da Quintuple Helix quando aplicada a territórios de TBDT. O Artesão distingue-se pelo tipo de comércio que pratica (Jakob, 2013). Compartilha cultura e tradições, mantendo-as entre gerações enquanto desenvolve uma identidade pessoal associada a uma consciência social (Hoyte, 2019) que facilita a criação de formas criativas de gestão, relações sociais e atividades empreendedoras, e até, nalguns casos, permitindo a “coopetição” (Hill, 2020). Muitos iniciam os seus negócios como um hobby, geralmente ligado à cultura e ao turismo da sua região (Ratten & Ferreira, 2017), contribuindo de forma positiva para as economias locais enquanto ajudam e promovem o desenvolvimento socio-territorial (Danson, Galloway, Cabras, & Beatty, 2015). Os Artesãos são entendidos como agentes disruptivos na agenda dos negócios sustentáveis (Stansfield, McIntosh, & Poulston, 2020), onde o turismo, associado ao EA, contribuí com um papel muito importante no desenvolvimento regional e local, nomeadamente através do consumo cultural dos turistas (Hoyte, 2019). Assim, entendemos existir uma oportunidade

para investigar e contribuir para o avanço do conhecimento nesta temática de extrema importância para o desenvolvimento socio-territorial, na sua vertente transfronteiriça, dada a escassez de dados e informação de acordo com a RSL no Estudo I (Rodrigues, Marques & Santos, 2021). A tese será constituída por uma introdução, quatros estudos empíricos e uma conclusão.

O IMPACTO DA DISSONÂNCIA ENTRE PATROCÍNIO E FANDOM NA IMAGEM DAS MARCAS DESPORTIVAS – UM ESTUDO COM NEURO MARKETING

Florbela Dantas (florbela.dantas@ubi.pt)
Directores: Ricardo Rodrigues (rjagr@ubi.pt)
Rui Silva (rui.silva@utad.pt)
Ana Gouveia (anagouveia@fcsaude.ubi.pt)
Universidade da Beira Interior

RESUMO

O marketing desportivo surge como uma nova área do marketing focada no desporto e na utilização deste como ferramenta de comunicação. O marketing com o desporto visa a promoção e comercialização de outros produtos ou serviços (não desportivos), através do desporto (Bocse *et al.*, 2012; Shannon, 1999). Uma das modalidades que atrai mais consumidores é o futebol e o marketing desportivo tem o papel de encontrar a melhor estratégia para fazer chegar ao maior número de consumidores os produtos e serviços.

O patrocínio é a atividade do marketing mais utilizada pelas empresas, de acordo com (Meenaghan, 2001) esta ferramenta de comunicação indireta é encarada pelo consumidor de forma diferente da publicidade, causa menos resistência e é mais rentável (Lyberger, M. & McCarthy, 2001). Para os consumidores o patrocinador é visto como um apoiante da sua equipa e deve ser recompensado com uma atitude favorável à marca ou até mesmo intenção de compra (Angell *et al.*, 2016). Para as empresas, a obtenção de vantagem competitiva é motivação para a associação ao futebol (Olson, 2018; Slåtten *et al.*, 2017). Porém, o forte envolvimento emocional desta modalidade que desperta emoções extremas, pode provocar reações inversas quanto aos patrocinadores das equipas rivais. Investigações mostraram que reações negativas podem ir ao extremo, por exemplo a criação de comunidades anti marcas cuja missão é prejudicar essas marcas (Popp *et al.*, 2016). Esta imprevisibilidade do consumidor e do seu comportamento, neste contexto de promoção e divulgação das marcas em massa, aliada à era do digital em que a disseminação da informação é feita em tempo real, exige um conhecimento profundo da reação dos consumidores.

A literatura sobre patrocínio aborda a forma de melhorar o desempenho empresarial (Jin, 2017) como resultado da relação positiva que se gera entre os patrocinadores e os consumidores (Cornwell *et al.*, 2005). Contudo, uma nova linha de investigação concluiu que a paixão dos adeptos pela equipa favorita cria sentimentos negativos em relação aos patrocinadores das equipas rivais (Bee & Dalakas, 2015; Bergkvist, 2012; Davies *et al.*, 2006; Hickman & Lawrence, 2010; Levin & M., 2005). Tendo em consideração a importância do patrocínio, enquanto veículo de comunicação, para as marcas (Olson, 2018), é relevante

estudar o comportamento dos consumidores na dimensão oposta. A nível internacional, vários investigadores de diversos países e em diferentes modalidades, debruçaram-se sobre esta problemática (Angell *et al.*, 2016; Bee *et al.*, 2021; Bee & Dalakas, 2015; Bergkvist, 2012; Dalakas & Phillips Melancon, 2012; Davies *et al.*, 2006; Grohs *et al.*, 2015; Lee & Mazodier, 2015; Lin & Bruning, 2020; Olson, 2018; Tyler *et al.*, 2021). A nível nacional (Portugal), para já, não foram identificados estudos desenvolvidos com esta dimensão e robustez. A investigação a desenvolver visa contribuir para o conhecimento e o avanço da ciência e tecnologia, a nível nacional e internacional, numa área de interesse internacionalmente reconhecida. O carácter pioneiro desta investigação, sobre o consumidor em Portugal, aliado ao carácter inovador, pelo recurso a diversas metodologias para aprofundar a temática, contribuirá não só para a literatura como para os profissionais do marketing.

TOWARDS A MORE SUSTAINABLE MEAT CONSUMPTION: A NEUROMARKETING APPROACH

João Alfredo Pereira (alfredo.pereira@ubi.pt)
Directores: Ricardo Gouveia Rodrigues (rjagr@ubi.pt)
Ana Gouveia (agouveia@ubi.pt)
Hugo Alexandre Teixeira (hugoferreira@campus.ul.pt)
Universidade da Beira Interior

ABSTRACT

The significance of climate change (CC), coupled with the growing population, provides a global challenge around feeding society and putting available resources under pressure (Kemper & Ballantine, 2020; Steffen *et al.*, 2015). Moreover, over-consumption of food from a global perspective could cause substantial impacts on the environment and public health (Godfray *et al.*, 2018). Currently, the food sector is responsible for a third of anthropogenic greenhouse gas emissions (Crippa *et al.*, 2021), and it is estimated that by 2050 emissions from this sector will increase by 80% (Tilman & Clark, 2014). Therefore, changes in line with more sustainable eating patterns are recommended to reduce the environmental pressure on the food system (Garnett, 2011). The incidence should revolve around agriculture and animal products due to the intensity and dependence on natural resources to restrict and reduce environmental degradation (Carlsson-Kanyama & González, 2009; IPCC, 2019). These problems call for action to find innovative and sustainable ways for the food system (Galanakis, 2020).

The production of meat and other animal products is linked to a significant environmental impact (Hallström *et al.*, 2015; Hedenus *et al.*, 2014). However, it is possible to reduce gas emissions through dietary changes towards consuming more plant-based meals (Hallström *et al.*, 2015; Scarborough *et al.*, 2014). Products like fruit, vegetables and grains impact the environment less than meat from ruminants, such as beef (Clune *et al.*, 2017). Studies support the adoption of plant-based diets in certain populations, such as pregnant women, children (Sebastiani *et al.*, 2019; Sutter & Bender, 2021), and athletes (Shaw *et al.*, 2022) from a nutritional perspective. However, from a behavioural change perspective, little attention has been paid to the food industry (Kemper & Ballantine, 2020; Takahashi, 2009). A call to action is necessary for a view of marketing and its protagonists to reflect on this issue under the spectre of consumer-based research (Connolly & Prothero, 2003). Furthermore, there is a need to expand research and broaden the scope into sustainable consumption, considering the reduction of consumption and the life cycle of consumption (Prothero *et al.*, 2011).

Consumers can shift environmental degradation through mitigation and prevention attitudes (Joshi & Rahman, 2015). However, in its broad sense, consumption is mostly unsustainable, with an asymmetry between sustainable actions and consumption itself (Prothero *et al.*, 2011). The literature portrays this phenomenon as the green attitude-intention-behaviour gap (ElHaffar *et al.*, 2020). Along with social marketing, which is aimed at influencing and changing behaviour (Andreasen, 1994), it is intended to understand consumer attention to CC regarding meat consumption (MC) through this theoretical approach.

Accordingly, this project meets the sustainable development goals (SDG) of Responsible Consumption and Production (SDG 12) and Climate Action (SDG 13), present in the Agenda of Sustainable Development for 2030 (United Nations, 2015). More specifically, this project is divided into six precise research objectives (RO): Formalise, highlight, and systematise the gap between consumers' perception of their consumption and the repercussions on CC (RO1); Explore consumers' reasons, motivations, and willingness for behavioural change towards reduced MC (RO2); Identify and categorise the type of meat consumers' (RO3); Assess awareness for consumers to reduce MC by reflecting on issues that impact the environment (RO4); Ascertain consumer acceptance of more sustainable alternatives to meat (RO5); Examine the focus of visual attention in meat consumers through social marketing campaigns (RO6). These six research objectives are coordinated to culminate in developing an article for each.

NUEVAS ALTERNATIVAS DE INVERSIÓN BASADAS EN EMPRESAS TECNOLÓGICAS

Azahara Gil Corbacho (agilcorb@alumnos.unex.es)

Directores: María del Mar Miralles Quirós

José Luis Miralles Quirós

Universidad de Extremadura

RESUMEN

La presente investigación pretende mostrar una amplia visión además de novedosas alternativas de inversión basadas en empresas tecnológicas, centrándonos en nuestro caso en las empresas Fintech y las BigTech. Del mismo modo, mostraremos nuevas alternativas de inversión basadas en un estudio ampliado del sentimiento del inversor.

Pretendemos proporcionar información relevante a los inversores a la hora de tomar sus decisiones de inversión en empresas Fintech o BigTech, en su caso.

Creemos que resulta interesante la realización de este estudio centrado en este tipo de empresa, debido a que son consideradas empresas de nueva creación y se encuentran más condicionadas por el comportamiento de los mercados. Además, debido a su carácter tecnológico, se trata de empresas más difíciles de ser valoradas en bolsa. Esto implica un posible efecto del sentimiento del inversor en sus rentabilidades bursátiles.

Para el análisis de las empresas tecnológicas citadas anteriormente, como posibles alternativas de inversión, vamos a introducir diferentes modelos multifactoriales dinámicos. Sin embargo, para el análisis del inversor aplicaremos un método bastante actual que está introduciéndose en diferentes sectores del ámbito de las ciencias sociales, este consiste en recopilar datos de la red social "Twitter". El auge de este método es debido a que resulta ser una base de dato bastante amplia, además nos proporciona dichos datos de forma gratuita, a diferencia de otras.

SISTEMA MIXTO DE PENSIONES: EL MODELO DE DOS ETAPAS

Jesús Sánchez González (jesus_sanchez@unex.es)

Directores: Inmaculada Domínguez Fabián

Beatriz Rosado Cebrián

Universidad de Extremadura

RESUMEN

Actualmente, la mayor parte de los sistemas de pensiones de reparto, como es el español, presentan un déficit acusado, especialmente en lo referente a la cobertura de jubilación, que está poniendo en peligro uno de los objetivos perseguido por la Seguridad Social: evitar el riesgo de envejecimiento para alcanzar el bienestar común. El aumento de la esperanza de vida, o la reducción de la población activa son algunas de las causas que han provocado el estado de insuficiencia y desequilibrio que presenta el actual sistema de pensiones. Por esta razón, nace la necesidad de complementar las actuales pensiones públicas de jubilación, caracterizado por un sistema de reparto público basado en la solidaridad intergeneracional (como el actual sistema) con sistemas de capitalización privada que favorezca la sostenibilidad del fondo público de pensiones.

La complementariedad del sistema público de pensiones con sistemas de previsión social es una constante en todos los países. Si bien los porcentajes destinados a complementar los sistemas públicos son diferentes en cada país, en todos ellos la forma en la que la prestación se percibe es coincidente. En todos, llegado el momento de la jubilación se inicia la percepción de dos pensiones vitalicias; la generada con el ahorro público y la generada con el ahorro privado. En esta investigación planteamos la opción de que las pensiones, tanto públicas como privadas, se perciban durante la etapa de jubilación, pero en dos etapas. Eso implicará que llegado el momento de la jubilación se perciba una renta temporal generada por el ahorro complementario, y cuando esta finalice se comience a percibir la pensión pública. En este trabajo se expondrán los pormenores de este modelo, así como las ventajas e inconvenientes del mismo. De la misma forma se analizará la metodología que permite valorar la mejora en el sistema de pensiones con la aplicación de un sistema de dos etapas frente a un sistema tradicional.

5

SEMINARIO LUSO-ESPAÑOL DE ECONOMÍA EMPRESARIAL

5.1. PRESENTACIÓN

El Seminario Luso-Español de Economía Empresarial busca ser un referente para los investigadores de las universidades de la Raya, abierto a investigadores de otras universidades españolas y portuguesas. Ya el mero hecho de que sea este el XXIV Seminario es un aval de la seriedad y decisión con el que se ha abordado su realización durante estos años.

Nuestro Seminario persigue apoyar y hacer más visible la investigación universitaria de calidad en administración y economía de la empresa y apoyar y enriquecer los planes de investigación de los doctorandos de las universidades, principalmente de la Raya. Como objetivo complementario se busca el mutuo conocimiento entre investigadores, así como de las materias investigadas, de forma que se pueda generar la mayor cooperación posible tanto en las investigaciones actuales como las que en el futuro se puedan plantear, sobre todo si son de carácter conjunto entre investigadores de uno y otro lado de la Raya.

El número y contenido de las comunicaciones que se presentan son un buen indicador de la capacidad y voluntad investigadora de las universidades de la Raya.

Detrás de cada Seminario hay un importante esfuerzo por parte de todos, tanto de los organizadores como de los autores de las comunicaciones y de las universidades/departamentos que lo promueven. Este esfuerzo es la señal inequívoca del compromiso de todos nosotros para profundizar en ese objetivo de desarrollo económico y social de la Raya.

5.2. PROGRAMA

JUEVES 17 DE NOVIEMBRE DE 2022

8:30 a 9:00: Recogida de documentación y acreditaciones (AULA 8)

9:00: Sesiones paralelas

AULA 9 (SALA EMPRENDIMIENTO)

Moderador Dr. Antonio Fernández Portillo

– **A RELAÇÃO ENTRE OS ECOSISTEMAS EMPREENDEDORES E A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL**

Jaiandra da Silva Guimarães, Cristina Isabel Miranda Abreu Soares Fernandes, Pedro Miguel Lopes Mota Veiga

– **INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE EMPREGADOS EM INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS**

João Pereira, Ricardo Gouveia Rodrigues, Pedro Miguel Lopes Mota Veiga

– **RESULTADOS DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO SETOR AGRÍCOLA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

Claudia Dias, Anabela Dinis, Cátia Bernardino

– **EL EFECTO DEL COVID-19 EN LA RELACIÓN DEL CONTEXTO UNIVERSITARIO Y LAS INTENCIONES EMPREENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**

María Calzado Barbero, Antonio Fernández Portillo, Nuria Ramos Vecino

AULA 10 (SALA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA –RSC–)

Moderadora: Dra. Belén Lozano García

– **THE DIMENSIONS OF PUBLIC POLICIES IN THE BRAZILIAN WIND ENERGY SECTOR**

Roberta Dutra de Andrade, Fabiola Gomes Farias, Maria de Lurdes Barroso Simão

– **INFLUENCIA DE LA DIVERSIDAD DE GÉNERO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN EN LA ACTUACIÓN MEDIOAMBIENTAL: REVISIÓN DE LA LITERATURA**

Yakira Fernández-Torres, Milagros Gutiérrez-Fernández, Clara Gallego Sosa

– **THE EFFECT OF GENDER AND WORKFORCE DIVERSITY ON THE DISCLOSURE OF COMPANIES' ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITIES**

Joao M. Capella Borralho, Regina Queiroz, Maria Isabel Duarte

– **IMPACTO DE LA GESTIÓN RELACIONAL RESPONSABLE DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LA RETENCIÓN Y COMPROMISO DE LOS EMPLEADOS**

Gabriel Cachón Rodríguez, Camilo Prado Román, Antonio Fernández Portillo, José Luis Coca Pérez

AULA 11 (SALA FINANZAS Y CONTABILIDAD)

Moderadora: Dra. Fernanda Matías

– **A DIVERSIDADE DE GÉNERO AFETA O DESEMPENHO FINANCEIRO DAS PME HOTELEIRAS PORTUGUESAS?**

Fernanda Matias, Sandra Rebelo, Victor Gabriel

– **INVERTIR EN COOPERATIVAS AGRÍCOLAS: COMO HACERLO DESDE LAS PREFERENCIAS DE LOS INVERSORES**

Ángel Sabino Mirón-Sanguino Eva Crespo-Cebada, Carlos Díaz-Caro

– **HETEROGENEIDAD EN EL COMPORTAMIENTO INVERSIÓN EN PRODUCTOS SOSTENIBLES: EL CASO DE FONDOS TEMÁTICOS**

Lucía de Carlos-Fraile, Ángel Sabino Mirón-Sanguino, Eva Crespo-Cebada, Carlos Díaz-Caro

– **IMPLICACIONES CONTABLES DEL CLOUD COMPUTING**

M. Pilar Martín Zamora, Joao M. Capella Borralho, Remedios Hernández Linares, Arturo C. Ferrera Martínez

10:30 a 11:00 H: Café

11:00 A 12:30 H: Apertura del Seminario y Mesa CIBECEM: "Impulso de la actividad empresarial en la Raya"

Modera: Pablo Antonio Muñoz Gallego

Participantes: Arminda do Paço y Ricardo María Hernández Mogollón

12:30 A 14:00 H: Sesiones paralelas

AULA 9 (SALA TURISMO Y EMPRESA)

Moderadora: Dra. Natalia López-Mosquera García

- **UNA VERSIÓN EXTENDIDA DE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES**
Sergio Nieves Pavón, Natalia López-Mosquera García, Héctor V. Jiménez Naranjo
- **ARE SPANISH FAMILY FIRMS MORE RESILIENT THAN NON-FAMILY ONES?**
Meryaam El kaddouri, Carmen González-Zapatero Redondo, Isabel Suárez Gonzáles
- **GESTIÓN ÉTICA Y PARTICIPATIVA DEL AGUA EN UN DESTINO TURÍSTICO RURAL**
María Martín Lucas, Rafael Robina Ramírez
- **ORGANIZATIONAL LEARNING VS. INFORMAL ORGANIZATIONAL LEARNING**
Roba Elbawab

AULA 10 (SALA ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS)

Moderadora: Dra. Remedios Hernández Linares

- **SER RESILIENTE, PERO HASTA UN LÍMITE, O EL EFECTO “THE TOO-MUCH-OF-A-GOOD-THING” EN LA FELICIDAD EN EL TRABAJO. UN ESTUDIO EN EL PROFESORADO NO UNIVERSITARIO**
Dara Hernández Roque, Magdalena Holgado Herrero, María José Foncubierta Rodríguez
- **CARBON STRATEGY, CORPORATE GOVERNANCE AND PERFORMANCE: A MEDIATING ANALYSIS**
César Hugo Estrada Tuanama, María Belén Lozano García, Jennifer Martínez Ferrero, Vitor Gabriel Sousa
- **O VALOR EM PARTILHAR VALORES: Um Estudo Sustentável no Panorama Empresarial Português**
Joaquín Teixeira Quirós, Maria do Rosário Teixeira Fernandes Justino, Bernardo Fernandes Bolinhas da Silva, José Luis Coca Pérez
- **EL IMPACTO DE LAS TIC EN EL RENDIMIENTO DE LAS PYMES EN SITUACIÓN DE PANDEMIA: ESTADO ACTUAL DE LA CUESTIÓN.**
Nuria Ramos Vecino, Antonio Fernández Portillo, Manuel Almodóvar González, Adelaida Ramos Mariño

AULA 11 (MARKETING E INNOVACIÓN)

Moderador Dr. Pablo Antonio Muñoz Gallego

– **SMELL, TOUCH, AND TASTE: SENSORY WORDS AS STIMULI TO INFLUENCE CUSTOMER ENGAGEMENT IN DIGITAL CONTEXTS**

Evelyn Sophia Valenzuela Gálvez, Óscar González-Benito, Álvaro Garrido-Morgado

– **EL ABANDONO EN LOS SERVICIOS DE SUSCRIPCIÓN DE VIDEO EN STREAMING**

Ismael Becerril-Castrillejo, Pablo Antonio Muñoz-Gallego

– **INFLUENCIA DEL VALOR DE MARCA EN LA SATISFACCIÓN Y LAS INTENCIONES CONDUCTUALES DE LOS ASISTENTES A LOS FESTIVALES DE MÚSICA**

Elena García de Soto Camacho, Rosa María Vaca Acosta

– **A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA BANCA EM SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE: ESTUDO EXPLORATÓRIO**

Abdulay Seydo Vaz Pires dos Santos, Rui Quaresma

14:00 A 15:30 H: Comida

15:30 A 17:00 H: Sesiones paralelas

AULA 9 (SALA EMPRENDIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD)

Moderadora: Dra. Mari Cruz Sánchez Escobedo

– **ARTISAN ENTREPRENEURSHIP: PROFILE AND IMPORTANCE OF THE ARTISAN'S ROLE IN THE PROMOTION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF LOW-DENSITY AND CROSS-BORDER TERRITORIES**

Alex Olivier Alves Rodrigues, Carla Susana Da Encarnação Marques

– **COMPETITIVIDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÓMICO: UMA ANÁLISE EMPÍRICA DA INFLUÊNCIA NO EMPREENDEDORISMO**

Gutemberg Xavier dos Santos Gomes, Anabela Dinis

– **INOVAÇÃO E INDÚSTRIA 4.0: UM ESTUDO DE CASO DE SOBRE A UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS EM EQUIPAMENTO DE EXPLORAÇÃO FLORESTAL**

Carlos Sampaio, Pedro Torres, Luís Farinha

– **CORPORATE GOVERNANCE AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY: ADDRESSING THE DUAL THEME FROM A BIBLIOMETRIC APPROACH**

Saudi Yulieth Enciso Alfaro, Isabel María García Sánchez

AULA 10 (SALA FINANZAS)*Moderador Dr. Rui Silva*

- **DOES ECONOMIC POLICY UNCERTAINTY INFLUENCE SME PERFORMANCE?**
Carmen Orden-Cruz, Jessica Paule-Vianez, Mari Cruz Sánchez-Escobedo, Victor Moutinho
- **¿TIEMPOS DE VOLATILIDAD? LAS CRIPTOMONEDAS YA NO SON UN VALOR REFUGIO**
Raúl Gómez Martínez, María Luisa Medrano García, Eladio Pascual Pedreño, Laura Pascual Nebreda
- **ESTUDIO DEL PAPEL DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL FEMENINA EN EL IMPACTO DE LA INCERTIDUMBRE DE POLÍTICA ECONÓMICA EN LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL**
Sandra Escamilla Solano, Jessica Paule Vianez, Paola Plaza Casado
- **TECHNOLOGY AND FIRM PERFORMANCE: ROLE OF MANAGEMENT INNOVATION**
Lurdes Barroso Simao, Maria José Madeira, Luísa Cagica Carvalho

17:30 A 20:30 H: Visita Fundación Tatiana y Mercado Medieval (Casco Histórico de Cáceres)

21:00 H: Cena en el Restaurante "Mirador de Galarza" (Calle Piedad, 2, 10003 Cáceres).

VIERNES 18 DE NOVIEMBRE DE 2022

9:30 A 10:00 H: Recogida de documentación y acreditaciones (AULA 8)

10:00 A 11:30 H: Sesiones paralelas

AULA 9 (SALA INNOVACIÓN Y TIC)*Moderador Dr. Antonio Fernández Portillo*

- **DIGITAL TRANSFORMATION IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: A LITERATURE REVIEW**
Fabrizio Saad, Gustavo Lannelongue, Javier González-Benito
- **COMO É QUE OS EMPREENDEDORES SE COMPORTAM NAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS? UMA ANÁLISE À SUA ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA**
Telma Mendes, Anderson Rei Galvão, Carla Marques, Carla Mascarenbas

— **THE DIGITIZATION OF CARAVANNING: A DESCRIPTIVE ANALYSIS OF MAIN APPS**

M^a Asunción Grávalos Gastaminza, Rocío Hernández Garrido, Cinta Pérez Calañas

— **METHODS OF VIRTUAL TEACHING FOR ENTREPRENEURSHIP: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE AND BIBLIOMETRIC ANALYSIS**

José Luís Rosa Pedro, Maria José Madeira, Raysa Geaquinto Rocha

AULA 10 (SALA ECONOMÍA)

Moderador Dr. Antonio Carlos Alcázar Blanco

— **LA INVESTIGACIÓN ACTUAL EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA**

José Villar Muñoz, Luis Javier Cabeza Ramírez, Sandra M^a Sánchez Cañizares

— **DETERMINANTES DA PERFORMANCE DAS EMPRESAS PRODUTORAS DE AZEITE EM PORTUGAL**

Maria Elisabete Duarte Neves, Ana Carolina, Joana Dionísio, Mariana Matos, Catarina Alexandra Neves Proença, Beatriz Lopes Cancela

— **INOVAÇÃO, CAPACIDADES DIGITAIS; CAPACIDADES TECNOLÓGICAS E DESEMPENHO DE PME: UMA ABORDAGEM COM EQUAÇÕES ESTRUTURAIS COM MÍNIMOS QUADRADOS PARCIAIS (PLS-SEM) E ANÁLISE DE CONDIÇÃO NECESSÁRIA (NCA)**

Pedro Miguel Lópes Mota Veiga

— **CICLO DE VIDA DE LAS AGLOMERACIONES EMPRESARIALES EN EL MUNDO RURAL. EL CASO DE EXTREMADURA**

José Francisco Rangel Preciado, Antonio Carlos Alcázar Blanco, Francisco Manuel Parejo Moruno

AULA 11 (SALA FINANZAS Y CONTABILIDAD)

Moderador Dr. Ángel Sabino Mirón Sanguino

— **IMPACTO DOS RUÍDOS NA PERFORMANCE DAS EMPRESAS COTADAS PORTUGUESAS: NOVA EVIDÊNCIA USANDO DADOS EM PAINEL**

Maria Elisabete Duarte Neves, Pedro Miguel Rodrigues Gonçalves, Rafael Pereira Gomes, Catarina Alexandra Neves Proença, Beatriz Lopes Cancela, Pedro Melanda

— **PRÁTICAS DE CUSTEIO E CONTROLO DE CUSTOS: ESTUDO DE CASO NUMA RESIDÊNCIA SÉNIOR**

Rui Silva, Carmem Leal, Catarina Dinis

– **STYLE OF USE OF QUALITY COST INFORMATION AND ITS EFFECTS
ON QUALITY-RELATED LEARNING AND PERFORMANCE. A GENDER APPROACH**

Jorge Casas Novas, Maria do Céu Alves

– **O IMPACTO DA COVID-19 NO ENDIVIDAMENTO: EMPRESAS PORTUGUESAS
DO SETOR DA SAÚDE**

*Maria Elisabete Duarte Neves, João Simões, Ivo Ferreira, Beatriz Lopes Cancela, Catarina
Alexandra Neves Proença, Pedro Melanda*

11:30 a 12:00 H: Café

12:00 A 13:30 H: Clausura del Seminario y entrega de premios

14:00 H: Comida

5.3. COMUNICACIONES PRESENTADAS POR ÁREA DE CONOCIMIENTO

SALA DE EMPRENDIMIENTO

— **A RELAÇÃO ENTRE OS ECOSISTEMAS EMPREENDEDORES E A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL**

Jaiandra da Silva Guimarães, Cristina Isabel Miranda Abreu Soares Fernandes, Pedro Miguel Lopes Mota Veiga

— **INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE EMPREGADOS EM INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS**

João Pereira, Ricardo Gouveia Rodrigues, Pedro Miguel Lopes Mota Veiga

— **RESULTADOS DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO SETOR AGRÍCOLA: UMAREVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA**

Claudia Dias, Anabela Dinis, Cátia Bernardino

— **EL EFECTO DEL COVID-19 EN LA RELACIÓN DEL CONTEXTO UNIVERSITARIO Y LAS INTENCIONES EMPREENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS**

María Calzado Barbero, Antonio Fernández Portillo, Nuria Ramos Vecino

A RELAÇÃO ENTRE OS ECOSISTEMAS EMPREENDEDORES E A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL

Jaiandra da Silva Guimarães (jaiandra.guimaraes@ubi.pt)
Cristina Isabel Miranda Abreu Soares Fernandes (cristina.isabel.fernandes@ubi.pt)
Pedro Miguel Lopes Mota Veiga (pedro.mota.veiga@ubi.pt)
Universidade da Beira Interior

RESUMO

Este estudo tem por objetivo o desenvolvimento de uma revisão de literatura para identificar a relação entre os ecossistemas empreendedores e a transformação digital. O processo envolveu 73 artigos, selecionados da base de dados Web of Science para a uma análise de conteúdo, com mapeamento dos estudos de acordo com os seus objetivos. Tendo sido possível identificar as características dos ambientes dos ecossistemas empreendedores, abordagens da transformação digital e competências necessárias no empreendedorismo. É amplamente reconhecido na literatura que os ecossistemas empreendedores e a transformação digital contribuem com benefícios económicos e sociais para os meios onde se localizam. Assim, um modelo conceptual é proposto com a apresentação da relação entre os ecossistemas empreendedores e a transformação digital.

Palavras-chave: Transformação digital, ecossistema empreendedor, sistema.

INTENÇÕES EMPREENDEDORAS DE EMPREGADOS EM INSTITUIÇÕES SEM FINS LUCRATIVOS

João Pereira (alfredo.pereira@ubi.pt)

Ricardo Gouveia Rodrigues (rjagr@ubi.pt)

Pedro Mota Veiga (pedro.mota.veiga@ubi.pt)

NECE – Research Center in Business Sciences, Universidade da Beira Interior

RESUMO

Este estudo tem como objetivo analisar as intenções empreendedoras de indivíduos empregados no setor sem fins lucrativos (privado e público). Para esse fim foram utilizados dados secundários obtidos da base de dados Global Entrepreneurship Monitor (GEM) para o ano de 2018. A amostra era constituída por 4.545 funcionários do setor sem fins lucrativos de trinta e um países. Nove modelos de regressão logística binária foram estimados. Os principais resultados indicaram conhecimento e habilidades, networking e a visão do empreendedorismo como uma escolha de carreira desejável têm um impacto positivo estatisticamente significativo nas intenções empreendedoras. O estudo oferece contribuições para a literatura na medida em que apresenta uma nova abordagem em termos de características da amostra para pesquisas sobre intenções empreendedoras. Considerações finais, limitações e direções de pesquisas futuras também são fornecidas.

Palavras-chave: Global Entrepreneurship Monitor, intenção empreendedora, instituições sem fins lucrativos.

RESULTADOS DO EMPREENDEDORISMO SOCIAL NO SETOR AGRÍCOLA: UMA REVISÃO SISTEMÁTICA DA LITERATURA

Claudia Dias (claudia.sofia.dias@ubi.pt)

Anabela Dinis (adinis@ubi.pt)

Cátia Bernardino (catia.bernardino@ubi.pt)

UBI-Universidade da Beira Interior & NECE-Núcleo de Estudos em Ciências Empresariais

RESUMO

Na literatura sobre empreendedorismo agrícola, a dimensão social tem suscitado um interesse crescente por parte dos investigadores nos últimos anos. Por outro lado, a análise de resultados tem sido negligenciada na literatura sobre empreendedorismo social (ES) devido a dificuldades na sua medição e à adoção de diferentes indicadores. Através duma revisão sistemática da literatura (RSL) este estudo pretende examinar o estado da investigação académica sobre os resultados do ES no setor agrícola, medidos através de quatro tipos de capital (capital físico, financeiro, humano e social), sendo aplicados em três níveis de análise: individual, organizacional e comunitário. Com base em 47 artigos retirados da base de dados ISI Web of Science, procedeu-se primeiro a uma análise descritiva da literatura que revelou que este é um tópico emergente dominado por estudos qualitativos e bastante disperso por revistas e áreas de investigação. A análise de conteúdo dos artigos permitiu concluir que a principal categoria e o principal nível de análise que os investigadores sobre ES examinam são, respetivamente, o capital social e o nível comunitário.

Palavras-chave: Empreendedorismo social, resultados sociais, revisão sistemática de literatura, setor agrícola.

EL EFECTO DEL COVID-19 EN LA RELACIÓN DEL CONTEXTO UNIVERSITARIO Y LAS INTENCIONES EMPRENDEDORAS DE LOS ESTUDIANTES UNIVERSITARIOS

*María Calzado Barbero (mcalzadob@unex.es)
Antonio Fernández Portillo (antoniofp@unex.es)
Nuria Ramos Vecino (nuriarv@unex.es)
Universidad de Extremadura*

RESUMEN

Debido a la situación de desafíos vivida en la actualidad generada por la pandemia COVID-19, surge la necesidad de investigar acerca de la iniciativa empresarial. Hasta donde sabemos, la literatura actual carece de estudios sobre del espíritu empresarial en situaciones adversas e incertidumbre. Este artículo tiene como objetivo determinar si la crisis socioeconómica provocada por el COVID-19 modifica la relación entre el Contexto Universitario y las Intenciones Emprendedoras. El modelo propuesto parte de la teoría del comportamiento planificado. Los datos fueron obtenidos mediante una encuesta validada y se obtuvo una muestra está dividida en dos grupos, por un lado, los años 2018-2019 correspondientes a los años preCOVID-19 (469 estudiantes) y, por otro lado, los años 2020-2021 correspondientes a los años COVID-19 (1669 estudiantes). Con el fin de validar el modelo propuesto se han planteado 6 hipótesis. Para contrastar las hipótesis se ha utilizado un modelo de ecuaciones estructurales y software SmartPLS, en un primer momento se ha verificado Verificar la validez y fiabilidad del modelo de medida, en segundo lugar, se ha validado el modelo estructural y, por último, se ha verificado a través de la técnica de MGA-PLS diferencias significativas en el modelo estructural entre estudiantes de distinto periodos de tiempo. Los resultados nos indican que el contexto universitario influye en las intenciones emprendedoras, sin embargo, el efecto del COVID-19 no ha generado cambios significativos en la relación del contexto universitario en las intenciones emprendedoras.

Palabras clave: Contexto universitario, estudiantes, intenciones emprendedoras, COVID-19, emprendimiento.

SALA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

- **THE DIMENSIONS OF PUBLIC POLICIES IN THE BRAZILIAN WIND ENERGY SECTOR**
Roberta Dutra de Andrade, Fabiola Gomes Farias, Maria de Lurdes Barroso Simão

- **INFLUENCIA DE LA DIVERSIDAD DE GÉNERO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN EN LA ACTUACIÓN MEDIOAMBIENTAL: REVISIÓN DE LA LITERATURA**
Yakira Fernández-Torres, Milagros Gutiérrez-Fernández, Clara Gallego Sosa

- **THE EFFECT OF GENDER AND WORKFORCE DIVERSITY ON THE DISCLOSURE OF COMPANIES' ENVIRONMENTAL RESPONSIBILITIES**
Joao M. Capella Borralho, Regina Queiroz, Maria Isabel Duarte

- **IMPACTO DE LA GESTIÓN RELACIONAL RESPONSABLE DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LA RETENCIÓN Y COMPROMISO DE LOS EMPLEADOS**
Gabriel Cachón Rodríguez, Camilo Prado Román, Antonio Fernández Portillo, José Luis Coca Pérez

THE DIMENSIONS OF PUBLIC POLICIES IN THE BRAZILIAN WIND ENERGY SECTOR

Roberta Dutra de Andrade (Roberta.andrade@ubi.pt)
Maria de Lurdes Barroso Simão (lurdes.simao@ubi.pt)
Universidade da Beira Interior

Fabiola Gomes Farias (fariasgfabiola@gmail.com)
Universidade Federal do Ceará

ABSTRACT

The general objective of this work is to analyse and classify the public policies present in the Brazilian wind sector into five dimensions so that this classification covers and densely describes the phenomenon. To this end, eight representatives of public agencies were interviewed. From the results, it was possible to infer that such policies are classified into regulatory and distributive, happening at a macro level – in the states – and throughout the country, with unique legislation, in the form of programs, subsidies and specific auctions for the sector. Its several players – governmental or not – establish such policies and are beneficiaries of them. As managerial contributions, the results relate to the central public policies of first-world countries that Brazilian companies can appropriate, seeking to improve their performance and increasing the chance of coordination of actions in the country.

Keywords: Public Policies, dimensions, renewable energies, wind energy.

INFLUENCIA DE LA DIVERSIDAD DE GÉNERO DEL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN EN LA ACTUACIÓN MEDIOAMBIENTAL: REVISIÓN DE LA LITERATURA

Yakira Fernández-Torres (yakiraft@unex.es)

Milagros Gutiérrez-Fernández (mgutierrezf@unex.es)

Clara Gallego-Sosa (clarags@unex.es)

Universidad de Extremadura

RESUMEN

La imperiosa necesidad de abordar el cambio climático ha dado lugar al estudio de los factores que condicionan a las empresas a desempeñar una mejor actuación medioambiental. Entre las investigaciones existentes, las centradas en la influencia de las mujeres directivas en la actuación medioambiental están en boga debido a que el liderazgo femenino presenta una mayor tendencia al cuidado del planeta. Si bien, hasta donde se conoce, no se ha acometido aún ninguna revisión de la literatura que permita conocer el estado de la cuestión respecto a la citada relación y sus condicionantes.

Estas razones motivan el objetivo de este trabajo, que es conocer el grado de consenso existente en la literatura acerca del papel de la diversidad de género del consejo de administración en el desempeño medioambiental, así como de los posibles factores que pueden moderar tal relación. Para ello, se ha implementado el análisis del contenido de 97 artículos que forman la totalidad de estudios que ofrecen evidencias acerca de esta relación. Como conclusión, cabe destacar que son escasos los estudios cuyo núcleo es el análisis de la relación de interés, siendo aún menor el número de ellos que se centran en las dimensiones en las que se desagrega la actuación medioambiental (uso de recursos, emisiones e innovación medioambiental). Además, se observa una falta de consenso en la literatura acerca del efecto de las mujeres consejeras en el desempeño medioambiental de las empresas y de los diversos factores de índole interno y externo que pueden moderar dicha relación.

Palabras clave: Diversidad de género, consejo de administración, actuación medioambiental, revisión de la literatura, responsabilidad social corporativa.

O EFEITO DA DIVERSIDADE DE GÉNERO E FORÇA DE TRABALHO NA DIVULGAÇÃO DAS RESPONSABILIDADES AMBIENTAIS DAS EMPRESAS

João Miguel Borralho (capelaborralho@hotmail.com)

Regina Queiroz (queiroz.regina@gmail.com)

Maria Isabel Duarte (sabel.duarte@ulusofona.pt)

Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias (Portugal)

RESUMO

O estudo analisa a relação entre a representatividade de mulheres executivas e a satisfação da força de trabalho nas divulgações relativas às emissões ambientais, em particular nas reduções dos gases de efeito estufa. A análise é realizada em empresas cotadas espanholas e suecas, incidindo sobre dois países com diferentes tradições da diversidade género e abrangendo todas as empresas com dados disponíveis na base Thomson Reuters Eikon, no período de 2010 a 2019. Os resultados indicam que a maior representatividade de mulheres executivas na gestão das empresas apresenta efeitos positivos nas divulgações das emissões ambientais e na redução dos gases efeito de estufa. A maior satisfação da força de trabalho também apresenta um efeito positivo nas divulgações das emissões ambientais, mas revela-se incoerente relativamente à redução dos gases efeito estudo, carecendo de análises adicionais, pela potencial influência dos setores de atividade. Os resultados obtidos são de interesse para a generalidade dos *stakeholders* tendo em conta os problemas de aquecimento global do planeta.

Palavras-chave: Alterações climáticas, mulheres executivas, emissões ambientais, gases com efeito de estufa, teoria dos *stakeholders*, satisfação da força de trabalho.

IMPACTO DE LA GESTIÓN RELACIONAL RESPONSABLE DE LOS RECURSOS HUMANOS EN LA RETENCIÓN Y COMPROMISO DE LOS EMPLEADOS

*Gabriel Cachón Rodríguez (gabriel.cachon@urjc.es)
Camilo Prado Román (camilo.prado.roman@urjc.es)
Universidad Rey Juan Carlos*

*Antonio Fernández Portillo (antoniofp@unex.es)
José Luís Coca Pérez (jlcoca@unex.es)
Universidad de Extremadura*

RESUMEN

Actualmente las diferentes situaciones de inestabilidad económica han provocado un brecha social y laboral que han provocado que la gestión responsable de los recursos humanos sea uno de los principales objetivos de desarrollo sostenible de las naciones, de los investigadores y de las agendas de las organizaciones. El objetivo de este trabajo es analizar, el efecto de la responsabilidad social en elementos relacionales como son el capital, el compromiso y retención de los empleados. La información necesaria para realizar el análisis empírico se ha obtenido mediante una encuesta *on-line*. El tratamiento de los datos se ha llevado a cabo mediante la técnica PLS-SEM. Los resultados obtenidos muestran que las acciones de responsabilidad social influyen significativamente en el capital social percibido por los empleados y que el capital social influye significativamente en el compromiso y retención de los mismos. Sin embargo, descubrimos que las acciones de responsabilidad social sólo influyen positiva y positivamente en el compromiso y retención de los empleados, cuando media entre el capital social. Esta investigación supone una contribución en la gestión de las organizaciones y sugiere a los administradores del capital humano una mayor gestión relacional de los recursos humanos en la vinculación, implicación y transparencia de sus acciones de responsabilidad social para lograr una mayor compromiso y retención de sus empleados, un mejor rendimiento de la organización y, en general, un mayor beneficio para la sociedad.

Palabras clave: Responsabilidad social, capital social, compromiso, retención.

SALA DE FINANZAS Y CONTABILIDAD

- **A DIVERSIDADE DE GÉNERO AFETA O DESEMPENHO FINANCEIRO DAS PME HOTELEIRAS PORTUGUESAS?**
Fernanda Matias, Sandra Rebelo, Victor Gabriel
- **INVERTIR EN COOPERATIVAS AGRÍCOLAS: COMO HACERLO DESDE LAS PREFERENCIAS DE LOS INVERSORES**
Ángel Sabino Mirón-Sanguino, Eva Crespo-Cebada, Carlos Díaz-Caro
- **HETEROGENEIDAD EN EL COMPORTAMIENTO INVERSIÓN EN PRODUCTOS SOSTENIBLES: EL CASO DE FONDOS TEMÁTICOS**
Lucía de Carlos-Fraile, Ángel Sabino Mirón-Sanguino, Eva Crespo-Cebada, Carlos Díaz-Caro
- **IMPLICACIONES CONTABLES DEL CLOUD COMPUTING**
M. Pilar Martín Zamora, Joao M. Capella Borrallho, Remedios Hernández Linares, Arturo C. Ferrera Martínez
- **IMPACTO DOS RUÍDOS NA PERFORMANCE DAS EMPRESAS COTADAS PORTUGUESAS: NOVA EVIDÊNCIA USANDO DADOS EM PAINEL**
Maria Elisabete Duarte Neves, Pedro Miguel Rodrigues Gonçalves, Rafael Pereira Gomes, Catarina Alexandra Neves Proença, Beatriz Lopes Cancela, Pedro Melanda
- **PRÁTICAS DE CUSTEIO E CONTROLO DE CUSTOS: ESTUDO DE CASO NUMA RESIDÊNCIA SÉNIOR**
Rui Silva, Carmem Leal, Catarina Dimis
- **STYLE OF USE OF QUALITY COST INFORMATION AND ITS EFFECTS ON QUALITY-RELATED LEARNING AND PERFORMANCE. A GENDER APPROACH**
Jorge Casas Novas, Maria do Céu Alves
- **O IMPACTO DA COVID-19 NO ENDIVIDAMENTO: EMPRESAS PORTUGUESAS DO SETOR DA SAÚDE**
Maria Elisabete Duarte Neves, João Simões, Ivo Ferreira, Beatriz Lopes Cancela, Catarina Alexandra Neves Proença, Pedro Melanda

A DIVERSIDADE DE GÉNERO AFETA O DESEMPENHO FINANCEIRO DAS PME HOTELEIRAS PORTUGUESAS?

Fernanda Matias (mfmatias@ualg.pt)

Sandra Rebelo (srebelo@ualg.pt)

Universidade do Algarve

Vitor Gabriel (vigab@ipg.pt)

Instituto Politécnico da Guarda

RESUMO

Este estudo investiga o efeito da diversidade de género no desempenho financeiro de empresas hoteleiras portuguesas, tendo como enquadramento as teorias do género, da agência e da dependência dos recursos. Com base numa amostra de 386 pequenas e médias empresas portuguesas (PME) hoteleiras, referente ao período de 2015-2019, os nossos resultados suportam que a presença de mulheres exerce um efeito negativo no desempenho financeiro, sustentando as predições da teoria do papel de género, em vez das previstas pelas teorias da dependência de recursos e da teoria da agência.

Não obstante, existe um conjunto de razões, nomeadamente, associadas à robustez das medidas da diversidade do género, à medida de desempenho financeiro e a variáveis demográficas e de contexto não controladas, que nos leva a sugerir que face à evidência empírica, por medida de precaução, a inclusão das mulheres no quadro de diretores e na presidência do conselho de administração seja baseada nas qualificações e na experiência. Acresce que consideramos que o resultado observado não implica que as mulheres sejam menos eficientes do que os homens na governação das empresas e que é crucial o equilíbrio de diversidade de género nos quadros das empresas, por forma que estas possam usufruir de capital humano diversificado.

Palavras-chave: Diversidade de género, governação, desempenho financeiro, hotelaria, Portugal.

INVERTIR EN COOPERATIVAS AGRÍCOLAS: COMO HACERLO DESDE LAS PREFERENCIAS DE LOS INVERSORES

Ángel Sabino Mirón-Sanguino (asmiron@unex.es)

Eva Crespo Cebada (ecreceb@unex.es)

Carlos Díaz Caro (carloxdc@unex.es)

Universidad de Extremadura

RESUMEN

La forma societaria de una cooperativa hace que se sitúe como una de las más importantes empresas dentro del ámbito agrario, por sus características especiales hace que agricultores y ganaderos tengan acceso a mayores ventajas competitivas. Además, las cooperativas se sitúan como motor dentro de la economía social, lo cual conlleva que la inversión en cooperativas agrarias pueda considerarse como una inversión sostenible. El objetivo de este trabajo es analizar las preferencias de los inversores en las empresas agrarias, profundizando en el papel que tiene la cooperativa como figura empresarial. Para llegar a cabo este objetivo se aplica la metodología del experimento de elección mediante la realización de un cuestionario a posibles inversores. También se han utilizado los modelos de clases latentes para identificar grupos de inversores. Distinguiéndose 2 clases de inversores según las preferencias de inversión: propietarios y trabajadores. La rentabilidad aparece como uno de los factores determinantes en la inversión en cooperativas, si bien, el control de la misma y, por tanto, el derecho a voto, se sitúan como factores determinantes a la hora de invertir en este tipo de instrumento.

Palabras clave: Cooperativas, experimento de elección, propiedad.

HETEROGENEIDAD EN EL COMPORTAMIENTO INVERSIÓN EN PRODUCTOS SOSTENIBLES: EL CASO DE FONDOS TEMÁTICO

Lucía de Carlos Fraile (idecarlo@alumnos.unex.es)

Ángel Sabino Mirón-Sanguino (asmiron@unex.es)

Eva Crespo Cebada (ecreceb@unex.es)

Carlos Díaz Caro (carlosdc@unex.es)

Universidad de Extremadura

RESUMEN

La inversión sostenible se ha situado como un pilar fundamental para lograr los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). La canalización y comercialización de productos de inversión que contribuyan a logro de los mismo son un instrumento que los inversores deberían tener en sus carteras. El objetivo de este trabajo consiste en analizar las preferencias de los inversores acerca de fondos de inversión que contribuyan en su política de inversión al logro del objetivo de desarrollo número 6: agua limpia y saneamiento. Para ello se ha aplicado la metodología Choice experiment con el fin de tratar de obtener una valoración por parte del inversor español sobre este tipo de fondos. Se ha llevado a cabo una encuesta en la que se obtenido un total de 456 observaciones válidas. El modelo mixlogit fue aplicado para analizar la heterogeneidad de los inversores. Los resultados muestran como existe una alta valoración de los fondos que tienen en sus carteras inversiones que contribuyen al ODS 6, además también se observa como existe una heterogeneidad en las preferencias, lo cual muestra una posibilidad de segmentación como estrategia de comercialización de estos productos.

Palabras clave: Inversión sostenible, ODS, disponibilidad a invertir, heterogeneidad.

IMPPLICACIONES CONTABLES DEL CLOUD COMPUTING

*M. Pilar Martín Zamora (zamora@uhu.es)
Universidad de Huelva*

*Joao M. Capella Borralho (capelaborralho@hotmail.com)
Universidade Lusófona (Portugal)*

*Remedios Hernández Linares (remedioshl@unex.es)
Arturo C. Ferrera Martínez (arferreram@unex.es)
Universidad de Extremadura*

RESUMEN

A día de hoy, el cloud computing es una tecnología de vanguardia que ofrece a la empresa todo un mundo de posibilidades en forma de servicio, impulsando la mejora de sus operaciones. Sin embargo, no todos los servicios ofertados por los proveedores tecnológicos son iguales. De hecho, aunque han ido surgiendo múltiples opciones para cubrir las necesidades de los usuarios, existen tres modelos básicos que, si bien presentan características comunes, difieren en la forma en que se lleva a cabo la gestión y el acceso a los recursos por parte de los clientes y el proveedor tecnológico. En este trabajo, tras realizar una revisión del cloud computing, los modelos para su implementación y las alternativas de contratación, se presenta el tratamiento contable que, en el actual marco contable, debería aplicarse a los costes derivados de los contratos de servicios de cloud computing. Los resultados, que ponen de manifiesto que el control del recurso y, en su caso, la independencia de los costes de configuración o personalización del propio recurso son los aspectos determinantes en la calificación contable de dichos costes, así como su valoración y registro, tienen una trascendental implicación práctica en la medida en que minoran la incertidumbre a la que se enfrentan los profesionales de la contabilidad derivada de la ausencia de regulación de este tipo de contratos.

Palabras clave: Cloud computing, contabilidad, SaaS, PaaS, IaaS.

IMPACTO DOS RUÍDOS NA PERFORMANCE DAS EMPRESAS COTADAS PORTUGUESAS: NOVA EVIDÊNCIA USANDO DADOS EM PAINEL

Maria Elisabete Duarte Neves (mneves@iscac.pt)

Pedro Miguel Rodrigues Gonçalves (iscac16343@alumni.iscac.pt)

Rafael Pereira Gomes (a2021120590@alumni.iscac.pt)

Catarina Alexandra Neves Proença (cproenca@iscac.pt)

Beatriz Lopes Cancela (bancela@iscac.pt)

Pedro Melanda (pmelanda@iscac.pt)

Institute of Accounting and Administration-ISCAC (Coimbra)

RESUMO

Tanto a certificação como os fatores de responsabilidade social diferenciam cada vez mais as empresas destacando-as da sua concorrência mais direta, havendo um incremento de investigações sobre estes temas. Contudo, ainda se sabe pouco sobre o real impacto e de que forma estas variáveis influenciam a performance das empresas. Desta forma, o objetivo deste trabalho é estudar o impacto que os ruídos externos, os positivos medidos pela ISO 9001 e 14001, e os negativos medidos pelo índice de perceção de corrupção, têm nas métricas de performance das empresas da Euronext Lisbon no período compreendido entre 2011 e 2020. Utilizando a metodologia de dados em painel, especificamente o método de estimação GMM system proposto inicialmente por Arellano e Bover (1995) e Blundell e Bond (1998) os resultados sugerem que tanto a certificação de qualidade e ambiente como o Índice de Perceção da Corrupção têm um impacto significativo na performance destas empresas.

Palavras-chave: Ruídos, performance, sustentabilidade, GMM system.

PRÁTICAS DE CUSTEIO E CONTROLO DE CUSTOS: ESTUDO DE CASO NUMA RESIDÊNCIA SÉNIOR

Rui Silva (rui.silva@utad.pt)

Carmen Leal

Catarina Dinis

University of Trás-os-Montes and Alto Douro-UTAD

RESUMO

A problemática da estimativa e controlo dos custos, não sendo nova, tem ganho relevância crescente ao longo das últimas décadas, porquanto o apuramento efetivo e respetivo controlo dos custos são condições essenciais para garantir a sobrevivência, a competitividade e a sustentabilidade empresarial. Com efeito, a contabilidade financeira não tem sido capaz de dar resposta às necessidades de informação para a gestão, o que justifica a necessidade de investimento num outro ramo: a contabilidade analítica. Esta, não estando condicionada pelos regimes contabilísticos e fiscais em vigor, apresenta-se como uma ferramenta com um vasto âmbito na procura de informações oportunas, claras e objetivas para os diversos *stakeholders*.

É neste âmbito que se desenvolve o presente trabalho, que tem como objetivo apresentar uma reflexão sobre a importância do controlo de custos, na sua perspetiva de maximização do lucro, procurando, para o efeito, identificar o modelo de custeio que mais se adequa à realidade da Instituição em estudo. No atual contexto da saúde, o desenvolvimento de técnicas para controlo e análise de custos em organizações da área da saúde, tem se mostrado como uma ferramenta fundamental no processo de gestão e um fator determinante no desempenho das mesmas. Espera-se que este estudo constitua um contributo relevante na procura de ganhos e eficiência na tomada de decisão, por parte da Instituição e, conseqüentemente, um contributo no aumento da sua rentabilidade e competitividade.

Os resultados obtidos revelaram uma importância acrescida da contabilidade analítica para a Instituição alvo de estudo, na medida em que permitiram obter um conhecimento preciso dos custos do serviço por utente de ambas as valências em funcionamento, sendo que estes nunca antes tinham sido calculados pela Instituição e, demonstrou ainda, um resultado negativo do período em análise. Verificou-se, assim, um contributo relevante na procura de ganhos e eficiência na tomada de decisão para a Instituição e, conseqüentemente, um contributo para o aumento da sua sustentabilidade e competitividade.

Palavras-chave: Contabilidade de custos, controlo de custos, sistemas de custeio, custos, terceiro setor.

STYLE OF USE OF QUALITY COST INFORMATION AND ITS EFFECTS ON QUALITY-RELATED LEARNING AND PERFORMANCE. A GENDER APPROACH

*Jorge Casas Novas (jlnovas@uevora.pt)
Universidade do Évora*

*Maria do Céu Alves (mceu@ubi.pt)
Universidade de Beira Interior*

ABSTRACT

Past research has analysed gender differences in different areas of organizational context, although some areas remain in which research has been less incisive. The analysis of potential gender differences in terms of information use is one of the areas that has received the least attention from researchers. Recognizing and exploiting this research gap, we followed the Levers of Control framework (Simons, 1995) to distinguish between diagnostic and interactive use of quality cost information (QCI), to evaluate to what extent there are gender differences in the use of that information and how they influence quality-related learning (QRL) and organizational performance. To that end, we have performed a set of statistical tests, including a multi-group analysis (female managers *vs.* male managers), which revealed that the diagnostic use of QCI by female managers had a negative impact on QRL, whereas this effect was positive (although not statistically significant) in the male managers' group. In both groups the impact of QRL on performance is positive and statistically significant. However, the effect of QRL on non-financial performance is higher in the female managers' group. No significant differences were found between groups regarding the impact of QRL on financial performance. Therefore, the results show that female and male managers differ in the use of QCI and that those differences have implications for QRL and performance, notably non-financial performance. We will look in depth at these results and analyse their potential impacts on practice and theory.

Keywords: Quality cost information, use of information, quality learning, financial and non-financial performance, gender differences.

This work was supported by national funds through the FCT – Foundation for Science and Technology, I.P., under the project UIDB/04007/2020 & UIDB/04630/2020.

O IMPACTO DA COVID-19 NO ENDIVIDAMENTO: EMPRESAS PORTUGUESAS DO SETOR DA SAÚDE

Maria Elisabete Duarte Neves (mneves@iscac.pt)

João Simões (iscac16343@alumni.iscac.pt)

Ivo Ferreira (a2021120590@alumni.iscac.pt)

Beatriz Lopes Cancela (bancela@iscac.pt)

Catarina Alexandra Neves Proença (cproenca@iscac.pt)

Pedro Melanda (pmelanda@iscac.pt)

Institute of Accounting and Administration-ISCAC (Coimbra)

RESUMO

O trabalho desenvolvido visa compreender a relação entre os determinantes da estrutura de capital e a proporção de recursos internos e externos de empresas portuguesas do setor da saúde, em períodos distintos. Face ao impacto da pandemia covid-19 estudaram-se dois períodos: antes e durante a atual crise pandémica. A amostra estudada é constituída por 514 empresas e abrange o período compreendido entre os anos 2011 e 2020. A metodologia adotada foi de dados em painel, mais especificamente, o método dos momentos generalizado, GMM. Os resultados do estudo vão ao encontro da teoria explicativa Pecking-order, demonstrando que as empresas em estudo seguem uma hierarquia de financiamento, recorrendo preferencialmente a fundos acumulados, e posteriormente, a dívida externa. Adicionalmente, os resultados revelam que a estrutura de capital das empresas sofreu alterações face à pandemia COVID-19. Em suma, a crise pandémica influenciou as empresas do setor da saúde, especialmente a sua estrutura de capitais, não discordando a teoria explicativa subjacente a este setor.

Palavras-chave: Estrutura de capital, COVID-19, determinantes do endividamento, dados em painel, saúde.

SALA DE TURISMO Y EMPRESA

- **UNA VERSIÓN EXTENDIDA DE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES**
Sergio Nieves Pavón, Natalia López-Mosquera García, Héctor V. Jiménez Naranjo
- **ARE SPANISH FAMILY FIRMS MORE RESILIENT THAN NON-FAMILY ONES?**
Meryaam El kaddouri, Carmen González-Zapatero Redondo, Isabel Suárez Gonzáles
- **GESTIÓN ÉTICA Y PARTICIPATIVA DEL AGUA EN UN DESTINO TURÍSTICO RURAL**
María Martín Lucas, Rafael Robina Ramírez
- **ORGANIZATIONAL LEARNING VS. INFORMAL ORGANIZATIONAL LEARNING**
Roba Elbawab

UNA VERSIÓN EXTENDIDA DE LA TEORÍA DEL COMPORTAMIENTO PLANIFICADO EN LOS DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES

*Sergio Nieves Pavón (sergionieves@unex.es)
Natalia López-Mosquera García (nmosquera@unex.es)
Héctor V. Jiménez Naranjo (hectorjimenez@unex.es)
Universidad de Extremadura*

RESUMEN

Este estudio aplica una extensión de la Teoría del Comportamiento Planificado (TPB), a través de la inclusión de las normas morales y las emociones negativas y positivas, para determinar los factores actitudinales y emocionales que influye en la lealtad de los turistas y en el boca a boca. Se ha aplicado un Modelo de Ecuaciones Estructurales (SEM) a una muestra de 303 turistas que visitan el Destino Turístico Inteligente (DTI) de la ciudad de Cáceres, también declarada ciudad Patrimonio de la Humanidad. Los resultados indican que los componentes originales de la TPB, la norma moral y las emociones positivas y negativas ejercen un impacto significativo sobre la lealtad y la intención de recomendar el destino. Adicionalmente, a proporción de varianza explicada muestra que la inclusión de normas morales y emociones positivas y negativas mejoran significativamente el poder explicativo del modelo original. La difusión de información, de forma conjunta, en campañas locales y en redes sociales con el ofrecimiento de experiencias memorables son las principales estrategias que deben seguir los gestores del destino con el objetivo de promover actitudes responsables, emociones positivas y una mayor intención de recomendar el destino y de generar lealtad hacia el mismo.

Keywords: Destino turístico inteligente, emociones, normal moral, TPB, turismo.

ARE SPANISH FAMILY FIRMS MORE RESILIENT THAN NON-FAMILY ONES?

Meryaam El kaddouri (meryaam.elkaddouri@usal.es)
Carmen González-Zapatero Redondo (carmengz@usal.es)
Isabel Suárez Gonzáles (isuarez@usal.es)
Universidad de Salamanca

ABSTRACT

This study investigates the organizational resilience of medium-sized family businesses in Spain. First, we test the effect of family firm on resilience and risk analysis compared to non-family ones, then we study the impact of risk analysis on resilience. For this purpose, an empirical study was carried out on a sample of 201 firms, where 116 family and 85 were non-family businesses. We used a survey to collect data and SPSS software to analyze it. Analysis was organized into two steps: First, we performed a univariate mean-difference to check difference between family and non-family firms; second, a series of regressions were performed to verify our hypotheses. First results show that family firms achieve high level of resilience, while their impact on risk analysis could not be confirmed. Second, the impact of risk analysis on resilience was confirmed to be positive.

Keywords: Organizational resilience, family firms, risk analysis, resilient strategies, COVID-19.

GESTIÓN ÉTICA Y PARTICIPATIVA DEL AGUA EN UN DESTINO TURÍSTICO RURAL

*María Martín Lucas (mariaml@unex.es)
Rafael Robina Ramírez (rrobina@unex.es)
Universidad de Extremadura*

RESUMEN

Los cambios y abusos en el aprovechamiento del agua como el uso desmedido y su explotación no controlada como atractivo turístico han conducido a una carencia del recurso en los últimos años. Ante la imposibilidad de generación del recurso, se opta por una gestión adecuada para garantizar las necesidades de todos los agentes que demandan su utilización. Pero la heterogeneidad de colectivos dificulta su gestión debido a que cada uno defiende su interés por encima del resto. La gestión que se plantea en este modelo cuenta con la participación de todos los agentes que utilizan el agua. A través del diseño de un modelo replicable y la utilización de una metodología cuantitativa y cualitativa se detalla que la cooperación en la gestión es determinante para asegurar el éxito del modelo aunque se requiere incluir una serie de medidas que mejoran la eficiencia como la concienciación, la formación ética, la protección del medio natural, la imposición de sanciones y el apoyo económico para cubrir necesidades estructurales y formativas que ayudan a la mejora del aprovechamiento del agua.

Palabras clave: Gestión ética, cooperación, agua, turismo, Valle del Jerte.

ORGANIZATIONAL LEARNING VS. INFORMAL ORGANIZATIONAL LEARNING

*Roba Elbawab (rrebe@iscte-iul.pt)
Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL)*

ABSTRACT

Over the years researchers have focused on organizational learning as culture and behaviours, but recently researchers started to highlight the importance of the processes and the need for identifying the organizational learning processes. Organizational learning includes two types formal and informal learning. Most of the previous research focused on formal organizational learning, but few studies focused on the informal organizational learning processes. This research aims to better understand informal organizational learning and its process. This research used a literature approach to collect all the relevant literature for informal organizational learning and to highlight the gaps in the literature. Also, in this study, it is mentioned that developing a scale that is mainly focusing on organizational informal learning processes is needed. The findings of the study show the need for assessing informal organizational learning as it improves organizational efficiency. Also, the findings of the literature search show that informal organizational learning processes include communication among employees, collaboratively solving problems within the organization, seeking responses, scanning the environment, reassessing the situation, reflecting on the whole organization and Information sharing. The originality of this research lies in the theme. This research is about understanding informal organizational learning and identifying the relevant processes. A scarce number of researchers have focused on investigating this concept in organization and management studies. The future of this study is to assess informal organizational learning empirically to validate the scale so human resources practitioners and organization researchers could use it.

Keywords: Organizational learning, formal learning, informal organizational learning, organization development.

SALA DE ORGANIZACIÓN DE EMPRESAS

- **SER RESILIENTE, PERO HASTA UN LÍMITE, O EL EFECTO “THE TOO-MUCH-OF-A-GOOD-THING” EN LA FELICIDAD EN EL TRABAJO. UN ESTUDIO EN EL PROFESORADO NO UNIVERSITARIO**
Dara Hernández Roque, Magdalena Holgado Herrero, María José Foncubierta Rodríguez

- **CARBON STRATEGY, CORPORATE GOVERNANCE AND PERFORMANCE: A MEDIATING ANALYSIS**
César Hugo Estrada Tuanama, María Belén Lozano García, Jennifer Martínez Ferrero, Vitor Gabriel Sousa

- **O VALOR EM PARTILHAR VALORES: UM ESTUDO SUSTENTÁVEL NO PANORAMA EMPRESARIAL PORTUGUÊS**
Joaquín Teixeira Quirós, Maria do Rosário Teixeira Fernandes Justino, Bernardo Fernandes Bolinhas da Silva, José Luis Coca Pérez

- **EL IMPACTO DE LAS TIC EN EL RENDIMIENTO DE LAS PYMES EN SITUACIÓN DE PANDEMIA: ESTADO ACTUAL DE LA CUESTIÓN**
Nuria Ramos Vecino, Antonio Fernández Portillo, Manuel Almodóvar González, Adelaida Ramos Mariño

SER RESILIENTE, PERO HASTA UN LÍMITE, O EL EFECTO “THE TOO-MUCH-OF-A GOOD-THING” EN LA FELICIDAD EN EL TRABAJO. UN ESTUDIO EN EL PROFESORADO NO UNIVERSITARIO

Dara Hernández Roque (dara.hernandez@uca.es)

Magdalena Holgado Herrero (magdalena.holgado@uca.es)

María José Foncubierta Rodríguez (mariajose.foncubierta@uca.es)

Universidad de Cádiz

RESUMEN

En la actualidad el interés por la felicidad personal y cómo influyen por cómo le influyen las características y los factores individuales está en auge debido a las repercusiones que tienen para la gestión de recursos humanos y las organizaciones. La resiliencia es una capacidad psicológica positiva que contribuye a una mejor adaptación y a percibir las situaciones negativas como menos estresantes, lo cual es de vital importancia para los tiempos turbulentos derivados de la COVID-19 y las altas demandas laborales a los que se enfrentan los profesores. Esta capacidad se relaciona positivamente con la felicidad personal. Sin embargo, el efecto de “demasiado de algo bueno” enfatiza que diversos antecedentes, en principio positivos, llevados al exceso podrían mostrar un punto de inflexión en el que la relación dejará de ser positiva lineal y directa entre estas variables. Este trabajo pretende analizar dicho efecto de “demasiado de algo bueno” en el contexto laboral post COVID-19; y si demasiada resiliencia puede tener un efecto negativo en la felicidad personal del trabajador. Se ha diseñado un cuestionario adaptando escalas ya validadas al ámbito de Educación no universitaria. Los resultados muestran que se da una relación en forma de U invertida o curvilínea entre la felicidad personal y la resiliencia del profesorado.

CARBON STRATEGY, CORPORATE GOVERNANCE AND PERFORMANCE: A MEDIATING ANALYSIS

César Hugo Estrada Tuanama (cestradat@usal.es)

María Belén Lozano García (beloga@usal.es)

Jennifer Martínez Ferrero (jenny_marfe@usal.es)

Universidad de Salamanca

Vitor Gabriel Sousa (vitor@ipg.pt)

Instituto Politécnico da Guarda

ABSTRACT

This paper aims to analyze different factors related to carbon strategy and corporate governance and their influence on environmental scores. Specifically, we analyze the effect of the existence of a corporate social responsibility committee (CSR committee) on corporate environmental performance (CEP). We also study the mediating effect of the implementation of a carbon strategy, as a set of activities that help to manage carbon emissions in response to climate change. To test our hypotheses, several regression models have been proposed and analyzed using an international sample from 2013 to 2018. Our results indicate that the existence of a CSR committee favors greater environmental commitment, and, as the principal finding, this effect is mediated by the implementation of a carbon strategy. This study offers important implications for firms and policymakers concerning the adoption of proactive environmental strategies that aim to reduce a firm's environmental impact.

Keywords: CSR Committee, climate change, carbon strategy, corporate environmental performance.

O VALOR EM PARTILHAR VALORES: UM ESTUDO SUSTENTÁVEL NO PANORAMA EMPRESARIAL PORTUGUÊS

Joaquín Texeira Quirós (jquiros@autonoma.pt)
Bernardo Fernandes Bolinhas da Silva (fernandeshaoyu@gmail.com)
Universidade Autónoma de Lisboa

Maria do Rosário Texeira Fernandes Justino (mrjustino@iscal.ipl.pt)
Lisbon Accounting and Business School

José Luís Coca Pérez (jlcoca@unex.es)
Universidad de Extremadura

RESUMO

Num passado não muito distante, muito raramente, as empresas eram vistas como intermediárias de mudança e de melhoria social. No entanto, hoje em dia, a ligação entre o progresso socioambiental e o êxito económico é bastante clara. De facto, estimular este progresso em qualquer área do planeta tem a capacidade de reduzir os níveis de poluição, pobreza e analfabetismo, entre muitos outros, simultaneamente criando valor empresarial e aumentando as receitas.

Este estudo pretende mostrar como a criação de valores partilhados, poderá fazer parte da estratégia empresarial, baseada em sustentabilidade, da atualidade ou de um futuro muito próximo. A partilha e criação de valores é uma estratégia que pretende mudar o núcleo do negócio. Assente num plano de negócios bem estruturado confere a habilidade de gerar valores nos três pilares fundamentais da sustentabilidade.

Através dos dados recolhidos também haverá oportunidade de compreender quais as motivações ou barreiras à adoção do conceito. Pois nenhuma empresa opera em isolamento, tanto fatores internos como externos têm a capacidade de influenciar a sua utilização. A modo de exemplo, condições sociais podem influenciar a procura ou mesmo a produtividade interna. Assim, conseguir-se-á obter uma visão mais realista do que realmente importa e tornar-se-á perceptível se as empresas portuguesas acreditam, ou não, na capacidade que este conceito tem em ser o impulso necessário para se trabalhar e obter sustentabilidade empresarial.

Palavras-chave: Criação de valores partilhados, responsabilidade social, filantropia, sustentabilidade, sustentabilidade empresarial.

EL IMPACTO DE LAS TIC EN EL RENDIMIENTO DE LAS PYMES EN SITUACIÓN DE PANDEMIA: ESTADO ACTUAL DE LA CUESTIÓN

*Nuria Ramos Vecino (nuriarv@unex.es)
Antonio Fernández Portillo (antoniofp@unex.es)
Manuel Almodóvar González (manuelag@unex.es)
Adelaida Ramos Mariño (adelaidarm@unex.es)
Universidad de Extremadura*

ABSTRACT

Teniendo en cuenta el aumento de la incorporación de las TIC en las Pymes españolas en los últimos años debido a la crisis sanitaria ocasionada por el COVID-19 y conociendo la desventaja de este tipo de empresas a la hora de incorporarlas, en comparación con las grandes organizaciones, se ha realizado una investigación para mostrar una visión actualizada de los estudios existentes sobre el impacto que genera la aplicación de las TIC en las Pymes. Para ello se realizará un análisis biométrico mediante una búsqueda en la plataforma Scopus, del periodo 2019-actualidad, en el campo de las Ciencias Sociales y así poder obtener la información necesaria para, a través del programa VosViewer, tratar y mapear los datos.

Estos datos permitirán conocer cuáles son los autores más importantes del área de estudio y la relación entre ellos, también el número de publicaciones y su tendencia a lo largo del período estudiado pudiendo concluir que existen numerosos autores e investigaciones en este campo y que la tendencia de la producción científica es creciente, debido a la digitalización forzosa que han sufrido las empresas.

Palabras clave: Bibliométrico, digitalización, pyme, Scopus, VosViewer.

SALA DE MARKETING E INNOVACIÓN

- **SMELL, TOUCH AND TASTE: SENSORY WORDS AS STIMULI TO INFLUENCE CUSTOMER ENGAGEMENT IN DIGITAL CONTEXTS**
Evelyn Sophia Valenzuela Gálvez, Óscar González-Benito, Álvaro Garrido-Morgado
- **EL ABANDONO EN LOS SERVICIOS DE SUSCRIPCIÓN DE VIDEO EN STREAMING**
Ismael Becerril-Castrillejo, Pablo Antonio Muñoz-Gallego
- **INFLUENCIA DEL VALOR DE MARCA EN LA SATISFACCIÓN Y LAS INTENCIONES CONDUCTUALES DE LOS ASISTENTES A LOS FESTIVALES DE MÚSICA**
Elena García de Soto Camacho, Rosa María Vaca Acosta
- **A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA BANCA EM SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE: ESTUDO EXPLORATÓRIO**
Abdulay Seydo Vaz Pires dos Santos, Rui Quaresma

SMELL, TOUCH, AND TASTE: SENSORY WORDS AS STIMULI TO INFLUENCE CUSTOMER ENGAGEMENT IN DIGITAL CONTEXTS

Evelyn Sophia Valenzuela Gálvez (sophievalenzuelag@usal.es)
Óscar González-Benito (oscargb@usal.es)
Álvaro Garrido-Morgado (algamo@usal.es)
Universidad de Salamanca

ABSTRACT

This research aims to analyze if sensory stimuli such as words associated with smell, touch, and taste enhance customer engagement in digital contexts. Five A/B experiments were carried out to analyze such relationship. Experimental designs are based on campaigns on Instagram from different brands and products. Experiment 1 evaluates sensory words related to smell with a handmade soap. Experiments 2 and 3, those related to touch with two different books, and experiments 4 and 5, those related to the sense of taste with ice cream and artisan bread. In version A of the experiments, the content integrated sensory words related to smell, touch, and taste. In version B, the content included words related to other characteristics of the product that were not related to sensory aspects. The findings show that sensory words increase the customer engagement, particularly the probability of content interaction (like, comment, save or reply).

Keywords: Sensory words, sensory stimuli, customer engagement, sensory marketing, digital marketing.

EL ABANDONO EN LOS SERVICIOS DE SUSCRIPCIÓN DE VIDEO EN STREAMING

Ismael Becerril Castrillejo (i.becerril@usal.es)
Pablo Antonio Muñoz Gallego (pmunoz@usal.es)
Universidad de Salamanca

RESUMEN

La presente comunicación estudia la influencia de la satisfacción y la saciedad sobre el valor percibido, considerando ambos como un indicador adelantado de la intención de abandonar la suscripción a servicios de video en streaming conocidos como SvoD (Netflix, Apple TV+, HBO max...). Los resultados del estudio, son generalizables a diferentes servicios de venta por suscripción. La saciedad disminuye el efecto positivo del valor percibido y la satisfacción sobre abandono. El abandono inmediato se debe más a la influencia de la competencia que a la satisfacción. Cuando la saciedad es elevada, los efectos de la satisfacción y valor percibido sobre el abandono desaparecen, siendo la saciedad la principal explicación del abandono.

Palabras clave: Intención de abandono, saciedad, disposición a pagar, suscripción, SvoD, comportamiento del consumidor.

INFLUENCIA DEL VALOR DE MARCA EN LA SATISFACCIÓN Y LAS INTENCIONES CONDUCTUALES DE LOS ASISTENTES A LOS FESTIVALES DE MÚSICA

Elena García de Soto Camacho (elena.gardeso@dem.uhu.es)

Rosa María Vaca Acosta (rosa.maria@dem.uhu.es)

Universidad de Huelva

RESUMEN

Los festivales musicales forman parte de la industria cultural y se han convertido en un fenómeno que no para de crecer, siendo fundamental para los organizadores identificar si las estrategias de marketing llevadas a cabo son positivas y eficaces para generar una ventaja competitiva, asumiendo que las mismas pueden diferir según la antigüedad y posicionamiento de los festivales de música. El objetivo de la presente investigación es identificar las dimensiones que componen el valor de la marca para un festival de música emergente, así como averiguar si el valor de marca global influye en la satisfacción e intenciones conductuales de los asistentes. Para alcanzar estos objetivos se realizó una encuesta personal a los asistentes de un festival de música, comprobando que el valor de marca global tiene influencia sobre la satisfacción y que esta última produce una serie de sentimientos que se materializarán en actitudes positivas hacia la marca y en la posible recompra.

Palabras clave: Festivales musicales, valor de marca, satisfacción, intenciones conductuales.

A TRANSFORMAÇÃO DIGITAL NA BANCA EM SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE: ESTUDO EXPLORATÓRIO

*Abdulay Seydo Vaz Pires dos Santos (abdulaypires@hotmail.com)
Rui Quaresma (quaresma@uevora.pt)
Universidade de Évora*

RESUMO

No atual contexto de constante inovação e evolução das tecnologias de informação e comunicação, as exigências dos consumidores nos diferentes segmentos de mercado têm aumentado cada vez mais, com realce para o sector da banca. Essas inovações têm permitido à banca disponibilizar novas gamas de serviços, nomeadamente através de aplicativos nos mais diversos dispositivos móveis.

O presente estudo debruça-se sobre a possibilidade de desmaterialização da banca em São Tomé e Príncipe, analisando a situação atual, as vantagens e os riscos associados ao processo de digitalização da banca santomense. Na investigação adotou-se uma metodologia qualitativa, com recolha bibliográfica, documental e de campo, tendo esta última sido concretizada através de entrevistas semiestruturadas.

O estudo permite concluir que há condições para a desmaterialização da banca santomense, desde que sejam introduzidas algumas mudanças em termos de hábitos e uso da banca eletrónica e com o envolvimento de entidades públicas e privadas.

Palavras-chave: Tecnologias de informação e comunicação, banca, serviços financeiros, fintechs, clientes.

SALA DE EMPRENDIMIENTO Y SOSTENIBILIDAD

- **ARTISAN ENTREPRENEURSHIP: PROFILE AND IMPORTANCE OF THE ARTISAN'S ROLE IN THE PROMOTION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF LOW-DENSITY AND CROSS-BORDER TERRITORIES**

Alex Olivier Alves Rodrigues, Carla Susana Da Encarnação Marques

- **COMPETITIVIDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÓMICO: UMA ANÁLISE EMPÍRICA DA INFLUÊNCIA NO EMPREENDEDORISMO**

Gutemberg Xavier dos Santos Gomes, Anabela Dinis

- **INOVAÇÃO E INDÚSTRIA 4.0: UM ESTUDO DE CASO SOBRE A UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS EM EQUIPAMENTO DE EXPLORAÇÃO FLORESTAL**

Carlos Sampaio, Pedro Torres, Luís Farinha

- **CORPORATE GOVERNANCE AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY: ADDRESSING THE DUAL THEME FROM A BIBLIOMETRIC APPROACH**

Saudi Yuliet Enciso Alfaro, Isabel María García Sánchez

ARTISAN ENTREPRENEURSHIP: PROFILE AND IMPORTANCE OF THE ARTISAN'S ROLE IN THE PROMOTION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF LOW-DENSITY AND CROSS-BORDER TERRITORIES

*Alex Olivier Alves Rodrigues (aoarodrigues@gmail.com)
Carla Susana Da Encarnação Marques (smarques@utad.pt)
Universidade de Trás-os-Montes e Alto-Douro*

RESUMO

O objetivo do presente estudo de caso é de aprofundar o conhecimento sobre a temática do empreendedorismo artesanal, por forma a traçar o perfil e importância do artesão na promoção e desenvolvimento sustentável de territórios transfronteiriços de baixa densidade populacional, usando o modelo de inovação da Quintuple Helix. Para atingir o objetivo proposto foi aplicada uma abordagem qualitativa, através da realização de 9 entrevistas semiestruturadas a artesãos de base cultural e tradicional, oriundos do Nordeste de Portugal (Bragança, Miranda do Douro, Mogadouro, Vimioso e Vinhais) e Espanha (Província de Zamora). As entrevistas foram realizadas de forma presencial tendo-se iniciadas em maio 2022 e concluídas em junho de 2022. As entrevistas foram transcritas manualmente e sujeitas a uma análise de conteúdo, bem como foram tratadas através de um software computacional de análise léxica (IRAMUTEQ). Finalmente, apresentamos os resultados e contributos mais relevantes bem como definiu-se uma agenda para futuras linhas de investigação para cada uma das 3 dimensões identificadas e abordadas (Perfil do Empreendedor, Contexto Territorial e Contexto Empresarial). Este estudo permitirá ainda a futuros investigadores potenciarem os seus esforços por forma a colmatar as lacunas identificadas.

Palavras-chave: Artisan entrepreneurship, handicraft, cross-border, lexical analysis, Quintuple Helix.

COMPETITIVIDADE E DESENVOLVIMENTO SOCIOECONÓMICO: UMA ANÁLISE EMPÍRICA DA INFLUÊNCIA NO EMPREENDEDORISMO

*Gutemberg Xavier (gutemberg.xavier@ubi.pt)
Anabela Dinis (adinis@ubi.pt)
Universidade da Beira Interior*

RESUMO

Este estudo tem o objetivo de analisar a influência da competitividade e do desenvolvimento socioeconómico no nível de empreendedorismo, a partir de um trabalho empírico quantitativo em escala global. Trata-se de um estudo empírico quantitativo, realizado a partir de dados secundários extraídos do GEDI, World Bank, WEF e UNDP, referente ao ano de 2019. A amostra é composta por 137 países. Adotou-se um modelo de regressão linear. As variáveis independentes seccionadas foram o GCI, o PIB per capita e o IDH. A variável dependente foi o Global Entrepreneurship Index. Utilizou-se o software IBM SPSS Statistics para o processamento dos dados. Os resultados mostram que a competitividade tem uma influência direta nos indicadores de empreendedorismo dos países. O crescimento económico medido pelo PIB per capita apresenta uma influência direta extremamente baixa. Os achados quanto ao IDH mostraram-se insignificantes para influenciar o empreendedorismo, de acordo com o modelo de regressão proposto. Este artigo dedica-se a preencher uma lacuna de estudos relacionados ao empreendedorismo e a gestão estratégica, ao analisar a influência da competitividade na atividade empreendedora. Ademais, faz-se a importante contributo de investigação no campo do empreendedorismo, ao incluir perspetivas sobre o GEI, um indicador de empreendedorismo ainda pouco explorado e de espectro mais amplo sobre as ações e atividades empreendedoras dos países, em relação aos indicadores desenvolvidos pelo Global Entrepreneurship Monitor.

Palavras-chave: Empreendedorismo, estratégia, competitividade, desenvolvimento socioeconómico, GEI.

INOVAÇÃO E INDÚSTRIA 4.0: UM ESTUDO DE CASO DE SOBRE A UTILIZAÇÃO DE FERRAMENTAS DIGITAIS EM EQUIPAMENTO DE EXPLORAÇÃO FLORESTAL

Carlos Sampaio (cfsampaio@ipcb.pt)

Pedro Torres (pedrotorres@ipcb.pt)

Luís Farinha (luis.farinha@ipcb.pt)

Instituto Politécnico de Castelo Branco & NECE-UBI

RESUMO

A atividade empreendedora implica a perceção e aproveitamento de novas oportunidades para desenvolver novos negócios ou atividades já existentes. Envolve geralmente a criação de novas formas de utilização de recursos em novas combinações, incluindo-se aqui também novos métodos produtivos, mercados e formas organizacionais, para desenvolver novos produtos e serviços, o que em última análise leva à introdução de inovações. Neste contexto, o empreendedorismo digital está geralmente associado à identificação de oportunidades no sector das tecnologias da informação e da comunicação que, no caso da indústria 4.0, envolve a miniaturização de dispositivos, desenvolvimentos ao nível do poder de processamento dos microprocessadores e aumento da largura de banda dos sistemas de comunicação.

Neste contexto, este trabalho descreve um estudo de caso sobre a utilização de ferramentas digitais numa PME para implementar os conceitos de digitalização industrial e reforçar a atividade empreendedora. A metodologia utilizada reside numa abordagem qualitativa por ser aquela que mais adequadamente descreve o empreendimento digital e permite descrever a unidade de análise no seu contexto real. Os resultados mostram a utilização de novas tecnologias em equipamento da indústria florestal, especificamente módulos de comunicação com sensores inteligentes que permitem incorporar inovação em máquinas de exploração florestal e melhorias na posição competitiva da empresa em análise.

Palavras-chave: Empreendedorismo digital, digitalização da indústria, indústria 4.0, empreendedorismo, transferência de tecnologia.

CORPORATE GOVERNANCE AND ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY: ADDRESSING THE DUAL THEME FROM A BIBLIOMETRIC APPROACH

*Saudi Yulieth Enciso Alfaro (saudi.enciso@gmail.com)
Isabel María García Sánchez (lajefa@usal.es)
Universidad de Salamanca*

ABSTRACT

Environmental sustainability represents a business challenge that draws the attention of multidisciplinary and multicultural researchers. This study presents a comprehensive picture of the most relevant research on corporate governance and environmental sustainability since 1991. Through a bibliometric analysis of 233 articles retrieved from the Scopus database, we find that 71.67% of the research that addresses the dual theme in the last 7 years appears in journals of recognized impact (e.g., *Business Strategy and the Environment*). Researchers in the field focus on the United States (US), the United Kingdom (UK), and China; determined by total link strength, D. M. Patten, D. Cormier, and P. Berrone are the most influential authors. We also identify 11 thematic groups or subdomains notable for their size and/or validity, including green innovation, institutional factors, climate change, environmental impact, and the board. Remaining to be addressed in future research are the agrifood sector, investment and energy efficiency, and patents and invention. In addition, theoretical approaches should be incorporated with cultural nuances that enrich our understanding of corporate governance as a driving mechanism of climate change.

Keywords: Environmental sustainability, corporate governance, CEO, board of directors and bibliometric analysis.

SALA DE FINANZAS

- **DOES ECONOMIC POLICY UNCERTAINTY INFLUENCE SME PERFORMANCE?**
Carmen Orden-Cruz, Jessica Paule-Vianez, Mari Cruz Sánchez-Escobedo, Victor Moutinho
- **¿TIEMPOS DE VOLATILIDAD? LAS CRIPTOMONEDAS YA NO SON UN VALOR REFUGIO**
*Raúl Gómez Martínez, María Luisa Medrano García, Eladio Pascual Pedreño,
Laura Pascual Nebreda*
- **ESTUDIO DEL PAPEL DE LA GESTIÓN EMPRESARIAL FEMENINA EN EL IMPACTO DE LA INCERTIDUMBRE DE POLÍTICA ECONÓMICA EN LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL**
Sandra Escamilla Solano, Jessica Paule Vianez, Paola Plaza Casado
- **TECHNOLOGY AND FIRM PERFORMANCE: ROLE OF MANAGEMENT INNOVATION**
Lurdes Barroso Simao, Maria José Madeira, Luísa Cagica Carvalho

DOES ECONOMIC POLICY UNCERTAINTY INFLUENCE SME PERFORMANCE?

Carmen Orden-Cruz (carmen.delaorden@urjc.es)

Jessica Paule-Vianez (jessica.paule@urjc.es)

Universidad Rey Juan Carlos

Mari Cruz Sánchez-Escobedo (maricruzse@unex.es)

Universidad de Extremadura

Victor Moutinho (Ferreira.moutinho@ubi.pt)

Universidade do Beira Interior

ABSTRACT

The COVID-19 crisis has increased uncertainty. In particular, the Economic Policy Uncertainty (EPU) has been exacerbated due to taking a wide range of measures very fast to mitigate the impact of the pandemic on businesses and families. This impact on Small and Medium Enterprises (SMEs) is of great interest for their importance to the economies. Thus, this paper analyzes the impact of EPU on SMEs' performance, taking a sample of 80,620 Spanish SMEs and using the Generalized Method of Moments (GMM) estimators. The results show that EPU promotes the SME's performance and how SME managers can take advantage of an adverse scenario.

Keywords: Economic Policy Uncertainty, small and medium enterprises, performance, COVID-19.

¿TIEMPOS DE VOLATILIDAD? LAS CRIPTOMONEDAS YA NO SON UN VALOR REFUGIO

Raúl Gómez Martínez (raul.gomez.martinez@urjc.es)
María Luisa Medrano García (marialuisa.medrano@urjc.es)
Laura Pascual Nebreda (laura.pascual@urjc.es)
Universidad Rey Juan Carlos

Eladio Pascual Pedreño (eladiopp@unex.es)
Universidad de Extremadura

RESUMEN

Desde enero de 2020 vivimos tiempos de incertidumbre y volatilidad. En este estudio vamos a analizar el comportamiento de las criptodivisas en tiempos de volatilidad, y si este puede ser propio de un activo refugio. Para medir la volatilidad usamos el VIX y estimamos modelos de regresión lineal entre ambas variables. Los resultados alcanzados, que utilizan las cinco criptomonedas no estables más importantes, muestran que las tres principales (BTC, ETH y BNB) sí tienen una relación significativa con la volatilidad, pero no actúan como activo refugio, ya que presentan signo negativo en tiempos de incertidumbre. Las otras dos criptodivisas estudiadas (XRP y ADA) no presentan relación de forma significativa. Teniendo en cuenta que ya no podemos utilizar las criptodivisas como valor refugio, algo acreditado en la literatura económica en diversos artículos, analizamos en qué momento se produjo ese cambio estructural, para lo que analizamos la correlación entre el índice bursátil S&P500 (SPX) y el BTC. Utilizando el test de Chow encontramos que en el año 2020 hay un cambio estructural. No había correlación significativa entre ambas variables antes de 2020, para observarse, a partir del citado año, una correlación positiva y significativa en un intervalo de confianza del 99%. El estudio de otras criptodivisas, incluidas las de menor tamaño que las analizadas, podría ayudar a entender los posibles determinantes del comportamiento de estas y se podría realizar una comparativa entre la conducta de las criptomonedas de mayor tamaño y las de un tamaño menor.

Palabras clave: Criptodivisa, volatilidad, VIX, incertidumbre, activo refugio.

ESTUDIO EMPÍRICO SOBRE EL IMPACTO QUE LA GESTIÓN EMPRESARIAL FEMENINA MODERAR EL IMPACTO DE LA INCERTIDUMBRE DE POLÍTICA ECONÓMICA EN LA RENTABILIDAD EMPRESARIAL

Sandra Escamilla Solano (sandra.escamilla@urjc.es)

Jessica Paule Vianez (jessica.paula@urjc.es)

Paola Plaza Casado (paola.plaza@urjc.es)

Universidad Rey Juan Carlos

RESUMEN

El creciente interés que genera la igualdad de género en las empresas y la preocupación por gestionar los Recursos Humanos de manera socialmente responsable supone una humanización de la empresa, sin que ello suponga desviarse del objetivo de aumentar la rentabilidad empresarial. Si además le unimos que la igualdad de género está incluida como uno de los objetivos de la agenda 2030 de Naciones Unidas, se evidencia la necesidad de seguir investigando en un ámbito al que le queda mucho recorrido. El objetivo de este trabajo es analizar si la mayor o menor participación de mujeres en el consejo de administración de las empresas puede relacionarse con un mayor o menor impacto de la Incertidumbre de Política Económica en la rentabilidad empresarial. Para ello, se tomará como muestra las empresas cotizadas en el Eurostock, tomando datos anuales desde 2015-2019. La metodología utilizada ha sido la regresión de datos de panel debido a que disponemos de datos que presentan tanto una dimensión transversal como temporal. La principal conclusión que se espera obtener es que el aumento de la participación de las mujeres en los consejos de administración de las empresas reduce el impacto de Incertidumbre de Política Económica en la rentabilidad empresarial.

Palabras clave: Igualdad de género, incertidumbre de política económica, rentabilidad empresarial, recursos humanos sostenibles.

TECHNOLOGY AND FIRM PERFORMANCE: ROLE OF MANAGEMENT INNOVATION

*Lurdes Barroso Simao (lurdes.somao@ubi.pt)
Maria José Madeira (maria.jose.madeira@ubi.pt)
Universidade de Beira Interior*

*Luisa Cagica Carvalho (luisa.c.carvalho@esce.ips.pt)
Universidade do Évora*

ABSTRACT

Purpose.– Based on the socio-technical systems theory, this study investigates the impact of technology on financial performance relationship at the service firm level, by empirically examining the role of management innovation.

Design/methodology/approach.– The research data was derived from 207 Knowledge-Intensive Business Services firms. SmartPLS software was used for data analysis in modelling through Structural Equation Models (SEM).

Findings.– The findings indicate that management innovation serve as complementary mediator, that enables Knowledge-Intensive Business Services (KIBS) firms to benefit from their technology use in order to result in financial performance.

Originality/value.– Was adopted a view that is limited in the service sector, that search for complementarities between technological and management innovations, which in turn result in improved firm performance. This study advances a better understanding of the complementarities of technology and management innovation in the service sector.

Practical implications.– This research reinforces the role of management innovation in service firms aiming at improving their performance. The findings of this study help managers by showing support that management innovation is necessary for technology use, thereby complementing the effects on financial performance.

Keywords: KIBS, Management innovation, financial performance, technology.

Acknowledgements: The authors would like to thank NECE–Research Unit in Business Sciences funded by the Multiannual Funding Programme of R&D Centres of FCT-Foundation for Science and Technology, under the project "UIDB/04630/2020" and CEFAGE–University of Évora, under the project UIDB/04007/2020.

SALA DE INNOVACIÓN Y TIC

- **DIGITAL TRANSFORMATION IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: A LITERATURE REVIEW**
Fabrizio Saad, Gustavo Lannelongue, Javier González-Benito
- **COMO É QUE OS EMPREENDEDORES SE COMPORTAM NAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS?
UMA ANÁLISE À SUA ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA**
Telma Mendes, Anderson Rei Galvão, Carla Marques, Carla Mascarenhas
- **THE DIGITIZATION OF CARAVANNING: A DESCRIPTIVE ANALYSIS OF MAIN APPS**
M^a Asunción Grávalos Gastaminza, Rocío Hernández Garrido, Cinta Pérez Calañas
- **METHODS OF VIRTUAL TEACHING FOR ENTREPRENEURSHIP: A SYSTEMATIC REVIEW
OF THE LITERATURE AND BIBLIOMETRIC ANALYSIS**
José Luís Rosa Pedro, Maria José Madeira, Raysa Geaquinto Rocha

DIGITAL TRANSFORMATION IN SUPPLY CHAIN MANAGEMENT: A LITERATURE REVIEW

*Fabricio Saad (fabricio.saad@usal.es)
Gustavo Lannelongue (lannelongue@usal.es)
Javier González Benito (javiergb@usal.es)
Universidad de Salamanca*

ABSTRACT

This review identifies the key issues in the process of digital transformation (DT) in the supply chain and challenges that scholars should address in the coming years. Using a dataset of 435 texts extracted from the Science Direct database, this paper addresses questions such as: the main sectors under study, the countries in which research is being conducted, the methods used, and the specific aspects of interest to researchers and journals. We present our definition of DT by identifying the four central themes that emerged throughout this review process and how each of them contributes to this transformation: innovation, environment, human resources, and sustainability. In addition, we analyze how the literature has addressed the impact of digital transformation on organizational outcomes. We conclude by discussing opportunities for future research.

Keywords: Digital transformation, innovation, sustainability, supply chain.

COMO É QUE OS EMPREENDEDORES SE COMPORTAM NAS INDÚSTRIAS CRIATIVAS? UMA ANÁLISE À SUA ORIENTAÇÃO EMPREENDEDORA

*Telma Mendes (telmaidalina.leite@uvigo.es)
Universidad de Vigo*

*Anderson Rei Galvão (anderson@utad.pt)
Carla Marques (smarques@utad.pt)
Carla Mascarenhas (carlam@utad.pt)
Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro*

RESUMO

O processo empreendedor encontra-se dependente da criatividade e do comportamento inovador. Pesquisas recentes sobre o empreendedorismo sugeriram que as capacidades empreendedoras podem, simultaneamente, estimular ou restringir os resultados de um negócio. Apesar desta evidência, poucos estudos analisaram como é que a criatividade, o comportamento inovador, as capacidades empreendedoras e os conhecimentos de gestão influenciam a orientação empreendedora. Para colmatar esta lacuna, este artigo explora os fatores que influenciam a orientação empreendedora em indústrias criativas. Para esse efeito, quatro indicadores de sucesso empreendedor são analisados: (1) a criatividade, (2) os conhecimentos de gestão, (3) o comportamento inovador, (4) as capacidades empreendedoras. Uma amostra de 78 empreendedores foi testada empiricamente através de um modelo de equações estruturais. Os resultados sugerem que os conhecimentos de gestão e a criatividade têm um efeito positivo na capacidade empreendedora. Para além disso, descobrimos que esta capacidade e o comportamento inovador têm um impacto positivo na orientação empreendedora. Por último, os nossos resultados também indicam que o comportamento inovador depende significativamente da capacidade empreendedora.

Palavras-chave: Indústrias criativas, orientação empreendedora, comportamento inovador, conhecimentos de gestão.

THE DIGITIZATION OF CARAVANNING: A DESCRIPTIVE ANALYSIS OF MAIN APPS

María asunción Grávalos Gastaminza (gravalos@uhu.es)

Rocío Hernández Garrido (rocio.hernandez@dem.uhu.es)

Cinta Pérez Calañas (cinta.calanas@decd.uhu.es)

Universidad de Huelva

ABSTRACT

The phenomenon of caravanning tourism in Spain is experiencing an increasing growth in recent years, obtaining great importance within the tourism sector. This current boom is consistent with the consolidation of applications for smartphones (apps), going from printed guides to web pages and forums, to the current apps specialized in this specific sector. These apps offer users of caravanning sector useful information about places to spend the night on their trips, allowing them to interact with comments or adding new points of interest for other users and as a result offering valuable information for caravanning users on their trips. The aim of this research is to analyse the most relevant apps for the caravanning sector in Spain in the new accommodation modality of overnight areas for motorhomes, caravans and campers, as well as to highlight the common and distinctive characteristics of each of them. To address it, a qualitative descriptive methodology is carried out that includes an analysis of the content of the main apps. The results show that Park4Night, CamperContact, Caramaps and ACSI are the most relevant apps of this sector and also inform about its features.

Keywords: Tourism, applications, new technologies, innovation.

METHODS OF VIRTUAL TEACHING FOR ENTREPRENEURSHIP: A SYSTEMATIC REVIEW OF THE LITERATURE AND BIBLIOMETRIC ANALYSIS

*José Luís Rosa Pedro
María José Madeira
Raysa Geaquinto Rocha*

ABSTRACT

This paper provides insight into the agenda and outlines the literature on pedagogical entrepreneurship education, providing the state of the art and future research avenues. Although the areas of entrepreneurship education and virtual entrepreneurship are receiving increasing attention, research on the pedagogical methods of virtual entrepreneurship teaching presents a research opportunity. One hundred and ninety-three articles were extracted from Scopus, and their content was analyzed for the article selection process. Finally, seventy-five articles dealing with pedagogical methods of virtual teaching for entrepreneurship were analyzed by employing content and bibliometric analysis supported by the R Software (Bibliometrix package). The research question to be answered is: What is the status quo of research on pedagogical methods in virtual entrepreneurship education? The results show that the literature on the topic is still scarce and scattered. In the follow-up, the content analysis provides the categorization of five lines of research: 1) Netpreneur, 2) Academic MOOCs and CLabs, 3) Virtual simulation games, 4) Distance learning/e-learning, and 5) Mobile Internet/ Cloud computing. In sum, this study contributes to understanding the research status quo. Thus, it can support policymakers, academics, and researchers to become categorically acquainted with the different methods, tools, and pedagogical approaches of virtual teaching for entrepreneurship. Also, offering areas for future research according to the categorization of the existing lines. Finally, paving the way for upcoming research.

Keywords: Virtual education, entrepreneurship, systematic literature review, bibliometric analysis.

SALA DE ECONOMÍA

— **LA INVESTIGACIÓN ACTUAL EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA**

José Villar Muñoz, Luis Javier Cabeza Ramírez, Sandra M^a Sánchez Cañizares

— **DETERMINANTES DA PERFORMANCE DAS EMPRESAS PRODUTORAS DE AZEITE EM PORTUGAL**

Maria Elisabete Duarte Neves, Ana Carolina, Joana Dionísio, Mariana Matos, Catarina Alexandra Neves Proença, Beatriz Lopes Cancela

— **INOVAÇÃO, CAPACIDADES DIGITAIS; CAPACIDADES TECNOLÓGICAS E DESEMPENHO DE PME: UMA ABORDAGEM COM EQUAÇÕES ESTRUTURAIS COM MÍNIMOS QUADRADOS PARCIAIS (PLS-SEM) E ANÁLISE DE CONDIÇÃO NECESSÁRIA (NCA)**

Pedro Miguel Lópes Mota Veiga

— **CICLO DE VIDA DE LAS AGLOMERACIONES EMPRESARIALES EN EL MUNDO RURAL. EL CASO DE EXTREMADURA**

José Francisco Rangel Preciado, Antonio Carlos Alcázar Blanco, Francisco Manuel Parejo Moruno

LA INVESTIGACIÓN ACTUAL EN ECONOMÍA DE LA EMPRESA

Jose Villar Muñoz (jovimu7@gmail.com)

Luis Javier Cabeza Ramírez (r62caral@uco.es)

Sandra M^a Sánchez Cañizares (sandra.sanchez@uco.es)

Universidad de Córdoba

RESUMEN

La Bibliometría supone una herramienta esencial en el estudio e investigación académica de una determinada materia, a través de la cuantificación de las publicaciones y la medición del impacto de las citas o referencias. Sin embargo, en el ámbito de la Economía de la Empresa, la literatura científica es escasa, debido a que se trata de una rama de disciplinas más amplias como la Microeconomía y la Teoría de la Firma. En este trabajo se ha pretendido analizar cuáles son los ámbitos prioritarios de estudio de esta disciplina mediante métodos bibliométricos basados en el análisis de co-palabras y mapas de la ciencia aplicados a una selección de artículos extraídos de la base Web of Science (WOS). Este análisis ha permitido obtener seis clústeres que muestran los cinco primeros términos clave en cada uno de ellos en función de sus enlaces, así como la fuerza de dichos enlaces, y el número de ocurrencias de cada término en su correspondiente clúster.

Palabras clave: Economía de empresa, investigación, clúster, bibliometría.

DETERMINANTES DA PERFORMANCE DAS EMPRESAS PRODUTORAS DE AZEITE EM PORTUGAL

Maria Elisabete Duarte Neves (mneves@iscac.pt)

Ana Carolina (iscac17125@alumni.iscac.pt)

Joana Dionísio (scac16910@alumni.iscac.pt)

Mariana Matos (iscac17173@alumni.iscac.pt)

Catarina Alexandra Neves Proença (cproenca@iscac.pt)

Beatriz Lopes Cancela (bancela@iscac.pt)

Institute of Accounting and Administration, Coimbra

RESUMO

Este estudo tem como intuito analisar os determinantes das empresas produtoras de azeite em Portugal, sendo este um setor prejudicial para o ambiente, devido a sua forte componente de poluição. Para alcançar este objetivo, foram estudadas 177 empresas produtoras de azeite entre 2015 e 2020, utilizando dados em painel. Utiliza-se o Método dos Momentos Generalizados (GMM) proposto por Arellano e Bond (1991). Os resultados mostram que os determinantes da performance variam consoante a visão de cada stakeholder sobre a performance. De facto, na ótica do público em geral, quer as variáveis de mercado quer as macroeconómicas são importantes para explicar a rentabilidade. Já na ótica dos acionistas, as variáveis que explicam melhor a rentabilidade são as de mercado. Por fim, na ótica dos gestores, são as variáveis macroeconómicas, que explicam melhor a rentabilidade. No melhor conhecimento da literatura, este estudo é o primeiro a analisar o setor de produção de azeite em Portugal.

Palavras-chave: Performance, produção de azeite, COVID-19.

INOVAÇÃO, CAPACIDADES DIGITAIS; CAPACIDADES TECNOLÓGICAS E DESEMPENHO DE PME: UMA ABORDAGEM COM EQUAÇÕES ESTRUTURAIS COM MÍNIMOS QUADRADOS PARCIAIS (PLS-SEM) E ANÁLISE DE CONDIÇÃO NECESSÁRIA (NCA)

*Pedro Mota Veiga (pedro.mota.veiga@ubi.pt)
Universidade da Beira Interior*

RESUMO

Este estudo propõe um modelo para descrever o efeito da inovação e das capacidades digitais e tecnológicas no desempenho das empresas após a primeira vaga da pandemia de COVID-19, em Portugal. O nosso estudo utilizou dados longitudinais dos inquéritos empresariais de 2019 do Banco Mundial e inquéritos empresariais de 2020 do Banco Mundial de acompanhamento da COVID-19, que incluiu 605 PME portuguesas. Os impactos da inovação e das capacidades digitais e tecnológicas no desempenho são explorados a partir das perspetivas da lógica da suficiência e da lógica da necessidade, aplicando o uso combinado de modelagem de equações estruturais de mínimos quadrados parciais (PLS-SEM) e análise de condição necessária (NCA). Os resultados mostram que as capacidades tecnológicas e as capacidades digitais influenciam positivamente o desempenho das PME. A inovação tem um impacto indireto no desempenho por meio das capacidades digitais. Finalmente, alguns caminhos promissores para futuras pesquisas e implicações para gestores e formuladores de políticas são sugeridos com base nessas descobertas.

Palavras-chave: Capacidades digitais, capacidades tecnológicas, COVID-19, desempenho, inovação, NCA, PLS-SEM.

CICLO DE VIDA DE LAS AGLOMERACIONES EMPRESARIALES EN EL MUNDO RURAL. EL CASO DE EXTREMADURA

*José Francisco Rangel Preciado (jfrangelp@unex.es)
Antonio Carlos Alcázar Blanco (antoniocab@unex.es)
Francisco Manuel Parejo Moruno (fmparejo@unex.es)
Universidad de Extremadura*

RESUMEN

El estudio de las economías de aglomeración y especialización del territorio ha evolucionado hacia el análisis de largo plazo de los Distritos Industriales o Cluster, concretamente bajo la denominación teórica del ciclo de vida de las aglomeraciones empresariales, similar al descrito desde el marketing para describir el ciclo de vida de los productos.

En este sentido, nuestro objetivo es comprobar el estado actual de las aglomeraciones empresariales en un marco rural, y para ser más concretos el caso de las economías de especialización en los productos agroalimentarios que viven en algunas localidades y comarcas extremeñas. Todo ello con la finalidad de aportar una visión rural al estudio del ciclo de vida de las aglomeraciones empresariales mediante un análisis de caso.

