

**9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo**

**9.ª Conferencia Ibérica de Emprendimiento**



**Universidade Portucalense**  
Porto – Portugal

14 e 15 de novembro

**Resumos: Jornada Científica**

**Editores:**

**Carolina Rodrigues**

**Mário Carrilho Negas**

**Miguel Magalhães**

**Paulo Morais**

**Fernando Moreira**

**Cristina Sousa**

**Shital Jayantilal**

**Fátima Lobão**

**Orlando Rua**

**Edita: Empreend e UPT**

ORGANIZAÇÃO

**Empreend**  
Associação Portuguesa de Empreendedores

**UPT** UNIVERSIDADE PORTUCALENSE

PARCEIROS



**aiSti**

SPONSORS



**bankinter.**

**Bial**



**prio**



**Atas da 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo**  
**Atas da 9.ª Conferencia Ibérica de Emprendimiento**

**Universidade Portucalense**

**Porto - Portugal**

**14 - 15 de novembro de 2019**



**Editores:**

Carolina Rodrigues  
Mário Carrilho Negas  
Miguel Magalhães  
Paulo Morais  
Fernando Moreira  
Cristina Sousa  
Shital Jayantilal  
Fátima Lobão  
Orlando Rua

**Edita:**

**Empreend e UPT**

---

## 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

### FICHA TÉCNICA

#### TÍTULO

**9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo**

#### SUBTÍTULO

Atas da 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Universidade Portucalense, Porto, Portugal 14 e 15 de novembro de 2019

#### EDITORES

Carolina Rodrigues - CIEO Universidade do Algarve, Empreend

Mário Carrilho Negas - Universidade Aberta, Empreend

Miguel Magalhães – Universidade Portucalense (UPT)

Paulo Morais – Universidade Portucalense (UPT)

Fernando Moreira – Universidade Portucalense (UPT)

Cristina Sousa – Universidade Portucalense (UPT)

Shital Jayantilal – Universidade Portucalense (UPT)

Fátima Lobão - Empreend

Orlando Rua - Instituto Politécnico Porto/ISCAP

#### EDIÇÃO, IMPRESSÃO E ACABAMENTOS

Empreend, Universidade Portucalense

**ISBN:** 978-989-97513-8-5

MÊS / ANO: novembro de 2019

#### WEB

<http://ciem.pt>

---

©2019 – Empreend / Universidade Portucalense

Reservados todos os direitos. Toda a reprodução, ou transmissão, por qualquer forma, seja esta mecânica, eletrónica, fotocópia, gravação ou qualquer outra, sem prévia autorização escrita do autor e editor é ilícita e passível de procedimento judicial do infrator.

---

## 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

### COMISSÕES/COMISIONES

#### **Comissão Coordenadora / Comisión de Coordinación / Coordinating Committee**

Álvaro Manuel Reis da Rocha, AISTI e Universidade de Coimbra  
Brizeida Raquel Hernández Sánchez, Ceusal, Universidad de Salamanca  
Cristina Sousa, REMIT, Universidade Portucalense  
Eduardo Guillén Solórzano, Universidad da Coruña  
Fernando Moreira, REMIT, Universidade Portucalense  
José Carlos Sánchez García, Universidad de Salamanca  
Manuel Martínez Carballo, Universidad da Coruña  
Maria Carolina Martins Rodrigues, CIEO Universidade do Algarve, Empreend  
Maria de Fátima Morais V. da S. Lobão, Empreend  
Mário Carrilho Negas, Universidade Aberta, Empreend  
Miguel Jorge Rodrigues de Magalhães, REMIT, Universidade Portucalense  
Pedro Figueroa Dorrego, Universidad de Vigo  
Shital Jayantilal, REMIT, Universidade Portucalense

#### **Comissão Organizadora / Comisión de Organización / Organizing Committee**

Adelaide Martins, REMIT, Universidade Portucalense  
Álvaro Manuel Reis da Rocha, AISTI e Universidade de Coimbra  
Ana Paula Silva, Universidade Portucalense  
António Eduardo Martins, Universidade Aberta  
António Oliveira, Instituto Politécnico do Porto/ISCAP  
Carla Lobo, REMIT, Universidade Portucalense  
Cristina Sousa, REMIT, Universidade Portucalense  
Fernando Moreira, REMIT, Universidade Portucalense  
Guilherme dos Santos Lobão, Escola Superior Náutica Infante D. Henrique  
Jordana Marques Kneipp, PPGA – Universidade Federal de Santa Maria  
José Brás da Silva, Empreend  
Luciana Aparecida Barbieri da Rosa, PPGA - Universidade Federal de Santa Maria  
Luísa Cagica Carvalho, Universidade Aberta, Empreend

---

## **9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo**

Maria Carolina Martins Rodrigues, CIEO Universidade do Algarve, Empreend  
Maria de Fátima Morais V. da S. Lobão, Empreend  
Maria José Sousa, ISCTE-UL, CIEO – C. Investigação s/ Espaço e Organizações  
Mário Carrilho Negas, Universidade Aberta, Empreend  
Micaela Pinho, REMIT, Universidade Portucalense  
Miguel Jorge Rodrigues de Magalhães, REMIT, Universidade Portucalense  
Mónica Azevedo, REMIT, Universidade Portucalense  
Orlando Marques de Lima Rua, Instituto Politécnico do Porto/ISCAP  
Paulo Alexandre Baptista Teixeira de Morais, REMIT, Universidade Portucalense  
Shital Jayantilal, REMIT, Universidade Portucalense

### **Comissão Científica / Comisión Científica / Scientific Committee**

Adelaide Martins, REMIT, Universidade Portucalense  
Alberto Bayo Moriones, Universidad Pública de Navarra  
Alexander Ward, Ceusal, Universidad de Salamanca  
Alicia Blanco González. Universidad Rey Juan Carlos  
Amílcar Manuel do Rosário Oliveira, Universidade Aberta  
Ana Maria Sotomayor, Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa  
Ana Paula Cordeiro, Universidade Aberta  
Ana Paula Marques, Universidade Minho  
Ana Paula Silva, REMIT, Instituto Politécnico de Viana do Castelo  
Antónia Mercedes Garcia Cabrera, Universidad de las Palmas de Gran Canaria  
António Eduardo Pais Falco Barbosa Martins, Universidade Aberta  
António Manuel Quintas Mendes, Universidade Aberta  
António Martins, Universidade Aberta  
António Moreira Teixeira, Universidade Aberta  
António Oliveira, Instituto Politécnico do Porto/CEI; Universidade de Vigo  
Arturo Nieto de Almeida, Universidad da Coruña  
Ascensión Barroso Martínez – Universidad de Extremadura  
Brizeida Raquel Hernández Sánchez, Universidad de Salamanca  
Carla Curado, ISEG-School Economics Management, University of Lisbon  
Carla Lobo, REMIT, Universidade Portucalense  
Carlos Alberto Coelho Teles Cupeto, Universidade de Évora  
Carlos Costa, ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa

---

## 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Carlos Isidoro Lopez Cano Vieira, Instituto Superior Manuel Teixeira Gomes  
Carlos Maria Jardón, Universidad de Vigo  
Carlos Merino Moreno, Universidade Autónoma de Madrid  
Carlos Pedro Ramos dos Santos Pinho, Universidade Aberta  
Carlos Rafael Branco, Universidade Aberta  
Carlos Rueda Armengot, Universidad Politécnica de Valencia  
Celina Franco Hoffmann, FAPAS Faculdade Palontina  
Chema Losada López, Universidad da Coruña  
Clandia Maffini Gomes, PPGA – Universidade Federal de Santa Maria  
Clide Rodríguez-Vázquez, Universidad da Coruña  
Cristina Costa Lobo, INPP, Universidade Portucalense  
Cristina Mendonça, Socius, ISAG-Instituto Superior de Administração e Gestão  
Cristina Moraes Nunes, FAPAS Faculdade Palontina  
Cristina Sousa, REMIT, Universidade Portucalense  
Daniela Maria Ribeiro Pacheco Moura, ISCTE  
Daniela Melaré Vieira Barros, Universidade Aberta  
Edgar Possani Espinosa, Instituto Tecnológico Autónomo de México  
Edio Polancinski, Universidade Federal de Santa Maria  
Eduardo Guillén Solórzano, Universidad de Coruña  
Emilia Garcia Arthus, Universidad da Coruña  
Emília Vázquez Rozas, Universidade de Santiago de Compostela  
Emiliana Pizarro, Universidad de Salamanca  
Estefanía Mourelle Espasandín, Universidade da Coruña  
Fernanda Maria Santos Pereira, Instituto Politécnico da Beja  
Fernando Gaspar, Instituto Politécnico de Santarém  
Fernando Moreira, REMIT, Universidade Portucalense  
Flávia Luciane Scherer, PPGA – Universidade Federal de Santa Maria  
Flávio de São Pedro Filho, Universidade Federal de Rondônia  
Francisca Sánchez Santos, Ayuntamiento de Salamanca  
Georg Michael Jeremias Dutschke, Universidade Atlântica  
George Leal Jamil  
Gerardo Domínguez, Universidad da Coruña  
Gioconda Vargás Morúa, Ceusal, Universidad de Salamanca  
Giuseppina Maria Cardella, Universidad de Salamanca

---

## 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Guilherme dos Santos Lobão, Escola Superior Náutica Infante D. Henrique  
Haroldo de Sá Medeiros, Universidade Federal de Rondônia  
Helena Isabel Barroso Saraiva, Instituto Politécnico da Guarda  
Isabel Maldonado, REMIT, Universidade Portucalense  
Isabel Neira Gómez, Universidade de Santiago de Compostela  
Isabel Teresinha Dutra Soares, Universidade Federal de Pelotas  
Ivo Alexandre Rodrigues Dias de Sousa, Universidade Aberta  
Ivonne Vásquez Esquivel, EC, Costa Rica  
Jaime Emanuel Moreira Ribeiro, Instituto Politécnico de Leiria  
Jenny Florez, Ceusal, Universidad de Salamanca  
Jesus Lopez-Rodriguez, Universidad da Coruña  
Jesús Mirás Araújo, Universidad da Coruña  
João Ferreira, Universidade da Beira Interior  
João Manuel Freixo Pereira, Universidade Aberta  
João Miguel Custódio Ferrão Neto Simão, Universidade Aberta  
João Paulo Coelho Marques, ISCAC-Coimbra Business School  
Joaquim Arnaldo Martins, Universidade de Aveiro  
Jolair da Costa Silva, FAPAS Faculdade Palontina  
Jordana Marques Kneipp, PPGA – Universidade Federal de Santa Maria  
Jorge Humberto Lopes Marinho Sampaio, Instituto Politécnico de Bragança  
José Alvarez García, Universidad de Extremadura  
José Adriano Gomes Pires, Instituto Politécnico de Bragança  
José Andres Faiña Medin, Universidad da Coruña  
José António Porfírio, Universidade Aberta  
José Carlos Sánchez García, Universidade de Salamanca  
José Duarte Moleiro Martins, Instituto Superior Contabilidade e Administração de Lisboa  
José Fontes, Academia Militar  
José Jacinto Bilau, Instituto Politécnico de Beja  
José López-Rodríguez, Universidad da Coruña  
José Luis Pérez Iglesias, Universidad de Salamanca  
José Marçal, Universidade Atlântica  
José Martins, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro  
José Ramón Cardona, Universitat de les Illes Balears

---

## 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Juciani Severo Corrêa, UFN-Universidade Franciscana, Fapas, AMF  
Julio Garcia del Junco, Universidad de Sevilla  
Leonel Morgado, Universidade Aberta e INESC TEC  
Leoni Pentiado Godoy, Universidade Federal de Santa Maria  
Loreto Fernandez Fernandez, Universidade de Santiago de Compostela  
Lucas Veiga Ávila, PPGA – Universidade Federal Santa Maria/UFSM – Cachoeira do Sul  
Lúcia Rejane da R. Gama Madruga, PPGA – Universidade Federal de Santa Maria  
Luciana Aparecida Barbieri da Rosa, Universidade Federal de Santa Maria  
Luís Mansos, CIEO Universidade do Algarve  
Luís Pacheco, REMIT, Universidade Portucalense  
Luísa Cagica Carvalho – Universidade Aberta, Empreend  
Manuel Au-Yong-Oliveira, Universidade de Aveiro  
Manuel Martínez Carballo, Universidade da Coruña  
Manuel Mouta Lopes, Universidade Aberta  
Manuel Pérez Cota, Universidad de Vigo  
Manuela Vega Vázquez. Universidad de Sevilla  
Marc Marie Luc Philippe Jacquinet. Universidade Aberta  
Maria Angeles Revilla Camacho, Universidad de Sevilla  
Maria Carolina Martins Rodrigues, CIEO Universidade do Algarve, Empreend  
Maria Cristina Barriuso Iglesias, Universidad de Extremadura  
Maria da Conceição Ramos, Universidade do Porto  
Maria de la Cruz del Río Rama, Universidad de Vigo  
Maria do Rosário Alves Almeida, CIEO – Universidade Algarve, Incubcenter, Empreend  
Maria do Rosário de Abreu de Matos Bernardo, Universidade Aberta  
María Dolores Sánchez-Fernández, Universidad da Coruña  
Maria Fernanda Pargana Ilhéu, Instituto Superior de Economia e Gestão  
Maria Isabel Sanchez Hernandez, Universidad de Extremadura  
María Jesús Rodríguez Gulías, Universidad da Coruña  
María José López Rey, Universidad de Extremadura  
Maria José Sousa, Univ. Europeia, CIEO-Universidade do Algarve  
Maria Manuela Ferreira Malheiro, CEMRI, Universidade Aberta  
Maria Susana Martos Actis, Universidade de Vigo  
María Teresa García Álvarez, Universidade da Coruña  
María-Ángeles Revilla-Camacho, Universidad da Coruña  
Mário Carrilho Negas, Universidade Aberta  
Mário Franco, Universidade da Beira Interior  
Mário Macedo, Universidade Atlântica

---

## 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Mário Raposo, Universidade da Beira Interior  
Marta Peris Ortiz, Universitat Politècnica de Valencia  
Mauricio Monge Agüero, TEC, Costa Rica  
Micaela Pinho, REMIT, Universidade Portucalense  
Miguel González Loureiro, Universidad de Vigo  
Miguel Jorge Rodrigues de Magalhães, Universidade Portucalense  
Nicolau Miguel Almeida, Instituto Politécnico de Portalegre  
Nuno Alexandre Abranja, Instituto Superior de Ciências Educativas  
Nuria Calvo, Universidad da Coruña  
Orlando Lima Rua, Politécnico do Porto/ISCAP  
Paula Marisa Nunes Simões, Instituto Politécnico de Leiria  
Paulino Montes-Solla, Universidad da Coruña  
Pedro Isaías, Universidade Aberta  
Pedro Mazissa Gomes, Univeridade Agostinho Neto  
Ramiro Gonçalves, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro  
Ramón Sanguino Galván – Universidad de Extremadura  
Ricardo Costa, U. I. Ciências Empresariais e Sustentabilidade; I. Superior Maia  
Ricardo Hernández Mogollón, Universidad de Extremadura  
Roberto Schoproni Bichueti, PPGA – Universidade Federal de Santa Maria  
Rocío Tabares Hoyos, Universidad de Manizales  
Rosa Maria Mariz Perez, Universidad da Coruña  
Rubén Lado-Sestayo, Universidad da Coruña  
Shital Jayantilal, REMIT, Universidade Portucalense  
Sílvia Jorge, Universidade de Aveiro  
Susana Barbeito-Roibal, Universidad da Coruña  
Tais Pentiado Godoy, Universidade Federal de Santa Maria  
Teresa Paiva, Instituto Politécnico da Guarda  
Teresa Paula Costa Azinheira Oliveira, Universidade Aberta  
Tiago Patias, Universidade Federal de Pampa  
Tito Ferreira de Carvalho  
Tomás Bañegil Palacios, Universidad Extremadura; Presidente da Cátedra Empresa Familiar  
Vânia de Fátima Barros Estivaleta, PPGA – Universidade Federal de Santa Maria  
Vitor Manuel de Sousa Gabriel, Instituto Politécnico da Guarda

---

## 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

### Organização



UNIVERSIDADE  
PORTUCALENSE

### Parceiros:



### Apoios



área metropolitana do porto



## **9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo**

### **PREFÁCIO**

Este documento inclui os artigos científicos dos autores participantes na 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo, Ciem2019, na Universidade Portucalense, Porto, Portugal, de 14 a 15 de novembro de 2019, organizada pela Empreend - Associação Portuguesa para o Empreendedorismo, e pela Universidade Portucalense, transformando esta cidade no centro Ibérico de empreendedorismo.

A Conferência Ibérica de Empreendedorismo (Ciem), tem como tem como objetivo uma vez mais, otimizar sinergias entre o universo científico e das organizações em geral com o desígnio de partilhar conhecimento, capacidades e experiências contribuindo para melhorar e alavancar as relações entre os pares que investigam na área do empreendedorismo e aqueles que atuam no mercado global através da inovação, da criatividade e de trabalho diário tentam ultrapassar a crise apostando na dinamização da economia reforçando assim a triple hélice da transferência de conhecimento entre empresas, governos e academia.

É com regozijo que a **9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo (CIEM)** promovida pela Empreend – Associação Portuguesa para o Empreendedorismo e pela Universidade Portucalense, que vos recebe na Cidade Invicta.

Ao longo da sua existência a Ciem tem estimulado o espírito empreendedor de nações, organizações e indivíduos, “fazendo acontecer” vários projetos que muito têm contribuído para a exploração e consolidação de elos entre academia, organizações e governos, através do seu mais poderoso recurso – o Conhecimento. pretende igualmente ser um espaço de convívio, partilha de experiências, conjugação de esforços e a criação de parcerias entre universidades, empresas e outras organizações, com o objetivo de fortalecer e impulsionar o empreendedorismo transfronteiriço entre Portugal e Espanha

O trabalho desenvolvido pela Empreend – Associação Portuguesa para o Empreendedorismo e pela Universidade Portucalense concorre, assim, para o desígnio anteriormente referido, permitindo às várias partes interessadas (stakeholders) do ecossistema empreendedor apresentarem os seus contributos para o florescimento de novos rumos para a investigação e educação do empreendedorismo e para a criação de negócios

---

empreendedores e inovadores (startup / spin-off).

Finalmente, um agradecimento especial para todos aqueles que contribuíram para o sucesso da Ciem2019, nomeadamente, autores, comissões, organizadores, patrocinadores e parceiros. A todos um bem-haja!

**Boa leitura!**

Lisboa, 15 de novembro de 2019

Carolina Rodrigues  
Mário Carrilho Negas  
Miguel Magalhães  
Paulo Morais  
Fernando Moreira  
Cristina Sousa  
Shital Jayantilal  
Fátima Lobão  
Orlando Rua

## 9.<sup>a</sup> Conferência Ibérica de Empreendedorismo

### ÍNDICE

#### Resumo dos artigos da Conferência

| <b>Título</b>  | <b>ID</b> |
|--|-----------|
| O impacto da orientação para o Mercado na performance internacional das PME  | 323       |
| Entrepreneurship analysis in Spanish Universities  | 324       |
| Investigating the role of networks and geography in reward - based crowdfunding  | 325       |
| Does family background and peer-pressure influence Portuguese Female University STEM student's entrepreneurial intention as compared to their male counterparts? | 326       |
| A Evolução das Intenções Empreendedoras dos Estudantes Universitários em Portugal  | 327       |
| O Yoga numa instituição do ensino superior – Nível de satisfação dos praticantes   | 328       |
| Análise de mercados - perspetiva a partir da sala de aula  | 329       |
| Quando uma marca COMUNICA online – análise feita em sala de aulas  | 330       |
| The effect of entrepreneurial ecosystems on entrepreneurship in Portugal   | 331       |
| A logística como ferramenta de vantagem competitiva em um processo de internacionalização  | 332       |
| Diagnosis of the “born-global” character of a firm: a case study of an engineering company   | 333       |
| Empreendedorismo digital nos governos locais: um estudo de caso  | 334       |
| Sustainable Entrepreneurship Practices in SMEs: A Qualitative Study  | 335       |
| O Papel das Instituições Políticas e Económicas no Empreendedorismo Informal   | 336       |
| The absenteeism at a department store in Santa Maria/RS  | 337       |
| The organizational culture in the perspective of the teachers  | 338       |
| Management of people and talent retention: An analysis with a dynamic capacity approach in a company in a financial sector in Santa Maria / RS                   | 339       |
| Quality in the provision of services in a company of musical instruments: Study on expectations and perceptions through Scala SERVQUAL                           | 340       |
| Business models: a meta-analysis of international scientific in web databases of science and Scopus in the period 2007 to 2017.                                  | 341       |
| O papel do empreendedorismo social na dinamização dos territórios de baixa densidade: Estudo de caso de um concelho da Beira Interior                            | 342       |
| Espírito empreendedor de la mujer microempresaria del bañado sur: barrios de San Blas y San Cayetano - zona marginal - de Asunción del Paraguay                  | 343       |
| Recognizing Life Entrepreneurs: Supporting Degree Success in Students with Neural Networks   | 344       |
| An outlook about innovative activity of Knowledge Intensive Business Services in Extremadura Region - Spain  | 345       |

## 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

|   |     |
|---|-----|
| Evaluation of performance in the third sector: suggested analysis applied in a social organization of the third sector located in Santa Maria / RS  | 346 |
| Design Thinking aplicado à Inovação Social: Uma pesquisa-ação na Instituição Casa do Menino Jesus   | 347 |
| Success factors in the SME context: an empirical study performed in Portugal  | 348 |
| The entrepreneurial resilience as a solution to business barriers imposed on social minorities  | 349 |
| Do personality traits affect the entrepreneurial intention of graduate STEM students?   | 350 |
| Profissionalização de Empresas Familiares (EF): urgência da sucessão e desafios de internacionalização  | 351 |
| The role of public policy in the erosion of entrepreneurial gender gaps   | 352 |
| Apoio institucional ao Processo Empreendedor ou Marketing de Empreendedorismo   | 353 |
| Quem ensina empreendedorismo cultural?  | 354 |
| Aprender a Empreender. O ensino do empreendedorismo   | 355 |
| Assessing entrepreneurship between Iberian countries and Europe through the lens of context   | 356 |
| O perfil de empreendedorismo e competências empreendedoras dos discentes da Universidade de Coimbra   | 357 |
| Internacionalização das empresas portuguesas: estudo sobre o (in)sucesso no processo de entrada em novos mercados   | 358 |
| Estudo quantitativo sobre a adoção de marketing digital por empreendedores portugueses  | 359 |
| Atração de pessoas qualificadas: a digitalização como oportunidade  | 360 |
| Empreendedorismo após a reforma: motivações, facilitadores e dificuldades   | 361 |
| ‘SER, SABER, FAZER E ACONTECER’: aplicação de novas práticas (pedagógicas) no desenvolvimento de competências empreendedoras em crianças  | 362 |
| Potencialidades criadoras do empreendedorismo académico em tempos de culturas digitais e móveis   | 363 |
| Obstacles to social innovation and entrepreneurship: what should be mentioned?  | 364 |
| Empreendedorismo cultural como fonte de sustentabilidade dos países   | 365 |
| Empreendedorismo Feminino e Desafios de Gestão: Marco Teórico   | 366 |
| As iniciativas empreendedoras na fronteira Alentejo - Extremadura   | 367 |
| Empreendedorismo e a estratégia governamental para a criação de empresas  | 368 |
| Sustentabilidade e educação ambiental como uma relação necessária   | 369 |
| La importancia del desarrollo de competencias de emprendimiento social en los alumnos a nivel licenciatura para el beneficio de la región: el caso de la Universidad de Guadalajara, México | 370 |
| Reabilitação e regresso ao trabalho após o cancro relacionado com o trabalho  | 371 |
| Spirituality and Resilience: a path to entrepreneurship   | 372 |

## 9.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

|   |     |
|---|-----|
| Factores determinantes para la adopción de las TIC: El caso de Extremadura.   | 373 |
| Educación emprendedora: El caso de la Universidad de Extremadura  | 374 |
| Abordagem aos mercados internacionais- fatores indutores que podem afetar o sucesso da internacionalização- estudo comparativo para as empresas portuguesas entre 2014 e 2019 | 375 |
| Using the lean canvas as a tool for the development of entrepreneurial data skills  | 376 |
| Empreendedorismo no Feminino  | 377 |
| Optimismo del emprendedor: Estrategia en busca del incremento sobre el bienestar subjetivo del emprendedor  | 378 |
| Empreendedorismo na Economia Circular   | 381 |

## **9.<sup>a</sup> Conferência Ibérica de Empreendedorismo**

**Resumos dos artigos**

## O impacto da orientação para o Mercado na performance internacional das PME

### **Autores:**

Cristina Fernandes, João Ferreira, Carla Lobo e Mario Raposo

### **Resumo**

Um ponto chave do processo de internacionalização das empresas é a escolha do mercado externo. Após esta escolha os resultados que uma empresa aí obtém podem ajudar a medir a sua performance internacional. Esta investigação visa, assim, medir o impacto no processo de internacionalização, mediante a sua Orientação para o Mercado (OM), assim como medir o seu efeito na performance internacional. Para tal, foram recolhidos dados através da realização de um questionário a 320 PME e mediante a aplicação de regressões lineares, os resultados evidenciam um efeito positivo da OM tanto no processo de internacionalização como no desempenho internacional. Verificamos também a importância de se estudar a influência das orientações estratégicas sobre os processos de internacionalização, podendo estes serem influenciados pelas particularidades das PME.

**Palavras-chave:** Orientação para o mercado; internacionalização; performance internacional

## Entrepreneurship analysis in Spanish Universities

### **Autores:**

Gemma Renart Vicens, Laura Vall-Ilosera Casanovas e Carme Saurina Canals

### **Abstract**

The latest report of the Global Entrepreneurial Students Spirit's Survey (GUESSS) and the Global Entrepreneurial Monitor (GEM) point out, as determining factors of entrepreneurial intent, different personal aspects related to the individual and also with the macroeconomic context of the same. For this reason, the objective of this work analyzes what are the factors that influence the decision to undertake for the group of students of Spanish universities using the per capita income of the regions as a modeling element of this relationship. The exhaustive univariate and bivariate descriptive and inferential analysis and the modeling of the relationship based on a multilevel regression model allows us to affirm that the income of the autonomous communities plays a relevant role in the entrepreneurial intention of university students.

**keywords:** Entrepreneurial intention; multivariate analysis; university students

# Investigating the role of networks and geography in reward - based crowdfunding

## **Autores:**

José Jacinto Bilau e Jorge Pires

## **Abstract**

Research on the determinants of performance in crowdfunding campaigns is developing at a fast pace. In our paper we deepen this research by analysing the role of networks and geography in reward-crowdfunding success.

Using PPL crowdfunding, we followed 340 campaigns initiated and ended in 2017 and constructed a data set to capture campaign characteristics and funding outcomes. A binary logistic regression model was used to investigate networks and geography factors driving a campaign's success.

With our study, we contribute to the literature on crowdfunding. We provide comprehensive view on the role of networks and geography explaining in rewards-based crowdfunding success. We extend the previous knowledge by the fact that both networks specific aspects and geography specific aspects have an influence on the question of whether a project is successfully funded and can thus be realized.

**keywords:** Crowdfunding-recompensa; redes; geografia

# **Does family background and peer-pressure influence Portuguese Female University STEM student's entrepreneurial intention as compared to their male counterparts?**

**Autores:**

Jaqueline Silva

## **Abstract**

In this investigation, we explore the relationships between gender and entrepreneurial intention. We will be having into account the Big Five Markers of International Personality Item Pool (IPIP), the family background and the carrer driven options of colleagues of 352 University STEM Students in Portugal.

**keywords:** Entrepreneurship; Gender; Personality Traits; Education; Big Five

## A Evolução das Intenções Empreendedoras dos Estudantes Universitários em Portugal

### **Autores:**

Fernando C. Gaspar

### **Resumo**

O empreendedorismo vem se assumindo uma questão importante para as autoridades económicas que procuram novas formas de aumentar o crescimento económico, a criação de emprego e a inovação (Palich & Bagby, 1995; Reynolds, Storey, & Westhead, 1994).

Todos parecem concordar que o fomento do empreendedorismo e o aumento da criação de novas empresas é bom para a economia e para o desenvolvimento da sociedade, portanto, é um importante objetivo para os decisores políticos e económicos (Allen, 1986; Gartner, 2001; Palich & Bagby, 1995; Reynolds et al., 1994; Shane & Venkataraman, 2012).

A verdadeira questão é como (Gartner, 2001). Como se consegue aumentar o empreendedorismo? Como podemos convencer as pessoas a assumir os riscos e as dores de criar uma startup?

Na raiz do empreendedorismo e criação estão... as pessoas. Portanto, uma questão central neste projeto de pesquisa é a formação da intenção empreendedora, algo que a literatura frequentemente estuda (Liñán & Fayolle, 2015).

Assume-se que a educação para o empreendedorismo pode ter um efeito positivo sobre as intenções empresariais (Gwija, Eresia-Eke, & Iwu, 2017), o que significa que as pessoas não nascem empresários e podem aprender os comércios deste trabalho (Gartner, 1988; Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000). Supõe-se também que as universidades possam desempenhar um papel importante no desenvolvimento do empreendedorismo na sociedade (Nurmi & Paasio, 2007; San Tan & Ng, 2006).

Talvez com este conhecimento em mãos será possível conceber estratégias para convencer as pessoas das vantagens do empreendedorismo e para fazê-los procurar oportunidades de negócios, seguindo outros estudos (Florin, Karri, & Rossiter, 2007).

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, intenções empreendedoras

## **O Yoga numa instituição do ensino superior – Nível de satisfação dos praticantes**

### **Autores:**

Hermelinda da Conceição Carlos, João Romacho e Fábio Duarte

### **Resumo**

O trabalho que se apresenta tem por objectivo estudar e apresentar os resultados sobre o nível de satisfação da comunidade do Instituto Politécnico de Portalegre, sobre a prática/frequência das aulas do projeto de “YOGA NO IPP”.

São apresentados três blocos de questões, com um total de 17 perguntas. O primeiro bloco centra-se no perfil dos yoguis “Yoga no IPP”; o segundo bloco trata a comunicação/divulgação do “Yoga no IPP” e o terceiro bloco centra-se na avaliação das instalações e na avaliação das aulas.

São apresentadas como conclusões globais uma satisfação na generalidade dos respondentes, nesta prática, destacando-se o facto desta actividade contribuir de uma forma bastante positiva para o bem estar e diminuição dos níveis de stress na COMUNIDADE ESCOLAR do Instituto Politécnico de Portalegre.

**Palavras-chave:** Yoga, Politécnico de Portalegre, Responsabilidade Social, Satisfação.

## **Análise de mercados - perspectiva a partir da sala de aula**

### **Autores:**

Hermelinda da Conceição Carlos, Cristina Dias e João Romacho

### **Resumo**

Este artigo pretende descrever as práticas pedagógicas que foram levadas a cabo por alunos do curso de Administração de Publicidade e Marketing e do curso de Gestão do Instituto Politécnico de Portalegre. O trabalho foi desenvolvido na unidade curricular de “Mercados e Negociação Comercial”.

O objectivo desta “experiência” pedagógica visa apresentar uma exposição do “estado de arte” de vários mercados nacionais e internacionais escolhidos pelos alunos.

As metodologias adoptadas visam o desenvolvimento de diversas atividades curriculares, bem como a aquisição de novas competências transversais, que potenciam a autonomia de atitudes de trabalhos, pensamento crítico, responsabilização e envolvimento dos alunos na apresentação de soluções, capazes de alcançar o desafio proposto.

Os resultados da avaliação das aprendizagens obtidos neste trabalho académico em contexto real, revelaram uma maior expressão da sua criatividade e confiança no conhecimento teórico, resultante do contacto com o objeto de estudo; permitiram o desenvolvimento da sua literacia de mercados e sua análise, bem como a construção de novos conhecimentos transversais e didáticos.

**Palavras-chave:** Mercados, Análise, Aprendizagem, Práticas pedagógicas

## Quando uma marca COMUNICA online – análise feita em sala de aulas

### **Autores:**

Hermelinda da Conceição Carlos, Cristina Dias e João Romacho

### **Resumo**

Este poster pretende expor o trabalho realizados por um grupo de alunos do curso de Administração de Publicidade e Marketing do Instituto Politécnico de Portalegre. O trabalho foi desenvolvido na unidade curricular de “Relações Públicas e Organização de Eventos”.

O objectivo desta “experiência” pedagógica pretende identificar o esforço comunicacional que uma empresa de determinado sector desenvolve, em prol da sua divulgação e promoção dos seus produtos.

As metodologias adoptadas visam respeitar a estrutura, objectividade e rigor científico exigidos na elaboração de um poster, e consequentemente potenciar a autonomia de atitudes de trabalhos, pensamento crítico, responsabilização e envolvimento dos alunos na apresentação de soluções, capazes de alcançar o objectivo proposto.

Os resultados da avaliação das aprendizagens obtidos neste trabalho académico em contexto real, revelaram uma maior expressão da sua criatividade e confiança no conhecimento teórico, resultante do contacto com o objeto de estudo; permitiram o desenvolvimento da sua literacia de mercados e sua análise, bem como a construção de novos conhecimentos transversais e didáticos.

**Palavras-chave:** Mercados, Comunicação online, Aprendizagem, Práticas pedagógicas.

# The effect of entrepreneurial ecosystems on entrepreneurship in Portugal

## **Autores:**

Fernando C. Gaspar

## **Abstract**

This work analyses the variation in start-up creation across the Portuguese NUT3 regions, using data available from two different sources. The birth of startups is measured through notary acts of new company creation and activity start is measured through the first submission of salaries lists to ministério do trabalho e solidariedade social.

This data is analyzed with other social and economic variables trying to determine environmental factors that help explain the large differences between the regions.

Particular attention is focused on measuring the birth and the activity of the so called “entrepreneurial ecosystems”, as defined in the literature (Alvedalen & Boschma, 2017; Boutillier, Carré, & Levratto, 2016; Kuckertz, 2019).

A huge difference is detected between the number of companies created in notary and the number of startups that actually submit their first salaries lists to Ministério do Trabalho e Segurança Social. This may indicate that a large number of startups fails before it actually starts paying salaries.

**keywords:** Entrepreneurship, ecosystems, regional development, innovation

## **A logística como ferramenta de vantagem competitiva em um processo de internacionalização**

**Autores:**

Juliana Alves

**Abstract**

This study aims to identify how logistics can be used as a strategic tool in the internationalization of a company and how it can add value to the product or service taking the company the competitive advantage over its market competitors.

Today, in addition to winning a customer, companies must find ways to keep this customer, and one of these ways is logistics. Through theoretical research, whose purpose is to know or deepen knowledge and discussions, this study presents logistics as a strategic tool in the internationalization process, capable of generating competitive advantage in an increasingly competitive market.

**keywords:** Logistics; Internacionacionalization; entrepreneurship; competitive advantage; strategy

## Diagnosis of the “born-global” character of a firm: a case study of an engineering company

### Autores:

Nuria Calvo

### Abstract

We develop a model for the internationalization diagnosis of new ventures in order to discern their “born- global” character. We used the case study of a new venture (CO2 Smart Tech) that commercializes the service of monitoring and energy management through an innovative software. As a result of the analysis, we identify CO2 Smart Tech as a born- global firm. The percentage of external income is high despite of being a young company. There are several factors that have determined the speed of its internationalization. The entrepreneur, with his global vision, has been able to take advantage of different opportunities arised. The management team has increased the capacity of the firm for adapting abroad, even in countries with high cultural differences. The short life of the company and the human capital quality has favoured it, compared to other companies.

The pre- established contacts of the entrepreneur had been also a relevant factor. The internationalization model followed by the venture is based on the previous alliances with the clients of the firm in Spain. The high quality of the product and the technical service offered have been also appreciated in the foreign markets. Through a differentiation strategy, the company has standed out over their competitors.

Following the approach of the model of ten strategies of internationalization, this analysis provides a diagnosis tool for the strategica analysis of the internationalization potential of new ventures in foreign countries.

**keywords:** Born-global firm, internationalization, model of ten strategies of internationalization, strategic analysis

## **Empreendedorismo digital nos governos locais: um estudo de caso**

### **Autores:**

Margarida Rodrigues e Mário Franco

### **Resumo**

O empreendedorismo digital é um eixo indissociável da evolução tecnológica e da digitalização vivenciada no século XVI, pelo que o papel desempenhado pelos setores tecnológicos e afins requer o investimento relevante de todos os atores económicos e não económicos dos locais com poderes administrativos e políticos, vulgo municípios. Como qualquer tipo de empreendedorismo, o digital estimula a formação de laços, de redes locais, de atração de investimentos e de pessoas. Adicionalmente, ainda, estimula o combate à desertificação verificada nos locais caracterizados pela ruralidade, como o caso aqui estudado (Município do Fundão). Assim, objetiva-se estudar do nível de digitalização dos municípios e da sua capacidade de empreender para a melhoria dos seus sistemas de informação tecnológicos e digitais, através de uma metodologia qualitativa, especificamente o método do estudo de caso. Os resultados obtidos mostram a pertinência dos atores locais se tornarem empreendedores digitais, pois tal impacta o seu desenvolvimento económico e é um meio para contrariar os aspetos negativos da interioridade verificada nos anos mais recentes. Por fim, apresentam-se as conclusões, a agenda para investigação futura e as limitações.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo digital, Tecnologia, Municípios

# Sustainable Entrepreneurship Practices in SMEs: A Qualitative Study

**Autores:**

Mário Franco e Margarida Rodrigues

**Abstract**

This study focuses on the sustainable entrepreneurship practices used in small and medium-sized enterprises (SME), aiming to understand the reasons leading owners-managers to implement them, as well as the benefits they provide, considering the three domains of sustainable development: environmental, social and economic. To achieve this goal, a qualitative approach was adopted, resorting to two cases (SME) and the data-collecting technique was the interview and documentary analysis. From content analysis of the interviews held, the results obtained show that both SMEs studied are concerned about sustainable practices and development. This means they have competences directing them towards sustainable entrepreneurship. Some implications for theory and practice will also be presented, as well as suggestions for future research.

**keywords:** SME; Sustainable entrepreneurship, Lean thinking

## O Papel das Instituições Políticas e Económicas no Empreendedorismo Informal

### **Autores:**

Eunice Santos; Cristina Fernandes e Joao Ferreira

### **Resumo**

Diversas investigações têm-se debruçado sobre os fatores que potenciam o empreendedorismo informal, assim como o modo de o evitar ou erradicar. No entanto, verificamos também que grande parte das investigações sobre este campo de estudo centram-se em economias em desenvolvimento, justificando-se deste modo a aplicação destas análises a países de níveis de desenvolvimento económicos diferentes, como é o caso da Europa. A nossa investigação pretende mostrar de que modo a qualidade das instituições económicas e políticas têm influência no empreendedorismo informal. Para tal utilizamos dados agregados ao nível do país coletados em diversas fontes, nomeadamente no Banco Mundial, Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico, Global Entrepreneurship Monitor e Freedom House, entre os anos de 2006 e 2015 e para 23 países da Europa, correspondentes a 229 observações (painel não balanceado). Através de uma estimação econométrica, que foi efetuada com metodologias baseadas em modelos de regressão múltipla para dados em painel, verificamos que quanto maior a qualidade das instituições económicas e políticas menor é o empreendedorismo informal. Pretendemos contribuir para um melhor conhecimento da influencia das instituições e das possíveis políticas que influenciam o empreendedorismo informal.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo informal; instituições políticas; instituições económicas

## The absenteeism at a department store in Santa Maria/RS

### **Autores:**

Luciana Aparecida Barbieri da Rosa; Emily de Moraes Isaia; Vanderléia Leal Losekan Leal Losekan; Larissa Cristina Barbieri; Celina Franco Hoffmann; Juciani Severo Correa e M. Carolina Martins Rodrigues

### **Abstract**

Considered one of the most complex problems of organizations in all sectors absenteeism increasingly generates concerns for managers. This study, in which 43 volunteers took part, aimed at tracing the absenteeism profile of a Department Store. Data collected through questionnaires were analyzed using the software Microsoft Excel and the software Statistical Package of Social Science (SPSS), involving frequency distributions and average calculations. The study demonstrated the impacts of absenteeism on companies and the importance of creating strategies to minimize it. By analyzing the results, it was verified that the most frequent causes of absenteeism in the store are related to diseases.

**keywords:** Absenteeism; absenteeism by illness; department store; personnel management; human resources.

## The organizational culture in the perspective of the teachers

### **Autores:**

Luciana Aparecida Barbieri da Rosa; Fernanda Trindade Silveira; Waleska Yone Yamakawa Zavatti Campos; M. Carolina Martins-Rodrigues; Celina Franco Hoffmann e Stefania Tonin

### **Abstract**

This article aimed to map a culture in a private basic education institution, analyzing the values and practices prevalent in the organization. To meet a by the way, were examined and behaved on the organizational organization, were the main models of culture that were presented by experts of the theme. The quantitative research was also performed through a research, based on a request for application standardization, based on Columbelli (2009). The result of the research, conclusion is an organization organized according to the results more recent than the previous one, and what is more recent and exclusive when the results are geared to the molds of culture that need to be considered as people who compile of every culture has a positive impact on possible adjustments and adaptations, while at the same time it is a culture that helps us engage and seek to shape it. "What to do with the gaps and gaps of the present study, because the data collection was done with 50% of the results, the results achieved can be useful, the indicators that support new studies and management actions of the institution Finally, as the suggestions for future studies, highlight the review for the evaluation of all the institution's faculty and staff, in order to verify if the results are not presented as an institution as a whole, which is more legitimate for the results found.

**keywords:** Organizational Culture. Leadership. Perception.

## **Management of people and talent retention: An analysis with a dynamic capacity approach in a company in a financial sector in Santa Maria / RS**

### **Autores:**

Luciana Aparecida Barbieri da Rosa; Bruna Schuh Röhrs; M. Carolina Martins-Rodrigues; Larissa Cristina Barbieri; Tais Pentiado Godoy e Celina Franco Hoffmann

### **Abstract**

At this juncture, companies are able to retain human capital and develop development capacities at the human and organizational level has become a huge challenge. The present research aims to identify and analyze how the management and retention of talents exerts influence in the dynamic capacities of the organization. Given this, it becomes fundamental to conceptualize talent, dynamic capacities and emphasize importance in organizations. The study is characterized as a descriptive research with a quantitative approach. In research, which has as a form of research the quantitative methodology, it is necessary that the research problem be in the form of question, question or as a form of objective, statement. From the results it can be observed that the retention of talent favors the development of dynamic capacities. We come to the conclusion that having a strong incentive to do things differently in the organization, and the high level of development opportunities offered by the company, has a positive influence on the retention of organizational talents and, consequently, the development of dynamic capabilities, which are crucial to organizational success.

**keywords:** Dynamic Capabilities. Talent. Talent Management.

## **Quality in the provision of services in a company of musical instruments: Study on expectations and perceptions through scala SERVQUAL**

### **Autores:**

Luciana Aparecida Barbieri da Rosa; Pablo Rodriguez Umpierre; Tais Pentiado Godoy; M. Carolina Martins-Rodrigues; Larissa Cristina Barbieri e Leoni Pentiado Godoy

### **Abstract**

This study aims to evaluate the level of satisfaction in the services provided to the clients of Consulado da Música de Santa Maria - RS. For this, an exploratory research with a quantitative approach was carried out, based on bibliographical research, addressing quality in services and the SERVQUAL quality tool. A convenience sample consisted of 50 clients, where the difference between expectations and perceptions was calculated, resulting in levels of satisfaction or dissatisfaction of the services provided. For the data collection, a questionnaire was used as a tool, developed in the model Gomes (2013), which was adapted to the company's situations, consisting of 27 questions. It was identified that 59% of customers are satisfied with the company in general, having the lowest averages in tangible and price aspects, demonstrating a certain level of dissatisfaction and needing attention on specific items. Therefore, according to the results, possible causes of negative GAPS and their solutions are discussed, and it is relevant for the company to develop programs to overcome these flaws in its processes. The importance of this study is justified by the degree of relevance that the information collected has for the company and how it can be used for continuous improvements in the internal environment of the company in order to seek a better level of satisfaction about the service provided.

**keywords:** Marketing. Services. Quality. SERVQUAL

## **Business models: a meta-analysis of international scientific in web databases of science and scopus in the period 2007 to 2017.**

### **Autores:**

M. Carolina Martins-Rodrigues; Luciana Aparecida Barbieri da Rosa; Clandia Maffini Gomes; Caroline Rossetto Camargo e Larissa Cristina Barbieri

### **Abstract**

The present article presents the results of a meta-analysis that aimed to demonstrate the construct "Business-Models" has been treated by researchers, showing the importance of the concept to the current society. This study aimed to analyze as characteristics of the international publications on the theme "Business Models", pointing out characteristics of the publications in the 2007-2017 period. The research is carried out in the Web of Science and Scopus databases, searching identified as main thematic areas, authors, document types, title of the sources, countries, year of publications, institutions and languages. For this, was adopted in the methodology, bibliometric research, descriptive in the Web of Science and Scopus databases, to select articles describing the theme this study. The survey results show that 2016 were the largest number of publications. It is verified that, Procedia CIRP presents the largest number of publications, and of the authors who published most on the subject stands out S. Evans.

**keywords:** Bibliometry, Business Model

# **O papel do empreendedorismo social na dinamização dos territórios de baixa densidade: Estudo de caso de um concelho da Beira Interior**

## **Autores:**

Francisco Adro

## **Resumo**

O empreendedorismo social (ES) é um conceito relativamente recente mas com interesse crescente no meio académico bem como na sociedade civil. Esta investigação, com recurso a um estudo de caso de um concelho do interior centro de Portugal, permite evidenciar a importância que o ES, combinado com o empreendedorismo municipal, pode ter nos territórios de baixa densidade na luta contra a desertificação e na dinamização do tecido económico local.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento local, empreendedorismo social; terceiro setor.

## **Espíritu emprendedor de la mujer microempresaria del bañado sur: barrios de san blas y san cayetano - zona marginal - de asunción del Paraguay**

### **Autores:**

Augusto Escavone; Julio García del Junco; Beatriz Palacios Florencio e Juan Manuel Berbel Pineda

### **Resumen**

La capacidad para alcanzar un nivel de vida digno, es decir, para contar con el ingreso y los bienes y servicios necesarios para incorporarse plenamente a la sociedad se deteriora paulatinamente. Este es el caso de los barrios de San Blas y San Cayetano, la zona marginal de Asunción de Paraguay. De toda la población, las mujeres son, en términos relativos, quienes se encuentran en peores condiciones laborales. Por ello, este trabajo se centra en la problemática de las microempresas a través del espíritu emprendedor de la mujer logrando la continuidad de esta unidad económica y mejorando así la calidad de vida de las familias de escasos recursos económicos. La metodología seguida es descriptiva, con un diseño no experimental y de corte transversal, mediante la obtención de datos primarios. De este estudio se extrae que el espíritu emprendedor de las mujeres microempresarias es esencial para sacar la familia adelante.

**Palabras-clave:** Mujer emprendedora; microempresa; Paraguay

## **Recognizing Life Entrepreneurs: Supporting Degree Success in Students with Neural Networks**

### **Autores:**

Yuri Vanessa Nieto Acevedo; Yesid Diaz Gutierrez e Carlos Enrique Montenegro Marin

### **Abstract**

Once a student begins his professional studies, it is recognized whether or not his endeavor was successful through obtaining a degree or degree. Using neural networks can predict the success rates not only of the student but of his University. With the use of neural networks, the directors of the universities are supported in the academic decision-making process, since the early prediction of success or failure of the students allows to take preventive and corrective actions on the academic policies, administration, and resources, operational management among others. This paper proposes a neural network developed in KNIME to recognize students and obtain the graduation rate, in order for academic directors to take action on the given results that positively impact the entire academic community.

**keywords:** Academic decisions; KNIME; Early prediction; Neural Networks

## **An outlook about innovative activity of Knowledge Intensive Business Services in Extremadura Region - Spain**

### **Autores:**

Luísa Cagica Carvalho; Beatriz Corchuelo Martínez-Azúa

### **Abstract**

Innovation is one of the pillars that sustains the productive dynamism of a company, region or country. This research aims in particular to identify the barriers to innovation that influence the innovative process of Extremaduran knowledge intensive business services (KIBS) companies and their subsequent performance in innovation. Data were obtained from an ad hoc questionnaire sent to managers of Extremaduran companies (Spain). Two waves of data are available: 2011 and 2013. From these, various aspects related to the objective of the work are analyzed descriptively and econometrically. Results reveal the existence of obstacles, mainly of a financial and market nature, which hinder innovation in companies. We propose guidelines to encourage public and private entities to formulate measures and policy proposals aimed at improving innovation performance and overcoming barriers to innovation.

**keywords:** KIBS companies, innovation, obstacles to innovation, R&D public policies.

## **Evaluation of performance in the third sector: suggested analysis applied in a social organization of the third sector located in Santa Maria / RS**

### **Autores:**

Vanderleia Leal Losekann; Tiana dos Santos da Silva; Luciana Aparecida Barbieri da Rosa; Paula Borges Tronco; Celina Franco Hoffmann e M. Carolina Martins-Rodrigues

### **Abstract**

The Third Sector, more and more, has been assuming an important position among the other sectors. And because it survives from resources from governments, private companies and society in general, it needs to present information, account for the resources received and the use of resources in its operations, in order to allow a coherent and correct evaluation of its performance. The present study proposes as a general objective to construct a roadmap for evaluating performance of the third sector. To do so, this roadmap was built through the analysis of its capacity to generate economic value, economic-financial analysis, and the level of disclosure of accounting information. The same was applied in an entity belonging to the third sector of the city of Santa Maria / RS. The applicability of the evaluation roadmap in the organization proved to be useful as it allowed for a very broad assessment of the performance of the third sector. In addition, it demonstrated the good performance of the entity in which the study was applied, with some caveats regarding its accounting disclosure.

**keywords:** Evaluation; Performance; Third sector.

## **Design Thinking aplicado à Inovação Social: Uma pesquisa-ação na Instituição Casa do Menino Jesus**

### **Autores:**

Lisangela deni dos Santos; Antonio Lucas Gomes Teixeira; Elizabete Gonçalves de Oliveira; Cármen Muchanga e Maria José Madeira

### **Abstract**

The present research aims to use and develop methods and techniques to solve business and organizational problems, based on the generation of creative ideas, using them as resources for the promotion of social innovation. The methodology used is qualitative and using the case study. In order to promote social innovation, Casa do Menino Jesus was chosen as the object of study. Through the recognition of the needs faced by the institution, it was found that in the use of social innovation tools it would be possible to find economically sustainable alternative solutions, as well as to generate a positive impact for the institution, its staff and for the children. The research has had a positive impact on the institution's strategic process, enabling employees to visualize the core of the House's problems and, together, to find alternative solutions to such problems. It should be noted that the role of the team as a protagonist in generating solutions is decisive in the implementation and success of the solutions found, since they become responsible for the projects involved and becoming committed in all stages.

**keywords:** social innovation; design thinking; case of study.

# Success factors in the SME context: an empirical study performed in Portugal

**Autores:**

António Ferreira e Mário Franco

**Abstract**

Small and medium-sized enterprises (SMEs) are considered important for economies' growth and stability, as they contribute to job creation, the growth of Gross National Product and tax revenue. It is therefore essential to determine the factors contributing to their success. After carrying out a review of the literature on the subject, there is clearly no consensus on the factors leading to SME success. Therefore, an empirical study was made based on a questionnaire applied to a sample of Portuguese SMEs of excellence. The results obtained revealed the factors contributing least to SME success: (1) academic qualifications, (2) the gender of the founder(s) and (3) exporting orientation. Indeed, SMEs are aware that their success depends above all on maintaining good relationships with clients and on the quality of their products and/or services. Some implications for business practice are also suggested.

**keywords:** Success factors; SME; organizational performance; competitiveness

## **The entrepreneurial resilience as a solution to business barriers imposed on social minorities**

**Autores:**

Élvio Gomes e Maria José Madeira

**Abstract**

This paper aims to analyze the difficulties that social minorities face at the moment of starting a business, as well as to investigate how resilience is relevant to entrepreneurship. For the best understanding, a practical case is made of an interview with a businesswoman.

The main purpose of this paper is to present the definitions and insights about entrepreneurial resilience, its role in the business world, how it influences the success of small and medium-sized enterprises, and what discrimination and stereotypes are.

**keywords:** Business; challenges; discrimination; resilience; social minorities

## Do personality traits affect the entrepreneurial intention of graduate STEM students?

### Autores:

Fernanda Llussá; Joaquim Pina e Jaqueline Silva

### Abstract

In this paper we investigate how individual characteristics and personality traits affect the entrepreneurial intentions among graduate students of science and technology (STEM). We conduct our exercise using individual data provided by the survey with 335 second year STEM master students at a portuguese-speaking University (Universidade Nova de Lisboa) in 2019. A broad range of personality scales were categorized in a set of constructs using the Five Factor model of personality dimensions which were combined with student's individual characteristics. The results show that extraversion ( $r=0.198$ ), consciousness ( $r=0.149$ ) and openness to experience ( $r=0.113$ ) are positively correlated with entrepreneurial intent and significant using Pearson correlations. As expected, emotional stability and agreeableness have positive and negative correlations with entrepreneurial intent respectively but are not statistically significant. In terms of individual characteristics, gender is negatively correlated with entrepreneurial intent ( $r=-0.119$ ) and significant which means that women have lower entrepreneurial intent than men. Income is positively correlated with entrepreneurial intent ( $r=0.145$ ), and also significant. These results suggest that personality traits play a role in entrepreneurial intentions and facilitating access to specific business skills is the most powerful instruments to increase entrepreneurial intent.

**keywords:** Entrepreneurial intent, technology, personality traits, individual characteristics

## **Profissionalização de Empresas Familiares (EFs): urgência da sucessão e desafios de internacionalização**

### **Autores:**

Ana Paula Marques e Ana Isabel Couto

### **Resumo**

As Empresas Familiares (EF) constituem a forma empresarial dominante das atuais economias de mercado, sendo o seu sucesso e longa estabilidade fundamentais para a economia e sociedade. Estima-se que o seu peso na economia nacional (entre 70% a 80% das PME, incluindo também grandes empresas cotadas na bolsa) as coloque num lugar de relevo como agentes de criação de riqueza, emprego e coesão territorial e social. Não obstante, persiste um significativo desconhecimento das configurações empresariais das empresas familiares, apesar de ser consensual reconhecer-se a sua heterogeneidade interna (e.g. dimensão, setor de atividade, antiguidade, grau de profissionalização). Neste artigo discute-se os principais resultados decorrentes do questionário online aplicado a 1148 empresas familiares da região Norte de Portugal e a 23 entrevistas a empresário(a)s dirigentes de empresas de cariz familiar. Particular destaque será dado à profissionalização, preparação da sucessão e desafios da internacionalização da empresa familiar face à economia digital. Estes instrumentos de recolha de informação foram desenvolvidos no projeto “Roadmap para as empresas familiares portuguesas” (2016-2018), financiado pelo NORTE 2020/ FEDER, cujos principais objetivos são contribuir para um melhor conhecimento e visibilidade institucional deste segmento de empresas, bem como para a avaliação do impacto das empresas familiares da Região Norte na economia local, nacional e internacional.

**Palavras-chave:** Empresa familiar; empreendedorismo; internacionalização; sucessão; Norte de Portugal

# The role of public policy in the erosion of entrepreneurial gender gaps

## **Autores:**

Joana Costa e Mariana Pita

## **Abstract**

During the last decades the role of entrepreneurship has been widely discussed, mainly to the recognition of its impact on economic growth and development. Several studies devoted their attention in understanding the differences among genders, considering that it was of paramount importance to address entrepreneurship determinants and hindering factors to develop accurate public policies. Culture is acknowledged as relevant to entrepreneurship development in different ways, in the stream devoted to organizational activity it is appraised focusing in organisations and their business culture. Nevertheless, the role of the triple helix, combined with the entrepreneurial culture has not yet been disentangled and the evidence about the singularities of the binomial territory and entrepreneurship has been neglected.

The present work aims to: understand the role of the public policy in the promotion of entrepreneurial initiative, overcome gender segmentation, and the identification of the structural characteristics of individuals that reinforce entrepreneurial orientation.

As defended in geography and regional studies, certain regions have transformation mechanisms grounded on interactions among multiple players, allowing to foster innovation and knowledge-based economies. Given that entrepreneurial initiative is at the core of regional development, there is a fertile ground in the promotion of its enablers according to the individuals' characteristics.

Specifically, the study determines the moderating effect of entrepreneurial culture and gender on entrepreneurial initiative at regional level and the possible actions to be taken by the public policy

The study relies on the Global Entrepreneurship Monitor – GEM – database, covering the time series between 2010 and 2015, and grasping information of European Countries. A logistic panel was run revealing cultural and institutional heterogeneity towards entrepreneurial activity, particularly when comparing Northern and Southern Europe. Entrepreneurial initiatives seem to have different determinants according to the gender. Findings show that females in less innovative countries have higher propensity to start a business which is to some extent controversial. Additionally, the role of Academia and Governance brings to light the debate on the triple helix as promoter of entrepreneurial activity. The article has several highlights in either the theoretical perspective (new studies devoted to identify and design policy packages to address geographical and gender entrepreneurship asymmetries) or the applied perspective (providing quantitative insights for policy makers about the effects of those actions).

**keywords:** Entrepreneurship, gender, GEM, logit panel data

# Institutional Support to the Entrepreneurial Process or Entrepreneurship Marketing

## **Autores:**

Antonio Oliveira; Sofia Ricardo e M. Carolina Martins-Rodrigues

## **Abstract**

The objective of this paper is to evaluate the impact of the Portuguese State's institutional support to the creation of technology-based companies in terms of their survival rate, particularly when this support materializes in the participation of promoters in conferences, competitions, and seminars.

We assume constructivism as the structural philosophical concept, based on the foundations of Kant and Schopenhauer, underlying the concept of representative knowledge determined by space, time and causality. We adopt a quantitative methodological approach using descriptive and inferential statistics techniques. Data collection techniques were based on documentary analysis and data triangulation.

Data were collected from a longitudinal sample and continuous working life from 2016 to 2018.

Convenience sample concerning only Portuguese companies participating in WebSummit.

**keywords:** Survival Rate, Entrepreneurial Support, Opportunity Entrepreneurs

## Quem ensina empreendedorismo cultural?

### **Autores:**

Antonio de Oliveira e Orlando Lima Rua

### **Resumo**

Todos os modelos teóricos definidos na literatura são unânimes em considerar que o empreendedor criativo/cultural contribui para o desenvolvimento económico, pela sua Ação a sociedade transforma-se e cria-se riqueza.

O crescimento da economia criativo/cultural está dependente das empresas criadas e por trás de cada empresa cultural está um empreendedor capaz de concretizar uma intenção empreendedora. O somatório das empresas criativo/culturais criadas é, por definição, a economia cultural global. Todavia a estes empreendedores raramente se reconhecem e promovem capacidades empresariais, na nossa opinião, porque elas não lhes são desenvolvidas, nem tão pouco ensinadas e a construção de uma economia criativo/cultural competitiva e sustentada só é possível se o artista assumir essa capacidade. De outro modo emergem os comportamentos oportunistas, por nós anteriormente estudados.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo criativo/cultural, ensino empreendedorismo

## Aprender a Empreender. O ensino do empreendedorismo

### **Autores:**

Nicolau Miguel Almeida e Fernanda M. B. Policarpo

### **Resumo**

Este artigo pretende promover a reflexão, entre as características do ensino superior do empreendedorismo e os benefícios de cooperar com diversas organizações, para a melhoria do processo de aprendizagem e o desenvolvimento de inovações fundamentais à obtenção de vantagens competitivas por essas organizações.

No âmbito da unidade curricular de Empreendedorismo, de forma a criar uma maior envolvimento com o meio, utilizando uma metodologia learn by doing, é solicitado aos alunos a elaboração de um trabalho que crie uma iniciativa de responsabilidade social, sustentável a ser candidatado à Academia Grace. Pretendendo motivá-los a empenharem-se na elaboração desta avaliação, uma vez que ela servirá para o seu currículo, sendo uma forma de cooperar com os outros, mas, também, uma experiência de vida diferente do habitual na vida académica.

Através do estágio, a maioria dos alunos, teve a possibilidade de contactar com a realidade diária das organizações, despertando para as suas necessidades, sendo essa uma base para o desenvolvimento de novas ideias.

Verificamos que existe um maior empenho por parte dos alunos na realização deste trabalho pois sabem que em causa não estará só a sua avaliação, mas a sua exposição pública e a possibilidade de interagir com o ambiente global.

**Palavras-chave:** Academia Grace; ensino do empreendedorismo; cooperação; learn by doing, sustentabilidade.

# Assessing entrepreneurship between Iberian countries and Europe through the lens of context

## Autores:

Mariana Pita e Joana Costa

## Abstract

Entrepreneurship is at the core of the European agenda and all countries recognize its importance as a key element to foster economic growth, innovation and sustainable development. As a consequence, European countries are implementing strategies aiming to foster entrepreneurial initiative and stimulate entrepreneurial mind-set. Despite the global European challenge - Europe needs entrepreneurs (European Commission & Commission, 2013) – countries tackle differently entrepreneurship, recognizing the importance of having European but also national specific policies. Despite the number of studies devoted to better understand the facilitators and barriers towards entrepreneurship, to the best of our knowledge, they usually rely on Europe or more developed countries, leaving behind countries that are not considered role models when it comes to economic performance. Portugal and Spain were considered as PIGS (Portugal, Italy, Greece and Spain) during a severe economic crisis and due to the extreme economic pressure, they were pushed to adopt entrepreneurship as a tool to overcome precariousness. This was particularly difficult because Iberian countries faced austerity measures, were less innovative and didn't possess an entrepreneurial culture. 10 years later, especially Portugal, seems to be widely recognized as a 'good student' when it comes to economic recovery, innovation and entrepreneurial orientation. Therefore, it is of paramount importance to understand the role of context in overcoming such a crisis among Iberian Countries. Is also relevant, to appraise other contextual factors that could have instigated or hindered entrepreneurial activity and innovation.

Departing from the Global Entrepreneurship Monitor it was possible to comprehend the entrepreneurial phenomenon worldwide, covering the time series between 2010 and 2016, particularly on a longitudinal perspective, between Iberian and other European Countries.

The present paper highlights the differences among countries when it comes to the national context and allows to identify several constraints and enablers for entrepreneurial activity and innovation, using countries comparison. Also, it permits to detect entrepreneurship differences and provide evidence towards the more effective entrepreneurship and innovation policies.

**keywords:** Entrepreneurship, innovation, context

## O perfil de empreendedorismo e competências empreendedoras dos discentes da Universidade de Coimbra

### **Autores:**

Cristina Albuquerque e André Ferreira

### **Resumo**

Este estudo de caso iniciado no âmbito da Universidade de Coimbra enfoca como a adoção de competências empreendedoras e o estímulo a inovação na referida universidade podem influenciar o potencial empreendedor de seus discentes sob as seguintes perspetivas: 1) Atitudes Empreendedoras dos discentes (avaliar o potencial empreendedor dos indivíduos), 2) Perfil frente a Inovação (perfil de reação individual diante de inovações) e 3) Competências Empreendedoras e Formação (verificar se a instituição de ensino tem estimulado/auxiliado seus estudantes no desenvolvimento de competências empreendedoras e de inovação). Acredita-se que este diagnóstico possa subsidiar e orientar a tomada de decisão institucional quanto ao estímulo do empreendedorismo e inovação, bem como informar ao público externo (a sociedade) e ao público interno (a comunidade académica) a posição institucional quanto a este tão relevante tema. Para o estudo diagnóstico foram adotadas duas escalas: a primeira -Entrepreneurial Potential Indicator- que permitirá avaliar o potencial empreendedor do indivíduo e que já foi validada para o contexto português (FERREIRA et al., 2009); a segunda, construída pelos autores deste estudo, que permitirá avaliar as competências empreendedoras no quadro do ensino. Esta segunda escala construída a partir dos contributos de Martin Lackéus (2015).

**Palavras-chave:** competências; educação; empreendedorismo; ensino; inovação.

## **Internacionalização das empresas portuguesas: estudo sobre o (in)sucesso no processo de entrada em novos mercados**

### **Autores:**

Sandra Filipe: Claudia Amaral Santos e Belem Barbosa

### **Resumo**

Este artigo caracteriza as tentativas de internacionalização planeadas e realizadas por uma amostra de empresários portugueses nos últimos anos, identifica as formas de internacionalização escolhidas e analisa os fatores que influenciaram a decisão de escolha e o sucesso dessas tentativas de internacionalização. Os dados foram recolhidos por via da realização de entrevistas em profundidade a uma amostra por conveniência de empresários portugueses e qualitativamente analisados com base na análise temática de conteúdo. Os resultados evidenciam que a maioria dos participantes planearam e/ou empreenderam a internacionalização dos seus negócios nos últimos anos, sendo as formas de internacionalização mais presentes a exportação e o investimento direto. Os principais motivos impulsionadores da internacionalização foram o aumento do volume de vendas através da entrada em novos mercados e as principais dificuldades apontadas foram a falta de capital e o insuficiente conhecimento dos mercados-alvo. Alguns exemplos sobre fatores de sucesso e insucesso das tentativas de internacionalização foram identificados e analisados facultando pistas interessantes no âmbito do marketing internacional que permitem auxiliar outros empresários que decidam expandir os seus negócios para mercados externos.

**Palavras-chave:** Benefícios da internacionalização; dificuldades na internacionalização; empreendedorismo; internacionalização; marketing internacional.

## **Estudo quantitativo sobre a adoção de marketing digital por empreendedores portugueses**

### **Autores:**

Sandrina Teixeira; Belem Barbosa e Hélder Pinto

### **Resumo**

Este artigo apresenta e discute resultados de um estudo quantitativo em que participaram 201 empreendedores Portugueses. Os principais objetivos são analisar a importância que o marketing digital tem na implementação dos seus negócios e compreender os fatores explicativos da adoção do marketing digital pelos empreendedores. Os resultados demonstram que os empreendedores detêm em geral um bom conhecimento sobre as técnicas e benefícios de adoção do marketing digital por parte das empresas. Contudo, os valores investidos em marketing digital são frequentemente reduzidos, já que a maioria dos empresários indicaram planejar investir até cinco mil euros em comunicação e marketing no ano seguinte. O estudo demonstra que algumas ferramentas digitais (e.g., website, redes sociais) são consideradas como as mais relevantes para os seus negócios, e que os empreendedores esperam um impacto positivo do marketing digital nas vendas. O estudo oferece implicações para a gestão quer para empreendedores quer para profissionais de marketing digital

**Palavras-chave:** Competências de marketing digital; ferramentas de marketing digital; investimento em marketing digital; profissionais de marketing digital.

## Atração de pessoas qualificadas: a digitalização como oportunidade

### Autores:

Angélica Souza, Marta Ferreira Dias, Marlene Amorim, Liliana Baptista e Rui Lopes

### Resumo

Os motivos dos fluxos migratórios e os fatores que têm influência sobre as escolhas das pessoas podem ser utilizados como base para políticas centradas em atrair pessoas altamente qualificadas. Trabalhadores altamente qualificados têm grande potencial para o desenvolvimento regional porque eles estimulam o consumo diferenciado, potenciam o comportamento inovador e são empreendedores. A mobilidade geográfica geralmente é estimulada por questões financeiras, ascensão social e principalmente pela busca do bem-estar, entre outros fatores

A política urbana deve visar o aumento da atratividade de uma região, no sentido em que deve considerar tanto o estímulo para a economia local como a melhoria da qualidade de vida e o bem-estar da população. Uma vez que os trabalhadores com níveis mais elevados de formação tendem a mover-se mais, então torna-se fundamental compreender quais são os fatores de atração e retenção para este tipo de trabalhadores. Só assim é possível atuar de forma mais eficaz na sua atração e retenção. Além disso, é crucial que as regiões proporcionem condições para que essas pessoas encontrem oportunidades de qualidade. Nesse sentido a digitalização aparece como grande alavanca pois, novos negócios e novos cargos são muito procurados como motivos de mobilidade.

Os recém-formados são trabalhadores qualificados com potencial de modificar o ambiente em que estão inseridos, as características do mercado de trabalho, incluindo as oportunidades disponíveis e os níveis salariais esperados são fatores essenciais de motivação para a sua fixação numa determinada região. Os graduados formulam as escolhas para migrar com base nas oportunidades oferecidas pelo mercado. A mobilidade geográfica geralmente é estimulada por questões financeiras, ascensão social e principalmente pela busca do bem-estar, entre outros fatores. As decisões de migração também podem ser baseadas em proximidade familiar ou necessidades de habitação. Algumas regiões crescem, em parte, porque são capazes de reter os novos graduados das universidades locais. Estas instituições do ensino superior geralmente estão inseridas numa região que tem uma concentração de indústrias em ascensão nas contratações de trabalhadores ou ela faz parte de uma região que oferece condições para que esses jovens possam inovar e empreender. As políticas locais podem ajudar a estabelecer mercados de trabalho mais estáveis e com mais oportunidades de emprego e crescimento. Em conclusão, os formuladores de políticas devem concentrar-se em políticas para fortalecer os fatores de atração da sua região, entender o que está necessitando para se tornar competitiva quando comparada a outras cidades com capacidade de retenção de talentos superior e assim desenvolver estratégias ativas para retenção de trabalhadores altamente qualificados.

**Palavras-chave:** Digitalização, mercado de trabalho, pessoas altamente qualificadas

## **Empreendedorismo após a reforma: motivações, facilitadores e dificuldades**

### **Autores:**

Belém Barbosa; Cláudia Amaral Santos; Sandra Filipe; Fernando Costa

### **Resumo**

Contributos recentes da literatura demonstram a relevância da realização de estudos adicionais sobre o empreendedorismo sénior, designadamente considerando segmentos de empreendedores mais velhos que têm sido descurados pela literatura. Um desses segmentos é o dos reformados. Este artigo explora as motivações, facilitadores e dificuldades enfrentadas por empresários que iniciam os seus negócios após a reforma. O artigo oferece resultados de um estudo qualitativo que foi realizado no contexto Português. Este estudo confirma que os empreendedores séniores não são um grupo homogéneo, e que o empreendedorismo após a reforma merece atenção adicional dos investigadores. Implicações para académicos e profissionais são disponibilizadas

**Palavras-chave:** Empreendedorismo cinzento; estudo qualitativo; experiências dos empreendedores reformados; motivações dos empreendedores; reformados.

## **‘SER, SABER, FAZER E ACONTECER’: aplicação de novas práticas (pedagógicas) no desenvolvimento de competências empreendedoras em crianças**

### **Autores:**

Mariana Pita; Vânia Neves e Carla Tomás

### **Resumo**

Um dos principais objetivos estratégicos da União Europeia e dos Estados Membros, desde há alguns anos, centra-se na promoção da educação para o empreendedorismo e o desenvolvimento de práticas pedagógicas inovadoras que contribuam para o estímulo das competências essenciais. Neste sentido, as Instituições de Ensino são chamadas a apresentar modelos educativos alargados e inovadores onde a aprendizagem empírica ganha particular relevo. O empreendedorismo, enquanto competência-chave, não envolve ou implica uma disciplina curricular específica. Contudo, exige uma forma de ensino assente no learning by doing e learning by failing. Atualmente, mais do que ensinar e investigar, os agentes educativos são chamados a criar um ambiente escolar propício ao estímulo da criatividade, à prática da experimentação, à valorização do erro como oportunidade de aprendizagem, ao trabalho coletivo, entre outros.

A presente investigação revela como objetivo principal a introdução de ferramentas de resolução de problemas e de desenvolvimento de projetos inovadores, aplicadas a problemas do quotidiano (indivíduo ou sociedade), bem como a reflexão sobre dinâmicas de base experimental e respetivas dificuldades e benefícios de implementação. Tendo por base os princípios organizativos apresentados foi desenhado um projeto piloto (experimental), no domínio da educação para o empreendedorismo, no Colégio D. José I, no ano letivo 2018/2019, em particular para os alunos do 3º ano de escolaridade, ao longo do 1º e 2º períodos. Os grandes objetivos da intervenção durante o 1º período centraram-se 1) na criação de um ambiente propício ao conhecimento e desenvolvimento individual e coletivo, 2) no estímulo da criatividade e geração de ideias, 3) no desenvolvimento de um projeto alinhado com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (SDG) das Nações Unidas.

O presente projeto experimental centrou-se no desenho de uma intervenção promotora do pensamento criativo e crítico, com o objetivo de desenvolver as competências empreendedoras de duas turmas de 3º ano, com um total de 28 alunos, com idades compreendidas entre os 7 e os 8 anos de idade. Apesar do projeto contemplar a avaliação qualitativa da intervenção, a respetiva análise não contemplou a comparação do desempenho criativo e crítico dos alunos pré e pós experimento. Para avaliar o impacto do projeto foram considerados os relatos dos alunos e as suas perceções ao longo das diversas atividades, em conjunto com as opiniões das docentes titulares das turmas. Tanto os alunos como as docentes fazem uma avaliação global favorável ao projeto e revelam que a adoção de uma abordagem challenge-based é motivadora, para ambos, potencia o desenvolvimento da criatividade, capacidade crítica, estimula o trabalho de grupo, a capacidade de decisão e de construção do contexto.

**Palavras-chave:** Ensino do empreendedorismo, práticas pedagógicas, ensino básico

## Potencialidades criadoras do empreendedorismo acadêmico em tempos de culturas digitais e móveis

### **Autores:**

Cíntia Boll e Ana Ribeiro

### **Resumo**

Esta pesquisa objetiva investigar as potencialidades do empreendedorismo acadêmico por uma análise quanti-qualitativa do desenvolvimento de discentes, professora e monitoras no contexto da disciplina Cultura Digital e Mídias Móveis na Educação, ofertada na modalidade a distância, na Universidade Federal do Rio Grande do Sul (UFRGS). Conceitos, de cunho pedagógico, permeiam por: curadoria acadêmica, inovação pedagógica, ensino híbrido, sala de aula invertida e uso da tecnologia móvel na construção de recursos digitais para a educação em tempos de culturas digitais e móveis. O processo de aprendizagem e ensino, promovidos no curso da disciplina, enfatizam o protagonismo estudantil, a autoria colaborativa, a concepção teórica e a elaboração da prática de ensino no âmbito da criação e do uso da tecnologia móvel para a educação (BOLL, 2018 e AXT, 2002). Assim, estudantes tornam-se academicamente empreendedores na resolução de problemas enfrentados no seu cotidiano e compartilham suas experiências, complementando e gerando novos conhecimentos. Empreender academicamente envolve o exercício de curadoria acadêmica, em que propor novos desafios e acolher as expectativas dos estudantes parte da observação e do diálogo. Neste viés do compartilhamento da informação e da pesquisa, revela-se o potencial criador, proativo, crítico e altruísta presente na docência comprometida em empreender academicamente.

**Palavras-chave:** Curadoria Acadêmica; Cultura Digital; Empreendedorismo Acadêmico; Tecnologia Móvel.

## **Obstacles to social innovation and entrepreneurship: what should be mentioned?**

### **Autores:**

Marta Ferreira Dias; Marlene Amorim; Gonçalo Gomes e Angélica Souza

### **Abstract**

Social innovation and social entrepreneurship play an important role in our society and economy. This paper presents the main obstacles and most influential factors identified by a set of stakeholders in their mission to support social innovation and social entrepreneurship. Data was collected in 5 European countries under the SIKE Project, by means of interviews and questionnaires, in which more than 100 stakeholders were inquired about the main reasons that could lead them to quit an investment on a social enterprise or a social innovation project.

The SIKE Project aims at demonstrating the potential of stakeholders, namely universities, to use their knowledge in order to affect social change in a direct and meaningful way. This is achieved by developing new paradigms and tools for knowledge exchange practice that embrace social innovation, encourage social entrepreneurship and offer more effective support

to local communities. Each partner of the 5 European countries works together with the remaining stakeholders of the social ecosystem that nurtures and supports sustainable, resilient and responsible innovation.

The findings reveal that, although realities may be different across countries, the main obstacles faced seem to have a common ground. The lack of a common framework for the social enterprises is identified as one of the main challenges to overcome. Therefore, the exchange of knowledge between different stakeholders from different realities may contribute to a better understanding of reality faced by the social enterprises.

This work is of particular relevance for governments and other entities that promote social entrepreneurship, since it points out the key areas of concern, to which special attention should be given in order to stimulate social entrepreneurship and social innovation. The results and conclusions may help to promote social entrepreneurship and help social enterprises to flourish, since this work has particular concerns about the context where the social enterprise acts.

**keywords:** Obstacles. social entrepreneurship, social ecosystem, stakeholders

## **Empreendedorismo cultural como fonte de sustentabilidade dos países**

### **Autores:**

Orlando Rua e Cláudia Pinto

### **Resumo**

O objetivo deste trabalho é refletir sobre a vaga de empreendedorismo em Portugal, designadamente no Porto, especificamente, de que forma a área da Cultura (vista no passado, muitas vezes, como algo não lucrativo, um 'sorvedouro' de dinheiro ao Estado e, até, algo prescindível em momentos económicos adversos), tem evoluído e crescido, por um lado, resultado do empreendedorismo recente e em alta no país e, por outro lado, ela própria motor e fonte de evolução da economia e turismo nacionais.

A abordagem do tema será expositiva de casos através da consulta de literatura científica, esperando no final chegar à conclusão que o espírito empreendedor é o motor de evolução de um país e que a Cultura é fundamental para a autoestima de um povo, preservando as suas raízes e a sua identidade, ao mesmo tempo que lhe 'dá asas' para chegar mais longe, tornando-se, assim, na causa do próprio espírito empreendedor.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, Cultura, Cultura Nacional, Cultura Organizacional, Empreendedorismo Cultural

## **Empreendedorismo Feminino e Desafios de Gestão: Marco Teórico**

### **Autores:**

Orlando Rua e Sónia Vaz

### **Resumo**

O objetivo fundamental deste artigo é estabelecer o marco teórico do empreendedorismo feminino e dos desafios da mulher nesse contexto.

Este campo de pesquisa tem emergido significativamente ao longo dos anos, porém, ainda existem muitos países que reportam uma grande diferença de género na estrutura das organizações no que toca ao mercado do trabalho, particularmente à gestão de topo.

Na revisão da literatura foram contextualizados o papel do empreendedor, o universo feminino no empreendedorismo e o empreendedorismo feminino e desafios na gestão. A metodologia usada neste artigo teve carácter teórico-descritivo, tendo como fonte artigos científicos de acesso aberto.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo feminino, perfil empreendedor, desafios de gestão, sociedade de negócios

## As iniciativas empreendedoras na fronteira Alentejo - Extremadura

### **Autores:**

Fernanda Policarpo; Ricardo Mogollón; Antonio Portillo e Manuel Almodovar Gonzalez

### **Resumo**

A fronteira Alentejo-Extremadura, é cada vez mais uma região socialmente deprimida resultando daí possibilidades e capacidades de cooperação substancialmente reduzidas (Reigado, 2013). Numa situação de periferia geográfica, económica e política, é um espaço marginal muito distanciado dos centros de decisão nacionais, regionais e também dos centros de consumo (Carrera Hernández, 2013). Por outro lado, transformar uma fronteira que divide numa fronteira que une, potenciando uma maior coesão territorial, foram e continuam a ser os grandes desígnios da cooperação territorial europeia (Soeiro, Beltrán, Cabanas, Lange, Mao, & Masarova, 2016), daí a necessidade de fomentar o empreendedorismo como forma de a desenvolver.

Neste trabalho tentamos aferir se o empreendedorismo, nas duas regiões de fronteira, é apoiado e dinamizado localmente, uma vez que permite o desenvolvimento destes territórios.

Utilizando uma metodologia de estudo de casos, foram avaliadas as posições de 5 empreendedores em relação à envolvência com a região. Em relação às conclusões obtidas é possível perceber que a localização nesta região é vista pelo empreendedor, como um entrave na atividade, uma vez que não existe acompanhamento ou apoio, por parte dos diversos intervenientes públicos ou privados.

**Palavras-chave:** Fronteira; cooperação territorial; empreender; estudo de casos.

## **Empreendedorismo e a estratégia governamental para a criação de empresas**

### **Autores:**

Fernanda Maria dos Santos Pereira; Eduardo Manuel de Almeida Leite

### **Resumo**

A crise de 2008, (subprime), terá sido, no essencial, uma crise de paradigma, exigindo dos agentes económicos novas soluções e novos comportamentos.

A insustentabilidade do sistema de segurança social, impõe aumento da idade da reforma.

Os jovens ficam impedidos de aceder ao mercado de trabalho, sendo relevante que sejam estimulados para a criação do seu próprio emprego, ou seja o empreendedorismo.

Assim, pareceu-nos ser de interesse científico o resultado de um levantamento do número de empresas criadas após a crise financeira de 2008- 2011, estabelecendo relação entre a Estratégia Governamental de Fomento para o Empreendedorismo e a criação de empresas. Um dos vetores da investigação é o alinhamento das respetivas CAE's com a Estratégia Governamental. O outro factor é a existência, ou não, de relação entre criação de empresas, produção de conhecimento científico e respetiva transferência através de Centros de transferência de conhecimento, no quadro da estratégia económica europeia.

**Palavras-chave:** Empreendedorismo, novas empresas, crise financeira, CAE, transferência de conhecimento.

## **Sustentabilidade e educação ambiental como uma relação necessária**

### **Autores:**

Waleska Yone Yamakawa Zavatti Campos; Flávio de São Pedro Filho, Martius Vicente Rodriguez y Rodrigues, Luciana Aparecida Barbieri da Rosa e M. Carolina Martins-Rodrigues;

### **Resumo**

Esta pesquisa envolve a relação entre três construtos mensurados por meio de itens relacionados a sustentabilidade ambiental, educação ambiental e consumo e sustentabilidade. A pergunta que a pesquisa pretende responder é: Como a educação ambiental pode ser fomentada no cotidiano empresarial? Para tanto, propõe-se como objetivo geral elaborar um estudo da aplicação da educação ambiental em face das práticas adotadas e de ações de fomento à sustentabilidade. Para os resultados, foram elencados os seguintes objetivos específicos: caracterizar a educação ambiental (I); caracterizar a sustentabilidade (II); tipificar as ações de gestão socioambiental em face da educação ambiental para o fomento inovativo de práticas sustentáveis (III). A justificativa da pesquisa envolve a ausência de estudos organizacionais relacionando os fatores de suporte à educação ambiental, sustentabilidade e consumo em microempresa, construtos de grande importância para o sucesso da gestão ambiental nas organizações. A metodologia empregada foi quantitativa, caracterizada por levantamento. Os resultados mostram que a organização estudada necessita estabelecer diálogo com colaboradores sobre a temática ambiental, melhorando sua comunicação e abertura à inovação. No que concerne à educação ambiental, evidencia-se ser necessário fomentar o conhecimento de normas e leis ambientais e viabilizar cursos de capacitação em prol da educação ambiental.

**Palavras-chave:** Educação Ambiental. Sustentabilidade. Consumo. Gestão Socioambiental. Microempresa.

# **La importancia del desarrollo de competencias de emprendimiento social en los alumnos a nivel licenciatura para el beneficio de la región: el caso de la Universidad de Guadalajara, México**

## **Autores:**

Aimee Perez Esparza

## **Resumen**

Este estudio tiene por objetivo identificar las competencias de emprendimiento social, existentes en estudiantes de las carreras de Administración de Negocios y Contaduría Pública, del Centro Universitario de Tonalá de la Universidad de Guadalajara, México, con la finalidad de conocer la importancia que tiene el papel de la universidad en la creación del espíritu del emprendedor social, a través de la transferencia de conocimiento, que permite al alumno desarrollar las competencias necesarias, que les ayuden a desarrollar negocios innovadores con impacto económico, social y ambiental, en beneficio de comunidades vulnerables y generando así una mejora en la región.

**Palabras-clave:** universidad, emprendimiento social, competencias, espíritu emprendedor.

## **Reabilitação e regresso ao trabalho após o cancro relacionado com o trabalho**

### **Autores:**

Eduardo Jorge Simões Ganilho

### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo discutir a reabilitação e regresso ao trabalho de trabalhadores e trabalhadoras após o cancro relacionado com o trabalho. É um assunto complexo, premente e de inegável importância no contexto de qualquer projeto empreendedor.

O estudo exploratório levado a cabo mostra que retornar ao trabalho após o cancro relacionado com o trabalho ou não, ou ainda na fase de tratamento, pode ser uma perspetiva assustadora, sendo necessárias intervenções eficazes para facilitar o regresso ao trabalho e reduzir os custos quer para os indivíduos, quer para os projetos empreendedores, quer ainda para sociedade em geral.

**Palavras-chave:** Bem-estar; Cancro; Projeto empreendedor; Reabilitação; Regresso ao trabalho

## **Spirituality and Resilience: a path to entrepreneurship**

### **Autores:**

Clara Margaça, José Carlos Sánchez García e Brizeida Hernandez-Sánchez

### **Abstract**

The orientation of entrepreneurial action can be influenced, on the one hand, by interpersonal relations, which can provide economic, social and informational resources and, secondly, cultural aspects, such as the approval of the group to certain economic activities, acceptance of values and principles. Thus, spirituality refers to how a person gives meaning to his/her life through an ultimate state and in response to deep considerations of the world. The relationship between entrepreneurial intention and spirituality seems plausible if we consider that spirituality can induce the development of values, such as honesty, trust, temperance, and prudence, which are fundamental to the development own business. The aim of the current study was identify, empirically, the effects that the spirituality, resilience and psychological wellbeing provoke on entrepreneurial intention. Taking a sample of 616 university students from Portugal, was made a linear correlations and regression models with aim to analyze the influence of these variables in the decision process of becoming entrepreneurial. The results demonstrated the influence of the different independent variables used to predict and explain the entrepreneurial intention. The results also allows us to conclude that the attitude of women towards the beginning of a new economic activity is gaining a new shape, possibly due to their perception of the support programs, which facilitate their insertion in the business world. The focus on spirituality and resilience as promoters of entrepreneurial intention can create a new theoretical reference, promoting a better understanding why people become entrepreneurs, while deepening comprehension of socio-psychological factors.

**keywords:** Entrepreneurial intention; spirituality; psychological resilience

## Factores determinantes para la adopción de las TIC: El caso de Extremadura.

### Autores:

Nuria Ramos-Vecino; María Calzado Barbero e Antonio Fernández-Portillo

### Resumen

Durante las últimas décadas, las TIC han permitido a las empresas innovar tanto en los procesos de producción como en los procesos de gestión, así como en el trato con clientes y proveedores, debido a la automatización. Esta transformación de los procesos a su vez, ha llevado a una mejora en la eficiencia de la organización y un aumento en la internacionalización de la empresa (Winkler, 2013).

Paralelamente a la introducción de estas tecnologías, ha surgido una disparidad creciente entre las empresas que las adoptan y las que no, surgiendo una brecha digital entre territorios, incluso dentro del mismo país (Bach, Zoroja y Vuksic, 2013). Es por ello que, ante esta nueva situación, los gobiernos están preocupados por mitigar las diferencias digitales entre territorios a través de políticas de promoción y difusión de las tecnologías de las TIC en las empresas y en la administración (Addison y Heshmati, 2003).

En consecuencia, la literatura científica ha puesto un esfuerzo considerable en analizar los factores que influyen en la adopción de las TIC en las empresas. Una parte importante de los estudios se ha centrado en factores relacionados con la organización y la tecnología a adoptar (Oliveira, Thomas y Espadanal, 2014), destacando los costes de adopción, confiabilidad y seguridad (Gupta, Seetharaman y Raj, 2013), o la falta de habilidades para implementar la tecnología.

Sin embargo, muy pocos estudios han llevado a cabo un análisis exhaustivo, tomando a una región concreta como unidad de análisis, que incluya aspectos del entorno, aspectos económicos, organizacionales, tecnológicos e individuales.

Por lo tanto, con esta investigación y escogiendo un territorio español concreto, se quiere dar respuesta a la pregunta de: ¿Qué factores y en qué medida, influyen en la adopción de las TIC en las Pymes extremeñas y cómo afecta esa adopción a sus resultados empresariales?

**Palabras-clave:** Adopción, Extremadura, Pyme, TIC.

## Educación emprendedora: El caso de la Universidad de Extremadura

### **Autores:**

María Calzado Barbero; Nuria Ramos-Vecino e Antonio Fernández-Portillo

### **Resumen**

En los últimos tiempos, se viene considerando al sistema educativo como un elemento clave en el desarrollo y fortalecimiento de la cultura emprendedora, además, la educación para el emprendimiento es una de las prioridades en las políticas europeas establecidas por la comisión europea, según el plan estratégico para el emprendimiento 2020. En este contexto, Goldstein (2009) considera a las universidades como agentes clave en el proceso de desarrollo económico. Por otro lado, es sabido que las universidades han asumido el reto de fomentar la educación emprendedora convirtiéndose en un agente clave dentro de la “sociedad de emprendimiento” tal y como indicó Sáenz (2017) y que consiguiendo que parte de sus actividades impulsen la generación y fortalecimiento de emprendedores, para el desarrollo general y de empleo (Vázquez - Villalpando, 2014). Visto el papel fundamental que tiene y la educación emprendedora en la actualidad y como expuso Atance (2018) sería interesante conocer la formación y el apoyo del profesorado en lo que se refiere al emprendimiento. Por otro lado, Bueckmann (2014) plantea que sería interesante examinar cuestiones relacionadas con la intención empresarial de los estudiantes. Ante esta situación nos surgen las siguientes preguntas de investigación:

-¿Cuáles son las intenciones emprendedoras de los estudiantes?

-¿Le otorgan la suficiente importancia los profesores a la educación emprendedora actualmente?

**Palabras-clave:** Actividad emprendedora; Educación emprendedora; Estudiantes; Intenciones emprendedoras y Profesores

## **Abordagem aos mercados internacionais- fatores indutores que podem afetar o sucesso da internacionalização- estudo comparativo para as empresas portuguesas entre 2014 e 2019**

### **Autores:**

Carla Azevedo Lobo; Isabel Maldonado e Luís Pacheco

### **Resumo**

Os desafios que as empresas enfrentam na sua estratégia de internacionalização são naturalmente exigentes. Se pensarmos que esta estratégia não é mais exclusiva das grandes empresas, facilmente entendemos toda a investigação que tem sido desenvolvida sobre esta temática e mais propriamente sobre a abordagem relativa às PME. Ainda assim, pouco se tem discutido sobre a relação que se pode estabelecer entre as diferentes abordagens estratégicas para a internacionalização e os fatores que os empresários mais valorizam neste processo empreendedor. Com base numa revisão exaustiva da literatura esta investigação pretende, para além de determinar quais os fatores impulsionadores da estratégia de internacionalização que os empresários portugueses mais valorizam, aferir, através de um estudo comparado entre as perspetivas dos empresários em 2014 e em 2019, das possíveis oscilações nas estratégias internacionais dos empresários portugueses, durante o período de crise económica (2014) e um período pós-crise (2019). Para atingir estes objetivos utilizamos os dados de um questionário enviado para as “empresas exportadoras e/ou com interesse em exportar” da Base de Dados da AICEP - Portugal Global, em 2014 e posteriormente em 2019.

**Palavras-chave:** estratégia de internacionalização; networks; PME; empreendedorismo internacional

## Using the lean canvas as a tool for the development of entrepreneurial data skills

### **Autores:**

Miguel-Angel Sicilia; Elena García-Barriocanal e Salvador Sánchez-Alonso

### **Abstract**

The opportunities opened by machine learning and Big Data technologies are the enablers for new business models in which data is either a key asset or a competitive advantage. However, entrepreneurs often lack the knowledge and capacities to bridge the product or service concept to an assessment of the feasibility, costs and resources needed for its realization. This gap in “data skills” requires training specifically targeted to entrepreneurs that cannot be found in training and educational offerings that are more oriented to developing technical capacities, and that integrates seamlessly with the culture, attitudes and practices of entrepreneurs. Here we discuss ongoing work on developing a teaching path to fill that gap based on the idea of a Lean Canvas and addressing specific elements that are found as “pain points” in assessing regular business model canvases in which data analytics is a key component.

**keywords:** Lean Canvas; data skills; Big Data; entrepreneur training; analytics

## Empreendedorismo no Feminino

### **Autores:**

Sílvio Manuel da Rocha Brito e Maria Graciete Honrado

### **Resumo**

De acordo com Harris (2002) [1] o traço mais significativo da pesquisa sobre fracassos dos expatriados é a de que ela se baseia na população masculina. Essa pesquisa contém evidência de expatriados do sexo masculino que enfrentam problemas de ajustamento e familiares. Ao contrário, a pesquisa levada a cabo sobre os resultados das missões de mulheres indicam que elas são bem-sucedidas. E porque o serão? São vários os motivos que traduzem esta constatação e os autores que os estudaram. Características pessoais, práticas organizacionais, ajustamento familiar, e adaptação nos locais de acolhimento, são variáveis inegavelmente constatadas neste tipo de sucesso. Os casos que trazemos à luz de uma proposta discutível tentam comprovar a situação em foco.

**Resumo:** Motivação, Internacionalização, Empreendedorismo, Mulheres

## **Optimismo del emprendedor: Estrategia en busca del incremento sobre el bienestar subjetivo del emprendedor**

### **Autores:**

Gioconda Vargas-Morúa; Brizeida Raquel Hernández Sánchez e Jose Carlos Sánchez-García

### **Resumen**

Como estrategia que busca afianzar y dar continuidad a la actividad emprendedora, a través del incremento en el bienestar subjetivo, se estudió el efecto que producen las necesidades psicológicas básicas y la mediación en dicha relación de la actitud optimista por parte del emprendedor. Ambos componentes se estudiaron en una muestra de 416 emprendedores y para tal fin empleamos el modelo de ecuaciones estructurales de Amos 23. Nuestro estudio brinda las siguientes contribuciones. Primero, nos encontramos que la satisfacción de las necesidades psicológicas básicas está directamente relacionada con el bienestar que percibe el emprendedor y segundo, que el optimismo media e incrementa la relación entre las necesidades y el bienestar subjetivo del emprendedor. Es decir, el emprendedor al satisfacer sus necesidades psicológicas básicas percibe bienestar y este bienestar se incrementa si además el emprendedor muestra una conducta optimista. Incorporar estos elementos – nivel de autonomía, competencia, relaciones y una actitud optimista - en un plan estratégico, proporciona una garantía de continuidad de la empresa en el tanto el emprendedor realiza una valoración mayormente positiva de su condición y por ende percibe bienestar.

**Resumo:** Autonomía; Bienestar subjetivo; Emprendimiento; Necesidades psicológicas; Optimismo.

## Empreendedorismo na Economia Circular

### **Autores:**

Mário Carrilho Negas

### **Resumo**

Os princípios da economia circular têm inspirado muitas empresas a alterar o seu modelo de negócio, nomeadamente com o propósito da sustentabilidade, através da não geração de desperdício ou minimização do desperdício. Contudo aceita-se o pensamento de crescimento tendencialmente constante de empresas e economias. Este crescimento não poder ser conseguido colocando em risco os recursos naturais, mas através do virtuoso círculo: partilha, manutenção, remanufactura e reciclagem. É necessário que entidades públicas e privadas estejam conscientes das potencialidade e vantagem competitivas para os negócios que podem ocorrer através da economia circular. A economia circular e mais do que uma oportunidade geracional, é uma oportunidade para todos os empreendedores aplicarem o pensamento crítico para promover, por exemplo, as compras ecológicas, propor alterações regulamentares que facilitem a transação de resíduos e promover a utilização de plataformas coletivas para a gestão de recursos, passando pela sensibilização do poder público para diferenciar positivamente as condições fiscais e programas de financiamento público. Assim, o artigo tem como objetivo abordar as oportunidades de negócio que a economia circular apresenta para os empreendedores.

**Resumo:** Empreendedor circular, Transição, Empreendedorismo sustentável, Modelo de negócios