

10.^a Conferência Ibérica de Empreendedorismo

10.^a Conferencia Ibérica de Emprendimiento

Empreendedorismo e Oportunidades de Negócio no Paradigma Digital



Universidade de Aveiro

Aveiro – Portugal

ONLINE

24 a 27 de novembro

Resumos: Jornada Científica

Editores:

M. Carolina Rodrigues

Mário Carrilho Negas

Fátima Lobão

Luisa Carvalho

Marta Ferreira Dias

Marlene Amorim

Mário Rodrigues

Orlando Lima Rua

António Oliveira

Luciana Barbieri Rosa

Edita: Empreend e Universidade de Aveiro

Atas da 10.^a Conferência Ibérica de Empreendedorismo
Actas de la 10.^a Conferencia Ibérica de Emprendimiento

Universidade de Aveiro

Aveiro – Portugal

ONLINE

24 a 27 de novembro



Editores:

M. Carolina Rodrigues

Mário Carrilho Negas

Fátima Lobão

Luisa Carvalho

Marta Ferreira Dias

Marlene Amorim

Mário Rodrigues

Orlando Lima Rua

António Oliveira

Luciana Barbieri Rosa

FICHA TÉCNICA

TÍTULO

10.^a Conferência Ibérica de Empreendedorismo

SUBTÍTULO

Atas da 10.^a Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal, 24 a 27 de novembro de 2020

EDITORES

M. Carolina Rodrigues – Universidade do Algarve (CinTurs), Empreend

Mário Carrilho Negas – Universidade Aberta, Empreend

Maria de Fátima Moraes Lobão – Empreend

Lúisa Carvalho - Instituto Politécnico de Setúbal, Empreend

Marta Ferreira Dias, Universidade de Aveiro

Marlene Amorim, Universidade de Aveiro

Mário Rodrigues, Universidade de Aveiro

Orlando Lima Rua – Centro de Estudos Interculturais/Politécnico do Porto/ISCAP

António Monteiro de Oliveira – Centro de Estudos Interculturais/Politécnico do Porto/ISCAP

Luciana Barbieri Rosa, Instituto Federal de Rondônia

EDIÇÃO, IMPRESSÃO E ACABAMENTOS

Empreend, Universidade de Aveiro

ISBN

978-989-33-1275-9

MÊS / ANO: novembro de 2020

WEB

<https://mcrmar.wixsite.com/ciem2020>

©2020 – Empreend / Universidade de Aveiro

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.

10.^a Conferência Ibérica de Empreendedorismo

COMISSÕES / COMISIONES / COMMITTEES

Comissão de Honra / Comisión de Honor / Honor Committee

Álvaro Rocha, AISTI & ISEG, Universidade de Lisboa
Pedro Figueroa Dorrego, Universidad de Vigo
Maria do Rosário Alves Almeida, Incubcenter, Empreend
José Carlos Sanchez García, Universidade de Salamanca

Comissão Coordenadora / Comisión de Coordinación / Coordinating Committee

Maria Carolina Martins Rodrigues, Universidade do Algarve (CinTurs), GEITEC, Empreend
Maria de Fátima Morais Lobão, Empreend
Marta Ferreira Dias, Universidade de Aveiro
Marlene Amorim, Universidade de Aveiro
Mário Carrilho Negas, Universidade Aberta, Empreend
Maria José Sousa, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa
António Oliveira, Politécnico do Porto/ISCAP/CEI; Universidade de Vigo
Orlando Lima Rua, Politécnico do Porto/ISCAP/CEI
Luísa Cagica Carvalho, Instituto Politécnico de Setúbal, Empreend

Comissão Organizadora / Comisión de Organización / Organizing Committee

Maria Carolina Martins Rodrigues, Universidade Algarve (CinTurs), GEITEC e Empreend
Marta Ferreira Dias, Universidade de Aveiro
Marlene Amorim, Universidade de Aveiro
Maria de Fátima Morais Lobão, Empreend
Mário Rodrigues, Universidade de Aveiro
Roberto Rivera, Universidade de Aveiro
Angélica Souza, Universidade de Aveiro
Luciana Aparecida Barbieri da Rosa, IFRO, UFSM e GEITEC
Maria José Sousa, ISCTE - Instituto Universitário de Lisboa
Mário Carrilho Negas, Universidade Aberta, Empreend
António Oliveira, Politécnico do Porto/ISCAP/CEI; Universidade de Vigo
Orlando Lima Rua, Politécnico do Porto/ISCAP/CEOS.PP
Luísa Cagica Carvalho, Instituto Politécnico de Setúbal, Empreend

10.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

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
Álvaro Rocha, AISTI & ISEG, Universidade de Lisboa
Amílcar Manuel do Rosário Oliveira, Universidade Aberta
Ana Maria Sotomayor, ISCAL
Ana Paula Cordeiro, Universidade Aberta
Ana Paula Marques, Universidade Minho
Ana Paula Silva, REMIT, IPVC
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, Politécnico do Porto/ISCAP/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, Technical University of Lisbon
Carla Lobo, REMIT, Universidade Portucalense
Carlos Alberto Coelho Teles Cupeto, Universidade de Évora
Carlos Costa, ISCTE, Instituto Universitário de Lisboa
Carlos Isidoro Lopez Cano Vieira, ISMAT – Grupo Lusofona
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

10.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Cristina Costa Lobo, INPP, Universidade Portucalense

Cristina Mendonça, Socius, ISAG

Cristina Moraes Nunes, FAPAS Faculdade Palontina

Cristina Sousa, REMIT, Universidade Portucalense

Daniela Maria Ribeiro Pacheco Moura, ISCTE

Daniela Melaré Vieira Barros, Professora da 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, I. Politécnico de Santarem

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 Atlantica

George Leal Jamil, FDC - Fundação Dom Cabral

Gerardo Domínguez, Universidad da Coruña

Gioconda Vargas Morúa, Ceusal, Universidad de Salamanca

Giuseppina Maria Cardella, Universidad de Salamanca

Graciete Honrado, Instituto Politécnico de Tomar

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

10.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

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
João Simão, Universidade Aberta
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 S. Contabilidade e Administração de Lisboa
José Fontes, Academia Militar
José Jacinto Bilau, Instituto Politécnico da Beja
José López-Rodríguez, Universidad da Coruña
José Luis Pérez Iglesias, Universidad de Salamanca
José Marçal, Universidade Atlantida
José Martins, UTAD, INESC TEC, Portugal
José Ramón Cardona, Universitat de les Illes Balears
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, Universidade Federal de 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, Universidade do Algarve (CinTurs)
Luís Mota Figueira, Instituto Politécnico de Tomar

10.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

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
M. Carolina Martins Rodrigues, Universidade do Algarve (CinTurs), GEITEC, 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, ISCTE, CinTurs - Universidade do Algarve
Maria Lucia Pato, Instituto Politécnico de Viseu - Escola Superior Agrária
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 Atlântida
Mário Raposo, Universidade da Beira Interior
Marta Peris Ortiz. Universidad Politécnica de Valencia
Mauricio Monge Agüero, TEC, Costa Rica
Micaela Pinho, REMIT, Universidade Portucalense
Miguel González Loureiro, Universidad de Vigo

10.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Miguel Jorge Rodrigues de Magalhães, Universidade Portucalense

Nicolau Miguel Almeida, Instituto Politécnico de Portalegre

Nuno Alexandre Abranja, ISCE - Instituto Superior de Lisboa e Vale do Tejo

Nuria Calvo, Universidad da Coruña

Orlando Lima Rua, Politécnico do Porto/ISCAP/CEOS.PP

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, UTAD, INESC TEC, Portugal

Ramón Sanguino Galván – Universidad de Extremadura

Raul Afonso Pommer Barbosa, Fundação Universidade de Rondônia- UNIR

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 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, U. Extremadura; Presidente Cátedra Empresa Familiar UEX

Vânia de Fátima Barros Estivaleta, PPGA – Universidade Federal de Santa Maria

Vitor Manuel de Sousa Gabriel, Instituto Politécnico da Guarda

10.ª Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Organização



Parceiros:



10.^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 de Aveiro, Aveiro, Portugal, de 24 a 27 de novembro de 2020, organizada pela Empreend - Associação Portuguesa para o Empreendedorismo, e pela Universidade de Aveiro.

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 **10.^a Conferência Ibérica de Empreendedorismo (CIEM)** promovida pela Empreend – Associação Portuguesa para o Empreendedorismo e pela Universidade de Aveiro, que vos recebe via *online*.

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 de Aveiro, 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*).

10.^a Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Finalmente, um agradecimento especial para todos aqueles que contribuíram para o sucesso da Ciem2020, nomeadamente, autores, comissões, organizadores, patrocinadores e parceiros.

A todos um bem-haja!

Boa leitura!

Lisboa, 27 de novembro de 2020

Carolina Rodrigues



10.^a Conferência Ibérica de Empreendedorismo

Resumos dos artigos

10.^a Conferência Ibérica de Empreendedorismo

ÍNDICE

Título	ID	Pág.
Gestão da inovação no empreendedorismo	381	3
Inovação e empreendedorismo no turismo	382	4
O empreendedorismo visto como uma estratégia internacional	383	5
Inovação, sustentabilidade e artes e ofícios tradicionais. Alguns exemplos da Região Viseu Dão Lafões	384	6
Personal branding on social media: the role of influencers	385	7
Novas perspetivas para o empreendedorismo: nuances de um cenário de pandemia	387	8
O perfil empreendedor do líder é importante? Um estudo para pequenas e médias empresas de base tecnológica	391	9
A mentoria cruzada como instrumento de indução do desenvolvimento de ecossistemas: estudo comparativo de casos no nordeste do Brasil e no Norte de Portugal	392	10
Design de hierarquização multicritério para melhorar a seleção de projetos empreendedores	393	11
Projeto UKIDS – valorizar o desafio <i>Trash Value</i> em contexto interdisciplinar	396	12
PIAUÍ COMO PRODUTO: estratégia empreendedora para promoção do marketing territorial	398	14
Inovação em cooperativa de saúde	399	15
Creativity in fundraising on non-Governmental Organisations	400	16
A percepção docente sobre a cultura organizacional: um estudo de caso em uma instituição no sul do Brasil	401	17
Sistema produto-serviço e o modelo de negócios: uma revisão sistemática da literatura	402	18
Satisfação de clientes em uma empresa prestadora de serviço: modelo SERVQUAL	403	19
O papel da capacidade inovativa organizacional no fomento do poder de inovação sustentável em empresas brasileiras	404	20
Clima organizacional e qualidade de vida no trabalho: estudo de caso em Instituto Federal de Ensino na Amazônia	405	21
Iniciativas de empreendedorismo social. O caso da PT SIKE Unit.	406	22
Learning creativity and student's performance: an empirical study from Portugal	407	24
O ensino do desenho técnico nos cursos técnicos em computação gráfica de Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia	408	25
Educação de jovens e adultos e educação a distância: um estudo bibliométrico no período de 2000 a 2020	409	26
Empreendedorismo social em países da América do Sul: uma meta-síntese	410	27
Estratégia e planeamento da sucessão de empresas familiares: estudo de caso múltiplo	411	28
A teoria do empreendedorismo social: conflitos de um domínio de investigação em ascensão	412	29
Young adults' attitude towards entrepreneurship	413	30

Gestão da inovação no empreendedorismo

Innovation management in entrepreneurship

Eduardo Jorge Simões Ganilho

Resumo

Este artigo tem como objetivo discutir a temática da inovação enquanto característica principal do empreendedorismo, dada a relevância deste enquanto motor da competitividade, do crescimento económico que se pretende sustentado, potenciando a criação de emprego e o desenvolvimento de países e regiões. Todavia, como podem as organizações empreendedoras independentemente do tipo, setor ou dimensão, incluindo as temporárias e as emergentes, demonstrar a sua capacidade de gerir eficazmente as atividades de inovação para atingir os resultados pretendidos? Que princípios estão associados à gestão da inovação? O estudo exploratório desenvolvido mostra que a capacidade de inovação de uma organização empreendedora é reconhecida como o principal fator para o crescimento sustentável, viabilidade económica, bem-estar acrescido e desenvolvimento da sociedade. Essa capacidade de inovação inclui a capacidade de compreender e responder a mudanças no seu contexto, procurar novas oportunidades e potenciar o conhecimento e a criatividade das pessoas, em colaboração com as partes interessadas externas: entidades de financiamento, entidades reguladoras, autoridades públicas e organismos de normalização entre outras. Por outro lado, a organização empreendedora pode inovar de forma mais eficaz e eficiente se todas as atividades necessárias e outros elementos interrelacionados e interativos, forem geridos como um sistema baseado em princípios de gestão da inovação.

Palavras-chave: empreendedorismo; gestão da inovação; organização empreendedora; princípios de gestão da inovação; sistema

Abstract

This article aims to discuss the theme of innovation as the main characteristic of entrepreneurship, given its relevance as a driver of competitiveness, of economic growth that is intended to be sustained, enhancing job creation and the development of countries and regions. However, how can entrepreneurial organisations, regardless of type, sector or dimension, including temporary and emerging ones, demonstrate their ability to effectively manage innovation activities to achieve the desired results? What principles are associated with innovation management? The exploratory study developed shows that the innovative capacity of an entrepreneurial organisation is recognised as the main factor for sustainable growth, economic viability, increased well-being and the development of society. This capacity for innovation includes the ability to understand and respond to changes in its context, seek new opportunities and enhance people's knowledge and creativity, in collaboration with external stakeholders: financing entities, regulators, public authorities and standardisation bodies among others. On the other hand, the entrepreneurial organisation can innovate more effectively and efficiently if all the necessary activities and other interrelated and interactive elements are managed as a system based on principles of innovation management.

Keywords: Entrepreneurship; Innovation Management; Entrepreneurial Organisation; Principles of Innovation Management; System

Inovação e empreendedorismo no turismo

Catia Sá

Resumo

A inovação é um fenómeno presente na atualidade, surgindo através da procura de melhor qualidade de vida. A competitividade erguer-se em consequência da inovação, ou seja, advém de ambientes competitivos existentes nos diversos setores de atividade, sendo o turismo um deles. Nesse sentido, este artigo tem como objetivo demonstrar estudos de casos de algumas *startup* de sucesso na área da inovação e empreendedorismo.

Palavras-chave: Competitividade; Empreendedorismo; Turismo.

Abstract

Innovation is a phenomenon present today, arising through the search for a better quality of life. Competitiveness rises as a result of innovation, that is, it comes from competitive environments existing in the various sectors of activity, with tourism being one of them. In this sense, this article aims to demonstrate case studies of some successful startups in the area of innovation and entrepreneurship.

Keywords: Competitiveness; Entrepreneurship; Tourism.

O empreendedorismo visto como uma estratégia internacional

Entrepreneurship seen as an international strategy

Luís Mota Figueira
Graciete Honrado

Resumo

O presente artigo trata do fenómeno da *International New Venture*. Com intuito de compreender a relevância dos empreendedores no processo de internacionalização da empresa, foi eleita a teoria *Effectuation* que oferece alternativas para descrever como estes pensam e se comportam ao iniciar um novo empreendimento (Porto & Mello, 2015).

Devido à sua amplitude e riqueza de conhecimento envolvido, é ainda abordada a temática da expatriação pois desempenha importante papel na condução dos negócios internacionais e no direcionamento das estratégias da organização.

Verificada a divergência da literatura sobre quais práticas são pertinentes a cada fase do processo e a ausência de um modelo que contemple tais fases e práticas, considera-se oportuno analisar a expatriação de forma a estruturar um modelo compatível com as estratégias internacionais da organização, para que as empresas possam conduzir esse processo de forma planeada.

Palavras-chave: Empreendedorismo Internacional; *Effectuation*; Expatriação.

Abstract

This paper deals with the phenomenon of International New Venture. In order to understand the relevance of entrepreneurs in the internationalization process of the company, the Effectuation theory was chosen, which offers alternatives to describe how they think and behave. when starting a new venture (Porto & Mello, 2015).

Due to its breadth and richness of knowledge involved, the theme of expatriation is still addressed as it plays an important role in conducting international business and directing the organization's strategies.

Given the divergence of the literature on which practices are relevant to each phase of the process and the absence of a model that includes such phases and practices, it is considered appropriate to analyse the expatriation in order to structure a model compatible with the organization's international strategies so that companies can conduct this process in a planned manner.

Keywords: International Entrepreneurship; Effectuation; Expatriation.

Inovação, sustentabilidade e artes e ofícios tradicionais. Alguns exemplos da Região Viseu Dão Lafões

Innovation, sustainability and traditional arts and handicrafts. Some examples from the Viseu Dão Lafões Region

Maria Lúcia Pato

Resumo

Com as alterações manifestadas nas áreas rurais ao longo das últimas décadas, o sucesso de muitos destes territórios está indubitavelmente ligado à capacidade para a população local inovar e identificar novas oportunidades de negócio, muitas vezes a partir dos recursos endógenos. Neste contexto o empreendedorismo rural tem sido observado como alternativa conducente à regeneração e revitalização de territórios rurais.

Por um lado, as áreas rurais proporcionam vantagens específicas locais em termos de amenidades físicas, sociais ou culturais. Por outro lado, com base nestas vantagens e através de práticas empreendedoras e inovadoras, espera-se adicionar um novo valor económico ou social à vida rural. Acontece, porém, que muito embora a sustentabilidade do território dependa de práticas empreendedoras e inovadoras, a interligação dos três conceitos é escassamente abordada na literatura. Assim partindo duma investigação centrada na região Viseu Dão Lafões, pretende-se explorar neste estudo iniciativas empreendedoras e inovadoras relativas a artes e ofícios tradicionais e o seu contributo para a sustentabilidade do território em meio rural.

Palavras-chave: Inovação; Sustentabilidade; Artes e Ofícios Rurais; Viseu Dão Lafões.

Abstract

With the changes manifested in rural areas over the last decades, the success of many of these territories is undoubtedly linked to the capacity for the local population to innovate and identify new business opportunities, often from endogenous resources. In this context, rural entrepreneurship has been observed as an alternative conducive to the regeneration and revitalization of rural territories.

On the one hand, rural areas provide specific local advantages in terms of physical, social or cultural amenities. On the other hand, based on these advantages and through entrepreneurial and innovative practices, it is expected to add a new economic or social value to rural life.

It happens, however, that although the sustainability of the territory depends on entrepreneurial and innovative practices, the interconnection of the three concepts is scarcely addressed in the literature. Thus, based on research focused in the Viseu Dão Lafões region, this study aims to explore entrepreneurial and innovative initiatives related to traditional arts and crafts and their contribution to the sustainability of the territory in rural areas.

Keywords: Innovation; Rural arts and handicrafts; Sustainability; Viseu Dão Lafões Region.

Personal branding on social media: the role of influencers

Liliana Vasconcelos
Orlando Lima Rua

Abstract

This research paper aims to establish a connection between the concept of Personal Branding and Social Media, understanding how in the 21st-century people do their personal branding through Social Media, taking into account the role of Digital Influencers on Instagram. It is to be expected that these individuals, given their social status, make good personal branding.

The methodology approach used was a qualitative one, developed through an interview with 25 questions and counting with 10 responses, half woman, and half male. The interviewees were Portuguese Instagram Influencers.

Some conclusions that were possible to draw were that becoming an Influencer is something well thought, people do intentional personal branding, they often plan their content, consider the impact of their actions on others, the number of followers is important when addresses to job opportunities. In the perspective on how Influencers build that online presence, the main factors mentioned are consistency, authenticity/genuineness, and interaction with the audience.

Keywords: Personal branding; Social media; Instagram influencers.

Novas perspectivas para o empreendedorismo: nuances de um cenário de pandemia**New perspectives for entrepreneurship: nuances of a pandemic scenario**

Greice Eccel Pontelli
Beatriz Leite Gustmann de Castro
Andrieli de Fátima Paz Nunes
Jordana Marques Kneipp
Vania Medianeira
Flores Costa

Resumo

A pandemia da Covid-19 não apenas teve consequências significativas e catastróficas para os negócios e economias a nível global, mas sobretudo propiciou o surgimento de novos empreendimentos. A crise persuadiu a desafios e atitudes imediatas para todos os setores da economia, sendo que a grande maioria dos negócios se adaptou a nova realidade, adotando ferramentas de marketing e vendas por meio da internet. A fim de desvelar esta problemática, esta pesquisa teve como objetivo identificar o comportamento empreendedor acerca da utilização de ferramentas midiáticas no contexto de eventos adversos. A pesquisa classifica-se como descritiva com abordagem qualitativa. Os dados foram obtidos por meio de entrevistas com empreendedores nos estados do Rio Grande do Sul, Santa Catarina e Paraná - Brasil. Foi utilizada a técnica de análise de conteúdo. Os resultados mostram que a suspensão das atividades presenciais, adoção de protocolos de higiene e limpeza, vendas pela internet e *home office* foram algumas das atitudes imediatas. Por outro lado, ferramentas midiáticas como Facebook, WhatsApp e Instagram, compuseram os meios de divulgação aplicados durante a pandemia, mantendo as vendas mesmo com o distanciamento social. Os meios de comunicação digitais foram relevantes para a comercialização de produtos/serviços durante o período da pandemia.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Covid-19; Divulgação; Mídias sociais.

Abstract

The Covid-19 pandemic not only had significant and catastrophic consequences for businesses and economies globally, but above all it propelled the emergence of new ventures. The crisis persuaded immediate challenges and attitudes for all sectors of the economy, with the vast majority of businesses adapting to the new reality, adopting marketing and sales tools through the internet. In order to unveil this problem, this research aimed to identify entrepreneurial behavior regarding the use of media tools in the context of adverse events. The research is classified as descriptive with a qualitative approach. The data were obtained through interviews with entrepreneurs in the states of Rio Grande do Sul, Santa Catarina and Paraná - Brazil. The content analysis technique was used. The results show that the suspension of face-to-face activities, adoption of hygiene and cleaning protocols, internet sales and home office were some of the immediate actions. On the other hand, media tools such as Facebook, WhatsApp and Instagram, made up the means of dissemination applied during the pandemic, maintaining sales even with social distance. Digital media were relevant to the marketing of products / services during the pandemic period.

Keywords: Entrepreneurship; Covid-19; Disclosure; Social media.

O perfil empreendedor do líder é importante? Um estudo para pequenas e médias empresas de base tecnológica

Does the leader's entrepreneurial profile matter? A study for Portuguese technology-based SMEs

Raquel Pereira
Maria Clara Ribeiro
Vânia Rodrigues

Resumo

Decorrente do processo de globalização, assiste-se a uma rápida evolução no contexto dos negócios e estratégias empresariais. Neste âmbito, o empreendedorismo constitui uma das principais fontes de inovação e renovação dos negócios impulsionando o crescimento e desenvolvimento económico. Usando uma amostra de pequenas e médias empresas (PME) portuguesas, de base tecnológica, este estudo procura analisar a influência do perfil empreendedor do líder no processo de internacionalização da empresa. Com base na revisão da literatura, procedemos à construção do inquérito através do qual se procurou identificar as características empreendedoras do líder, estudar os seus modos de entrada e compreender de que forma essas suas características são relevantes para o processo e estratégia de internacionalização. Os resultados indicam que o líder empreendedor de PME portuguesas, de base tecnológica, é maioritariamente do género masculino (95.2%), detém formação académica superior (93.7%) e experiência prévia em empresas internacionalizadas.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empresas de base tecnológica; Internacionalização; Perfil empreendedor.

Abstract

Arising from the globalization process, there is a rapid evolution in the business environment and strategies. Entrepreneurship is one of the main sources of innovation and renewal of business, driving economic growth and development. Using a sample of Portuguese Small and Medium-sized Enterprises (SMEs), this study seeks to analyze the influence of the leader's entrepreneurial profile on the company's internationalization process. Based on the literature review, we carried out a survey through which we seek to identify the entrepreneurial characteristics of the leader, study their entry modes in foreign markets and understand the relevance of entrepreneurial characteristics to the internationalization strategy. The results indicate that the entrepreneurial leader of Technology-based Portuguese SMEs, is mostly male (95.2%), holds higher education (93.7%) and previous experience in internationalized companies.

Keywords: Entrepreneurship, Internationalization, Leader profile, Technology-based companies.

**A mentoria cruzada como instrumento de indução do desenvolvimento de ecossistemas:
estudo comparativo de casos no nordeste do Brasil e no Norte de Portugal**

**Cross-mentoring as an instrument for inducing the development of ecosystems: a
comparative case study in northeast Brazil and northern Portugal**

Laércio Ferreira
Ricardo Mascarenhas

Resumo

Este texto baseia-se numa experiência de mentoria cruzada, em que se procurou identificar as competências necessárias a mentores que actuam em ecossistemas distintos, um no Brasil e outro em Portugal. O processo constou de oito sessões em que um mentor português, membro de uma rede focada no distrito de Aveiro, mentorou um empresário localizado na região Nordeste do Brasil. Simultaneamente um mentor brasileiro actuou junto a um empresário localizado em São João da Madeira, na região Norte de Portugal. Os resultados confirmaram a hipótese que motivou a experiência: de que além das metodologias de mentoria é fundamental, para ambos os mentores, o conhecimento dos Ecossistemas como construções sociais, políticas e culturais, numa perspectiva temporal. Este texto descreve inicialmente os ambientes de negócios nos dois países, sequenciando-se as experiências vivenciadas por mentores e empresários, culminando com uma análise comparativa e conjunta das experiências narradas. A metodologia consiste, portanto, de um estudo comparativo de casos em que os autores atuaram como observadores participantes do processo. Estima-se que os resultados propiciem a construção de um processo de investigação fundamentado na mentoria cruzada em larga escala, em que possam ser atingidos resultados semelhantes aos que são explicitados nos capítulos subsequentes.

Palavras-chave: mentoria cruzada; teoria da complexidade; atratores caóticos.

Abstract

This text is based on a cross-mentoring experience, in which we sought to identify the necessary skills for mentors who operate in different ecosystems, one in Brazil and the other in Portugal. The process consisted of eight sessions in which a Portuguese mentor, a member of a network focused on the Aveiro district, mentored a businessman located in the Northeast region of Brazil. At the same time, a Brazilian mentor worked with the entrepreneur located in São João da Madeira, in the northern region of Portugal. The results confirmed the hypothesis that motivated the experience: that in addition to the mentoring methodologies, knowledge of Ecosystems as social, political and cultural constructions is fundamental for both mentors, in a temporal perspective. This text initially descended on the business environments in both countries, sequencing the experiences lived by mentors and entrepreneurs, culminating in a comparative and joint analysis of the narrated experiences. The methodology therefore consists of a comparative study of cases in which authors acted as observers participating in the process. It is estimated that the results allow the construction of a research process based on large-scale cross-mentoring, in which results similar to those explained in subsequent chapters can be achieved.

Keywords: Cross mentoring; Complexity theory; Chaotic attractors.

Design de hierarquização multicritério para melhorar a seleção de projetos empreendedores

Multicriteria hierarchy design to improve the selection of entrepreneurial projects

Pedro Solana-González
Adolfo Alberto Vanti

Resumo

Este trabalho utiliza um processo rigoroso de decisão multicritério - *Multiple Criteria Decision Making* (MCDM) - envolvendo definição de critérios, subcritérios e alternativas para melhorar a seleção de projetos empreendedores, sendo aplicável a organismos que concedem ajudas e financiamento a este tipo de solicitação. Metodologicamente o enfoque foi de *Design Science Research* (DSR) e se gerou um artefato através do método *Analytic Hierarchy Process* (AHP) considerando as 10 características empreendedoras de David McClelland. A pesquisa foi sistematizada nas seguintes etapas: 1) Definição do objetivo geral que é seleccionar Projeto Empreendedor; 2) Estabelecimento do conjunto de critérios referentes às características empreendedoras; 3) Consideração como alternativas os Projetos Empreendedores; 4) Realização de comparações entre pares de elementos de decisão, formando matrizes baseadas em as importâncias relativas entre os fatores de cada nível hierárquico; 5) Verificação de propriedades de consistência das matrizes; 6) Estimação de pesos dos elementos de decisão para alcançar o objetivo geral; e finalmente 7) Geração de um *ranking* de Projetos Empreendedores aplicados a formandos em contabilidade que criariam seus próprios escritórios contábeis.

Palavras-chave Design; Projeto empreendedor; Decisão Multicritério; AHP.

Abstract

This work uses a rigorous Multiple Criteria Decision Making (MCDM) process involving the definition of criteria, subcriteria and alternatives to improve the selection of entrepreneurial projects, and is applicable to bodies granting aid and funding for this type of application. Methodologically the approach was Design Science Research (DSR) and an artifact was generated through the Analytic Hierarchy Process (AHP) method considering the 10 entrepreneurial characteristics of David McClelland. The research was systematized in the following steps: 1) Definition of the general objective which is to select Entrepreneurial Project; 2) Establishment of the set of criteria regarding the entrepreneurial characteristics; 3) Consideration of Entrepreneurial Projects as alternatives; 4) Carrying out comparisons between pairs of decision elements, forming matrices based on the relative importance between the factors of each hierarchical level; 5) Verification of the consistency properties of the matrices; 6) Estimation of the weights of the decision elements to achieve the general objective; and finally 7) Generation of a ranking of Entrepreneurial Projects applied to trainees in accounting who would create their own accounting offices.

Keywords: Design; Entrepreneurial project; Multicriteria decision; AHP.

Projeto UKIDS – valorizar o desafio *Trash Value* em contexto interdisciplinar

UKIDS Project – valorize the challenge *Trash Value* in interdisciplinar context

Telma André
Dárida Maria Fernandes

Resumo

A Prática de Ensino Supervisionada (PES) deve promover o desenvolvimento de competências associadas ao perfil do professor-investigador: a observação, o registo, a análise, a reflexão e, simultaneamente, proporcionar às crianças experiências ricas e diversificadas que produzam uma educação para(com) cidadania. O projeto de investigação desenvolvido na PES teve os seus fundamentos no projeto Europeu *UKIDS* (Erasmus +) e baseou-se numa aprendizagem por metodologia de projeto, permitindo a interdisciplinaridade de saberes. Os desafios propostos no projeto fazem parte de um programa de aprendizagem holístico. Baseia-se no Modelo Tripartido da Educação para o Empreendedorismo que engloba três áreas. A primeira, “Educação para o Empreendedorismo”, engloba competências nucleares para o pensamento e a ação empreendedores (a capacidade de desenvolver e implementar ideias). A segunda, “Cultura de Empreendedorismo”, promove o desenvolvimento de competências pessoais em contexto social (uma cultura de abertura de espírito, de empatia, de trabalho em equipa, de criatividade, de consciencialização e assunção de riscos). A terceira, “Educação para a Cidadania Empreendedora”, visa o desenvolvimento de competências sociais e a capacitação dos estudantes enquanto cidadãos (serem responsáveis por si mesmos, pelos outros e pelo ambiente). Os desafios oferecem uma variedade de tarefas para trabalharem aspetos como a iniciativa, a motivação e a inovação, bem como a confiança e a participação social responsável. Concretamente, o desafio *Trash Value*, propõe dar uma nova vida ao lixo, respeitando um ambiente sustentável. Tendo por base a implementação deste desafio e usando-se *as caixas de ovos*, investigou-se de que forma este material potenciou o desenvolvimento de competências sociais, do Raciocínio e da Comunicação Matemática de crianças do 4.º ano de escolaridade. A metodologia de investigação teve características de investigação-ação, selecionando-se diversas técnicas e instrumentos de recolha de dados. Para além do pré-teste e pós-teste realizados aos estudantes e à professora titular da turma, foram efetuadas gravações áudio, notas de campo, registos fotográficos e recolhidas produções das crianças, tendo sido organizadas na forma de narração multimodal. Após a realização do estudo foi possível verificar que o desafio *Trash Value* promoveu o desenvolvimento de competências sociais, com mais enfoque na cooperação, no autocontrolo e na responsabilidade. De forma convergente a capacidade de resolução de problemas e de Comunicação Matemática melhorou consideravelmente, num ambiente rico de consciência ambiental das crianças.

Palavras-chave: Investigação-ação; Metodologia de projeto; Competências sociais; Resolução de problemas e Comunicação Matemática; Consciência ambiental.

Abstract

Supervised Teaching Practice should promote the development of competences associated with the teacher-researcher profile: observation, recording, analysis, reflection and at the same time provide children with rich and diverse experiences that produce an education for citizenship. The research project developed had its foundations in the European project *UKIDS* (Erasmus +) and was based on learning by project methodology, allowing the interdisciplinarity of knowledge. The challenges proposed in the project are part of a holistic learning program. It is based on the Tripartite Entrepreneurship Education Model which encompasses three areas. The first, “Entrepreneurship Education”, encompasses core competencies for entrepreneurial thinking and action (the ability to

develop and implement ideas). The second, “Culture of Entrepreneurship”, promotes the development of personal skills in a social context (a culture of open-mindedness, empathy, teamwork, creativity, awareness and risk-taking). The third, “Entrepreneurial Citizenship Education”, aims at developing social skills and empowering students as citizens (being responsible for themselves, others and the environment). Challenges offer a variety of tasks to address aspects such as initiative, motivation and innovation, trust and social responsible participation. Specifically, the *Trash Value* challenge proposes to give a new life to waste, respecting a sustainable environment. Based on the implementation of this challenge and using the egg cartons, we investigated how this material enhanced the development of students' social skills, reasoning and mathematical communication in 4th class. The research methodology had action research characteristics and several data collection techniques and instruments were selected. In addition to the pre-test and post-test performed for the students and the class teacher, audio recordings, field notes, photographic records and children's productions were collected and organized in the form of multimodal narration. After conducting the study, it was possible to verify that the Trash Value challenge promoted the development of social competences, focusing more on cooperation, self-control and responsibility. In a convergent way problem solving and mathematical communication skills have improved considerably in a rich environment of children's environmental awareness.

Keywords: Action research; Project methodology; Social skills; Problem solving and mathematical communication; Environmental awareness.

PIAUÍ COMO PRODUTO: estratégia empreendedora para promoção do marketing territorial

PIAUÍ AS PRODUCT: entrepreneurial strategy to promote territorial marketing

Helano Diógenes Pinheiro
Emanuel Alcântara da Silva

Resumo

As mídias sociais vêm sendo utilizadas para a divulgação de ações, manifestações culturais e lugares. Neste contexto, este presente trabalho analisa como ocorre o uso da plataforma de mídia social Instagram capaz de oferecer um serviço de Marketing Territorial. Esse ambiente tem levado empresas de turismo a compartilhar campanhas de divulgação desses lugares divulgados e contribui para a exploração econômica em ações empreendedoras que atuam no setor por meio de suas plataformas digitais. O artigo objetiva analisar o uso do perfil do Governo do Estado do Piauí como ferramenta desse tipo de marketing. Utilizou-se a metodologia do estudo de caso, com a pesquisa documental e observacional, para analisar os dados coletados a análise de conteúdo em um corpus de janeiro a dezembro de 2019 para estabelecer as interações dentro da mídia social. Encontra-se na pesquisa elementos que configuram o uso do aplicativo com a finalidade de promoção das atrações naturais e culturais do estado.

Palavras-chave: Marketing Territorial; Mídias Sociais; Turismo.

Abstract

Social media has been used to publicize actions, cultural events and places. In this context, this paper analyzes how the Instagram social media platform is able to offer a Territorial Marketing service. This environment has led tourism companies to share campaigns to publicize these advertised places and contributes to the economic exploitation in entrepreneurial actions that operate in the sector through their digital platforms. The article aims to analyze the use of the profile of the Government of the State of Piauí as a tool for this type of marketing. The case study methodology was used, with documentary and observational research, to analyze the data collected through content analysis in a corpus from January to December 2019 to establish interactions within social media. It is found in the research elements that configure the use of the application with the purpose of promoting the natural and cultural attractions of the state.

Keywords: Territorial Marketing; Social Media; Tourism.

Inovação em cooperativa de saúde

Michele da Rosa Paz
Deivid Ilecki Forgiarini
André Átila Bonilauri Mendes
Cinara Neumann Alves

Resumo

O cooperativismo se consolida a partir da segunda metade do século XIX e desde sua origem aborda o tema de inovação, seja por meio da doutrina, seja por meio de ações cotidianas. A competição mercadológica impulsiona a necessidade de inovação, porém há poucos estudos sobre gestão de inovação em cooperativas. O presente estudo analisa a gestão de inovação em cooperativas e apresenta um caso de implantação do sistema de inovação, ao compreender melhor as particularidades dessas organizações pretende-se também criar um ambiente propício para a inovação e corroborar com o desenvolvimento competitivo delas. A análise utilizou o "Coop Innovation Framework", aplicação específica para diagnosticar a gestão de inovação em cooperativas que utiliza a metodologia do Design Science, em uma cooperativa do ramo de saúde. Não foi possível concluir todas as etapas da aplicação da pesquisa, pois houve discordância entre o diagnóstico inicial e a opinião do representante máximo da organização. Cabe neste sentido analisar o insucesso dela para propor melhorias no campo de inovação em cooperativas nas quais a filosofia Lean pode auxiliar na conscientização das lideranças em prol de mudanças na cultura organizacional, de comunicação e de maior foco para melhores resultados econômicos através de processos mais eficientes e inovadores.

Palavras-chave: Cooperativismo; Inovação; Saúde.

Abstract

Cooperativism has been consolidated since the second half of the 19th century and since its origin it has addressed the theme of innovation, either through doctrine or through daily actions. Market competition drives the need for innovation, but there are few studies on innovation management in cooperatives. The present study analyzes the innovation management in cooperatives and presents a case of implementation of the innovation system, by better understanding the particularities of these organizations, it is also intended to create an environment conducive to innovation and corroborate their competitive development. The analysis used "the Coop Innovation Framework", a specific application to diagnose innovation management in cooperatives that uses the Design Science methodology, in a cooperative in the health sector. It was not possible to complete all stages of the research application, as there was a disagreement between the initial diagnosis and the opinion of the maximum representative of the organization. In this sense, it is necessary to analyze its failure to propose improvements in the field of innovation in cooperatives in which the Lean philosophy can help raise the awareness of leaders in favor of changes in organizational culture, communication and greater focus for better economic results through more efficient processes and innovative.

Keywords: Cooperativism, Innovation, Health.

Creativity in fundraising on non-Governmental Organisations

Paula Portela
Orlando Lima Rua

Abstract

This research aims to understand the importance of creativity in fundraising applied to a non-governmental organisation (NGO) that works together with the health system (Ronald McDonald Foundation, Portugal).

The research strategy is qualitative through an interview with the Foundation's top managers. Regarding the role and the importance of interviews, noticed that in depth interviews have already proved their worth in research.

The results of this study prove that creativity, individual and organizational was the lever in all the campaigns they have done in the past. However, the times are changing and there's the need to implement new ways to generate new ideas, namely on the digital area, on line commerce and partnerships with companies of e-commerce. Thus, (1) there are some aspects of the individual, known as the P's of creativity that determine our capacity for being creative: the person or personality; the process; the place; the product or service and the capacity of persuasion. Creative people can change the way other people think and they potential the creative process with attitudes and values), (2) foundations and NGO's always played a very important role in the society, not only because they work for a common good but also for decreasing social imbalances in the community by helping the most needed people. These organizations are also facing the challenges of a global virus and being aware of the economic impact in the people lives and (3) fundraising and crowdfunding are the two ways of financing the NGO's in order to allow these organizations to develop their mission. The global financial difficulties present and ahead, impose the need of being creative, because there will be more people needing help and the sponsors and donators won't have the same availability.

Keywords: Creativity; Fundraising, Non-governmental organisations.

A percepção docente sobre a cultura organizacional: um estudo de caso em uma instituição no sul do Brasil

The teacher's perception about organizational culture: a case study in an institution in southern Brazil

Luciana Aparecida Barbieri da Rosa
Fernanda Trindade Silveira
Waleska Yone Yamakawa Zavatti Campos
M. C. Martins Rodrigues
Tais Pentiado Godoy
Celina Franco Hoffmann

Resumo

Este trabalho teve como objetivo analisar a cultura organizacional em uma instituição de ensino básico privada. O estudo foi quantitativo utilizando o questionário baseado em Ferreira *et al.* (2002) e Columbelli (2009). Para chegar ao objetivo do estudo utilizou análises de correlação e regressão os resultados da pesquisa, evidenciam que a promoção do relacionamento interpessoal depende do profissionalismo cooperativo entre os funcionários, o que implica em uma cultura aberta e colaborativa. Em outras palavras, a associação positiva entre relacionamento interpessoal e profissionalismo cooperativo sugere que ações de cooperação podem ser fomentadas pelas organizações para que sejam otimizados relacionamentos dos colaboradores. As limitações auferem a quantidade de docentes que responderam o estudo. Sugere-se abranger outras instituições de ensino ampliando a amostra.

Palavras-chave: Cultura organizacional; Instituição de ensino; Correlação; Regressão.

Abstract

This work aimed to analyze an organizational culture in a private primary education institution. The study was quantitative using the questionnaire based on Ferreira *et al.* (2002) and Columbelli (2009). To reach the objective of the study, it uses correlation and regression analyzes of the research results, showing that the promotion of interpersonal relationships depends on cooperative professionalism among employees, which implies an open and collaborative culture. In other words, the positive association between interpersonal relationships and cooperative professionalism considers that cooperation actions can be fostered by associations so that employees' associates are optimized. The limitations are due to the number of teachers who responded to the study. It is suggested to cover other educational institutions by expanding the sample.

Keywords: Organizational culture; Educational institution; Correlation; Regression.

Sistema produto-serviço e o modelo de negócios: uma revisão sistemática da literatura**Product-service system and the business model: a systematic literature review**

Rodrigo Favarin
Camila Sanfelice
Jordana Kneipp

Resumo

Na busca pela redução dos níveis de consumo e produção, as organizações tem inserido cada vez mais aspectos de sustentabilidade em seus produtos e processos. Uma das alternativas é a adoção do sistema produto-serviço, que incentiva a oferta integrada de produtos e serviços. Existem diversos estudos acerca da temática e lacunas para pesquisas futuras. Com isto, o presente estudo buscou analisar o estado do conhecimento sobre o sistema produto-serviço no contexto da inovação do modelo de negócios. A pesquisa caracteriza-se como uma revisão sistemática da literatura. Para a seleção dos artigos buscou-se pelos termos *product-service system* (sistema produto-serviço) e *business model* (modelo de negócios) nas plataformas Proquest, Science Direct, Scopus e Web of Science. Do total de 325 artigos encontrados, por meio da leitura dos resumos, foram selecionados 139 estudos para a leitura total dos documentos. Como principais resultados destaca-se a identificação das abordagens e métodos de pesquisa utilizados, os periódicos escolhidos para publicação, os temas estudados. Observou-se oportunidades de estudos acerca dos tópicos: setores específicos; economia circular; PSS e o modelo de negócios; implementação do PSS; consumidores.

Palavras-chave: Sistema produto-serviço; Modelo de negócio; Revisão de literatura sistemática.

Abstract

In the quest to reduce consumption and production levels, organizations have sought to increasingly include aspects of sustainability in their processes. One of the alternatives is the adoption of the product-service system, which encourages the integrated offer of products and services. There are several studies on the subject and gaps for future research. With this, the present study sought to analyze the state of knowledge about the product-service system in the context of business model innovation. The research is characterized as a systematic review of the literature. For the selection of articles, it was searched for the terms *product-service system* and *business model* on the Proquest, Science Direct, Scopus, and Web of Science platforms. The search encountered 325 articles, and through reading the abstracts, 139 studies were selected for the total reading of the documents. The main results are the identification of the research approaches and methods used, the journals chosen for publication, the topics studied. There were study opportunities on the topics: specific sectors; circular economy; PSS and the business model; implementation of the PSS; consumers; and other topics and PSS.

Keywords: Product-service system; Business model; Systematic literature review.

Satisfação de clientes em uma empresa prestadora de serviço: modelo SERVQUAL

Customer satisfaction in a quality providing company: SERVQUAL model

Luciana Aparecida Barbieri da Rosa

Pablo Umpierri

Taís Pentiado Godoy

Leoni Pentiado Godoy

Caroline Rossetto Camargo

M. C. Martins Rodrigues

Resumo

As distintas mudanças sociais, culturais e políticas que acontecem no ambiente empresarial, impactam significativamente nas organizações. Para isso é preciso mensurar a satisfação do cliente, ou seja, analisar a expectativa e o desempenho. Utilizando como base o modelo SERVQUAL, um modelo baseado nas dimensões da qualidade, assim medindo o serviço. O objetivo do estudo é avaliar a qualidade da prestação do serviço, tendo em vista mapear as expectativas e potencializar a percepção do serviço. aplicou-se um questionário desenvolvido e adaptado do estudo de Bastos, Inacio e Bergiante (2015). Os sujeitos desse estudo foram os clientes da empresa *Beta*, resultando uma população total de cinquenta e um clientes. Por meio dessa investigação possibilitou-se identificar a existência de fatores que podem ser melhorados, com relação aos serviços prestados pela empresa, no sentido de oferecer serviços de maior qualidade. Os resultados deixam claro que, em algumas questões, a importância é excedida, existindo necessidades de mudanças, principalmente, no que tange à dimensão tangível, e prontez, cada dimensão com duas questões com Gaps negativos e a dimensão empatia com uma questão de Gap negativo.

Palavras-chave: SERVQUAL; Serviços; Satisfação; Percepção.

Abstract

The different social, cultural and political changes that take place in the business environment, have a significant impact on organizations. This requires measuring customer satisfaction, that is, analyzing expectations and performance. Using the SERVQUAL model, a model based on the dimensions of quality, thus measuring the service. The aim of the study is to assess the quality of service provision, with a view to mapping expectations and enhancing service perception. a questionnaire developed and adapted from the study by Bastos, Inacio and Bergiante (2015) was applied. The subjects of this study were customers of the company *Beta*, resulting in a total population of fifty-one customers. Through this investigation it was possible to identify the existence of factors that can be improved, in relation to the services provided by the company, in order to offer higher quality services. The results make it clear that, in some issues, the importance is exceeded, existing needs for changes, especially with regard to the tangible dimension, and promptness, each dimension with two questions with negative Gaps and the empathy dimension with a question of negative Gap.

Keywords: SERVQUAL; Services; Satisfaction; Perception.

O papel da capacidade inovativa organizacional no fomento do poder de inovação sustentável em empresas brasileiras

Luciana Aparecida Barbieri da Rosa
Clandia Maffini Gomes
Waleska Yone Yamakawa Zavatti Campos
Taís Pentiado Godoy
M. C. Martins Rodrigues
Jordana Marques Kneipp

Resumo

Vários estudos têm discutido acerca da capacidade de inovação empresarial em diferentes perspectivas, um fator primordial para o sucesso e continuidade das organizações garantindo posições competitivas frente à concorrência como resultado de investimentos em inovação. Diante disso, o objetivo é verificar se existe associação entre capacidade inovativa organizacional e poder de inovação sustentável em empresas do setor industrial brasileiro. O estudo caracterizou-se como quantitativa e foi operacionalizada por meio de uma pesquisa *survey* e os dados foram analisados por meio da regressão. Os resultados evidenciaram que a inovação sustentável está positivamente associada à política organizacional e à liderança. Isso traz implicações importantes para as práticas de gestão em níveis macro e micro, haja vista que a política organizacional, muitas vezes definida de maneira *top down*, pode determinar os níveis de inovação sustentável da organização.

Palavras-chave: Capacidade inovativa; Poder de inovação sustentável; Setor industrial brasileiro.

Clima organizacional e qualidade de vida no trabalho: estudo de caso em Instituto Federal de Ensino na Amazônia

Vanessa Piffer
Flávio de São Pedro Filho
Luciana Aparecida Barbieri da Rosa
M. C. Martins Rodrigues
Waleska Yone Yamakawa Zavatti Campos
Samia Laise Manthey Benevides

Resumo

Para que uma organização possa oferecer um bom nível de qualidade em seus processos, produtos ou serviços, com consequente reconhecimento pela sociedade, é fundamental o investimento em recursos humanos, principalmente nos meios estruturantes que venham a favorecer a qualidade de vida no trabalho. Nesse sentido, o objetivo geral deste estudo foi estudar o clima organizacional de um instituto federal de educação com vistas ao fomento da qualidade de vida no trabalho. A metodologia empregada envolve o método misto monofásico, caracterizado pela conjugação dos métodos quantitativos e qualitativos em uma única fase na recolha dos dados. O instrumento de levantamento foi construído por meio de pesquisas de clima organizacional, com adaptação de Mendes (2013), Ferreira (2012), Mejías et al. (2006), Bispo (2006), Rizzatti (2002) e Sbragia (1983). Como resultado, efetuou-se a avaliação considerando a definição das dimensões específicas relacionadas ao clima organizacional da instituição em estudo; em seguida produziu-se o diagnóstico do clima organizacional. Além disso, realizou-se uma proposta de intervenção, pautada em oportunidades atitudinais positivas, reunindo o conjunto de fatores que fomentam a qualidade de vida no trabalho. As limitações do estudo envolvem a aplicação do instrumento somente em um instituto federal de ensino, e para estudos futuros sugere-se a aplicação da pesquisa nos institutos federais presentes em todas as regiões do país.

Palavras-chave: Clima organizacional; Comportamento organizacional; Gestão de pessoas; Instituição Federal de Ensino.

Iniciativas de empreendedorismo social. O caso da PT SIKE Unit.

Entrepreneurship initiatives. The PT SIKE Unit case.

Gonçalo Gomes
Marta Ferreira Dias
Marlene Amorim
José Carlos Mota

Resumo

O presente artigo descreve o processo de ideação, desenvolvimento e implementação de uma unidade de transferência de conhecimento, no domínio da inovação social, a SIKE Unit, entre a Universidade de Aveiro e o ecossistema nacional. Inserida no âmbito do projeto de investigação internacional Erasmus+ SIKE - Social Innovation For Knowledge Exchange, esta ação surge como uma resposta ao desafio de aproximar a realidade universitária às inúmeras iniciativas que atualmente procuram gerar respostas inovadoras para novos, ou já conhecidos, problemas societais. Frequentemente impulsionadas por empreendedores sociais, algumas destas ações são, por vezes, desadequadas ou erradamente aplicadas, o que determina, em grande parte, o seu insucesso precoce.

No quadro de uma instituição do Sistema Científico e Tecnológico, o papel de uma SIKE Unit surge, assim, como o de uma unidade de suporte às comunidades, através da disponibilização de recursos humanos, logísticos e científicos, que permitam benefícios para ambas as partes através do estabelecimento de relações mais próximas, intensas e bidirecionais.

Tratando-se de uma área explicitamente multidisciplinar, a criação desta unidade na Universidade de Aveiro passou por um processo de levantamento e identificação dos principais ativos internos no âmbito lato da Inovação Social, da criação de estratégias e canais de comunicação entre atores locais, regionais e nacionais e pela definição de uma resposta institucional única, visível e acessível aos públicos externos.

Embora a sua atividade se encontre ainda numa fase embrionária, a solução encontrada e que agora se apresenta nesta investigação é o resultado deste processo e parece ser uma mais valia clara para o cumprimento dos objetivos a que se propôs, nomeadamente a criação de uma relação de cooperação com o ecossistema regional e nacional de inovação social.

Palavras-chave: Empreendedorismo social; Inovação social; Transferência de conhecimento; Ecossistema de inovação social.

Abstract

This article describes the process of ideation, development and implementation of a knowledge transfer unit, in the field of social innovation, the SIKE Unit, between the University of Aveiro and the national ecosystem. As part of the international research project Erasmus+ SIKE - Social Innovation For Knowledge Exchange, this action arises as a response to the challenge of bringing the university reality closer to the numerous initiatives that currently seek to generate innovative responses to new, or already known, societal problems. Often driven by social entrepreneurs, some of these actions are sometimes inappropriate or misapplied, which largely determines their early failure.

In the framework of a Scientific and Technological System institution, the role of a SIKE Unit arises, as well as that of a community support unit, through the provision of human, logistical and scientific resources, which allow benefits for both parties through the establishment of closer, intense and bidirectional relationships.

As this is an explicitly multidisciplinary area, the creation of this unit at the University of Aveiro has gone through a process of surveying and identifying the main internal assets within the broad scope of Social Innovation, creating strategies and channels of communication between local, regional and national actors and defining a unique institutional response, visible and accessible to external audiences.

Although its activity is still in an embryonic phase, the solution found and now presented in this research is the result of this process and seems to be a clear added value for the fulfillment of its objectives, namely the creation of a cooperative relationship with the regional and national ecosystem of social innovation.

Keywords: Social entrepreneurship; Social innovation; Knowledge transfer; Ecosystem of social innovation.

Learning creativity and student's performance: an empirical study from Portugal

Cátia Gonçalves
Orlando Lima Rua

Abstract

This research aims to recognize the influence that creativity units/modules/seminars has on academic performance of students who attend. Consequently, the purpose of this study is to understand the impact that learning creativity has on Porto Accounting and Business School (ISCAP) students'.

Therefore, a quantitative methodology was developed through a questionnaire with 240 answers from ISCAP's students. The data was studied through reliability and explanatory factorial analysis in order to find the relation between the physical environment, learning climate and learner engagement on the performance of students.

The results show that the physical environment and learning climate have a positive influence on students' performance but the same does not happen with the motivation of students. These findings focus on the necessity to improve the students engagement.

It is recommended that ISCAP will take into account the factors that lead to the referred results so as to reform and develop new ways in which to improve students' performance through students motivation.

Keywords: Creativity; Learning, Education, Performance; HEI.

O ensino do desenho técnico nos cursos técnicos em computação gráfica de Institutos Federais de Educação, Ciência e Tecnologia

The teaching of technical design in technical courses in computer graphics at Federal Institutes of Education, Science and Technology

Eliana Paula Calegari
Luciana Aparecida Barbieri da Rosa

Resumo

A computação gráfica é uma ferramenta para o desenvolvimento de projetos das áreas tecnológicas, pois permite a representação e a visualização virtual de espaços, sistemas construtivos, produtos, objetos e ambientes. Para a representação gráfica por meio da computação gráfica são necessários conhecimentos de desenho técnico. Neste sentido, o objetivo deste trabalho foi analisar como os conteúdos de desenho técnico são abordados nos currículos dos Cursos Técnicos em Computação Gráfica ofertados pelos Institutos Federais. Para isso, foi realizado o levantamento dos campi que possuem Cursos Técnicos em Computação Gráfica, e verificada a existência de disciplinas que abordam conteúdos de desenho técnico nos currículos dos cursos, a partir disso, foi realizada análise de conteúdo sobre nas ementas sobre a abordagem do desenho técnico. Nos resultados, verificou-se que há quatro ofertas do Curso Técnico em Computação Gráfica nos Institutos Federais. Contatou-se que a abordagem da área de desenho técnico nas disciplinas está voltada para projetos e tecnologias digitais, como os programas de desenho auxiliado por computador (CAD). Considera-se que esta abordagem é imprescindível para o Curso Técnico em Computação Gráfica e está de acordo com a proposta do curso instituída no Catálogo Nacional de Cursos Técnicos, elaborado pelo Ministério da Educação.

Palavras-chave: Instituto Federal; Educação profissional e tecnológica; Curso técnico em computação gráfica; Projeto pedagógico de curso; Desenho técnico.

Abstract

Computer graphics are a tool for the development of projects in technological areas, as they allow the representation and virtual visualization of spaces, construction systems, products, objects and environments. For graphic representation through computer graphics, technical drawing knowledge is required. Thus, the objective of this work was to analyze how the contents of technical design are addressed in the curricula of Technical Courses in Computer Graphics offered by Federal Institutes. For this, a survey was carried out of the Campuses that have Technical Courses in Computer Graphics, and verified the existence of disciplines that address contents of the technical design area in the curricula of the courses, from that, a content analysis was made on the menus on the approach to technical design in these disciplines. As a result, it was found that there are four offers of the Technical Course in Computer Graphics at Federal Institutes. It was found that the approach of the technical design area in the disciplines is focused on digital projects and technologies, such as Computer-aided Design (CAD) programs. This approach is considered essential for the Technical Course in Computer Graphics and is in line with the course proposal established in the National Catalog of Technical Courses, prepared by the Ministry of Education.

Keywords: Federal Institute; Professional and technological education; Technical course in computer graphics; Pedagogical course project; Technical drawing.

Educação de jovens e adultos e educação a distância: um estudo bibliométrico no período de 2000 a 2020

Youth and adult education and distance education: a bibliometric study from 2000 to 2020

Alcione Félix do Nascimento
Luciana Aparecida Barbieri da Rosa

Resumo

Este estudo busca analisar as características das publicações relacionadas com educação de Jovens e Adultos (EJA) e Educação a Distância (EaD) na base de dados Web Of Science (WOS) no período de 2000 a 2020. Serão evidenciadas as principais áreas temáticas, ano das publicações, campo de pesquisas, instituições, autores, título das fontes, países, idiomas; áreas de pesquisa e por fim, relação entre autores com mais publicações e citações. Para isso, adotou-se a metodologia do estudo bibliométrico de natureza quantitativa. Os resultados da pesquisa apresentam-se, destacando as principais características da produção científica na base de dados WOS relacionados com os termos *educação de jovens e adultos* e *educação a distância* no período de estudado, resultando em 42 artigos, verificou-se ainda um crescimento a partir de 2015, evidenciando a importância das temáticas para o ensino aprendizagem dos discentes. Identificaram-se 316 citações, dos 10 (dez) artigos mais citados sobre educação de jovens e adultos e educação a distância, nos últimos vinte anos, na pesquisa realizada na Web of Science. As conclusões mostram trajetórias produtivas para o desenvolvimento para a pesquisa na área.

Palavras-chave: Bibliometria; Ead; Eja.

Abstract

This study seeks to analyze the characteristics of publications related to Youth and Adult education (YEA) and Distance Education in the Web Of Science (WOS) database from 2000 to 2020. The main thematic areas, year publications, research field, institutions, authors, title of sources, countries, languages; research areas and finally, a relationship between authors with more publications and citations. For this, the methodology of quantitative bibliometric study was adopted. The results of the research are presented, highlighting the main characteristics of scientific production in the WOS database related to the terms education of young people and adults and distance education in the period of study, resulting in 42 articles, there was also a growth at from 2015, highlighting the importance of the themes for teaching students' learning. 316 citations were identified, of the 10 (ten) most cited articles on youth and adult education and distance education, in the last twenty years, in the research carried out on the Web of Science. The conclusions show productive trajectories for development for research in the area.

Keywords: Bibliometry; Ead; Eja.

Empreendedorismo social em países da América do Sul: uma meta-síntese

Indira Gandhi Bezerra Sousa
Helano Diógenes Pinheiro

Resumo

Embora o empreendedorismo social seja um fenômeno com significativo crescimento na última década, ainda existem assuntos inexplorados. Um deles diz respeito à configuração do empreendedorismo social em diferentes contextos. Fundamentado nessa lacuna e entendendo a relevância da temática, buscou-se analisar a configuração do empreendedorismo social nos países da América do Sul. Como estratégia de pesquisa realizou-se uma meta-síntese, na qual seguiu-se os pressupostos de Hoon (2013), objetivando extrair informações de estudos de casos qualitativos a fim de construir conhecimento e contribuir para teoria existente. Com isso, utilizou-se as bases de dados da Scopus, resultando em 240 estudos, sendo que após aplicação de filtros e critérios estabelecidos, 11 deles foram selecionados para comporem a análise do estudo. Os resultados da pesquisa podem ser sintetizados nos poucos países que disseminam cientificamente o empreendedorismo social na América do Sul, como Brasil, Peru e Colômbia; na importância das relações intersectoriais para essa atividade; e na dificuldade de escalabilidade desse empreendedorismo no contexto ora estudado devido à ausência de políticas públicas. Assim, o presente estudo contribui de pelo menos duas formas: i) disseminação do tema no contexto pesquisado; ii) e compreensão mais clara da configuração do empreendedorismo social na América do Sul.

Palavras-chave: Empreendedorismo social; América do Sul; meta-síntese.

Abstract

Although social entrepreneurship is a phenomenon that has grown significantly in the past decade, there are still unexplored issues. One concerns the configuration of social entrepreneurship in different contexts. Based on this gap and understanding the relevance of the theme, we sought to analyze the configuration of social entrepreneurship in the countries of South America. As research strategy, a meta-synthesis was carried out, in which the assumptions of Hoon (2013), aiming to extract information from qualitative case studies in order to build knowledge and contribute to existing theory. With that, Scopus databases were used, resulting in 237 studies, and after applying filters and established criteria, 11 of them were selected to compose the analysis of the study. The results of the research can be summarized in the few countries that scientifically disseminate social entrepreneurship in South America, such as Brazil, Peru and Colombia; the importance of intersectoral relations for this activity; and the difficulty of scaling this entrepreneurship in the context studied here due to the absence of public policies. Thus, the present study contributes in at least two ways: i) dissemination of the theme in the researched context; ii) and a clearer understanding of the configuration of social entrepreneurship in South America.

Keywords: Social entrepreneurship; South America; Meta-synthesis.

Estratégia e planeamento da sucessão de empresas familiares: estudo de caso múltiplo

Edgar Nave
Helena Alves
João Ferreira
Mário Raposo
Arminda do Paço
Cristina Fernandes

Resumo

As empresas familiares assumem uma percentagem expressiva do PIB e da empregabilidade nas economias desenvolvidas, sendo a sua continuidade e transição para uma nova geração, um desafio crucial. Este estudo procura analisar a natureza dos processos de sucessão de pequenas e médias empresas familiares portuguesas, explorando as suas competências críticas e estratégias para a sucessão. Foi adotada uma metodologia qualitativa, através da dinamização de um *Focus Group* com oito membros séniores e juniores de empresas familiares de diferentes setores de atividade. Os resultados mostram as empresas familiares apresentam características bastante distintas das outras empresas, evidenciando experiências e obstáculos que poderão colocar a sua continuidade em causa, particularmente, a questão da sucessão. Além disso, estes negócios geralmente adotam uma perspetiva de longo prazo, com as tomadas de decisões centradas na família e uma grande estabilidade enquanto o fundador se mantém na liderança. Esta investigação contribui para a extensão do conhecimento sobre empresas familiares, especialmente de problemas derivados e vivenciados nos processos de sucessão da primeira para a segunda geração.

Palavras-chave: Empresas familiares; Sucessão; Eventos críticos; Transição.

A teoria do empreendedorismo social: conflitos de um domínio de investigação em ascensão

Adelinda Ramos

Resumo

O empreendedorismo social tem sido alvo de crescente interesse, uma vez que se assume como fenómeno importantíssimo que permite dar resposta a problemas sociais. No entanto, constructos como a sua natureza ou valor social permanecem pouco claros, o que gera graves lacunas na literatura sobre esta área que se quer como domínio legítimo de investigação. Na tentativa de clarificar o primeiro constructo, realizou-se uma revisão sistemática, a qual incidiu sobre artigos obtidos a partir da ISI Web of Knowledge. Concluiu-se que, dada a complexidade deste fenómeno, os diversos debates definicionais estão longe de ter um fim. Pesquisas futuras devem procurar desenvolver uma nova teoria de empreendedorismo social que permita ir para além do paradigma funcionalista.

Palavras-chave: Empreendedorismo; Empreendedorismo social; Valor económico; Valor social.

Abstract

Social entrepreneurship has been a subject of growing interest, since it is assumed to be a very important phenomenon that grants answers to social problems. However, constructs such as its nature or social value remain unclear, which generates serious gaps in the literature on this subject that is intended to emerge as a legitimate area of investigation. In an attempt to clarify the first construct, a systematic review was performed, based on articles obtained from the ISI Web of Knowledge. It was found that, given the complexity of this phenomenon, the different definitional debates are far from reaching an end. Future research should seek to develop a new theory of social entrepreneurship that goes beyond the functionalist paradigm.

Keywords: Entrepreneurship; Social entrepreneurship Economic value; Social value.

Young adults' attitude towards entrepreneurship

António Monteiro de Oliveira

Francisco Leal

Orlando Lima Rua

Abstract

The aim of this paper aim is to better understand what young adults' attitude towards entrepreneurship is, by understanding how familiar students are with the concept, how important it is to them and its presence in today's educational system.

The approach used was a quantitative methodology. This was developed through a questionnaire from which 327 answers from students across high schools and universities in Porto were obtained. The results obtained show that young adults are familiar with the concept of entrepreneurship, mainly because of its presence in today's educational system. Consequently, students see entrepreneurship as a valuable career option and entrepreneurial skills as necessary for the future. Despite this, the majority of the respondents do not plan to start a business, mainly because they are aware of the constraints that starting a business involves.

Keywords: Entrepreneurship; Young adult; Education.