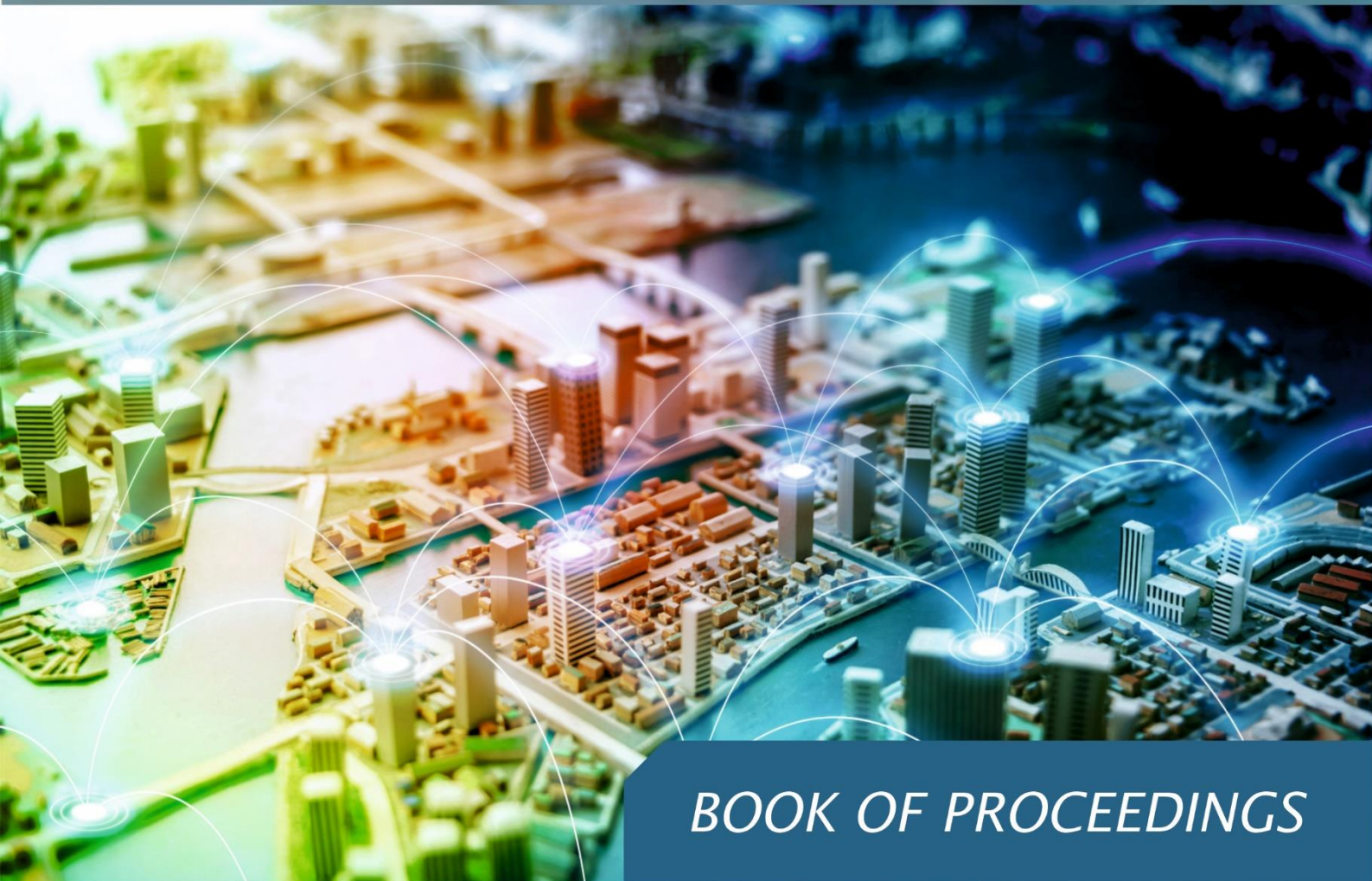


connected in a multipolar world

everything becomes smart and digital

19-20 feb 2021



BOOK OF PROCEEDINGS

ABSTRACTS

organização



IPS ESCE

connected in a multipolar world

everything becomes smart and digital

Ficha técnica

Evento	V International Forum on Management
Título	Proceedings of the V International Forum on Management Connected in a Multipolar World: Everything Becomes Smart and Digital
Local	Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
Data de realização	19 e 20 Fevereiro 2021
Editor	Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
Editado por	Luísa Cagica Carvalho Carlos Mata David Simões Duarte Xara-Brasil Leonilde Reis João Pedro Cordeiro João Nabais Rui Dias Susana Galvão Vitor Barbosa
Autores	Carvalho, L.C <i>et al.</i>
Capa e paginação	Susana Galvão
Mês/Ano	Abril 2021
ISBN	978-989-53045-6-1

Comissão Científica

- Professor Doutor Soumodip Sarkar, Universidade de Évora - Presidente da Comissão Científica
- Adriana Backx, FEA, Universidade de São Paulo, Brasil
- Alexandre Salgado, Universidade de São Paulo, Brasil
- Amilcar Oliveira, Universidade Aberta, Portugal
- Ana Almeida, ISEP, Instituto Politécnico do Porto, Portugal
- Ana Isabel Martins, Universidade do Algarve Portugal
- Ana Lucia Torkominian, Universidade Federal de São Carlos, Brasil
- Ana Fialho, Universidade de Évora, Portugal
- Ana Gonçalves, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal
- António Fernandes, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal
- Beatriz Corchuelo, Universidad de Extremadura, Espanha
- Beatriz Piedade, Instituto Politécnico de Leiria, Portugal
- Boguslaw Sardinha, ESCE, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Cândida Silva, Escola Superior de Hotelaria e Turismo - Instituto Politécnico do Porto
- Célia Ramos, Universidade do Algarve, Portugal
- Celísia Baptista, Universidade do Algarve, Portugal
- Carla Marques, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Portugal
- Carlos Augusto Candêo Fontanini, Pontifícia Universidade Católica do Parana, Brasil.
- Carlos Mata, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Carlos Rosseto, UNIVALI, Brasil
- Catarina Nunes, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal
- Clara Silveira, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal
- Cláudia Henriques, Universidade do Algarve, Portugal
- Crisomar Souza, Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, Brasil
- Cristina Carapeto Pereira, Universidade Aberta, Portugal
- Dara Hernández Roque, Universidad de Cádiz, Espanha
- David Simões, ESCE, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Duarte Xara-Brasil, ESCE, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Dolores Gallardo-Vázquez, Universidad de Extremadura, Espanha
- Elisa Truant, Department of Management, University of Turin, Itália
- Elisabete Félix, Universidade de Évora, Portugal
- Encarnacion Cordon Lagares, Universit Huelva
- Francisca Castilla-Polo, Universidad de Jaén, Espanha
- Francisco Carreira, ESCE- Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

- Fernanda Matias, Universidade do Algarve, Portugal
- Fernanda Roda, Universidade Federal do Vale de São Francisco, Brasil
- Gelso Pedrosi, Universidade Federal de Roraima, Brasil
- Georgette Andráz, Universidade do Algarve, Portugal
- Inna Paiva, ISCTE- Instituto Universitário de Lisboa, Portugal
- Iracema Aragão, Universidade Federal do Sergipe, Brasil
- Irineu Frey, Universidade Federal de Santa Catarina, Brasil
- Ivo Dias de Sousa, Universidade Aberta, Portugal
- Joana Leite, Escola Superior de Gestão, IPCA, Portugal
- João Pedro Cordeiro, ESCE, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- João Nabais, ESCE, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- João Reis, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal
- Joaquim Mourato, Instituto Politécnico de Portalegre, Portugal
- José Álvarez-García, University of Extremadura, Espanha
- José Biléu Ventura, Universidade de Évora, Portugal
- José Rodrigo, Universidade do Algarve, Portugal
- Jordana Kneipp, Universidade Federal de Santa Maria, Brasil
- Jorge Abrantes, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal
- Jorge Rodrigues do Instituto Politécnico de Lisboa
- Juan A. Martínez-Román, Universidade de Sevilha, Espanha
- Juan Antonio Torrecilla-Garcia, Universidad de Málaga, Espanha
- Kavita Miadaira Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo, Brasil
- Leonilde Reis, ESCE, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Luísa Cagica Carvalho, ESCE, Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Manuel Martínez., Universidade de Corunha, Espanha
- Marc Jacquinet, Universidade Aberta, Portugal
- Márcia Duarte, Escola Superior de Gestão, IPCA, Portugal
- Marcos Ferreira Santos ,Universidad de La Sabana, Colombia
- María Concepción López-Fernández, da Universidad de Cantabria, Espanha
- Maria Elena Aramendia-Muneta, Universidade Pública de Navarra, Espanha
- Maria Emília Camargo, Universidade de Caxias do Sul, Brasil
- Maria José Madeira, Universidade da Beira Interior, Portugal
- María Isabel Sánchez-Hernandez, Universidad de Extremadura, Espanha
- Maria de Lurdes Calisto, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal
- Maria Pache-Durán, Universidad de Extremadura, Espanha
- Maria do Rosário Matos Bernardo, Universidade Aberta, Portugal
- Mário Negas, Universidade Aberta, Portugal

- Maria de Lurdes Varela, Universidade do Algarve, Portugal
- Marisol Correia, Universidade do Algarve, Portugal
- Marguit Neuman, Universidade Estadual do Maringá, Brasil
- Miguel Seabra, Instituto Politécnico de Lisboa
- Nildo Cassundê Junior, Universidade Federal do Vale de São Francisco, Brasil
- Nuno Gustavo, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal
- Patrícia Quesado, ESG - IPCA, Portugal
- Paula Francisco, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal
- Paula Odete Fernandes, Instituto Politécnico de Bragança, Portugal
- Paula Peres, Instituto Superior de Administração e Contabilidade, Instituto Politécnico do Porto
- Paulo Baptista, Pontifícia Universidade Católica do Paraná, Brasil
- Perla Rebehy, FEA-RP, Universidade de São Paulo, Brasil
- Pedro Anunciação, ESCE - Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Pedro Nunes, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave & Universidade Aberta, Portugal
- Priscila Rezende Costa, UNINOVE, Brasil
- Remédios Hernández-Linares, Universidad de Extremadura, Espanha
- Rafael Bernardo Carmona Benítez, Universidad Anáhuac, México
- Rita Baleiro, Universidade do Algarve, Portugal
- Rita Peres, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal
- Rosária Pereira, Universidade do Algarve, Portugal
- Rui Dias, ESCE - Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Rui Quaresma, Universidade de Évora, Portugal
- Simone Galina, FEA-RP, Universidade de São Paulo, Brasil
- Simone Raimundi Sanches, Universidade Estadual do Maringá, Brasil
- Sandra Rebelo, Universidade do Algarve, Portugal
- Sara Alexandra da Eira Serra, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, Portugal
- Secundino Lopes, Instituto Politécnico de Portalegre, Portugal
- Susana Catarino Rua, Escola Superior de Gestão - IPCA, Portugal
- Susana Galvão, ESCE - Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Susana Rodrigues, Instituto Politécnico de Leiria, Portugal
- Suzana Russo, Universidade Federal do Sergipe, Brasil
- Susana Silva, Escola Superior de Hotelaria e Turismo, Instituto Politécnico do Porto
- Teresa Eugénio, Instituto Politécnico de Leiria
- Teresa Nevado Gil, Universidad de Extremadura, Espanha
- Teresa Paiva, Instituto Politécnico da Guarda, Portugal

- Vanda Lima, Escola Superior de Tecnologia e Gestão, Instituto Politécnico do Porto
- Victor Afonso, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Portugal
- Vitor Barbosa, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal
- Vitor Santos, NOVA- IMS, Universidade Nova de Lisboa, Portugal

Comissão Organizadora

- Luísa Cagica Carvalho, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal - Presidente da Comissão Organizadora 2021
- Carlos Mata, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal
- David Simões, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal
- Duarte Xara-Brasil, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal
- Leonilde Reis, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal
- João Pedro Cordeiro, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal
- João Nabais, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal
- Rui Dias, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal
- Susana Galvão, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal
- Vitor Barbosa, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal

Comissão Executiva

- Elisabete Félix, Universidade de Évora
- Georgette Andraz, Universidade do Algarve
- José Rodrigo, Universidade do Algarve
- José Ventura, Universidade de Évora
- Luísa Cagica Carvalho, ESCE – Instituto Politécnico de Setúbal
- Maria de Lurdes Calisto, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril
- Maria do Rosário Bernardo, Universidade Aberta
- Mário Negas, Universidade Aberta
- Nuno Gustavo, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril
- Rui Quaresma, Universidade de Évora

Índice

Editorial 11

Simpósio | Os desafios da responsabilidade social na sustentabilidade das Instituições do ensino superior

As perceções sobre desenvolvimento sustentável dos estudantes de ensino superior em Portugal 14

O compromisso com os objetivos de desenvolvimento sustentável no Instituto Politécnico de Setúbal 16

Challenges in achieving environmental sustainability in a university campus: the hei community's perspective 17

Simpósio | Digital transformation and innovation in the post-COVID-19 era: implications and results for SMEs in peripheral regions

Corporate entrepreneurship strategy and international business: an integrative model for times of uncertainty 20

Extremaduran agri-food companies: determining factors of innovative performance 22

Extremaduran innovation, technology and science system. Determining factors of communicative and innovative performance 24

Divulgação de informação sobre responsabilidade social no desporto através das páginas web 25

Formación en idiomas en el sector turístico extremeño desde la perspectiva de género 27

Strategies to assess the level of development of digital transformation 29

Simpósio | Mercados Municipais como dinamizadores da economia local

Contributos para a definição do perfil de competências dos comerciantes dos mercados municipais: a perspetiva dos diferentes stakeholders 32

Mercados municipais na perspetiva do consumidor um estudo exploratório em portugal 34

Os setubalenses e mercado do livramento em setúbal comportamentos de compra sustentáveis 36

Accounting and controlling

O reconhecimento e a mensuração das propriedades de investimento: um enquadramento nos normativos contabilísticos portugueses 39

Índice

A produção científica sobre o target costing: uma análise bibliométrica 41

A mensuração dos ativos não correntes do poc-educação ao snc-ap: um estudo de caso 43

Análise dos resultados do controlo de qualidade da auditoria 45

A influência da responsabilidade social no planeamento fiscal 47

La participación femenina en la toma de decisiones en el fútbol profesional español 49

Compliance do relato integrado: uma análise aos relatórios integrados em Portugal 51

Entrepreneurship and innovation

How circular economy boost the innovation in business models 54

Perceptions about young entrepreneurship in Europe An exploratory study supported in the KABADA project 56

Frameworking Business Model: Success Factors for Startups 58

Abordagem qualitativa na avaliação e seleção estratégica, e validação conceptual, de um festival transformacional no concelho da lourinhã 60

“Out of the box ”: uma visão para além do “espaço” ocupado pelas soluções atuais 62

Applying the lens of bricolage to public policy interventions in entrepreneurial ecosystems 64

Human resources management

Diversidad en el consejo de administración y reputación corporativa. Evidencia en sociedades cotizadas españolas 67

The relationship between organizational climate and turnover intentions: the role of meaning of work 69

A descrição e análise de funções na administração pública 71

Marketing and sustainability

A tecnologia e o marketing de contexto – uma visão geral da aplicação de blockchain 74

Índice

How is portugal promoting the unesco listings? 76

Management

Value mapping as a spill-over tool to enhance value in the context of social economy organizations 78

Governança coporativa e o desempenho das
Empresas portuguesas. O caso das empresas cotadas na euronext lisbon 80

Gestão dos armazéns avançados nos serviços de internamento de um hospital epe 82

The environmental commitment of the automobile industry in the context of the 2030 agenda 83

Teaching methodologies

La gamificación como herramienta de motivación en el aula 86

Dinámicas participativas en el aprendizaje de la sostenibilidad, desarrollando retos de los objetivos
de desarrollo sostenible (ods), con el uso de la herramienta digital miro 88

Estilos de Aprendizagem e Pensamento Criativo em Estudantes de um curso de verão numa
Instituição de Ensino Superior 90

Planning and spatial planning / Strategic management Law

Determinants of satisfaction on dark immersive theatre experiences 93

Tourism

Actuación medioambiental y diversidad de género en el sector turístico: análisis de la posible
relación 96

Intellectual capital in tourism and hospitality sector: an empirical study of portuguese tourism
regions 98

Boas práticas de gestão pública desenvolvidas em uma Smart city brasileira: o caso de curitiba 102

Editorial

O Instituto Politécnico de Setúbal, a Universidade Aberta, a Universidade do Algarve, a Universidade de Évora, a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril realizaram o **V International Forum on Management** “Connected in a Multipolar world - Everything becomes smart and digital” nos dias 19 e 20 de fevereiro de 2021 em formato exclusivamente virtual devido à Pandemia COVID-19.

Em linha com as edições anteriores, o Instituto Politécnico de Setúbal, anfitrião desta edição, reuniu neste evento investigadores e estudantes com trabalhos de investigação relevantes no âmbito do desenvolvimento de investigação teórica e aplicada nas diferentes áreas da Gestão e em áreas afins.

O tema do IFM de 2021 “Connected in a Multipolar world - Everything becomes smart and digital” procurou trazer à discussão o contexto de um mundo digital e conectado, que em paralelo tem de evoluir para soluções mais inovadoras e sustentáveis que garantam um desenvolvimento equilibrado sustentável e verde capaz de criar condições para a retoma no pós-pandemia.

Esta edição contou com mais de 100 participantes de vários países do mundo, 2 keynote speakers internacionais, 3 simpósios temáticos e um workshop sobre oportunidades de publicação associadas ao evento.

As 12 sessões paralelas dividiram-se de acordo com os seguintes temas: 3 sessões de contabilidade e finanças; 2 sessões de empreendedorismo e inovação; 1 sessão de sistemas de informação e tecnologia; 1 sessão de gestão de recursos humanos; 1 sessão de marketing e sustentabilidade, 1 sessão de gestão, 1 sessão de turismo e 1 sessão de metodologias de ensino-aprendizagem.

Os 3 simpósios temáticos, abordaram assuntos específicos e promoveram a discussão de temas por académicos e especialistas.

O 1º simpósio denominado “Os desafios da Responsabilidade Social das Instituições de Ensino Superior” reuniu um conjunto de trabalhos que focaram o papel do Ensino Superior no âmbito da promoção de políticas de responsabilidade social alinhadas com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável para o milénio.

Editorial

O 2º simpósio, sob o tema “Digital Transformation and innovation in the Post-COVID-19 era: Implications and results for SMEs in Peripheral regions” trouxe para debate um conjunto de trabalhos propostos maioritariamente por investigadores internacionais sobre os desafios da transformação e inovação digital em tempos de Pandemia com particular destaque para as implicações para as PME de regiões mais periféricas.

O 3º simpósio, sob o título “Mercados Municipais como Dinamizadores da Economia Local” abordou a relevância destas unidades para o dinamismo das cidades e sustentabilidade em termos de produção e consumo de produtos frescos locais e seu respetivo impacto para o desenvolvimento regional.

Em suma, **o V International Forum on Management**, destacou-se como um evento científico internacional que mais uma vez permitiu a partilha e a discussão de conhecimento relevante no âmbito da Gestão e temas afins. Este livro de atas, reflete o dinamismo e riqueza dessa partilha.

Bem hajam todos os autores e investigadores do **V International Forum on Management!**

SIMPÓSIO

*Os desafios da responsabilidade social
na sustentabilidade das Instituições do
ensino superior*

Chair: Joaquim Mourato



AS PERCEPÇÕES SOBRE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DOS ESTUDANTES DE ENSINO SUPERIOR EM PORTUGAL

Ana Marta Aleixo

marta.aleixo@ua.pt Email, Universidade de Aveiro & Politécnico de Leiria

Susana Leal

Susana.leal@esg.ipsantarem.pt, Instituto Politécnico de Santarém & Centro de Investigação em Qualidade de Vida

Ulisses Azeiteiro

ulisses@ua.pt, Departamento de Biologia & Centre for Environmental and Marine Studies, Universidade de Aveiro

RESUMO ALARGADO

Objetivos – Pretende-se com este estudo compreender as atitudes, comportamentos e experiências dos estudantes de instituições de ensino superior públicas, em Portugal, relacionadas com o desenvolvimento sustentável (DS). Analisa-se, também, o conhecimento deste público sobre os objetivos de desenvolvimento sustentável (ODS) e sua opinião sobre a importância do DS como futuros profissionais.

Referencial Teórico – O referencial teórico está alinhado com a sustentabilidade das instituições de ensino superior e a educação para o DS. Em especial, aborda-se as percepções dos estudantes, as suas experiências de vida e a sua formação.

Metodologia – Os dados foram obtidos através de um questionário online, aplicado a 1257 estudantes de instituições de ensino superior públicas portuguesas. A investigação segue uma abordagem descritiva e exploratória através da análise quantitativa dos resultados. A maioria das questões foi adaptada dos estudos de Nation Union of Students (2018), Chuvieco et al. (2018) e Dagiliūtė et al. (2018).

Conclusões/Resultados – Os resultados sugerem que os estudantes consideram que as instituições podem fazer mais para uma educação para o DS. A maioria dos estudantes já ouviu falar sobre os ODS, no entanto, apenas um reduzido número de estudantes estão ativamente envolvidos em atividades organizadas pelas instituições nessa área. Os estudantes também consideram que o ensino secundário foi a trajetória educacional que mais incentivou a pensar e agir em prol do meio ambiente e das pessoas e, gostariam de trabalhar em empresas comprometidas com o DS.

Implicações da investigação – Os resultados podem ser usados pelas instituições de ensino superior para introduzir os tópicos do DS na educação formal e informal, bem como para melhorar sua integração nas atividades do campus.

Originalidade - Este estudo apresenta uma visão sobre as percepções e o envolvimento dos estudantes de ensino superior sobre o DS.

Palavras-chave - desenvolvimento sustentável; instituições de ensino superior; objetivos de desenvolvimento sustentável; percepções dos estudantes; Portugal

BIBLIOGRAFIA

Aleixo, A. M., Leal, S., & Azeiteiro, U. (2018). Conceptualizations of sustainability in Portuguese higher education: roles, barriers and challenges toward sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 172, 1664-1673. doi:<http://dx.doi.org/10.1016/j.jclepro.2016.11.010>

Chuvienco, E., Burgui, M., Silva, E., Hussein, K., & Alkaabi, K. (2018). Factors Affecting Environmental Sustainability Habits of University Students: Intercomparison Analysis in Three Countries (Spain, Brazil and UAE). *Journal of Cleaner Production*, 198. doi:10.1016/j.jclepro.2018.07.121

Dagiliūtė, R., Liobikienė, G., & Minelgaitė, A. (2018). Sustainability at universities: Students' perceptions from Green and Non-Green universities. *Journal of Cleaner Production*, 181(473–482). doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2018.01.213>

García-González, E., Jiménez-Fontana, R., & Azcárate Goded, P. (2020). Approaches to teaching and learning for sustainability: Characterizing students' perceptions.

Journal of Cleaner Production, 274. doi:<https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122928>.

Nation Union of Students. (2018). *Student perceptions of sustainability in higher education: An international survey* Retrieved from <https://sustainability.nus.org.uk/resources/student-perceptions-of-sustainability-in-higher-education-an-international-survey>.

O COMPROMISSO COM OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL NO INSTITUTO POLITÉCNICO DE SETÚBAL

Carlos Mata

carlos.mata@esce.ips.pt, Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal, Centro de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal

Pedro Dominginhos

pedro.dominginhos@esce.ips.pt, Escola Superior de Ciências Empresariais do Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Objetivos - Pretende-se com este estudo compreender o compromisso do Instituto Politécnico de Setúbal (IPS) com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Referencial Teórico - As práticas de Responsabilidade Social nas Instituições de Ensino Superior visam o envolvimento de forma inclusiva e dinâmica da sua comunidade, enquanto agente e catalisadora de mudança, em ações que melhorem o desempenho social e ambiental, através da educação e sensibilização e como impulsionadores dos ODS (ORSIES, 2018; UN, 2015). Estas iniciativas visam o desenvolvimento de competências e formar cidadãos socialmente responsáveis (Goekler, 2003).

Metodologia - Estudo de caso no IPS numa abordagem qualitativa através de análise das atividades que desenvolveu, quer na dimensão interna quer externa.

Conclusões/Resultados - Esta prática visa uma Educação de Qualidade que permite formar cidadãos socialmente (mais) responsáveis, ao mesmo tempo que apela a competências técnicas e *soft skills*, revelando a transversalidade e permeabilidade das Escolas Superiores no território. Em simultâneo, o desenvolvimento destas iniciativas avança a promoção de uma sociedade mais coesa e inclusiva, contribuindo para a criação de uma instituição superior mais cidadã. O IPS integra na sua estratégia e nas atividades que desenvolve, quer na dimensão interna quer externa, o compromisso com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Implicações da investigação - Os resultados permitem identificar os ODS que a instituição pode potenciar nas suas atividades

Originalidade – Este estudo permite ter uma visão do impacto dos ODS na atividade de uma instituição de ensino superior.

Palavras-chave – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável; Instituto Politécnico de Setúbal; Instituições de Ensino Superior.

Bibliografia

Goekler, J. (2003). Teaching for the future: systems thinking and sustainability. *Green Teacher*, Vol. 70, Spring, pp. 8-14.

ORSIES (2018). Livro Verde sobre Responsabilidade Social e Instituições de Ensino Superior Disponível em: <http://orsies.forum.pt/>

United Nations. (2015). Transforming Our World: The 2030 Agenda for Sustainable Development (Resolution A/RES/70/1 adopted by the General Assembly on 25 September 2015). Disponível em <https://undocs.org/A/RES/70/1>

CHALLENGES IN ACHIEVING ENVIRONMENTAL SUSTAINABILITY IN A UNIVERSITY CAMPUS: THE HEI COMMUNITY'S PERSPECTIVE

Ana Patrícia Duarte

ISCTE - University Institute of Lisbon

Carla Mouro

ISCTE - University Institute of Lisbon

Rita Moura

ISCTE - University Institute of Lisbon

Sílvia Luís

ISCTE - University Institute of Lisbon

STRUCTURED ABSTRACT

Purpose - ISCTE - University Institute of Lisbon has been investing in sustainability policies and was the first Portuguese university to obtain the environmental certification by NP ISO14001:2015, in 2018. This communication presents part of the results of a study on the Iscte's community perceptions regarding environmental sustainability in the university campus.

Theoretical framework - The study is a baseline assessment of a project, funded by Calouste Gulbenkian Foundation, aimed at reducing energy consumption and improving environmental sustainability within campus.

Design/methodology/approach - Six hundred and thirteen members of the Iscte community – students, teachers, researchers and staff - responded to an online survey about environmental responsibility on campus. It was examined whether the existing perceptions in terms of the green organizational climate (i.e. sustainable practices of the university and its members) played a significant role in members' adoption of sustainable behaviors on campus (including energy saving and waste separation).

Findings - The contributions of this study for the definition of forms of intervention with the community on campus will be discussed.

SIMPÓSIO

*Digital transformation and innovation in
the post-COVID-19 era: implications and
results for SMEs in peripheral regions*

*Chair: Juan A. Martinez-Román
& Beatriz Corchuelo Martínez-Azúa*

CORPORATE ENTREPRENEURSHIP STRATEGY AND INTERNATIONAL BUSINESS: AN INTEGRATIVE MODEL FOR TIMES OF UNCERTAINTY

Pedro Baena-Luna

pbaenaluna@us.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Sevilla, Sevilla, España

Juan A. Martínez-Román

jamroman@us.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Sevilla, Sevilla, España.

Francisco Liñán

flinan@us.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Sevilla, España.

EXTENDED ABSTRACT

Objetives – COVID 19 has caused a previously unknown, uncertain business environment for organizations. This has meant that many organizations have started important processes of profound change and evolution. The aim of this paper is to propose an integrative model for the Corporate Entrepreneurship Strategy (CES) in organizations that are considering or are involved in processes of internationalization in an uncertain environment such as the current one.

Theoretical framework – CES is a strategic choice for organizations when environmental triggers show the need for change and strategic adaptation (Kuratko, Ireland, & Hornsby, 2001; Peltola, 2012; Zhang, 2017). This, in some cases, has been achieved with a process of market expansion and internationalization. The proposed models for CES which were found in the literature review (Ireland, Kuratko, & Covin, 2003; Ireland, Covin, & Kuratko, 2009; Kearney & Meynhardt, 2016; Kreiser, Kuratko, Covin, Ireland, & Hornsby, 2019) include the relationships between the external and internal elements of the company and how these influences the performance of international activity.

Methodology – The methodology used in this study, which proposes an integrative (both externally and internally) CES model consists of a systematic review of the literature on previous CES models that have had the greatest impact in the research community.

Conclusion – The results and performance of the implementation of a CES for the international activity of an organization will be influenced by external and internal variables and by the relationships between them.

Research implications – This paper analyzes the most relevant results of the external and internal elements of CES on the performance of organizations involved in internationalization processes. This enables a conceptual framework for CES to be established, which considers the consequences of internationalization for organizations.

Originality – There is currently only a limited amount of scientific literature about strategic entrepreneurship in organizations and proactive internationalization in times of uncertainty and technological change, such as the one we have at the moment.

Keywords – Corporate Entrepreneurship Strategy; COVID-19; Internationalization; Performance

REFERENCES

Ireland, R. D., Covin, J. G., & Kuratko, D. F. (2009). Conceptualizing Corporate Entrepreneurship Strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 19–46. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00279.x>

Ireland, R. D., Kuratko, D. F., & Covin, J. G. (2003). Antecedents, elements and consequences of corporate entrepreneurship strategy. *Academy of Management Proceedings*, (1), L1– L6. Academy of Management. <https://doi.org/10.5465/ambpp.2003.13793054>

Kearney, C., & Meynhardt, T. (2016). Directing Corporate Entrepreneurship Strategy in the Public Sector to Public Value: Antecedents, Components, and Outcomes. *International Public Management Journal*, 19(4), 543–572.

Kreiser, P. M., Kuratko, D. F., Covin, J. G., Ireland, R. D., & Hornsby, J. S. (2019). Corporate entrepreneurship strategy: extending our knowledge boundaries through configuration theory. *Small Business Economics*. <https://doi.org/10.1007/s11187-019-00198x>

Kuratko, D. F., Ireland, R. D., & Hornsby, J. S. (2001). Improving firm performance through entrepreneurial actions: Acordia's corporate entrepreneurship strategy. *Academy of Management Perspectives*, 15(4), 60–71. <https://doi.org/10.5465/ame.2001.5897658>

Peltola, S. (2012). Can an old firm learn new tricks? A corporate entrepreneurship approach to organizational renewal. *Business Horizons*, 55(1), 43–51.

Zhang, H. (2017). Complexity absorption: A processual strategic approach to corporate entrepreneurship strategy. *Frontiers of Business Research in China*, 11(1), 1–20.

EXTREMADURAN AGRI-FOOD COMPANIES: DETERMINING FACTORS OF INNOVATIVE PERFORMANCE

Beatriz Corchuelo Martínez-Azúa

bcorchue@unex.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, Badajoz, España.

Pedro Eugenio López Salazar

pelopez@unex.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, Badajoz, España.

Celia Sama Berrocal

celiasamaberrocal@unex.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, Badajoz, España.

EXTENDED ABSTRACT

Objetives – The main objective of this study is to identify which business factors influence the success of the innovative performance in the agri-food industry of the Extremaduran region (Spain).

Theoretical framework – A theoretical model was proposed to determine innovative performance in this sector. Once reviewed the most important literature we tested if variables: Culture (Dabic et al., 2018), Structure (Miles et al, 1978), Strategy (Wei et al., 2019), Management (Naqshbandi & Jasimuddin. 2018), Market Orientation (Wang, Su, & Guo, 2019), and, Climate (Dabic et al., 2018) had a positive relationship with Innovative performance.

Methodology – To validate the established premises, an exploratory qualitative methodology based on a multiple case study was carried out.

Conclusion – The study validated the proposed model in which Management, Strategy, Structure, Culture, Climate, and Market Orientation are factors that directly determine innovative Performance.

Research implications – 1) The promotion of the capacities and competences of the managers of the agri-food companies for the development of innovative activities. 2) It is useful for Public Administrations when developing policies to promote and encourage innovation in a sector of vital importance in rural and regional development.

Originality - This study aims to contribute to the existing literature by analyzing innovation in the agri-food industry, especially in a regional setting. Its main novelty and interest lie in the methodology used (multiple case study), and the proposed model.

Key words - Agri-food industry; multiple case study; Extremadura; innovation; innovative performance.

Acknowledgment - Junta de Extremadura, European regional development fund (IB18040).

REFERENCES

Dabic M., Laznjak J., Smallbone D., & Svarc J., (2018). Intellectual capital, organisational climate, innovation culture, and SME performance. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(4), 522-544.

Miles R.E., Snow C.C., Meyer A.D., & Coleman H.J. (1978). Organizational Strategy, Structure, and Process. *The Academy of Management Review*, 3(3), 546-562.

Naqshbandi M.M., & Jasimuddin S.M. (2018). Knowledge-oriented leadership and open innovation: Role of knowledge management capability in France-based multinationals. *International Business Review*, 27, 701-713.

Wang D., Su, Z., & Guo H. (2019). Top Management team conflict and exploratory innovation: The mediating impact of market orientation. *Industrial Marketing Management*, 82, 87-95.

Wei S., Zhang Z., Ke G.Y., & Chen X. (2019). The more cooperation, the better? Optimizing enterprise cooperative strategy in collaborative innovation networks. *Physica A*, 534, 1-12.

EXTREMADURAN INNOVATION, TECHNOLOGY AND SCIENCE SYSTEM. DETERMINING FACTORS OF COMMUNICATIVE AND INNOVATIVE PERFORMANCE

Felipe Martin-Vegas

felipemarve@unex.es, Universidad de Extremadura, Badajoz, España.

Beatriz Corchuelo Martínez-Azúa

bcorchue@unex.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, Badajoz, España.

Celia Sama-Berrocal

celiasamaberrocal@unex.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, Badajoz, España.

EXTENDED ABSTRACT

Objectives — The objectives of this study are: 1) To identify actors related to innovation, science and technology (ITS) system of the Extremaduran region (Spain); 2) To highlight IUI as new actors; 3) To link CSR and communication as crucial factor in this field.

Theoretical Framework – A theoretical model was proposed to determine innovative performance in this ITS system and improve its communicative profile.

Methodology – An exploratory qualitative methodology based on semi-structured interviews was carried out to validate the established premises (Ruiz, 2007).

Conclusion – The study reveals the importance of communication to improve Extremaduran ITS system, what is more the lack of professionalization in communication area.

Research Implications – 1) The promotion of the capacities and competences of the different actors in ITS system of Extremaduran region for the development of innovative and communicative activities. 2) It is useful for Public Administrations to promote and encourage communication skills in this sector of vital importance to structure regional development. 3) It is crucial to ignite business tissue around Extremaduran ITS system.

Originality -This study aims to contribute to the existing literature by analyzing innovation in the ITS system, especially in a regional setting. Its main novelty and interest lie in the methodology used (case study), and the proposed links with SCR, innovation and communication.

Key words: ITS system; case study; Extremadura; innovation; communication

Acknowledgment - Junta de Extremadura, European regional development fund (GR18058).

REFERENCES

Ruiz Olabuenaga, J.I. (2007). Metodología de la investigación cualitativa. 4ª edición, Universidad Deusto, Bilbao.

DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL NO DESPORTO ATRAVÉS DAS PÁGINAS WEB

María Teresa Nevado Gil

tnevado@unex.es, Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo, Universidad de Extremadura, Cáceres, Espanha.

Luísa Cagica Carvalho

luisa.cagica.carvalho@gmail.com, Instituto Politécnico de Setúbal (CICE-IPS) & CEFAGE, Universidade de Évora, Portugal.

María Pache Durán

mpache@unex.es, Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo, Universidad de Extremadura, Cáceres, Espanha.

Inna Paiva

Inna.Paiva@iscte-iul.pt, Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Business Research Unit (BRU-IUL), Lisboa, Portugal.

RESUMO ALARGADO

Objetivos – O objetivo deste estudo é analisar a divulgação de informação sobre Responsabilidade Social Corporativa (RSC) através dos websites dos clubes portugueses da Liga NOS na época desportiva de 2017/2018, na qual participavam 18 equipas.

Referencial Teórico – Para proceder à concretização do estudo foi necessário a criação de um modelo que estivesse de acordo com a realidade desportiva, mais concretamente em conformidade com os Clubes da Liga NOS. Desta forma foi necessário adaptar para este fim um modelo já existente para medir o nível de divulgação de informação sobre RSC nos Municípios apresentado por um conjunto de autores que desenvolveram diversos estudos como: Gandía e Archidona (2008), Jorge et al (2011), Navarro et al (2010), Joseph e Taplin (2011), Moneva e Martín (2012) e Nevado et al (2013).

Metodologia – O estudo é de carácter exploratório e baseado numa metodologia do tipo qualitativo, onde a recolha e análise bibliográfica e documental recaem sobre os estudos já existentes sobre a temática da RS associada ao contexto desportivo e na recolha de informação através das páginas web.

Conclusões/Resultados – Os resultados mostram que foi possível verificar que na grande maioria dos clubes são muito escassas as informações divulgadas sobre RSC.

Implicações da investigação – A adaptação a partir de um modelo existente de divulgação de Informação sobre RSC nas páginas web dos Municípios pode ser entendido como uma limitação, uma vez que este pode não incluir em todos os itens que o compõem toda a informação adjacente à RSC dos clubes estudados.

Originalidade - Considerando a importância atual do acesso à informação através de ferramentas digitais este trabalho, aplicado pela primeira vez a organizações desportivas contribui para uma melhor compreensão e diagnóstico sobre a divulgação de informação sobre RSC através das websites.

Palavras-chave - Responsabilidade Social Corporativa; Divulgação de Informação; Futebol, Liga NOS 2017/2018; Páginas Web.

BIBLIOGRAFIA

Garriga, E.; Melé, D. (2004). Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, 53(1), 51-71.

Carvalho, L. C.; Pérez, C. E.; Pache, D. M. (2019). Implicación de los gobiernos locales en la promoción del emprendimiento: evidencia para España. *Revista española de Documentación Científica*, 42(1), 226.

Navarro, G. A.; Tirado, V. P.; Ruiz, M.; Ríos, A. de los (2015). Divulgación de información sobre responsabilidad social de los gobiernos locales europeos: El caso de los países nórdicos. *Gestión y Política Pública*, 24 (1), 229-269.

Nevado, M. T.; Gallardo, D.; Sánchez, M. I. (2013). La administración local y su implicación en la creación de una cultura socialmente responsable. *Prisma Social: Revista de investigación social*, 10, 64-118.

Panton, M. (2012). Football and Corporate Social Responsibility, *Birkbeck Sport Business Centre Research Paper Series*, 5(2).

FORMACIÓN EN IDIOMAS EN EL SECTOR TURÍSTICO EXTREMEÑO DESDE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO

Marcelino Sánchez-Rivero

sanriver@unex.es, Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, 06006 Badajoz, España.

Clara Gallego-Sosa

clarags@unex.es, Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, 06006 Badajoz, España.

Milagros Gutiérrez-Fernández

mgutierrezf@unex.es, Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo, Universidad de Extremadura, 10071 Cáceres, España.

RESUMEN EXTENDIDO

Objetivo – Determinar si el género del directivo implica diferencias en el nivel de conocimiento de idiomas del personal vinculado a las empresas turísticas extremeñas, así como en la importancia que conceden a tales conocimientos y en la formación en idiomas que realizan.

Marco teórico– El estudio se sustenta principalmente en la teoría del capital humano de Schultz (1961) y Becker (1964), que enuncia la importancia del conocimiento y habilidades de los empleados, y en la teoría del rol social de Eagly (1987), que permite identificar diferentes comportamientos entre hombres y mujeres en circunstancias similares.

Metodología – Se recaba una muestra aleatoria de 199 establecimientos de hospedería, llevándose a cabo un análisis mediante estadística descriptiva e inferencial.

Resultados – No existen diferencias significativas entre empresas gestionadas por hombres y por mujeres respecto al nivel de conocimiento de idiomas del personal y a la importancia otorgada a dicha formación.

Implicaciones de la investigación – Valorar el conocimiento en idiomas del sector turístico de Extremadura y la importancia que concede a la formación en este recurso clave para el desarrollo de su actividad, como refleja el Plan Turístico de Extremadura 2017-2020.

Originalidad – La novedad de este trabajo radica en la necesidad de los empleados del sector turístico en poseer conocimientos en idiomas que les permita comunicarse correctamente con sus clientes. Constituyendo así el primer trabajo, hasta nuestro conocimiento, que se centra además de en el conocimiento y la formación en idiomas de los empleados, en el papel distintivo del género en estos aspectos.

Palabras claves - Idiomas, Formación, Género, Turismo, Extremadura.

Agradecimientos - Esta publicación es parte de la investigación realizada dentro del Proyecto titulado "Análisis de factores críticos para el desarrollo turístico de Extremadura (IB18015)". Este Proyecto está financiado por la Consejería de Economía e Infraestructuras de la Junta de Extremadura y por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). A su vez, esta publicación también cuenta con la financiación del Ministerio de Universidades a través del programa de Formación del Profesorado Universitario (FPU2019-02375).

REFERENCES

Becker, G.S. (1964): *Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education*. Nueva York: National Bureau of Economic Research.

Eagly, A.H. (1987). *Sex differences in social behavior: A social-role interpretation*. Hillsdale, NJ: Erlbaum.

Schultz, T. (1961). Investment in human capital. *The American Economic Review*, 51(1), 1-17.

STRATEGIES TO ASSESS THE LEVEL OF DEVELOPMENT OF DIGITAL TRANSFORMATION

Juan A. Tamayo

jtamayo@us.es, Escuela Técnica Superior de Ingeniería Informática, Universidad de Sevilla, Sevilla, España.

Javier Gamero

jgam@us.es, Facultad de Turismo y Finanzas, Universidad de Sevilla, Sevilla, España.

Juan A. Martínez-Román

jamroman@us.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Sevilla, España

M^a de Loreto Delgado-González

ldelgado@us.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Sevilla, Sevilla, España

EXTENDED ABSTRACT

Objectives - Explore various strategies to assess the level of development of digital transformation.

Theoretical framework - Scientific knowledge and technological progress have fostered the development of innovations that accelerate the transfer of ideas and two-way information in society. The socioeconomic fabric can be understood as an immense network made up of numerous heterogeneous elements ranging from individuals, micro-enterprises and SMEs, to huge corporations and public administrations. In this time of transition, apparently accelerated by the Covid-19 pandemic, the complex digital system in evolution is blurring the border between work and home, between public and private, and between many territories. It is also transforming the firm, industrial sectors and society as a whole.

The complex situation that our society is experiencing increases the need for knowledge about the development of digital transformation. This phenomenon is receiving ever greater attention from managers and the research community, despite which a complete portrait of its nature is still lacking (Vial, 2019). Based on different works and the extremely varied approaches that can be adopted to approach the study of innovation and digital transformation (Agarwal, Gao, DesRoches and Jha, 2010; Li, Su, Zhang and Mao, 2018; Martínez-Roman, Gamero, Tamayo and Delgado, 2020; Majchrzak, Markus and Wareham, 2016; OECE, 2019; Westerman and Bonnet, 2015; Zhu, Dong, Xu and Kraemer, 2006), various strategies will be explored to understand the degree of digital transformation.

Methodology - The proposed research requires the use of different methodologies. To understand the digital transformation of certain units of analysis, such as an organization or a specific industrial sector, the case study will be used and analyses will

be fundamentally qualitative. To assess the position and evolution at the aggregate level, empirical exploration, quantitative techniques and network analysis will be used.

Conclusions - There are reasonable ways to assess the level of development and evolution of the digital transformation at different levels of analysis.

Research implications - The results of this type of research can provide information to public and private managers about the pace of digital transformation and the key factors for organizational change or social transformation.

Originality - To date, the assessment or quantification of the level of development of digital transformation is a novel field on which there are not enough studies.

Keywords - Digital transformation, innovation, networks, unit of analysis, measurement and assessment.

REFERENCES

Agarwal, R., Gao, G.D., DesRoches, C. y Jha, A.K. (2010). The Digital Transformation of Healthcare: Current Status and the Road Ahead. *Information Systems Research*, 21 (4), 796-809.

Li, L., Su, F., Zhang, W. y Mao, J.Y. (2018). Digital transformation by SME entrepreneurs: a capability perspective. *Information Systems Journal*, 28 (6 Special issues), 1129-1157.

Martínez-Roman, J.A., Gamero, J., Tamayo, J.A., Delgado, M.L. (2020). Empirical analysis of organizational archetypes based on generation and adoption of knowledge and technologies. *Technovation*, 96-97, 1-17.

Majchrzak, A., Markus, M.L., Wareham, J. (2016). Designing for digital transformation: lessons for information systems research from the study of ICT and societal challenges. *MIS Quarterly*, 40 (2), 267-277.

OECD (2019), *Measuring the Digital Transformation: A Roadmap for the Future*, OECD Publishing, Paris.

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *Journal of Strategic Information Systems*, 28 (2), 118-144.

Westerman, G. y Bonnet, D. (2015). Revamping your business through digital transformation.

MIT Sloan Management Review, 56 (3), 10-13.

Zhu, K., Dong, S.T., Xu, S.X., Kraemer, K.L. (2006). Innovation diffusion in global contexts: determinants of post-adoption digital transformation of European companies. *European Journal of Information Systems*, 15 (6), 601-616.

SIMPÓSIO

*Mercados Municipais como
dinamizadores da economia local*

Chair: Duarte Xara-Brasil

CONTRIBUTOS PARA A DEFINIÇÃO DO PERFIL DE COMPETÊNCIAS DOS COMERCIANTES DOS MERCADOS MUNICIPAIS: A PERSPETIVA DOS DIFERENTES *STAKEHOLDERS*

João Pedro Cordeiro

joao.cordeiro@esce.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal; Cento de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal

Luísa Cagica Carvalho

luisa.c.carvalho@esce.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal; Cento de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal; CEFAGE, Universidade de Évora, Portugal

Pedro Pardal

pedro.pardal@esce.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal; Cento de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal

Duarte Xara Brasil

duarte.brasil@esce.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal; Cento de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal

RESUMO ALARGADO

Objetivos – discute o papel e importância das competências dos comerciantes dos mercados municipais. Pretende-se fazer o diagnóstico de competências requeridas para o exercício da função de comerciante destes mercados tradicionais, de forma a identificar as suas competências-chave na perspetiva dos diferentes *stakeholders*.

Referencial Teórico – os mercados ganham nova centralidade e espaço de referência na estrutura da cidade (Pereira, 2018). Revitalizam os espaços públicos, ao criarem um lugar de diversidade, e contribuem para a inserção de trabalhadores pouco qualificados (Barreta, 2012). O desenvolvimento de competências é, a este nível, fundamental já que contribui para o crescimento e consolidação dos trabalhadores e das organizações (Sarwoko, 2016). A manutenção dos níveis de competitividade, através do equilíbrio entre competências detidas e requeridas pelos comerciantes, constitui um dos principais desafios que se colocam a esta área.

Metodologia – estudo de caso único no Mercado do Livramento – Setúbal, consubstanciado numa abordagem quantitativa através da aplicação de um inquérito aos participantes de quatro *focus group*: especialistas e gestores, comerciantes, consumidores e agentes turísticos.

Conclusões/Resultados – identificação do perfil de competências-chave dos comerciantes destes mercados e avaliação do grau de similaridade das competências consideradas pelos diferentes grupos de intervenientes face ao perfil identificado.

Implicações da investigação – auxilia na conceção de modelos de gestão que alavanquem o resultado dos mercados; contribui para o desenvolvimento de ações de formação conducentes à melhoria das competências detetadas.

Originalidade – análise do papel central do comerciante dos mercados municipais, servindo de estudo âncora para outros estudos sobre as suas competências; natureza aplicada e colaborativa da investigação assente na participação dos diversos *stakeholders* no processo de diagnóstico das competências.

Agradecimento – O estudo foi possível pelo apoio da Câmara Municipal de Setúbal, que criou as condições para a operacionalização deste trabalho de campo de campo.

Palavras-chave – Comerciantes; Perfil de Competências; *Focus Group*; Mercados Municipais.

BIBLIOGRAFIA

Barreta, J. (2012). O comércio de proximidade – fazer acontecer a regeneração urbana. Lisboa: CIP.

Pereira, C. (2018). A nova condição urbana: espaços comerciais e de consumo na reestruturação da cidade Juazeiro do Norte e Ribeirão Preto (Tese de Doutoramento). São Paulo: UNESP.

Sarwoko, E. (2016). Growth strategy as a mediator of the relationship between entrepreneurial competencies and the performance of SMEs. *Journal of Economics, Business & Accountancy*, 19(2), 219-226.

MERCADOS MUNICIPAIS NA PERSPETIVA DO CONSUMIDOR UM ESTUDO EXPLORATÓRIO EM PORTUGAL

Susana Pereira

susana.pereira@estudantes.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal, Portugal

Luísa Cagica Carvalho

luisa.c.carvalho@esce.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal; Centro de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal; CEFAGE, Universidade de Évora, Portugal

Sandra Nunes

Sandra.Nunes@esce.ips.pt; Instituto Politécnico de Setúbal; Centro de Investigação em Ciências Empresariais (CICE/IPS), Portugal; CEFAGE, Universidade de Évora, Portugal

RESUMO ALARGADO

Objetivos – compreender os pontos de compra favoritos dos consumidores para a compra de produtos frescos, com particular atenção para os mercados municipais

Referencial Teórico – as evoluções verificadas com o aparecimento de novos formatos, as mudanças de comportamento e hábitos de compra, aliadas às necessidades e prioridades da sociedade atual, constituem-se como fatores marcantes para os Mercados Municipais (Barreta, 2019). O papel nuclear dos mercados de alimentos assenta num conjunto de fatores: na proximidade como fator económico e sociológico; na revitalização da cidade em termos de negócio; na promoção de um ambiente de inovação e comércio de qualidade (Ripol, 2003).

Metodologia – este estudo é de natureza quantitativa tendo sido aplicado questionários em Portugal. A amostragem por conveniência seguiu o método bola de neve com a recolha de 278 respostas válidas.

Conclusões/Resultados – verifica-se que mais de metade dos inquiridos compram em mercados municipais: peixe/marisco; frutas e legumes; pão e bolos. A satisfação pelo mercado municipal é influenciada por diversos fatores, destacando-se a satisfação com o espaço, a qualidade dos produtos e a relação com o comerciante.

Implicações da investigação – este estudo possibilita um melhor entendimento sobre tendência do consumidor na escolha do local de preferência para a compra de produtos frescos, permitindo identificar pistas para promover o investimento e desenvolvimento dos mercados locais/municipais.

Originalidade – revela as tendências na escolha dos consumidores por mercados municipais e é inovador pois há poucos estudos empíricos desta natureza aplicados e este objeto de estudo.

Agradecimento – O estudo foi possível pelo apoio da Câmara Municipal de Setúbal, que criou as condições para a operacionalização deste trabalho de campo de campo.

Palavras-chave – Comércio, Consumidor, Consumo, Mercados Municipais

BIBLIOGRAFIA

Ripol, J. C. (2003), Los mercados municipales y el futuro de las ciudades. *Distribucion y Consumo*, Mayo-Junio, 34-37.

Barreta, J. (2019) *Os Mercados Municipais Em Portugal – Que Futuro(S)?*. Olhares De Lisboa – disponível em: <https://Olharesdelisboa.Pt/Os-Mercados-Municipais-Em-Portugal-Que-Futuros/> (consultado em 1 de outubro de 2020)

OS SETUBALENSES E MERCADO DO LIVRAMENTO EM SETÚBAL COMPORTAMENTOS DE COMPRA SUSTENTAVEIS

Rui Dias

Rui.dias@esce.ips.pt, Polytechnic Institute of Setubal; CEFAGE, Universidade de Évora; Portugal

Duarte Xara Brasil

duarte.brasil@esce.ips.pt, Polytechnic Institute of Setubal, Research Center in Business Administration (CICE/IPS); , Portugal

Luísa Cagica Carvalho

luisa.c.carvalho@esce.ips.pt; Polytechnic Institute of Setubal; Research Center in Business Administration (CICE/IPS); CEFAGE, Universidade de Évora, Portugal

João Pedro Cordeiro

joao.cordeiro@esce.ips.pt; Polytechnic Institute of Setubal; Research Center in Business Administration (CICE/IPS), Portugal

Pedro Pardal

pedro.pardal@esce.ips.pt, Polytechnic Institute of Setubal, Research Center in Business Administration (CICE/IPS); Portugal

RESUMO ALARGADO

Objetivos – Com este trabalho pretende-se analisar os comportamentos de compra de produtos alimentares e especificamente sobre a relevância do mercado do Livramento nas nos seus hábitos de compra; bem como perceber as suas preocupações relacionadas com a sustentabilidade na escolha dos produtos alimentares que adquirem.

Referencial Teórico – Esta pesquisa procura analisar as preocupações relacionadas com a sustentabilidade na compra de produtos alimentares, num contexto de uma crescente proporção de consumidores que estão dispostos a pagar um preço superior pelos produtos que adquirem para diminuir o seu impacto ambiental (Haller et al., 2020), em diversos países, incluindo em Portugal (The Consumer Intelligence lab, 2019). Essa análise é realizada em paralelo com a aplicação da Green Scale (Haws et al., 2014) que pretende capturar os valores verdes dos clientes da cidade de Setúbal (Portugal), comparando os resultados obtidos junto dos clientes e não clientes do principal mercado alimentar da cidade: o mercado do Livramento.

Metodologia – Foi realizado um trabalho de campo junto de 500 habitantes do concelho de Setúbal em janeiro de 2021, sendo que os dados serão analisados através de testes estatísticos e de análise fatorial confirmatória

Conclusões/Resultados – os dados preliminares obtidos, mostraram que, para os habitantes da cidade de Setúbal, o mercado do Livramento é um local de compras habituais – sobretudo frutas e legumes e peixe, - e que apesar de o ponto de venda onde fazem mais compras, manifestam grande satisfação por aquele espaço. Também manifestam importantes preocupações ambientais, sobretudo com o esgotamento dos recursos do planeta, o ambiente e a intenção de comprar cada vez mais produtos locais.

Implicações da investigação – Os Resultados obtido, permitirão verificar da adequabilidade da escala de (Haws et al., 2014) no contexto Português. Por outro lado, a análise lise aos dados permitira verificar da existência de relações entre os valores verdes o os comportamentos de compra de produtos alimentares, especialmente no contexto de mercados municipais.

Originalidade – Este trabalho trará novos contributos relevantes, relacionados com a aplicação e verificação da escala de Haws (2014) em Portugal, e com pesquisa no âmbito da Sustentabilidade dos comportamentos dos habitantes de uma cidade e dos clientes de um Mercados Municipais. Verifica-se grande escassez de trabalhos publicados nesta área, designadamente com trabalhos aplicados em Portugal, o que será uma mais valia desta investigação.

Agradecimento – O estudo foi possível pelo apoio da Câmara Municipal de Setúbal, que criou as condições para a operacionalização deste trabalho de campo de campo.

Palavras-chave – Marketing, Mercados, Sustentabilidade, Valores Verdes

BIBLIOGRAFIA

Haller, K., Lee, J., & Cheung, J. (2020). Meet the 2020 consumers driving change. In *Ibm*. <https://www.ibm.com/thought-leadership/institute-business-value/report/consumer-2020#>

Haws, K. L., Winterich, K. P., & Naylor, R. W. (2014). Seeing the world through GREEN-tinted glasses: Green consumption values and responses to environmentally friendly products. *Journal of Consumer Psychology*, 24(3), 336– 354. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2013.11.002>

Marôco, J. (2010). *Análise estatística com SPSS*(ReportNumb).

The Consumer Inteligence lab. (2019). *Marcas cidadãs. Barômetro do processo pró-consumo ético*.

Accounting and controlling



O RECONHECIMENTO E A MENSURAÇÃO DAS PROPRIEDADES DE INVESTIMENTO: UM ENQUADRAMENTO NOS NORMATIVOS CONTABILÍSTICOS PORTUGUESES

Susana Catarino Rua

srua@ipca.pt, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave

RESUMO ALARGADO

Objetivos – Este trabalho tem por objetivo proceder a uma análise comparativa do disposto nos normativos contabilísticos portugueses, de âmbito público e privado, no que respeita ao reconhecimento e à mensuração das propriedades de investimento.

Referencial Teórico – Apesar dos planos contabilísticos terem por fim “responder às novas exigências da gestão” (Silva, Rodrigues & Guerreiro, 2016, p. 2), estes não conseguiam acompanhar os normativos internacionais (Jesus & Almeida, 2019, p.1), e responder às necessidades concetuais existentes (Rua & Carvalho, 2006). Com a aprovação de novos sistemas contabilísticos (SNC e SNC-AP), convergentes com as normas internacionais, são abordadas questões relacionadas com o reconhecimento e a mensuração das propriedades de investimento (e restantes ativos), ultrapassando assim as lacunas concetuais anteriormente existentes.

Metodologia – Para o cumprimento dos objetivos propostos, foi seguida uma metodologia qualitativa, com base numa análise de normas e numa revisão de literatura.

Conclusões/Resultados – Quanto ao reconhecimento das propriedades de investimento, concluímos que as atuais normas em vigor em Portugal (SNC e SNC-AP) são um avanço face aos planos contabilísticos anteriormente existentes, apresentando os critérios de reconhecimento das propriedades de investimento. Relativamente à sua mensuração, constatamos que, nas atuais normas contabilísticas, o justo valor passa a estar explicitamente definido como critério de mensuração, evidenciando a importância que este critério detém na mensuração das propriedades de investimento.

Implicações da investigação – O presente estudo permite demonstrar a importância que as reformas da contabilidade, em Portugal, tiveram na aproximação às normas internacionais e consequente introdução de novos critérios de mensuração, resolvendo os problemas concetuais anteriormente existentes.

Originalidade – Podemos considerar que este tema é original e atual, amplamente discutido do ponto de vista científico e baseado em diplomas atuais.

Palavras-chave - mensuração; normativos; propriedades de investimento; reconhecimento.

BIBLIOGRAFIA

Jesus, M. & Almeida, R. (2019). A adoção de uma nova reforma da contabilidade pública em Portugal: Estudo de caso em algumas entidades piloto. In Atas do XVII CICA. Porto: ISCAP.

Rua, S.; Carvalho, J. (2006). Contabilidade pública – Estrutura concetual. Lisboa: Publisher Team.

Silva, S.; Rodrigues, L. & Guerreiro, M. (2016). Evolução da contabilidade pública em Portugal: uma análise institucional. In Atas do XVII Encontro AECA. Bragança: AECA/IPB.

Sistema de Normalização Contabilística, SNC (2015). Decreto-lei nº 98/2015, de 2 de junho.

Sistema de Normalização Contabilística para as Administrações Públicas, SNC-AP (2015). Decreto-lei nº 192/2015, de 11 de setembro.

A PRODUÇÃO CIENTÍFICA SOBRE O *TARGET COSTING*: UMA ANÁLISE BIBLIOMÉTRICA

Patrícia Rodrigues Quesado

pquesado@ipca.pt, Escola Superior de Gestão, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave.

Rui Jorge Rodrigues da Silva

ruisilva@utad.pt, Escola de Ciências Humanas e Sociais, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

RESUMO ALARGADO

Objetivos – Este trabalho tem como objetivo principal analisar a produção científica sobre o *Target Costing*, identificando tendências de evolução e oportunidades de investigação futura.

Referencial Teórico – No contexto atual, caracterizado pela globalização e internacionalização dos mercados e pela forte concorrência empresarial, aspetos como a gestão estratégica dos custos e a satisfação das necessidades dos clientes são fundamentais para a obtenção de vantagens competitivas. A procura constante por novos modelos de gestão de custos, que coloquem a ênfase no cliente, tem sido uma preocupação das organizações. Entre as diferentes ferramentas de gestão de custos existentes destacamos o *Target Costing*, que defende que é o mercado que dita os preços de venda, pelo que se torna imperioso a redução dos custos e a determinação do preço máximo aceitável na ótica do cliente (Narsaiah, 2020; Quesado & Silva, 2020; Al-Qady& El-Helbawy, 2016; Kato, 1993; Moisello, 2012).

Metodologia – Baseando-se em técnicas bibliométricas, o estudo foi realizado através da extração de artigos publicados nas bases de dados *Web of Science* (N=74) e *Scopus* (N=146). A análise foi realizada seguindo uma metodologia quantitativa, através do *R Bibliometrix*, e qualitativa, com utilização do *MAXQDA*.

Conclusões/Resultados – Os resultados demonstraram que as publicações científicas sobre *Target Costing* atingiram o seu ponto máximo no ano de 2008, os trabalhos publicados entre 1992-1994 apresentam um número mais elevado de citações e os países com mais publicações são EUA, Japão e Brasil.

Implicações da investigação – A relevância da pesquisa é traçar um perfil geral sobre a produção científica sobre o *Target Costing*, fornecendo dados para o fortalecimento dos estudos nesta área do conhecimento, sendo útil aos investigadores que pretendam fazer investigação futura na área.

Originalidade - O facto de se tratar de uma temática atual e relevante, associado à carência de estudos bibliométricos específicos sobre *Target Costing*, tornou a problemática apelativa para efeitos de investigação.

Palavras-chave - análise bibliométrica; gestão estratégica de custos; *target costing*.

BIBLIOGRAFIA

Al-Qady, M., & El-Helbawy, S. (2016). Integrating Target Costing and Resource Consumption Accounting. *Journal of Applied Management Accounting Research*, 14(1), 39-54.

Kato, Y. (1993). Target Costing Support Systems: Lessons from Leading Japanese Companies. *Management Accounting Research*, 4, 33-47.

Moisello, M. (2012). Cost Measurement and Cost Management in Target Costing. *Annals of the University of Oradea, Economic Science Series*, 21(1), 533-547.

Narsaiah, N. (2020). Application of Target Costing and Performance Analysis: Evidence from Indian Automobile Industry. *Journal of Accounting, Finance and Auditing Studies*, 6(3), 148-174.

Quesado, P., & Silva, R. (2020). O *Target Costing* como ferramenta de gestão estratégica de custos. *Revista AECA*, 131, 55-57.

A MENSURAÇÃO DOS ATIVOS NÃO CORRENTES DO POC-EDUCAÇÃO AO SNC-AP: UM ESTUDO DE CASO

Susana Catarino Rua

srua@ipca.pt, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave

RESUMO ALARGADO

Objetivos: Este trabalho tem por objetivos, analisar comparativamente a mensuração dos ativos não correntes no âmbito do POC-Educação e do SNC-AP; bem como, efetuar um estudo de caso referente às alterações introduzidas pelo SNC-AP, na mensuração dos ativos não correntes de uma Instituição pública de ensino superior.

Referencial Teórico: Atendendo à fragmentação do sistema de contabilidade pública português, à necessidade de que este se torne mais completo (Jorge et al., 2016), que permita uma maior fiabilidade na prestação de contas e considerando que, com a reforma da contabilidade empresarial, as bases conceituais dos planos setoriais públicos desapareceram (Teixeira, 2016), bem como, em virtude da necessidade de aproximação às normas internacionais de contabilidade pública (Rua, 2018), foi aprovado o SNC-AP, que trouxe várias alterações no que respeita à mensuração dos ativos não correntes públicos, em Portugal.

Metodologia: Na elaboração deste trabalho foi adotada uma metodologia qualitativa, recorrendo-se a uma revisão de literatura e a uma análise documental/conteúdo.

Conclusões/Resultados: O presente estudo permite concluir que, com o SNC-AP, se constata um avanço na mensuração dos ativos não correntes, introduzindo-se claramente o justo valor, seguindo assim os normativos internacionais. Todavia, através do estudo de caso, constatamos que ainda existem dificuldades na mensuração fiável de alguns destes ativos, sendo referido, pela entidade analisada, que ainda existem bens por reconhecer.

Implicações da investigação: Este estudo evidencia as alterações na mensuração dos ativos não correntes, introduzidas com a reforma da contabilidade pública em Portugal e consequentes problemáticas ainda existentes.

Originalidade: A originalidade deste tema resulta da recente implementação do SNC-AP nas instituições públicas de ensino superior.

Palavras-chave: ativos não correntes; mensuração; POC-Educação; SNC-AP.

BIBLIOGRAFIA

Jorge, S.; Brusca, I. & Nogueira, S. (2016). Translating IPSAS into national standards: a comparison between Spain and Portugal. In Atas do XVII Encontro AECA. Bragança: AECA/IPB.

Plano Oficial de Contabilidade para o setor da Educação, POC-Educação (2000). Portaria 794/2000, de 20 de setembro.

Rua, S. C. (2018). Os ativos não correntes das Administrações Públicas: enquadramento normativo da sua mensuração em Portugal e Espanha. *European Journal of Applied Business and Management (EJABM)*, Special Issue, 14-29.

Sistema de Normalização Contabilística para as Administrações Públicas, SNC-AP (2015). Decreto-lei nº 192/2015, de 11 de setembro.

Teixeira, A. B. (2016). A contabilidade de gestão na Administração Pública, uma evolução sustentada. In Atas do XVII Encontro AECA. Bragança: AECA/IPB.

ANÁLISE DOS RESULTADOS DO CONTROLO DE QUALIDADE DA AUDITORIA

Sara Serra

sserra@ipca.pt, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA)

Kátia Lemos

klemos@ipca.pt, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA)

Mariana Lima

marianalima_91@hotmail.com, Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA)

RESUMO ALARGADO

Objetivos – Analisar os resultados do controlo de qualidade da auditoria realizada pela Ordem dos Revisores Oficiais de Contas (OROC) entre 2009 e 2020.

Referencial Teórico – Em Portugal, o controlo de qualidade da auditoria é imposto a todas as firmas de auditoria, desde 2009. Este controlo é feito anualmente, resultando num Relatório Anual do Controlo de Qualidade da Auditoria, que incide sobre o controlo horizontal (avaliação global da atividade da firma de auditoria) e o controlo vertical (avaliação do trabalho de auditoria executado).

Metodologia – Será utilizada a técnica de análise de conteúdo, sendo analisados os doze Relatórios, divulgados no *website* da OROC, entre 2009 e 2020.

Conclusões/Resultados – No controlo horizontal, a maior deficiência refere-se ao sistema de controlo interno de qualidade, tendo-se verificado um aumento significativo em 2020. A segunda deficiência mais apontada refere-se com os recursos humanos utilizados, apesar de se ter verificado uma redução em 2020.

No controlo vertical, as deficiências mais apontadas diz respeito à execução do trabalho de auditoria, seguindo-se as deficiências no relato de auditoria (até 2019, tendo-se verificado uma melhoria em 2020) e no planeamento da auditoria (em 2020).

Implicações da investigação – Este estudo analisa o controlo de qualidade da auditoria em Portugal desde a sua imposição legal, alertando os profissionais de auditoria para a importância da prática da auditoria com qualidade.

Originalidade – Apesar de existir muita literatura sobre este tema, não existem estudos que sintetizem e discutam os resultados do controlo de qualidade da auditoria em Portugal.

Palavras-chave - controlo de qualidade; firmas de auditoria; relatórios de controlo de qualidade da auditoria.

BIBLIOGRAFIA

Aobdia, D. (2020), The economic consequences of audit firms' quality control system deficiencies. *Management Science*, 66(7), 2883-2905.

Rijwani, P. & Rajpurohit, P. (2017), Assessment of Audit Quality: An Investigation into Proxies. *Asian Journal of Management*, 8(2), 262-266.

Saha, S. & Roy, M. (2016), Quality Control Framework for Statutory Audit of Financial Statements: A Comparative Study of USA, UK and India, *Indian Journal of Corporate Governance*, 9(2), 186-211.

Tapang, A., Kankpang, A., Inah, E., Bessong, P. & Uklala, A. (2020), Audit Quality Control and its Influence on Audit Report in Nigeria. *European Journal of Economics, Finance and Administrative Sciences*, 104, 44-59.

Xalmuratovich, B. & Turdimuratovna, U. (2020), Audit quality control: methods of external quality control of audit work. *International Engineering Journal For Research & Development*, 5(2), 5-5.

A INFLUÊNCIA DA RESPONSABILIDADE SOCIAL NO PLANEAMENTO FISCAL

Pedro Silva

2180121@my.ipleiria.pt, Escola Superior de Tecnologia e Gestão de Leiria (ESTG), Politécnico de Leiria, Portugal

Cristina Sá

Cristina.sa@ipleiria.pt, CARME, ESTG, Politécnico de Leiria, Portugal

Teresa Eugénio

Teresa.eugenio@ipleiria.pt, CARME, ESTG, Politécnico de Leiria, Portugal

RESUMO ALARGADO

Objetivos – Este é um estudo teórico que apresenta uma reflexão sobre o estado da arte relativamente a uma temática ainda pouco explorada na literatura. O objetivo geral é apresentar as principais conclusões sobre a influência da responsabilidade social (RS) no planeamento fiscal. Importa indagar se, as sociedades comerciais no âmbito das suas práticas de responsabilidade social apresentam um nível mais ou menos intenso de estratégias de planeamento fiscal.

Referencial Teórico – Existem muitos estudos que abordam as práticas de RS, recorrendo regularmente à pirâmide de Carroll (1979) e ao Livro Verde da União Europeia para definir indicadores de medida da Responsabilidade Social. A investigação científica sobre o desenvolvimento de estratégias de planeamento fiscal também é frequente. As medidas de planeamento fiscal mais utilizadas são as *Book-Tax Differences* (diferença entre o lucro contabilístico e o lucro tributável) e as medidas relacionadas com as *Effective Tax Rate* (taxas efetivas de imposto). Porém, existem poucas evidências sobre a influência das práticas associadas à RS e a intensidade do planeamento fiscal nas sociedades comerciais.

Metodologia – Foi utilizada uma metodologia qualitativa que recorreu à análise dos principais *journals* na área científica da Contabilidade e Fiscalidade para concluir sobre os principais estudos relativos a esta temática, identificando os seus objetivos, o enquadramento teórico, as metodologias seguidas, a fonte de dados e as medidas utilizadas para medir a RS e o planeamento fiscal.

Conclusões/Resultados – Através da análise dos conceitos de RS e de planeamento fiscal espera-se concluir sobre a existência de uma influência entre as duas áreas de conhecimento e da importância de aprofundar a temática.

Implicações da investigação – Este estudo permitirá abrir caminho a novos estudos que versem sobre a relação e influência entre o comportamento de empresas socialmente responsáveis e a intensidade das suas práticas de planeamento fiscal, em particular para Portugal.

Originalidade – Em Portugal, este estudo representa um contributo para uma área de conhecimento que apresenta um reduzido número de evidência científica, contribuindo para o colmatar desta lacuna.

Palavras-chave - Planeamento fiscal; Responsabilidade social.

BIBLIOGRAFIA

Branco, M. and Rodrigues, L. (2006), Communication of corporate social responsibility by portuguese banks – A legitimacy theory perspective, *Corporate Communications: An International Journal*, 11 (3), 232-248.

Dyer, W. and Whetten, D. (2006). Family firms and social responsibility: Preliminary evidence from the S&P 500. *Entrepreneurship Theory and Practice* 30 (6), 785-802.

Hoi, C.; Wu, O. and Zhang, H. (2013). Is Corporate Social Responsibility (CSR) Associated with Tax Avoidance? Evidence from Irresponsible CSR Activities, *The Accounting Review* (2013) 88 (6): 2025–2059.

Laguir, I.; Staglianò, r. and Elbaz, J. (2015). Does corporate social responsibility affect corporate tax aggressiveness? *Journal of cleaner production*, 107, p.662-675.

Martins, A., Dinis, A. and Lopes, C. (2018). Interpretative complexity and tax law changes: the taxation of corporate expenses in Portugal, *Journal of Applied Accounting Research*, 19 (4), 537-551.

LA PARTICIPACIÓN FEMENINA EN LA TOMA DE DECISIONES EN EL FÚTBOL PROFESIONAL ESPAÑOL

María Pilar Martín-Zamora

zamora@decd.uhu.es, University of Huelva, Spain

Remedios Hernández-Linares

remedioshl@unex.es, University of Extremadura, Spain

RESUMEN EXTENDIDO

Objetivos – En el presente trabajo se analiza cómo influye la presencia de mujeres en los consejos de administración del fútbol profesional español. Concretamente, se estudia si la participación femenina en la toma de decisiones contribuye a un mejor desempeño de la entidad. Asimismo, se investiga si la participación de la mujer mejora la transparencia informativa de la compañía

Marco Teórico – El estudio se aborda desde la teoría del comportamiento que defiende que ciertas características del consejo parecen mejorar el desempeño financiero empresarial. La diversidad del consejo aumenta la probabilidad de ideas novedosas, una mejor resolución de problemas, una mejor planificación estratégica e, incluso, una más adecuada rendición de cuentas.

Metodología – Se han formulado diferentes hipótesis, cuya verificación se han aplicado diferentes test no paramétricos. Aparte, se ha llevado a cabo un estudio descriptivo, donde se ponen de manifiesto los rasgos de las mujeres en los consejos de administración del fútbol profesional español.

Conclusiones/Resultados – Los resultados revelan que el promedio de participación femenina en los consejos de administración está bastante lejos del porcentaje que requerirá la futura legislación deportiva. Además, las mujeres presentes en los consejos tienen una edad media próxima a 50 años, mantienen una antigüedad media de cinco años en la gestión del club, son mayoritariamente tituladas universitarias y, en una amplia mayoría, están vinculadas familiar o profesionalmente con los principales accionistas del club. Mientras que ho hemos encontrado ninguna relación estadísticamente significativa entre la participación femenina en la toma de decisiones y los indicadores de control económico establecidos en la normativa española, el estudio revela una vinculación positiva y significativamente relevante entre esa participación y la transparencia corporativa.

Implicaciones de la investigación – Necesidad de concienciar al fútbol profesional de los beneficios de la diversidad de género en la toma de decisiones y de avanzar en la legislación para favorecer una mayor presencia femenina en puestos de responsabilidad.

Originalidad – Primer trabajo en estudiar la toma de decisiones desde una perspectiva de género en el fútbol profesional.

Palabras-clave - Consejo de administración; control económico; diversidad de género; fútbol profesional; toma de decisiones.

BIBLIOGRAFÍA

Byron, K. y Post, C. (2016). Women on boards of directors and corporate social performance: A meta-analysis. *Corporate Governance: An International Review*, 24(4), 428-442.

Dietl, H. y Gómez-González, C. (2017). *Are women or men better team managers? Evidence from professional team sports. UZB business Working Paper Series, Paper 364, University of Zurich.*

Katsarova, I. (2019). *Gender equality in sport: Getting closer every day.* European Parliamentary Research Service.

Molla, M.; Ibrahim, Y. y Ishak, Z. (2019). Relationship between board diversity, corporate sustainability practices and financial performance of firms. *Journal of Economics and Sustainability*, 1(2), 22-31.

Pape, M. (2020). Gender segregation and trajectories of organizational change: The underrepresentation of women in sports leadership. *Gender & Society*, 34(1), 81-105.

COMPLIANCE DO RELATO INTEGRADO: UMA ANÁLISE AOS RELATÓRIOS INTEGRADOS EM PORTUGAL

Filipa Domingues

Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG), Instituto Politécnico de Leiria (IPL)

Teresa Eugénio¹

teresa.eugenio@ipleiria.pt, Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG). Centro de Investigação Aplicada em Gestão e Economia (CARME), Instituto Politécnico de Leiria (IPL)

Henrique Carvalho

henrique.carvalho@ipleiria.pt, Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG), Instituto Politécnico de Leiria (IPL)

RESUMO ALARGADO

Objetivos – Dada a importância emergente dos Relatórios com informação não financeira, o objetivo deste estudo é avaliar Relatórios Integrados (RI) publicados por empresas portuguesas. A avaliação foi efetuada tendo em conta o cumprimento (ou não) dos normativos internacionais em vigor na divulgação de informação.

Metodologia – Foi utilizada a metodologia de análise de conteúdo e construído um instrumento de trabalho com base nos conteúdos essenciais divulgados pelo International Integrated Reporting Council (IIRC) e pela Comissão Europeia - COM 2017/C 215/01. Foram analisados 23 relatórios integrados publicados por setes empresas portuguesas entre 2016 e 2019 de diversos setores de atividade. A seleção da amostra incidiu sobre todos os relatórios de informação não financeira publicados em Portugal, no período em análise, que tivesse como título "Relatório Integrado". As empresas objeto de análise foram: Bondalti, Brisa, CTT, Galp Energia, José Mello e Saúde, Garrigues e Sata.

Conclusões/Resultados – Em todos os RI analisados foram identificados diversos tópicos considerados como conteúdos essenciais pelo IIRC e Comissão Europeia - COM 2017/C 215/01 que não estão a ser divulgados pelas empresas analisadas. Desta forma, os resultados revelam que ainda existe necessidade de desenvolver os conteúdos a apresentar nos RI.

Implicações da investigação – Existe um número muito reduzido de estudos sobre o relato integrado em Portugal e em particular, estudos empíricos que demonstrem a realidade das empresas portuguesas face às orientações intencionais. Este estudo traz um contributo importante nesta área.

Originalidade – Estudo da realidade portuguesa e do *compliance* face aos normativos internacionais.

¹ Corresponding author

Palavras-chave - Comissão Europeia; normativos; Portugal; relatório integrado.

BIBLIOGRAFIA

Adams, C. A. (2015), "The international integrated reporting council: a call to action", *Critical Perspectives on Accounting*, 27, 23-28.

De Villiers, C., Hsiao, P.-C.K. & Maroun, W. (2017). Developing a Conceptual Model of influences around Integrated Reporting, New Insights, and Directions for Future Research, *Meditari Accountancy Research*, 25 (4), 450-460.

Dumay, J. and Dai, T. (2017), "Integrated thinking as a cultural control?", *Meditari Accountancy Research*, 25 (4), 461-480-.

Smith, S. (2014), "Integrated reporting, corporate governance, and the future of the accounting function", *International Journal of Business and Social Science*, 5 (10), 58-63.

Zhou, S., Simnett, R., & Green, W. (2017). Does Integrated Reporting Matter to the Capital Market?. *Abacus*, 53 (1), 94-132.

Entrepreneurship and innovation

HOW CIRCULAR ECONOMY BOOST THE INNOVATION IN BUSINESS MODELS

Juan Antonio Torrecilla-García

juantorrecilla@uma.es, Universidad de Málaga, España

Georgette Andraz

gandraz@ualg.pt, Universidade do Algarve - ESGHT, Portugal

M^a Teresa Castilla-Mesa

mtcm@uma.es, Universidad de Málaga, España

Agnieszka Grazyna Skotnicka

askotnicka@uma.es, Universidad de Málaga, España

STRUCTURED ABSTRACT

Purpose– This work is based on the premise of the necessity of change of the paradigm both of the innovation and of business models, to be actively part of Circular Economy within the local and global ecosystems. The main purpose of this research is to provide a conceptual framework to combine innovation in business models linked to the new processes and multi-actor systemic approach.

Theoretical framework – Interest in the Circular Economy is rapidly increasing from business, society, and academia. Switching from the linear model of economy to a circular one brings environmental, social, and financial benefits as well as it requires new visions and strategies and a substantial redesign of product concepts, services and channels (Lewandowski, 2016). The transition to the circular economy, as a cyclic system (Schneider & Clauß, 2019) often requires in-depth adaptations in firms' business models or even the creation of new ones (Bocken, de Pauw, Bakker, & van der Grinten, 2016; Manninen et al., 2018).

Design/methodology/approach – Methodologically, the present research is a conceptual approximation to the new scope of industry-based innovation preceded by the scoping literature review. This exploratory research, which features the case study of 2 companies (a new startup and a spinout of big manufacturing company) through in-depth interviews with CEO, CTO and collaborators can facilitate the definition of the executive framework of innovation in business models according to the premises and “soft” factors of Circular Economy.

Findings – The main findings of this research are related to general interest of many companies and entrepreneurs in Circular Economy and the opportunities of new business models in a Circular Economy. Majority of business models in Circular Economy emerge

by effectuation (Antikainen & Valkokari, 2016) and new framework of Innovation for Circular Business Models becomes of relevance. Initial scope of the process of business model innovation in Circular Economy is proposed, pending further.

Research, Practical & Social implications –The results of the study, even in this exploratory and conceptual till now, have important impact on governments' policies and wide research implications. For practitioners working on new innovative business models this operative framework of how to enhance the real and effective innovation to be more sustainable in Circular Economy. The validation instruments proposed in this study may become an effective support for developing more successful circular business models.

Originality/value – This paper develops a new executive framework for the innovation processes of Circular Economy business models. This study centered on whether the business model innovation may yield positive consequences for company's performance in Circular Economy.

Keywords – Circular Economy, Business Model Innovation, Industry-related Innovation, Business Innovation,

REFERENCES

- Antikainen, M., & Valkokari, K. (2016). A framework for sustainable circular business model innovation. *Technology Innovation Management Review*, 6(7).
- Bocken, N. M. P., de Pauw, I., Bakker, C., & van der Grinten, B. (2016). Product design and business model strategies for a circular economy. *Journal of Industrial and Production Engineering*, 33(5), 308– 320.
- Lewandowski, M. (2016). Designing the business models for circular economy-towards the conceptual framework. *Sustainability (Switzerland)*, 8(1), 1– 28.
- Manninen, K., Koskela, S., Antikainen, R., Bocken, N., Dahlbo, H., & Aminoff, A. (2018). Do circular economy business models capture intended environmental value propositions? *Journal of Cleaner Production*, 171, 413– 422.
- Schneider, S., & Clauß, T. (2019). Business models for sustainability: Choices and consequences. *Organization & Environment*.

Perceptions about young entrepreneurship in Europe An exploratory study supported in the KABADA project

Luísa Cagica Carvalho

luisa.c.carvalho@esce.ips.pt, Polytechnic Institute of Setubal Research Center in Business Administration (CICE/IPS) CEFAGE, Universidade de Évora, Portugal

Inese Mavlutova

inese.mavlutova@ba.lv, BA School of Business and Finance, Latvia

Kristaps Lesinkis

kristaps.lesinkis@ba.lv, BA School of Business and Finance, Latvia

Rui Dias

Rui.dias@esce.ips.pt, Polytechnic Institute of Setubal & CEFAGE, Universidade de Évora, Portugal,

Purpose – this research aims to present an exploratory research the perceptions of young entrepreneurs in Europe based in the Kabada Project. This project funding by *Knowledge Alliance of Business idea Assessment: Digital Approach* – is an Erasmus + KA2 Project developing a tool based on artificial intelligence (AI) for the assessment of business ideas and business plans. In this context Kabada collected information to a better understanding of the future users the young entrepreneurs.

Theoretical Framework – Future career opportunities are a major challenge for students and entrepreneurship can be considered as an important choice. The transition from education to careers is seen as a serious challenge for many young people, especially those with low social capital (Blustein et al., 2017). Attending to the intentions to become an entrepreneur, the recent literature allows, an aggregation of studies attending to the categories of Theory of Planned Behaviour and identify important constructs to consider in empirical studies to assess entrepreneurial perceptions (Carvalho et al, 2015).

Design/methodology/approach – This research is based on a descriptive analysis of 431 young European students, supported on an inquiry developed to the preparation of the Kabada Project in Latvia, Portugal, Italy, Lithuania, Czech Republic and Belgium.

Findings – The research explore the perception of the sample about some issues such as, reasons to pursue an entrepreneurial project, qualities and preconditions to become an entrepreneur, factors that influence »doing a business« in each country, etc, in general the perceptions of the students are similar between the countries studied, nevertheless Latvian students seems more confident in general about a set of variables.

Implicações da investigação – This study allows to discuss the perception of students in different european countries and brings a figure about it in Europe, with some differences maybe based on the geography and culture of the countries.

Originality – This allows an comparative perspective about the perceptions and potencial of entrepreneurship in young europeans.

Keywords – Europe; Perceptions; Students; Young entrepreneurship.

REFERENCES

Blustein D., Masdonati J., Rossier J. (2017). *Psychology and the International Labor Organization: The Role of Psychology in the Decent Work Agenda*. Geneva, Switzerland: ILO. Available at: http://www.ilo.org/global/research/publications/WCMS_561013/lang-en/index.htm

Carvalho, L., Costa, T. and Mares, P. (2015) 'A success story in a partnership programme for entrepreneurship education: outlook of students perceptions towards entrepreneurship', *Int. J. Management in Education*, Vol. 9, No. 4, pp.444–465

Frameworking Business Model: Success Factors for Startups

Dulce Matos

dulce.matos@esce.ips.pt, Polytechnic Institute of Setúbal

Ana Rolo

ana.rolo@esce.ips.pt, Polytechnic Institute of Setúbal

Sandra Pinto

sandra.pinto@esce.ips.pt, Polytechnic Institute of Setúbal

Structured Abstract

Purpose – Explore the business models' framework, its derivations, possible adaptations, and drawbacks. Success factors as well as general faults, common pitfalls and difficulties will also be identified and may assist preparation of business ideas, namely the ones from entrepreneurs related with Higher Education Institutions (HEI) or Business Incubators (BI). A theoretical base for a digital online tool will be presented.

Theoretical framework – Business models' frameworks have been created in order to simplify its process and allow a more visual, straight forward, fast and interconnected structure, being considered very useful tools (Osterwalder, Pigneur & Clark, 2010). Frameworks need, however, to be updated.

Design/methodology/approach – An extensive literature review was conducted in order to identify the latest empirical evidence and to serve as a theoretical basis for a new tool.

Findings – There are some theories of business model frameworks, assessment methods (Mateu & March-Chorda, 2016) and key factors either for success or failure (Schüle et al., 2016), but the latest exponential growth in digital technologies, alongside innovations and disruptive technologies (Kimania et al., 2020), make it urgent to update existing frameworks.

Research, Practical & Social implications – The theoretical proposal of a new digital online tool may have impact on the preparation of such tools and in HEI and BI entrepreneurial support.

Originality/value – The proposition of a new framework for a digital online tool for preparation and assessment of business models.

Keywords - Digital Business Model; Entrepreneurship; Academic Entrepreneurs; startups

REFERENCES

Kimania, D; Adamsb, K.; Attah-Boakyec, R.; Ullahd, S.; Frecknall-Hughesd, J. & Kimd, J. (2020). Blockchain, business and the fourth industrial revolution: Whence, whither, herefore and how? *Technological Forecasting & Social Change*, 161, 120154. Elsevier.

Mateu, J. M. & March-Chorda, I. (2016). Searching for better business models assessment methods. *Management Decision*, Vol. 54, No. 10, pp. 2433-2446, DOI 10.1108/MD-07-2015-0325.

Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation*. John Wiley & Sons, Inc., Hoboken, New Jersey. ISBN: 9780470876411.

Schüle, S., Schubert, M., Hoyer, C. & Dressel, K-M (2016), Development of an assessment tool to evaluate and improve SME business models, *Journal of Business Models*, Vol. 4, No. 3, pp. 5-18.

ABORDAGEM QUALITATIVA NA AVALIAÇÃO E SELEÇÃO ESTRATÉGICA, E VALIDAÇÃO CONCEPTUAL, DE UM FESTIVAL TRANSFORMACIONAL NO CONCELHO DA LOURINHÃ

João Malho Ferreira Ribeiro de Carvalho

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Victor Alves Afonso

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril; CEFAGE- UE - Centro de Estudos e Formação Avançada em Gestão e Economia da Universidade de Évora; CİTUR – Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo

Nuno Silva Gustavo

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril; CİTUR – Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo)

RESUMO ALARGADO

Objetivos – A presente investigação visa avaliar e selecionar alternativas estratégicas para a implementação de nova proposta de festival transformacional no concelho da Lourinhã.

Referencial Teórico – Num contexto de crescente globalização do turismo, marcado pela crescente competitividade entre destinos e diversificação da procura turística, a diferenciação estratégica dos territórios assume particular relevância estratégica (Evans, 2020). Em eventos, “alternativas estratégicas podem ser avaliadas usando três critérios principais: adequação [,] (...) viabilidade (...) [e] aceitação” (Thompson e Martin, e Johnson, Scholes e Whittington, citados por Bowdin *et al.*, 2006, p.132).

Metodologia – O modelo metodológico adotado sustentou-se no seguinte conjunto de ferramentas e procedimentos de investigação: entrevista exploratória com o diretor fundador do Festival Shambala; *focus group* com *stakeholders* para avaliar e selecionar alternativas estratégicas adequadas; e entrevista com *partner* da Diana Cross (agência de *marketing*) para validar o conceito após *design*. Definimos hipóteses específicas de investigação para cada instrumento. Os dados foram tratados no *software* nvivo.

Conclusões/Resultados – A pertinência e conceito do Festival Transformacional proposto para o território em causa exige a adoção de uma estratégia de criatividade combinatória, exploratória, e transformacional. Só com recurso a uma abordagem estratégica híbrida será possível garantir o desenvolvimento de um conceito disruptivo e atrativo face à oferta existente no mercado.

Implicações da investigação – Destaca-se a discrepância entre a importância paradigmática dos festivais transformacionais e a sua aceitação.

Originalidade - A originalidade da investigação prende-se com o retorno às origens que estes festivais evidenciam, oposto às tendências digitais.

Palavras-chave - avaliação estratégica; eventos; festivais; festivais transformacionais.

BIBLIOGRAFIA

Bowdin, G., Allen, J., O'Toole, W., Harris, R., McDonnell, I. (2006). *Events Management* (2ª ed.), Grã-Bretanha: Elsevier.

Evans, N. (2020). *Strategic Management for Tourism, Hospitality and Events*. (3ª ed.) Nova Iorque: Routledge.

"OUT OF THE BOX": UMA VISÃO PARA ALÉM DO "ESPAÇO" OCUPADO PELAS SOLUÇÕES ATUAIS

RESUMO ALARGADO

Ivo Dias de Sousa

ivo.sousa@uab.pt, Universidade Aberta

Luísa Carvalho

luisa.c.carvalho@esce.ips.pt, Escola Superior de Ciências Empresariais (Instituto Politécnico de Setúbal)

Objetivos – Discutir um método de inovação com base em soluções. Este método prevê as seguintes etapas: primeiro, definir as fronteiras do "espaço" (com base nas suas características) pelas soluções atuais e segundo, propor soluções que vão para além das fronteiras das atuais.

Referencial Teórico – O referencial teórico suporta-se nos métodos de Kaizen (Liker, 2004; Maurer, 2004; Tapping, 2008) e na Estratégia de Oceano Azul (Kim & Mauborgne, 2015, 2017) através de uma recombinação destas abordagens para a promoção de uma nova proposta.

Metodologia – Tendo em conta a revisão de diversos métodos de inovação e o facto da experiência passada ser uma fonte de aprendizagem para o processo de inovação, criou-se um método com base na investigação das características de algumas soluções atuais.

Conclusões/Resultados – O método proposto tem quatro fases interligadas. Na primeira fase é investigado o "espaço" ocupado pela solução atual. O seu resultado é a definição das características da solução atual. Na segunda fase, a procura de soluções novas com base no aumento ou diminuição em termos das características encontradas. Na terceira fase, a procura de soluções novas baseadas na eliminação de uma ou mais características da solução existente. Na última fase, procurar alterar o problema que se procura resolver de forma a não ser necessário o atual "espaço" ocupado pela solução atual. Dito de outra forma, não ser necessário nenhuma das características da solução atual para solucionar o problema original.

Implicações da investigação – Um novo método de inovação e, possivelmente, facilitar o aparecimento de novas soluções mais eficazes para a promoção do processo de inovação na sociedade em geral, e em organizações, em particular.

Originalidade – A originalidade reside na proposta de um novo método de inovação

Palavras-chave – inovação, método, Out of the Box

BIBLIOGRAFIA

Liker, J. (2004). *The Toyota Way: 14 Management Principles from the World's Greatest Manufacturer*. USA: McGraw-Hill.

Kim, W. C. & Mauborgne, R. A. (2015). *Blue Ocean Strategy, Expanded Edition: How to Create Uncontested Market Space and Make the Competition Irrelevant*. USA: Harvard Business Review Press.

Kim, W. C. & Mauborgne, R. A. (2017). *Blue Ocean Shift: Beyond Competing*. USA: Hache Books.

Maurer, R. (2004). *One Small Step Can Change Your Life: The Kaizen Way*. USA: Workman Publishing Company.

Tapping, D. (2008). *The Simply Lean Pocket Guide – Making Great Organizations Better Through PLAN-DO-CHECK-ACT (PDCA) Kaizen Activities*. USA: MCS Media.

APPLYING THE LENS OF BRICOLAGE TO PUBLIC POLICY INTERVENTIONS IN ENTREPRENEURIAL ECOSYSTEMS

João Carlos Candeias

joao.c.d.candeias@gmail.com, CEFAGE-UE, University of Évora, Portugal

Soumodip Sarkar

ssarkar@uevora.pt, CEFAGE-UE and Department of Management, University of Évora, Portugal.
Associate (Fellow), Asia Centre, Harvard University, USA

STRUCTURED ABSTRACT

Purpose – For the expansion of entrepreneurial ecosystems (EE), the ability to develop effective policy interventions is crucial to governments, public administration but also for all other stakeholders, yet each EE is unique in its characteristics and evolution process thus, requires a one-off policy intervention design. We focus on the process rather than the characteristics of EE to offer a wide-range, compatible with diversified settings, approach to the description and design of public policy interventions.

Theoretical framework – Bricolage defined as “making do by applying combinations of the resources at hand to new problems and opportunities” (Baker & Nelson, 2005, p. 333) offers an action-oriented theory and describes a process that fits well with EE development process.

Design/methodology/approach – We illustrate the applicability of theoretical and practical research on bricolage to describe the development of public policy interventions in EE.

Findings – Scholars have disregarded the malleability of resources and how these are influenced by organizational processes and individual actions (Sonenshein, 2014). Public policy interventions are conditioned by local specificities and existing resources, thus for each EE policymakers develop distinctive combinations of available resources and malleability is essential.

Research, Practical & Social implications – In current literature there is a disproportionate focus on resource mobilization driven by market/self-interest,

overlooking nonmarket logic of accessing resources, this form of access may be particularly relevant in resource scarce environments.

Originality/value - We shift the focus of research from the characteristics and the variance between EE to the development process of policy interventions.

Keywords - entrepreneurial ecosystems; bricolage; public policy

REFERENCES

Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). Creating Something from Nothing: Resource Construction through Entrepreneurial Bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329–366. <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.3.329>

Sonenshein, S. (2014). How Organizations Foster the Creative Use of Resources. *Academy of Management Journal*, 57(3), 814–848. <https://doi.org/10.5465/amj.2012.0048>

Human resources management

DIVERSIDAD EN EL CONSEJO DE ADMINISTRACIÓN Y REPUTACIÓN CORPORATIVA. EVIDENCIA EN SOCIEDADES COTIZADAS ESPAÑOLAS

María-Pilar Martín-Zamora

zamora@uhu.es, Universidad de Huelva (Spain)

Lázaro Rodríguez-Ariza

lazaro@ugr.es, Universidad de Granada (Spain)

RESUMEN EXTENDIDO

Objetivos – Analizar la influencia del género y la edad de los consejeros independientes en la reputación de las sociedades cotizadas españolas, especialmente aquellas integradas en el índice IBEX-35.

Marco Teórico – El estudio se aborda desde la teoría de recursos y capacidades que considera que la supervivencia empresarial depende de la habilidad de conseguir y mantener recursos esenciales, entre los que se encuentran las habilidades y características de sus consejeros.

Metodología – Aparte parte de un estudio descriptivo, las hipótesis formuladas en el trabajo de investigación se contrastan a través de diferentes modelos de dependencia para datos de panel basados en regresiones lineales.

Conclusiones/Resultados – Los resultados revelan que la presencia de mujeres entre los consejeros independientes se traduce en términos de reputación para la compañía, destacando la influencia positiva y significativa de la inclusión de la sociedad en el IBEX-35. Sin embargo, la reputación de las sociedades cotizadas españolas no se ve favorecida por la diversidad de edad entre los consejeros independientes.

Implicaciones de la investigación – Necesidad de concienciar a las empresas de los beneficios de la diversidad del consejo de administración, que permite incorporar nuevas ideas, opiniones, habilidades y relaciones globales que, de otra forma, no podrían considerarse en el consejo.

Originalidad – Extender la relación entre reputación de sociedades cotizadas y consejeros independientes más allá de la presencia de estos en el consejo de administración, dando entrada a otros factores como la edad y el género del consejero.

Palabras-clave - Consejo de administración; consejeros independientes; diversidad de edad; diversidad de género; IBEX-35.

BIBLIOGRAFÍA

Bear, S.; Rahman, N. y Post, C. (2010). The impact of board diversity and gender composition on corporate social responsibility and firm reputation. *Journal of Business Ethics*, 97, 207-221.

Brammer, S.; Millington, A. y Pavelin, S. (2009). Corporate reputation and women on the board. *British Journal of Management*, 20, 17-29.

Hafsi, T. y Turgut, G. (2013). Boardroom diversity and its effect on social performance: Conceptualization and empirical evidence. *Journal of Business Ethics*, 112(3), 463-479.

Miller, T. y Triana, M.C. (2009). Demographic diversity in the boardroom: Mediators of the board diversity-firm performance relationship. *Journal of Management Studies*, 46(5), 755-786.

Musteen, M.; Datta, D.K. y Kemmerer, B. (2010). Corporate reputation: Do board characteristics matter? *British Journal of Management*, 21, 498-510.

Pfeffer, J. y Salancik, G. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependency Perspective*. New York, NY: Harper and Row.

THE RELATIONSHIP BETWEEN ORGANIZATIONAL CLIMATE AND TURNOVER INTENTIONS: THE ROLE OF MEANING OF WORK

Rodrigues, Joana

Joana_Margarida_Rodrigues@iscte-iul.pt, Iscte-Instituto Universitário de Lisboa

Duarte, Ana Patrícia

Patricia.duarte@iscte-iul.pt, BRU-IUL, Iscte-Instituto Universitário de Lisboa

Neves, José Gonçalves das

Jose.neves@iscte-iul.pt, DINÂMIA'CET, Iscte-Instituto Universitário de Lisboa

STRUCTURED ABSTRACT

Purpose – This research sought to better understand how employees' perceptions regarding their company's organizational climate relates to turnover intentions, exploring the potential mediating role of meaning of work.

Theoretical framework – Employee voluntary turnover constitutes a major challenge to companies given its direct and indirect costs (Kim et al., 2017; Mobley et al., 1979). The present study used the organizational climate (e.g. Datta, 2020; James et al., 2008) and meaning of work (e.g. Wrzesniewski et al., 2003) literatures to better understand how organizational climate perceptions can influence employee voluntary turnover intentions.

Design/methodology/approach – A quantitative study was developed in a cork preparation company. Data were collected at two times by means of individual, anonymous and confidential surveys to employees (n=175), in order to minimize possible same source bias. In time 1, data were collected about meaning of work (mediator variable) and turnover intention (criterion variable). In time 2, data were collected about organizational climate (predictor variable) and organizational commitment (control variable). Sociodemographic information was collected in both moments.

Findings – Data were analysed using macro PROCESS for IBM SPSS, model 4. The results revealed that, controlling for affective commitment and gender, organizational climate is negatively related to turnover intention. Moreover, the meaning employees' attribute to their jobs fully mediates the previous relationship.

Research, Practical & Social implications – Taking together, the findings suggest that company's investment in the promotion of a good organizational climate and a meaningful job helps to prevent employees voluntarily leaving their jobs.

Originality/value - The study mobilizes two literatures to better understand turnover intention and has collected data at two moment in time to minimize the risk of introducing common-method variance, a known limitation in correlational studies.

Keywords - Organizational climate, meaning of work, turnover intention.

REFERENCES

Datta, A. (2020). Measuring the influence of hospitality organizational climate on employee turnover tendency. *The TQM Journal*, 32(6), 1307-1326.

Kim, S., Tam, L., Kim, J. N., & Rhee, Y. (2017). Determinants of employee turnover intention. *Corporate Communications: An International Journal*, 308(3), 308-328.

Mobley, W. H., Griffeth, R. W., Hand, H. H., & Meglino, B. M. (1979). Review and conceptual analysis of the employee turnover process. *Psychological Bulletin*, 86(3), 493.

James, L. R., Choi, C. C., Ko, C. H. E., McNeil, P. K., Minton, M. K., Wright, M. A., & Kim, K. I. (2008). Organizational and psychological climate: A review of theory and research. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 17(1), 5-32.

Wrzesniewski, A., Dutton, J. E., & Debebe, G. (2003). Interpersonal sensemaking and the meaning of work. *Research in Organizational Behavior*, 25, 93-135.

A DESCRIÇÃO E ANÁLISE DE FUNÇÕES NA ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA

Anabela Franqueira

anabela.franqueira@esce.ips.pt, Instituto Politécnico de Setúbal

Célia Quintas

celia.quintas@esce.ips.pt, Instituto Politécnico de Setúbal

RESUMO ALARGADO

Objetivos – Pretendemos compreender a relação da Descrição e Análise de Funções (DAF) com as práticas de Gestão de Recursos Humanos, na Administração Pública.

Metodologia – Estudo de caso qualitativo, com recurso à análise documental e entrevistas semiestruturadas a Dirigentes dos Departamentos de Recursos Humanos em duas Organizações da Administração Pública Local.

Referencial Teórico – A reforma administrativa em Portugal centrou-se, nos últimos 20 anos, num novo modelo de GRH, que operacionaliza os princípios teóricos do *New Public Management*. Desde 2008, os serviços públicos são obrigados a elaborar anualmente um mapa de pessoal com a previsão dos RH e onde conste a identificação/caracterização dos postos de trabalho, precedido de um regulamento interno de Análise e Descrição de Funções (Lei 121/2008, de 11 de julho). Passados 10 anos sobre a sua introdução, pretende-se questionar o impacto que os processos de DAF, que Tyler (2013) descreve como sendo a “mãe” de todos os processos de RH numa organização, tiveram nos serviços públicos e qual a utilidade que lhe foi atribuída.

Conclusões – A DAF é um instrumento fundamental para identificar conteúdos funcionais específicos ao nível das carreiras gerais na Administração Pública. Permite clarificar os processos de GRH na AP principalmente no âmbito dos procedimentos concursais, da Formação Profissional e do SIADAP.

Implicações da investigação – Reflexão sobre a aplicabilidade na Administração pública de instrumentos de GRH do regime privado e sobre a sua relação com as práticas de GRH.

Originalidade – Tema Pouco explorado na Administração Pública. Demonstra a importância da DAF para clarificar os conteúdos funcionais das Carreiras Gerais.

Palavras-chave – *New Public Management*; DAF; Administração Pública; Estudo de Caso.

BIBLIOGRAFIA

Bilhim, J. A. F. (2006). *Gestão Estratégica de Recursos Humanos*. Instituto Superior de ifm | 71

Ciências Sociais e Políticas.

McCormick, E. J. (1979). *Job Analysis: Methods and Applications*. AMACOM.

Rocha, J. A. O. (2011). *Gestão Pública. Teorias, modelos e prática*. Escolar Editora.

Rocha, J. A. O. (2010). *Gestão de Recursos Humanos na Administração Pública*. Escolar Editora.

Tyler, K. (2013). Job Worth Doing: Update Descriptions. *HR Magazine*, 58(1), 47-49.

Marketing and sustainability



A TECNOLOGIA E O *MARKETING* DE CONTEXTO – UMA VISÃO GERAL DA APLICAÇÃO DE *BLOCKCHAIN*

Cândido J. Peres M.

cjperes@iscal.ipl.pt, Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa, Instituto Politécnico de Lisboa

Ricardo Eleutério de Oliveira

ricardo.m.oliveira@tecnico.ulisboa.pt, Instituto Superior Técnico, Universidade de Lisboa

Objetivos

Face ao panorama de competição constante pela atenção que marca o tecido empresarial, em particular ao nível das estratégias de comunicação, as empresas recorrem a tecnologias que promovam a entrega do conteúdo adequado, ao indivíduo certo, no momento correto, ficando dependentes do consentimento do cliente para o tratamento dos seus dados.

O objetivo central é mapear o papel que a tecnologia *Blockchain* pode ter neste contexto, considerando o nível da segurança de dados associados a este sistema de registo.

Referencial Teórico

O enquadramento teórico foi construído através de uma revisão da literatura disponível no âmbito de *Marketing*, em particular de contexto, assim como a tecnologia de *Blockchain*, direcionando a pesquisa para o mapeamento de potenciais ligações entre ambas as dimensões.

Metodologia

Recorrendo à abordagem de *Systematic Literature Review* (SLR) é estudada a evolução do *Marketing* de contexto, identificando os obstáculos desta transição e potenciais aplicações de tecnologia *Blockchain*.

Conclusões/Resultados

A gestão de dados assente em *Blockchain* aumenta o sentimento de segurança, promovendo o interesse na partilha das informações relevantes que sustentam o *Marketing* de contexto, permitindo que as empresas entreguem mais valor aos seus clientes através de abordagens comerciais bem direcionadas.

Implicações da investigação

A construção de uma ligação funcional entre a tecnologia *Blockchain* e o *Marketing* de conteúdo com enfoque no contexto, ambos conceitos emergentes, permite perspetivar os desenvolvimentos futuros de um cenário empresarial baseado numa realidade digital.

Originalidade

A revisão cruzada da literatura numa ótica de SLR sobre os temas de *Marketing* de contexto e *Blockchain* revelou, à data, pouca expressividade na ligação entre ambos.

Palavras-chave

inovação e desenvolvimento empresarial; marketing digital; tecnologia Blockchain.

BIBLIOGRAFIA

Camillieri M. (2020). *The use of data-driven technologies for customer-centric marketing*. International Journal of Big Data Management. Inderscience.

Dierksmeier C., Seele P. (2010). *Blockchain and Business Ethics*. Business Ethics: A European Review 29 (2): 348–59.

Kotler P, Levy SJ. (1963). *Broadening the Concept of Marketing*. Journal of Marketing 33 (1): 10-15.

Morris, N. (2009). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Journal of Direct, Data Digital Marketing Practice 10: 384–387.

Sihi D. (2020). *Impacts of Blockchain Technology in Marketing*. Advances in Digital Marketing and eCommerce. Springer.

HOW IS PORTUGAL PROMOTING THE UNESCO LISTINGS?

Tania Sofia Almeida

tsalmeida77@gmail.com, Seville University and CiTur

Nuno Almeida

nunoalmeida@ipleiria.pt, ESTM, CiTUR, Polytechnic of Leiria

Luis Miguel López-Bonilla

luismi@us.es, Seville University

Jesús Manuel López-Bonilla

lopezbon@us.es, Seville University

STRUCTURED ABSTRACT

The UNESCO brand prestige is attractive to the destinations. Considering that promotion is a crucial tool for the preservation and sustainability of heritage, this study aims to describe the online promotion of the UNESCO cultural WHS and ICH, at a government level, in Portugal. Although there is extensive literature on the subject of the UNESCO listings, an integrated approach on how the government promotes and communicates the UNESCO WHS and ICH is still lacking.

Portugal ratified the 1972 UNESCO Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage, in 1980. Presently Portugal has 17 sites listed in the World Heritage List, ranging from 1983 to 2019, 16 of which are Cultural sites (UNESCO, n.d.-a). Regarding the Intangible Cultural Heritage Portugal ratified the 2003 Convention, in 2008. To this date, there are eight elements of ICH recognized by UNESCO. Five of these elements are in the Representative List and 2 in the Urgent Safeguard List (UNESCO, n.d.-b).

Findings demonstrate how the listings are promoted in terms of culture and tourism, by the Portuguese official entities and point out the gap between the promotion of the WHS and ICH. This study contributes to the literature on the promotion of the UNESCO listings and also addresses the importance of an integrated approach between culture and tourism, at a national level, for both WHS and ICH, which should be considered by the official entities.

Keywords - cultural heritage; Portugal; tourism; UNESCO ICH; UNESCO WHS

REFERENCES

UNESCO. (n.d.-a). UNESCO Culture. Retrieved October 10, 2020, from <https://whc.unesco.org/en/statesparties/pt>

UNESCO. (n.d.-b). UNESCO Intangible Cultural Heritage. Retrieved October 10, 2020, from <https://ich.unesco.org/en/state/portugal-PT>

Management

VALUE MAPPING AS A SPILL-OVER TOOL TO ENHANCE VALUE IN THE CONTEXT OF SOCIAL ECONOMY ORGANIZATIONS

Carla Vivas

carla.vivas@esg.ipsantarem.pt, Instituto Politécnico de Santarém

Sandra Oliveira

sandra.oliveira@esg.ipsantarem.pt, Instituto Politécnico de Santarém & Centro de Estudos e Investigação em Saúde da Universidade de Coimbra

Susana Leal

susana.leal@esg.ipsantarem.pt, Instituto Politécnico de Santarém & Centro de Investigação em Qualidade de Vida

João Nascimento

joao.nascimento@esg.ipsantarem.pt, Instituto Politécnico de Santarém

Luís CS Barradas

claudio.barradas@esg.ipsantarem.pt, Instituto Politécnico de Santarém

RESUMO ALARGADO

Objectives – The purpose of the study is to apply a stakeholder analysis to social economy organizations (SEO) to identify catalysts for Sustainable Business Model (SBM) innovation using the value mapping tool (VMT), as developed by Short, Rana, Bocken e Evans (2013) and Bocken, Short, Rana and Evans (2013).

Theoretical background– Nowadays the challenges in the business model design are addressed more broadly using a holistic system-level approach with a view to the positive alignment of value creation for all stakeholders and considering social, environmental and economic dimensions. By emphasizing the environment and society, the VMT approach offers insights that go beyond the value proposition for customers and their limited stakeholders and it shifts the focus towards sustainability.

Methodology – A multi-stakeholder approach was followed to collect data through the following methods: 1) sequential focus groups; 2) semi-structured interviews with institutionalized seniors in SEO; 3) a workshop to support a qualitative analysis for the building of the VMT.

Conclusions/Results - The main results are organized by 1) Value captured - senior well-being, SEO's reputational capital, combatting social asymmetries, low-cost experience; 2) Value missed - under-used community resources; 3) Value destroyed - various barriers to innovative initiatives; and 4) New value opportunities - knowledge sharing, diversification opportunities in SEO offer and open innovation approaches to encourage broader collaborative networks.

Implications of research – New knowledge to support management in SEO and promote the rational use of resources, thus leading to a differentiated service.

Originality – The use of VMT to develop an SBM in SEO.

Keywords: social business model; social economy organizations; stakeholders; sustainable business model; value mapping.

BIBLIOGRAPHY

Bocken, N., Short, S., Rana, P. and Evans, S. (2013), "A value mapping tool for sustainable business modelling", *Corporate Governance*, Vol. 13 No. 5, pp. 482-497.

Short, S. W., Rana, P., Bocken, N. M. P., & Evans, S. (2013). Embedding Sustainability in Business Modelling through Multi-stakeholder Value Innovation. In T. M. Emmanouilidis C., Kiritsis D. (Ed.), *Advances in Production Management Systems. Competitive Manufacturing for Innovative Products and Services. APMS 2012. IFIP Advances in Information and Communication Technology* (Vol. 397, pp. 175-183). Springer. https://doi.org/https://doi.org/10.1007/978-3-642-40352-1_23

GOVERNANÇA COPORATIVA E O DESEMPENHO DAS EMPRESAS PORTUGUESAS. O caso das Empresas Cotadas na Euronext Lisbon

Georgette Andraz

gandraz@ualg.pt, Universidade do Algarve

Herondina Belchior

hmbelchior@ual.pt, Universidade do Algarve

José Guerreiro

jrodrigo@ual.pp, Universidade do Algarve

Sandra Rebelo

srebelo@ualg.pt, Universidade do Algarve

RESUMO ALARGADO

Objetivos

O principal objetivo deste estudo é analisar a relação entre governança corporativa (GC) e o desempenho das empresas portuguesas cotadas na Euronext Lisbon. O estudo analisa também as variáveis de governança corporativa que têm o maior impacto no desempenho das empresas, tendo em conta, a dimensão e a indústria em que operam.

Referencial Teórico

O modelo conceptual deste estudo assenta nos princípios da teoria da agência (Jensen e Meckling, 1976). A governança corporativa tem por finalidade a redução de conflitos de agência, aumentar a transparência e a confiabilidade das ações organizacionais, protegendo investidores, empregados e credores, com recurso a um conjunto de boas práticas (Fernandes, 2016).

Existem estudos recentes sobre o tema, no contexto das empresas portuguesas cotadas na Euronext Lisbon, nomeadamente Campos (2015) que encontra uma associação positiva entre algumas características do modelo de GC mais utilizado em Portugal e o desempenho empresarial.

Metodologia

Para o teste de hipóteses, recorre-se à definição de um modelo de regressão linear, considerando um conjunto de variáveis fundamentadas na literatura e exploratórias. O estudo tem por base, dados relativos ao período de 2014 a 2019, de uma amostra de

38 empresas com títulos cotados na Euronext Lisboa, retirados manual e diretamente dos relatórios e contas consolidados e dos relatórios de governo das sociedades.

Conclusões/Resultados

De uma forma geral, o estudo confirma a hipótese da relação positiva entre as boas práticas de governança corporativa e o desempenho económico das empresas com títulos cotados. Os resultados obtidos corroboram com estudos anteriores, nomeadamente Catapan e Colauto (2014).

Implicações da investigação

Este estudo contribui para a atualização da literatura empírica sobre o tema, no contexto das empresas portuguesas cotadas na Euronext Lisboa.

Originalidade

O estudo pretende atualizar e ampliar estudos já desenvolvidos, nomeadamente com a introdução de novas variáveis e tendo em consideração a dimensão e tipo de indústria.

Palavras-chave

desempenho; *euronext lisbon*; governança corporativa

BIBLIOGRAFIA

Catapan, A & Colauto R (2014), Governança corporativa: uma análise de sua relação com o desempenho econômico-financeiro de empresas cotadas no Brasil nos anos de 2010-2012. *Contaduría y Administración*, Amsterdam, v. 59, n. 3, p. 137-164.

Campos, L. (2015). *Influência das Características dos Modelos de Corporate Governance no Desempenho Empresarial: Evidência empírica nas empresas cotadas em Portugal*. Master dissertation in Contabilidade e Finanças do Instituto Politécnico de Bragança.

Duffie, D. & Lando, D. (2003). Term structures of credit spreads with incomplete accounting information. *Journal of the Econometric Society*, 69 (3), 633-664. <https://doi.org/10.1111/1468-0262.00208>.

Douglas, A. (2009). Interactions between corporate Agency Conflicts. *The Financial Review*, 44,151-178.

Jensen, M.C. & Meckling, W. H. (1976). Can the corporation survive? University of Rochester, Rochester. Center for Research in Government Policy and Business Working Paper, n. PPS 76-4/1976.

GESTÃO DOS ARMAZÉNS AVANÇADOS NOS SERVIÇOS DE INTERNAMENTO DE UM HOSPITAL EPE

Sílvia Costa Fragoso

silviacostaf@sapo.pt, Instituto Politécnico de Santarém e Hospital Distrital de Santarém

Carla Vivas

carla.vivas@esg.ipsantarem.pt, Instituto Politécnico de Santarém

Ruben Loureiro

ruben.loureiro@esg.ipsantarem.pt, Instituto Politécnico de Santarém

RESUMO ALARGADO

Objetivos – Estudo realizado nos serviços de internamento de um Hospital EPE, que pretende analisar os principais constrangimentos na gestão e armazenamento dos estupefacientes e benzodiazepinas e apresentar medidas de melhoria.

Referencial Teórico – Os diferentes modelos de gestão, orientados por reformas no setor da saúde, correspondem à tomada de consciência de que é imperativo o controlo da forma como os recursos, que são escassos, são utilizados na produção e distribuição de cuidados de saúde (Frederico, 2005). Torna-se imperativa a gestão eficaz, para garantir a disponibilidade adequada no momento certo, em condições certas, para o doente certo (Priyan & Mala, 2020).

Metodologia – Considerou-se a metodologia trabalho de projeto, segundo Ruivo, Ferrito, & Nunes (2010), com o desenvolvimento em cinco etapas: o diagnóstico de situação, a definição de objetivos, planeamento, execução e a divulgação de resultados. Como instrumentos de diagnóstico recorreremos à observação direta, entrevistas e análise SWOT.

Conclusões/Resultados – Foram identificados como principais constrangimentos a inexistência de procedimentos de trabalho, medidas no controlo e défice de formação dos profissionais de saúde. Apesar de existirem práticas e instruções de trabalho nos diversos serviços, emerge a necessidade de uma linha orientadora transversal à instituição, entendida numa perspetiva sistémica.

Implicações da investigação – Contributo com elementos de suporte à tomada de decisão ao nível da unidade de análise e para o conhecimento na área da investigação.

Originalidade – Desenvolvimento de metodologia de trabalho de projeto com integração de ferramentas de diagnóstico múltiplas em contexto/estrutura de elevada complexidade.

Palavras-chave - Gestão de stocks; Armazéns avançados; Estupefacientes e benzodiazepinas; Hospital.

BIBLIOGRAFIA

Frederico, M. (2005). Empenhamento organizacional de enfermeiros em hospitais com diferentes modelos de gestão: papel de variáveis de contexto. *Revista de Enfermagem Referência*, 2(1), 54-62.

Priyan, S., & Mala, P. (2020). Optimal inventory system for pharmaceutical products incorporating quality degradation with expiration date: A game theory approach. *Operations Research for Health Care*, 100245.

Ruivo, M. A., Ferrito, C., & Nunes, L. (2010). Metodologia de Projecto: Colectânea descritiva de etapas. *Revista Percursos*, 15, 1-37.

THE ENVIRONMENTAL COMMITMENT OF THE AUTOMOBILE INDUSTRY IN THE CONTEXT OF THE 2030 AGENDA

María del Mar Miralles-Quirós

marmiralles@unex.es, University of Extremadura

Julio Daza-Izquierdo

juliodaza@unex.es, University of Extremadura

EXTENDED SUMMARY

Objectives – We analyze the specific role of the automobile industry in achieving the United Nations' Sustainable Development Goals (SDGs), and more specifically, those goals closely related to the environment, in order to reach the 2030 global Agenda.

Theoretical framework –It is clear that, by engaging in SDG reporting and embedding this within corporate disclosures, businesses can change their ways of working through embracing sustainable practices. However, the disclosure of companies' contribution to the SDGs is being difficult because the key performance indicators (KPIs) for these general objectives are not yet defined (Sullivan et al., 2018; Rosati and Faria, 2019; Szennay et al., 2019; Lyytimäki et al., 2020).

Methodology – We have performed a content analysis of the sustainable reports elaborated and disclosed by the automobile companies with highest sales rates in 2018. More precisely, we have taken into account the environmental standards developed by Global Reporting Initiative (GRI) because these are the KPIs universally employed by businesses for their disclosure practices.

Conclusions/Results – It was found that interest in reporting on environmental issues was inversely proportional to sales figures. In addition, it was found that the most frequently mentioned environmental aspects were energy, emissions and environmental assessment of suppliers. On the other hand, no evidence was found of differences in performance due to geographical issues.

Research implications – Our overall results reveal some interesting information not only for the CEOs of these companies but also for all their stakeholders, policy makers and people in general. Moreover, from an academic point of view, this research contributes to the scarce literature about the necessary choice of those indicators that best disclose about the SDGs.

Originality - In September 2015, the UN launched the SDGs in order to solve some of the most urgent problems facing the world. On the same date a scandal shook the global automobile industry. The American Environmental Protection Agency (EPA) announced that Volkswagen was falsifying the results of pollutant emissions from several of its cars with diesel engines sold in the United States between 2008 and 2015. However, it should be noted that the case of Volkswagen is not the only scandal in the automobile industry. Toyota had safety problems in 2009 that led to the death of people due to problems in some of its vehicles. In this context, we consider it is crucial to examine what are these companies are doing some years later in relation to achieving the SDGs related to the environment.

Keywords - Automobile industry; Content analysis; Environmental GRI standards; Sustainability Reporting; Sustainable Development Goals.

REFERENCES

Lyytimäki, J.; Salo, H.; Lepenies, R.; Büttner, L.; Mustajoki, J. (2020). Risks of producing and using indicators of Sustainable Development Goals. *Sustainable Development*, forthcoming.

Rosati, F.; Faria, L.G.D. (2019). Business contribution to the Sustainable Development Agenda: Organizational factors related to early adoption of SDG reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* 26, 588-597.

Sullivan, K.; Thomas, S.; Rosano, M. (2018). Using industrial ecology and strategic management concepts to pursue the Sustainable Development Goals. *Journal of Cleaner Production* 174, 237-246.

Szennay, A.; Sziegeti, C.; Kovacs, N.; Szabó, D.R. (2019). Through the Blurry Looking Glass-SDGs in the GRI Reports. *Resources* 8, 101.

Teaching methodologies

LA GAMIFICACIÓN COMO HERRAMIENTA DE MOTIVACIÓN EN EL AULA

Autores:

Beatriz Corchuelo Martínez-Azúa

bcorchue@unex.es, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, Badajoz, España.

RESUMEN EXTENDIDO

Objetivos – El principal objetivo del estudio ha sido analizar la *motivación* en el aula a través de la gamificación con el fin de lograr una mejora en el *aprendizaje*.

Marco teórico – Se evaluó la influencia de la gamificación en la motivación de los alumnos de diversos grupos en en la Facultad de CC.EE. y EE. de Badajoz (España) (Stake 2006). La motivación se debe entender como un “factor” que está presente en el proceso de aprendizaje (Mora, 2007). Existe evidencia del resultado positivo que tiene el uso de la gamificación en el aula (Díez et al. 2017; Moya et al. 2017; Pintor 2017).

Metodología – El instrumento de gamificación utilizado fue *Kahoot*. De forma general, se usó como medio de repaso de los temas explicados. La evaluación se llevó a cabo a través de los datos recogidos en los informes disponibles on line (create.kahoot.it) y de un cuestionario enviado a los alumnos al finalizar el semestre.

Conclusiones – En todos los grupos, el acogimiento del uso del Kahoot y la valoración de la experiencia fue positiva. No solo aumentó la motivación, sino que los alumnos destacaron otros aspectos positivos como: aumentar la atención, la asistencia a clases, y el interés por aprender de una forma amena y divertida.

Implicaciones de investigación – Comprobar la efectividad del uso de metodologías activas como instrumento de motivación y aprendizaje. Mejora el rendimiento y el clima en el aula aumentando el interés y la participación.

Originalidad – El estudio es original al analizar la efectividad que tiene en la mejora de la motivación como principal factor que influye en el proceso de aprendizaje.

Palabras clave – Gamificación: Kahoot; motivación.

BIBLIOGRAFÍA

Díez, J.C., Bañereres, D., & Serra, M. (2017). Experiencia de gamificación en Secundaria en el Aprendizaje de Sistemas Digitales. *EKS*, 18 (2), 85-105.

Mora, C. (2007). La motivación del aprendizaje y logros. Motivación e incentivación. Gestipolis.

Moya, M.M., Carrasco, M.M., Jiménez, M.A., Ramón, A., Soler C., y Vaello, M.T. (2016). El aprendizaje basado en juegos: experiencias docentes en la aplicación de la plataforma virtual "Kahoot". XIV Jornadas de Redes de Investigación en Docencia Universitaria. Investigación, innovación y enseñanza universitaria: enfoques pluridisciplinares. Universidad de Alicante.

Pintor, P. (2017). Gamificando con Kahoot en evaluación formativa. *Infancia, Educación y Aprendizaje (IEYA)*, 3(2), 112-117.

Stake, R. (2006). Evaluación comprensiva y evaluación basada en estándares. Barcelona: Graó.

DINÁMICAS PARTICIPATIVAS EN EL APRENDIZAJE DE LA SOSTENIBILIDAD, DESARROLLANDO RETOS DE LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS), CON EL USO DE LA HERRAMIENTA DIGITAL MIRO

Juan Antonio Torrecilla-García juantorrecilla@uma.es, Universidad de Málaga, España

Georgette Andraz

gandraz@ualg.pt, Universidade do Algarve - ESGHT, Portugal

Antonio Cortés-Ramos

antoniocortes@uma.es, Universidad de Málaga, España

Agnieszka Grazyna Skotnicka

askotnicka@uma.es, Universidad de Málaga, España

RESUMO ALARGADO

Objetivos – Esta investigación abarca la elaboración de los contenidos y la ejecución de las dinámicas participativas a través de la herramienta digital MIRO (miro.com), con el fin de crear instrumentos ágiles y participativos para mejorar la experiencia de aprendizaje de la sostenibilidad entre alumnado universitario.

Referencial Teórico – Los métodos de enseñanza y aprendizajes participativos, y basados en *learning-by-doing*, están ganando importancia en la transmisión de los temas complejos como puede ser la sostenibilidad o el desarrollo sostenible (Meythaler & Martínez, 2020). Apostar por las dinámicas participativas con un toolkit predefinido y validado (Martin & Baker, 2000), implica aproximar al participante alumno, pero también al emprendedor, a los métodos de absorción de contenidos contextualizados y llevados a la práctica (Mindt & Rieckmann, 2017; Wamsler, 2020). Además, al emplear para la ejecución de estas dinámicas las modernas herramientas digitales, se alcanza un doble objetivo, flexibilidad para las aportaciones en tiempo real, a la vez que la mejora de las competencias digitales, cuyo impacto revierte sobre el mismo concepto de la sostenibilidad (Aguayo, 2016).

Metodología – Esta investigación se ha llevado a cabo en el formato de experimentación y posterior normalización vía observación de los usuarios. Posteriormente se ha descrito los casos de 3 grupos independientes que han realizado las dinámicas, destacando especialmente el valor metodológico y los resultados del aprendizaje alcanzado.

Conclusões/Resultados – Las herramientas digitales, como la base de dinámicas participativas síncronas, han resultado de gran utilidad para transmitir los conceptos y aplicarlos en proyectos grupales, como es el caso del aprendizaje de temas complejos como la sostenibilidad. Por otro lado, el ratio de absorción de conocimientos y de competencias prácticas, de aplicarlo en soluciones a problemas reales detectados, ha sido significativamente mayor que en el caso de masterclass.

Implicações da investigação – Esta investigación, avalada por un estudio del marco teórico relacionado con el aprendizaje de temas de sostenibilidad, especialmente en el contexto de las ODS, define la metodología e instrumentos necesarios para llevar sesiones participativas síncronas, enfocadas a la definición de retos específicos, la contextualización de factores del entorno, la generación de soluciones y la validación. Por lo tanto, se apuesta por una inmersión virtual en el paradigma de la sostenibilidad, sensibilizando hacia las ODS y, a su vez, se fomenta las destrezas digitales al aplicar la herramienta MIRO. En consecuencia, este enfoque es fácilmente trasladable a los entornos empresariales, institucionales y educativos, modificando mínimamente la complejidad de los conceptos usados en las dinámicas.

Originalidade – La investigación acometida se basa en un enfoque novedoso donde las dinámicas participativas, en tiempo real, se llevan a un entorno virtual, promoviendo nuevas estructuras didácticas y colaborativas, que aproximan al alumnado al aprendizaje de temas complejos.

Palavras-chave - dinámicas participativas, aprendizaje, sostenibilidad, ODS, herramientas digitales

BIBLIOGRAFIA

Aguayo, C. (2016). Activity theory and online community education for sustainability: when systems meet reality. In *Activity Theory in Education* (pp. 139-151). Brill Sense.

MARTIN, N., & BAKER, A. (2000). Linking work and learning toolkit. Portland, OR: worksystems, inc., & Portland, OR: Northwest Regional Educational Laboratory.

Meythaler, A. Á., & Martínez, J. G. (2020). Reflexiones sobre métodos de enseñanza y aprendizaje participativo en la cátedra de taller de diseño estratégico. *Cuadernos del Centro de Estudios en Diseño y Comunicación. Ensayos*, (104), 253-280.

Mindt, L., & Rieckmann, M. (2017). Developing competencies for sustainability-driven entrepreneurship in higher education: A literature review of teaching and learning methods. *Teoría de la Educación; Revista Interuniversitaria*, 29(1), 129.

Wamsler, C. (2020). Education for sustainability: fostering a more conscious society and transformation towards sustainability. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 21(1), 112-130.

Estilos de Aprendizagem e Pensamento Criativo em Estudantes de um curso de verão numa Instituição de Ensino Superior

Ana Rolo

ana.rolo@esce.ips.pt, ESCE - Instituto Politécnico de Setúbal

Ana Lúcia Ramos

ana.ramos@ess.ips.pt, ESE - Instituto Politécnico de Setúbal

José Palma

jose.palma@estsetubal.ips.pt, EST-Setúbal - Instituto Politécnico de Setúbal

Rodrigo Lourenço

rodrigo.lourenco@estsetubal.ips.pt, EST-Setúbal - Instituto Politécnico de Setúbal

Luísa Cagica Carvalho

luisa.c.carvalho@esce.ips.pt, ESCE - Instituto Politécnico de Setúbal

Resumo Alargado

Objetivos – Aferir sobre os estilos de aprendizagem e a pensamento criativo dos estudantes que integraram a “Escola de verão em *Design Thinking*”, projeto financiado pela Fundação para a Ciência e Tecnologia (FCT), com o Instituto Politécnico de Setúbal como promotor.

Referencial Teórico – Tendo por base o *Design Thinking*, uma das metodologias de PBR, este projeto procurou soluções inovadoras para problemas reais, o que exigiu o desenvolvimento do pensamento criativo num processo de co-criação entre estudantes e organizações parceiras, numa abordagem iterativa entre os diversos stakeholders. Na base deste estudo estiveram três conceitos que se procurou explorar: os estilos de aprendizagem, o pensamento criativo e o PBR.

Metodologia – Foram aplicados dois inquéritos por questionário: o “Inventário de Estilo Individual de Aprendizagem”, traduzido e adaptado do teste de Kolb por Aguilar (2000) e a “Escala de autoavaliação de confiança criativa nos estudantes”, (adaptada de Royalty, Oishi & Roth, 2014).

Conclusões/Resultados – Relativamente aos estilos de aprendizagem, os resultados permitiram concluir que o grupo de participantes é caracterizado pelos quatro estilos de aprendizagem definidos por Kolb, com maior predominância da conceção abstrata, seguida da experimentação ativa, por último com igual classificação, a experiência concreta e observação reflexiva.

Implicações da investigação – Pretende contribuir para a melhor perceção de como podemos estimular o pensamento criativo em estudantes utilizando o DT e a metodologia PBR e adequar a formação aos diferentes estilos de aprendizagem.

Originalidade – A constituição de equipas multidisciplinares que permitiram uma abordagem transdisciplinar dos problemas, situação pouco habitual dos estudantes experienciarem ao longo do curso e que os retirou da sua zona de conforto. Permitiu a co-criação de conhecimento num ambiente colaborativo com parceiros organizacionais numa clara aproximação entre a academia e as organizações.

Palavras-chave - project based research; design thinking; co-criação; estilos de aprendizagem; pensamento criativo;

BIBLIOGRAFIA

Aguilar, L. (2000). Manual de Comunicação para o Ensino do Português, Língua Estrangeira. ISBN 2-922821 08 0. <http://teiaportuguesa.tripod.com/fichaestiloaprendizagem.htm>

Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2005). Learning styles and learning spaces: Enhancing experiential learning in higher education. *Academy of Management Learning and Education*, 4 (2), 193–212. <https://doi.org/10.5465/AMLE.2005.17268566>

Kolb, A. Y., & Kolb, D. A. (2017). Experiential Learning Theory as a Guide for Experiential Educators in Higher Education. *ELTHE: A Journal for Engaged Educators*, 1(1), 7–45. <https://nsuworks.nova.edu/elthe/vol1/iss1/7>

Kolb, D. A. (1984). *Experiential Learning: Experience as The Source of Learning and Development*. Prentice Hall, Inc., 1984, 20–38. <https://doi.org/10.1016/B978-0-7506-7223-8.50017-4>

Royalty A., Oishi L.N., Roth B. (2014) Acting with Creative Confidence: Developing a Creative Agency Assessment Tool. In: Leifer L., Plattner H., Meinel C. (eds) Design Thinking Research. Understanding Innovation. Springer.

*Planning and spatial planning
/ Strategic management
/ Law*

DETERMINANTS OF SATISFACTION ON DARK IMMERSIVE THEATRE EXPERIENCES

Miguel Belo

miguelgbn1@gmail.com, Institute of Geography and Spatial Planning, University of Lisbon

Nuno Gustavo

nuno.gustavo@eshte.com, Estoril Higher Institute for Tourism and Hotel Studies

ABSTRACT

Purpose – This research aims to explain customer overall satisfaction in Dark Immersive Theatre Experiences (DITE) as a function of (dis)confirmation of motivations and to establish the relationship among customer overall satisfaction, customer loyalty and tourism potential.

Theoretical framework – This research continues previous studies (Belo & Gustavo, 2020a; Belo & Gustavo, 2020b), relying on the Expectation Confirmation Theory, originally developed by Oliver (1977; 1980), which seeks to explain post-purchase satisfaction involving as primary constructs expectations, perceived performance, disconfirmation of beliefs and satisfaction. This study employs the same structure of the theory, although addressing motivations, perceived performance, (dis)confirmation of motivations, customer overall satisfaction, customer loyalty and tourism potential as primary constructs.

Design/methodology/approach – Data were collected from 444 pre-/post-experience questionnaires. Multivariate linear regression analyses were used to predict customer overall satisfaction. Simple linear regressions and Pearson correlations were then used to establish the relationship among customer overall satisfaction customer loyalty and tourism potential.

Findings – Our findings suggest that (dis)confirmation of motivations were significant to predict customer overall satisfaction in DITE. Moreover, the results obtained demonstrate a strong effect of customer overall satisfaction on tourism potential.

Research, Practical & Social implications – Our study suggests that by meeting customers' motivations, DITE's managers can expect an increase in customer overall satisfaction, consequently increasing DITE's tourism potential.

Originality/value – By following the structure of a well-established theory, this research contributes for increasing DITE's tourism potential.

Keywords – Dark immersive theatre experiences (DITE); Dark tourism; Expectation Confirmation Theory; satisfaction; motivations.

REFERENCES

- Belo, M. & Gustavo, N. (2020a). The potential of dark immersive theatre experiences as a tourism product: The case of the Lisbon Metropolitan Area. In Calisto, L., Carvalho, L. & Gustavo, N. (Eds.), *Strategic Business Models to Support Demand, Supply, and Destination Management in the Tourism and Hospitality Industry* (pp. 70-89). Pensilvânia, Estados Unidos da América: IGI Global. DOI: 10.4018/978-1-5225-9936-4.ch004
- Belo, M. & Gustavo, N. (2020b, march). *Motivational profiles in Dark Immersive Theatre Experiences: The Muzeum's case*. Communication presented in the IV International Forum on Management – Value Creation and Local Heritage, march 5th – 7th, Universidade Aberta, Lisbon, Portugal.
- Oliver, R. (1977). *Effect of Expectation and Disconfirmation on Postexposure Product Evaluations - an Alternative Interpretation*. *Journal of Applied Psychology*, 62(4): 480–486. doi:10.1037/0021-9010.62.4.480
- Oliver, R. (1980). *A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions*. *Journal of Marketing Research*, 17(4): 460–469. doi: 10.2307/3150499

Tourism

ACTUACIÓN MEDIOAMBIENTAL Y DIVERSIDAD DE GÉNERO EN EL SECTOR TURÍSTICO: ANÁLISIS DE LA POSIBLE RELACIÓN

Clara Gallego-Sosa

clarags@unex.es, Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, 06006 Badajoz, España.

Milagros Gutiérrez-Fernández

mgutierrezf@unex.es, Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo, Universidad de Extremadura, 10071 Cáceres, España.

Yakira Fernández-Torres

yakiraft@unex.es, Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Facultad de Empresa, Finanzas y Turismo, Universidad de Extremadura, 10071 Cáceres, España.

Marcelino Sánchez-Rivero

sanriver@unex.es, Departamento de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Extremadura, 06006 Badajoz, España.

RESUMEN EXTENDIDO

Objetivo – Determinar si la diversidad de género en el gobierno corporativo constituye un elemento diferenciador entre empresas con distintos comportamientos hacia el medioambiente.

Marco teórico – El estudio se sustenta en la teoría de la agencia (Fama y Jensen, 1983) y la teoría de la dependencia de los recursos (Pfeffer y Salancik, 1978), así como en la teoría de los escalafones (Hambrick y Mason, 1984).

Metodología – Se llevará a cabo una estimación econométrica mediante un modelo de efectos fijos empleando una muestra mundial de 120 empresas turísticas cotizadas ubicadas en 26 países, pertenecientes a los cinco continentes, entre los años 2002 y 2019.

Resultados – Los consejos de administración más diversos en género y con mayor presencia de mujeres están asociados a un peor desempeño medioambiental.

Implicaciones de la investigación – Contribuir a la puesta en marcha de iniciativas que fomenten la representación femenina en los consejos de administración de las empresas, y a la adopción de nuevos mecanismos que incrementen la realización de prácticas medioambientales para mitigar los efectos de la actividad empresarial en el planeta.

Originalidad – La novedad de este trabajo radica en su contribución a los objetivos mundiales enmarcados en la Agenda 2030 mediante el estudio del sector turístico, un sector firmemente posicionado en ella, realizándose especial hincapié en el logro de la igualdad de género a través del empoderamiento de la mujer y en aquellos desafíos mundiales pertenecientes al pilar planeta. Asimismo, hasta nuestro conocimiento es la primera investigación que estudia la posible relación entre la diversidad de género y la actuación medioambiental en el sector turístico.

Keywords - Actuación Medioambiental, Diversidad de Género, Consejo de Administración, Sector Turístico, Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Agradecimientos - Esta publicación cuenta con la financiación del Ministerio de Universidades a través del programa de Formación del Profesorado Universitario (FPU2019-02375).

REFERENCES

Fama, E.F. y Jensen, M.C. (1983). Separation of ownership and control. *Journal of Law and Economics*, 26(2), 301–325.

Hambrick, D.C. y Manson, P.A. (1984). Upper Echelons: The organization as a reflection of its top managers. *The Academy of Management Review*, 9(2), 193-206.

Pfeffer, J.S. y Salancik, G.R. (1978). *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*. Stanford University Press, New York.

INTELLECTUAL CAPITAL IN TOURISM AND HOSPITALITY SECTOR: AN EMPIRICAL STUDY OF PORTUGUESE TOURISM REGIONS

Lurdes Silva

lsilva@ipca.pt, School of Management, Polytechnic Institute of Cávado and Ave, Portugal

Vânia Costa

vcosta@ipca.pt, School of Hospitality and Tourism, Polytechnic Institute of Cávado and Ave, Portugal

Paula Loureiro

ploureiro@ipca.pt, School of Management, Polytechnic Institute of Cávado and Ave, Portugal

EXTENDED ABSTRACT

Objectives – According to the literature, the intellectual capital is one of the main competitiveness enhancers of today's companies and a fundamental dimension of organizational performance. The intellectual capital is a critical element of value creation in organization, able to contribute for sustainable and higher financial income. This work aims to: (1) identify the added value and the efficiency of intellectual capital in its three dimensions - (i) human capital, (ii) structural capital and (iii) relational capital – in the tourism sector, with the analysis of the tourism regions in Portugal (Turismo de Portugal, 2020); (2) evaluate its impact on the business performance; and finally (3) analyze the results according to the tourism region where the companies are based in.

Data are drawn from Simplified Business Information based on the Iberian Balance Analysis System (SABI). This study was performed with a sample of sheets and financial reports of 46 951 Portuguese companies in the tourism sector during the 2007 to 2016 period. The study follows the Portuguese Classification of Economic Activities (CAE), and focuses on concrete in the segment of Transport and Logistics; Accommodation and Catering and Recreational and Cultural Activities.

Theoretical Reference – Organizations need to adopt new forms of management in order to ensure their competitiveness, which may pass by investing in areas such as employee training, customer relations, research and development. These investments fall in the intellectual capital approach. The components of intellectual capital are human capital, structural capital and relational capital. The human capital is the knowledge and skills of individual workers, the structural capital is a strategic asset that includes infrastructure, information systems, internal processes and the relational capital is the value of the relations established with the stakeholders. These components of intellectual

capital are the drivers of value creation that contribute most to innovation and sustained achievement of competitive advantages. Pulic (1998, 2000) was one of the first authors that focused the research on the perspective of intellectual capital in order to explicitly focus on the relationship between intellectual capital and economic performance. For the design of the VAIC model, the author part of the goal to find a way of measuring the knowledge-based economy that is able to indicate the amount of value created (Flores, García & Adame, 2017). According to the authors, the main argument of Pulic, Makro and Karmen (2009) draws on the knowledge of human resources that transform and incorporate knowledge into products and services that create value. In this sense, the author interprets the costs with knowledge workers as an investment in human capital, which expects a return. This study intended to measure the extent to which a company produces added value based on the use of intellectual capital that is measured by the sum of ratios that incorporate the three components in which the model is based.

Methodology – Data are drawn from Simplified Business Information based on the SABI. This study was performed with a sample of sheets and financial reports of 46 951 Portuguese companies in the tourism sector, during the period 2007 to 2016, with the focus on the segments of Transport and Logistics; Accommodation and Catering and Recreational and Cultural Activities.

Conclusions/Results - This study sought to analyse the efficiency of IC value creation in the tourism sector in Portugal from 2007 to 2016. The results revealed the concept that IC has the potential to become the new source of wealth in the Portuguese hospitality and tourism sectors. The analysis by tourism region in Portugal showed that, in the period from 2007 to 2016, it is in the region of Lisbon Metropolitan Area that is concentrated the largest number of tourism companies, being the region with the highest percentage of employment in this sector and, consequently, higher levels of spending on salaries. There is also a trend of costs with proportionally lower wages in the North region. The Azores region has a higher growth rate in the number of tourism companies in the period analysed (more than 200%) and the region of Madeira to which the number of companies grew the least in the same period. The growth in the number of companies in the Azores region is accompanied by a higher average in the VAIC indicator in 2016 compared to the other regions, with the region of Madeira having the highest average in this indicator in 2007. The Azores are thus revealed not only to be the region that grew the most, but also the one that was most effective in converting intellectual

resources into financial resources. This indicator shows more differences between pairs of regions in 2016 than in 2007, with a greater gap between regions in the VAIC in 2016. The employed efficiency coefficient indicator, which represents the efficiency coefficient of physical and financial capital, is the one that presents statistically significant results to confirm the existence of differences between more tourism regions, both in 2007 and in 2016. Thus, there is a trend of greater differences in the indicators of efficiencies in tourism companies in each region, which leads us to conclude that there is a growing creativity in the tourism industry, which has been stimulating the competitiveness and quality of tourism in each region.

The results reveal that the Azores region grew the most in the number of tourism companies in this period, and Madeira was the region with the lowest growth. The average Value Added Intellectual Capital (VAIC) indicator in 2007 is higher in the Madeira region, with Azores having the highest average of VAIC in 2016, becoming by that the region that most effectively converts intellectual capital into financial capital. There are also differences between more tourism regions in 2016 compared to 2007 in all the indicators analysed, namely VAIC, capital employed efficiency and intellectual capital efficiency, which may possibly be concluded that was an increasing trend of innovation and uniqueness of the tourism sector in each region, generating greater added value for companies in this sector.

Research Implications- The intellectual capital is recognized in the literature as the most important productivity factor in the current economy. We have seen a dramatic growth of intangible factors of development in the world in the last decades of the twentieth century, being responsible for this situation the large mergers and acquisitions, the expansion in the services sector, the sophistication of the technologies and markets and the strong customer orientation (Rodrigues, 2011). Pulic (1998) sought, through the VAIC model, to measure business performance in the knowledge-based economy through the quantification of the intellectual efficiency in value creation context. This study sought to analyse the efficiency of intellectual capital value creation in the tourism sector in Portugal from 2007 to 2016. The results revealed the concept that intellectual capital has the potential to become the new source of wealth in the Portuguese hospitality and tourism sectors.

Originality- The paper represents a pioneering attempt to understand the relationship of intellectual capital and firm's performance on Portuguese tourism sector's, to provide

solid recommendations for the importance of intellectual capital in the sustainable growth of organizations in this sector. This study contributed to identify the creation of efficiency and value in Portuguese tourism sector.

Keywords – Hospitality; Human Capital; Intellectual Capital; Tourism sector, Value Added Intellectual Coefficient (VAIC)

REFERENCES

Flores, M., García, M., & Adame, M. (2017). Medición del capital intelectual en el sector bancario: aplicación de los modelos Skandia y VAIC. *Innovar*, 27 (66), 75-89.

Pulic, A. (1998). Measuring the Performance of Intellectual Potential in Knowledge Economy. *2nd McMaster World Congress*. Austria: Austrian Team for Intellectual Potential.

Pulic, A. (2000). VAIC-an accounting tool for IC management. *International Journal of Technology Management*, 20 (5-8), 702-715. DOI: 10.1504/IJTM.2000.002891

Pulic, A, Marko, K., Karmen, J., (2009). Efficiency of Intellectual Capital in Hotel Business. *Tourism & Hospitality Management*, 15 (1), 129-138.

Rodrigues, A.M. (2011). Activos intangíveis. Algumas reflexões contabilísticas e fiscais. In: P. Otero. F. Araújo. J.T. Gama (Org), *Estudos em memória do Prof. Doutor J. L. Saldanha Sanches* (469-520), Coimbra, Portugal, Coimbra Editora.

Turismo de Portugal (2020). Entidades Regionais de Turismo. http://business.turismodeportugal.pt/pt/Conhecer/Quem_e_quem/Paginas/Entidade_s-Regionais-de-Turismo.aspx

BOAS PRÁTICAS DE GESTÃO PÚBLICA DESENVOLVIDAS EM UMA SMART CITY BRASILEIRA: O CASO DE CURITIBA

Dra. Jennifer Caroline Soares

jenni_caroline@academico.ufs.br, Universidade Federal de Sergipe, Grupo de Pesquisa Gestão de Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS)

Joseane Solon dos Santos

joseanesolonsantos@yahoo.com.br, Universidade Federal de Sergipe, Grupo de Pesquisa Gestão de Turismo e Hospitalidade (CNPQ/UFS)¹

RESUMO ALARGADO

Objetivo– identificar boas práticas de gestão pública de um destino turístico brasileiro que se destaca como cidade inteligente.

Referencial Teórico– uma perspectiva recente de gestão de destinos turísticos é a de Destino Turístico Inteligente-DTI. O conceito provém das cidades inteligentes, enfocadas na sustentabilidade econômica e ambiental e na melhoria da qualidade de vida dos cidadãos (Caragliu, Del-Bo & Nijkamp, 2011). Um DTI incorpora a raiz conceitual de cidade inteligente (Gretzelet al., 2015), considerando também as necessidades dos turistas.

Metodologia– foi realizado um estudo qualitativo, mediante a extração de dados da página web da prefeitura de Curitiba, utilizando um protocolo previamente estruturado em cinco categorias: 1. Fomento a economia, 2. Bem-estar da população e inclusão social; 3. Mobilidade; 4. Proteção ambiental; e 5. Governança. A cidade foi selecionada porque se destaca como cidade inteligente na América Latina (Ontiveros, Vizcaíno & Sabater, 2016) e como destino de negócios, eventos e convenções do Brasil (MTUR, 2019).

Conclusões/Resultados– Entre as ações identificadas, destacam-se o incentivo à pequenos e microempreendedores; o atendimento a pessoas em situação de vulnerabilidade econômica, com mobilidade reduzida, dependentes químicos e mulheres vítimas de violência; o fomento a energias limpas, a meios de transporte coletivos acessíveis e menos poluentes e não motorizados. Curitiba desenvolve ações

¹ Projeto realizado com o apoio do Programa Institucional de Bolsas de Iniciação Científica PIBIC - UFS

inovadoras para responder a crescentes demandas ambientais e sociais que podem contribuir para a sua consolidação enquanto DTI.

Implicações da investigação– Conhecer as boas práticas pode auxiliar a tomada de decisão em cidades com demandas similares.

Originalidade- A investigação aborda uma temática atual e original aplicada a uma das principais cidades inteligentes da América Latina.

Palavras-chave- destino turístico inteligente; cidade inteligente; Curitiba; turismo; Brasil

BIBLIOGRAFIA

Caragliu, A., Del-Bo, C., Nijkamp, P. (2011). SmartCities in Europe. *Journal of Urban Technology*, 18(2), 65-82. DOI: 10.1080 / 10630732.2011.601117

Gretzel, U., Werthner, H., Koo, C., Lamsfus, C. (2015). Conceptual foundations for understanding smart tourism ecosystems. *Computers in Human Behavior*, 50, 558-563.

Mtur - Ministério do Turismo do Brasil (2019). Pesquisa da demanda turística internacional no Brasil. Fichas sínteses 2014-2018. Brasília: Subsecretaria de inovação e gestão do conhecimento.

Ontiveros, E., Vizcaíno, D., Sabater, V. L. (2016). *Lasciudades del futuro: inteligentes, digitales y sostenibles*. Barcelona: Ariel.

