



## **LIBRO DE RESÚMENES**

### **XXIII SEMINARIO LUSO-ESPAÑOL DE ECONOMIA EMPRESARIAL**

#### **WORKSHOP NUEVOS INVESTIGADORES**

*Salamanca, 17,18 y 19 de noviembre de 2021*



CIBECEM - CÍRCULO IBÉRICO DE ECONOMÍA EMPRESARIAL

Universidad de Salamanca. Facultad de Economía y Empresa.  
Departamento de Administración y Economía de la Empresa.

Editado por el Departamento de Administración y Economía de  
la Empresa de la Universidad de Salamanca en 2022

ISBN: 978-84-09-38556-0

Todos los derechos reservados

Impreso en Salamanca, España.

## ÍNDICE

<b>1. PRESENTACIÓN</b> .....	<b>7</b>
<b>2. COMITÉ ORGANIZADOR</b> .....	<b>9</b>
<b>3. WIN</b> .....	<b>10</b>
<b>3.1. PRESENTACIÓN</b> .....	<b>10</b>
<b>3.2 PROGRAMA</b> .....	<b>11</b>
<b>4. WORKSHOP-WIN BUSINESS SUSTAINABILITY</b> .....	<b>12</b>
<b>4.1. PRESENTACIÓN</b> .....	<b>12</b>
<b>4.2 PROGRAMA</b> .....	<b>12</b>
<b>5. SEMINARIO LUSO-ESPAÑOL DE ECONOMÍA EMPRESARIAL</b> .....	<b>14</b>
<b>5.1. PRESENTACIÓN</b> .....	<b>14</b>
<b>5.2. PROGRAMA</b> .....	<b>14</b>
<b>5.3. COMUNICACIONES PRESENTADAS</b> .....	<b>19</b>
<i>Turismo y desarrollo local</i> .....	<b>20</b>
O impacto do turismo internacional e do terrorismo no crescimento económico dos países do Conselho da Europa. Ângela Sofia Laiginhas Pina, José Alberto Fuinhas, Zélia Serrasqueiro, Matheus Belucio .....	<b>21</b>
Análisis de la gestión de Instagram de los hoteles de la provincia de Huelva a través de los procesos comparativos de Benchmarking. M <sup>a</sup> Asunción Grávalos Gastaminza, Rocío Hernández Garrido, Cinta Pérez Calañas y Miguel Ramos Martínez.....	<b>22</b>
A indústria criativa numa região de baixa densidade: O caso da região do Douro. Corolina Monteiro, Anderson Rei Galvão y Carla Marques .....	<b>23</b>
<i>Responsabilidad Social Corporativa</i> .....	<b>24</b>

A religião e o comportamento dos investidores nos mercados financeiros: Uma revisão sistemática da literatura. Carina Ramos Jesus, Luís Miguel Serra Coelho y Rúben Miguel Torcato Peixinho.....25

Impacto das iniciativas de RSC na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa na visão de alunos do ensino superior - um novo olhar, mais amplo e inclusivo. Jucélia Appio Frizon y Teresa Eugénio. ....26

Análisis de los incentivos fiscales en favor de las fundaciones ibéricas para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Ana Fialho, María del Mar Soto Moya, José Francisco Sedeño López, Patrícia Anjos Azevedo .....27

### *Economía Financiera y Contabilidad* ..... 28

O Impacto da Literacia Financeira na tomada de decisões de investimento no Mercado de Ações: uma revisão sistemática da literatura. Luís André Inácio, Luís Miguel Serra Coelho y Rúben Miguel Torcato Peixinho .....29

"Sticky cost", descripción y tamaño de la empresa. Ángel Sabino Mirón Sanguino, Eva Crespo-Cebada, Carlos Díaz-Caro.....30

O ensino do Desenvolvimento Sustentável e o futuro profissional de contabilistas e auditores: a perspetiva dos estudantes e Reguladores Profissionais. Sónia Gomes, Susana Jorge, Teresa Eugénio. ....31

### *Marketing* ..... 32

Dos décadas de investigación en marketing con electroencefalograma (EEG). Aroa Costa Feito y Ana M. González Fernández. Miguel Cervantes Blanco. ....33

Sounding marketing: sound and voices as sounds stimuli in digital marketing. Evelyn Sophía Valenzuela Gálvez, Óscar González Benito, Álvaro Garrido Morgado.....34

Boost your email marketing campaign! emojis as visual stimuli to influence customer engagement. Evelyn Sophía Valenzuela Gálvez, Óscar González Benito y Álvaro Garrido Morgado. ....35

### *Estrategia*..... 36

Business model innovations and its relation with sustainable development in agribusiness: a bibliometric analysis. Rita Mafalda Teixeira Estácio, Teixeira, Mário Sérgio Carvalho, Maria Conceição Rego y Emídio Ferreira Santos Gomes.....37

Aprendizaje basado en la experiencia en cursos de Estrategia: el caso Microtech. Isabel Suárez González, Pablo Doucet Sánchez. ....38

Supply Chain Performance Assessment Using Accounting Metrics and Efficiency Analysis: The case of the wine industry in Portugal. Rui Fragoso, António A. C. Vieira. ....	39
<i>Emprendimiento e innovación</i> .....	40
SMEs innovation output and firm growth in an economic crisis period: insights for post COVID-19. Pablo Garrido Prada, Desiderio Romero Jordán y María Jesús Delgado Rodríguez. ....	41
Análisis de los factores que influyen en la adopción de las TIC y su efecto en el rendimiento de las pymes: el caso de Extremadura. Nuria Ramos Vecino, Antonio Fernández Portillo y Manuel Almodóvar González. ....	42
Bibliometric analysis over entrepreneurial education. María Calzado Barbero y Antonio Fernández Portillo.....	43
<i>Estrategia II</i> .....	44
Determinantes do crescimento das Pequenas e Médias Empresas: Uma Revisão Sistemática de Literatura. Agostinho Bumba y Zélia Maria da Silva Serrasqueiro Teixeira, Filipe Sardo. ....	45
A Influência das Estratégias de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente na Colaboração Universidade-Empresa: Uma Análise Transfronteiriça. Telma Mendes, Carla Mascarenhas, Anderson Rei Galvão Carla Marques, João J. Ferreira. ....	46
Drivers of labor redeployment-based competitive advantage: The impact of labor market conditions and the institutional context. Pablo Doucet, Ignacio Requejo e Isabel Suárez-González. ....	47
<i>Sostenibilidad</i> .....	48
Estudio bibliométrico del vínculo entre Sostenibilidad y Economía Circular en los actuales modelos de negocio. Dolores Gallardo-Vázquez y Juan de la Cruz Sánchez-Domínguez. ....	49
The impact of adoption of sustainable agricultural innovations for food security in África. José do Rosário, Livia Madureira, Carlos Marques.....	50
STAKOLDERS' perception On sustainability drivers, impacts and barriers in the organic Cocoa Value Chain of São Tomé and Príncipe (STP). Ibrahim Prazeres, Maria Raquel Lucas y Ana Marta Costa.....	51
<i>Emprendimiento</i> .....	52

Empreender em territorios de baixa densidade. Fernanda Maria Bizarro Policarpo, Ricardo Maria Hernández Mogóllon, Marí Ángeles Revilla Camacho, Antonio Fernández Portillo. ....	53
The influence of entrepreneurial intention on new venture creation in the African context. Rui Fragoso y Renato Pereira. ....	54
Passion and intention in entrepreneurship. Moderation of personal control and positive attitude towards innovation. Evelyn Sophía Valenzuela Gálvez, Rosa María Hernández-Maestro. ....	55
<i>Empresa familiar</i> .....	56
Como a família influencia o desempenho da empresa rural? uma abordagem empregando a escala F-Pec e o PLS-SEM. Stella Mara Bimbato, Mirian Batista de Oliveira Bortoluzzi, Simone Geitenes Colombo Taner Douglas Alves Bitencourt, Anna Vitoria Checchi da Silva y José Francisco dos Reis Neto. ....	57
Which CSR dimension do family firms prioritise? A contingent analysis. María del Pilar Rivera-Franco, Ignacio Requejo e Isabel Suárez-González. ....	58
A governação das empresas familiares numa ótica de fornecedor cliente. Rui Manuel Mendes Mansidão y André Bernardo Lemos Alves. ....	59
<i>Estrategia III</i> .....	60
Efficiency change over time: evidence from the portuguese banking sector. André Lemos Alves y Rui Mendes Mansidão. ....	61
Identificación de los referentes de moda de la mujer indígena boliviana. Valeria Salinas-Maceda. ....	62
Análisis de la rentabilidad empresarial, influencia del coste pegajoso. Ángel Sabino Mirón Sanguino, Eva Crespo-Cebada, Carlos Díaz-Caro .....	63
<b>5.4. REVISORES DE LAS COMUNICACIONES</b> .....	<b>64</b>
<b>6. PREMIOS Y DISTINCIONES</b> .....	<b>64</b>

## 1. PRESENTACIÓN.

CIBCEM es la red de Universidades ibéricas fronterizas que nace jurídicamente en 2005 y a la que se han ido integrando las universidades públicas de la Raya. La USAL se integró a través del convenio suscrito en 2012 por los rectores de las universidades integrantes. Las ocho universidades que la integran son: Universidade do Algarve, Universidade de Évora, Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro, Universidade da Beira Interior, Universidad de Vigo, Universidad de Salamanca, Universidad de Huelva y Universidad de Extremadura.

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

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

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

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

2007	IX Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Beira Interior
2008	X Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Huelva
2009	XI Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Algarve
2010	XII Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Vigo
2011	XIII Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Évora
2012	XIV Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Salamanca
2013	XV Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Tras-Os-Montes e Alto Douro
2014	XVI Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Extremadura
2015	XVII Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Beira Interior
2016	XVIII Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Salamanca
2017	XIX Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Algarve
2018	XX Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Huelva
2019	XXI Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Évora
2020	XXII Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Vigo
2021	XXIII Seminario Luso Español de Economía Empresarial	Salamanca

En esta edición el Seminario y el WIN contaron se hicieron solo en formato online como consecuencia de la pandemia. Se inscribieron 68 investigadores (22 de la USAL). Las sesiones se transmitieron online en abierto. Todos los inscritos podían compartir su enlace con otros investigadores que entendiesen que podían tener interés en las dos actividades. Además de los inscritos, se enviaron invitaciones para participar a otros departamentos de administración de empresas y grupos de investigación. Cualquier persona que haya recibido la invitación con el enlace pudo acceder a cada sesión. El objetivo este acceso abierto fue facilitar la participación y el conocimiento de estas actividades de CIBECM.

La información del Seminario y del WIN se encuentran en la web: <https://sleeesalamanca.usal.es/>



### **Seminario Luso Español de Economía Empresarial:**

Número de comunicaciones recibidas: 40

Número de comunicaciones aceptadas: 33

### **Workshop de Nuevos Investigadores – Investigadores Nascentes:**

Número de propuestas de investigación recibidas: 22

Número de propuestas de investigación aceptadas: 12 (número máximo establecido por CIBECEM)

El coste de la inscripción conjunta para el WIN y para SLEEE ha sido de 30 €. Se ha contado con el apoyo financiero del Departamento de Administración y Economía de la Empresa y del Grupo de Investigación de Excelencia en Sostenibilidad (GECOS) vinculado al Instituto Multidisciplinar de la Empresa.

En esta edición se han incorporado como apoyo a Seminario dos revistas incluidas en SJR (SCImago Journal Rank). Las comunicaciones premiadas en el Seminario 2021 fueron invitadas a enviar sus propuestas de publicación a las revistas **Bottom Line** (Scopus Q2) y **European Journal of Management and Business Economics** (Scopus Q2), siguiendo el proceso ordinario de revisión de cada revista. Se comunicó a cada uno de los editores de las dos revistas la relación de comunicaciones premiadas que quisieron optar a este proceso de revisión preferente. Estas dos revistas se suman a la revista Journal of Management and Business Education que desde hace varias ediciones ofrece esta posibilidad a la comunicación distinguida en el ámbito de la formación en administración de empresas.

## **2. COMITÉ ORGANIZADOR.**

El Comité Organizador de este XXIII Seminario estuvo integrado por los siguientes profesores del Departamento de Administración y Economía de la Empresa de la USAL:

Luis Rodríguez Domínguez	Economía Financiera y Contabilidad
Gustavo Lannelongue Nieto	Organización de Empresas
Pablo Garrido Prada	Organización de Empresas
Álvaro Garrido Morgado	Comercialización e Investigación de Mercados
Pablo Antonio Muñoz Gallego (Presidente)	Comercialización e Investigación de Mercados

### 3. WORKSHOP NUEVOS INVESTIGADORES/INVESTIGADORES NOVELES (WIN).

#### 3.1. Presentación

En el Workshop WIN (Workshop de Investigadores Nacientes/Nóveles) se presentaron los proyectos de tesis doctoral o de investigación doctoral en curso. El Workshop ofrece a los estudiantes de doctorado en economía y administración de empresas y a los investigadores en general, la oportunidad de compartir su investigación con investigadores consolidados tanto de España como de Portugal, además de interactuar con otros estudiantes de doctorado con sus mismos intereses. El WIN es una actividad integrada en el XXIII Seminario Luso Español de Economía Empresarial 2021.

El WIN tuvo dos sesiones, una general en la que se expusieron seis propuestas de investigación, y otra específicamente centrada en Business Sustainability, en la que se expusieron otras seis propuestas de investigación específicamente centradas en sostenibilidad. El contenido de esta sesión se recoge en el siguiente epígrafe.

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

El Workshop tuvo lugar la tarde del miércoles 17 de noviembre de 2022 y fue exclusivamente online. Estuvo coordinado y moderado por los profesores Mari Cruz Sánchez Escobedo (Universidad de Extremadura) y Ricardo Gouveia Rodrigues (Universidade de Beira Interior).

## 3.2 Programa

Miércoles, 17 (quarta-feira)

16:30-16:35 Presentación de la sesión.

Dra. Mari Cruz Sánchez Escobedo. Universidad de Extremadura. Dr. Ricardo Gouveia Rodrigues. Universidade de Beira Interior

16:35-18:05 Presentación de investigaciones

The resilience of family firms.  
Meryaam El Kaddouri. Universidad de Salamanca

Análisis de la experiencia del turista en el destino turístico a través de imágenes de redes sociales y técnicas big data.  
Sofía Blanco Moreno. Universidad de León.

Dark Tourism and Tourism Well-Being: the trivialization of horror?  
José Magano. Instituto Superior de Ciências Empresariais e do Turismo. Universidad de Vigo.

18:05-18:15 Descanso

18:15-19:45 Presentación de investigaciones

Contributions of knowledge to the international strategies of pharmaceuticals: insights from Brazilian, European, and American markets  
Talita da Silva Ferreira. Universidad de Salamanca.

Diseño y uso de sistemas de control de gestión para la mejora del rendimiento en equipos.  
Lisseth Vásquez Peñaloza. Universidad Pablo de Olavide.

Agricultura familiar e desenvolvimento sustentável em São Tomé e Príncipe- uma abordagem via programação linear etnográfica (PLE)  
Gilkson Miller Tiny. Universidade de Évora.

19:45 Cierre del WIN

## 4. WORKSHOP-WIN BUSINESS SUSTAINABILITY.

### 4.1. Presentación

Una parte del WIN estuvo dedicada específicamente a Business sustainability. Fue organizado por el Círculo Ibérico de Economía Empresarial (CIBECEM), en colaboración con el Grupo de Excelencia GECOS (Unidad de Excelencia en Gestión Económica para la Sostenibilidad CLU-2019-03) del Instituto Multidisciplinar de la Empresa de la Universidad de Salamanca, financiado por la Junta de Castilla y León y el Fondo Social Europeo de Desarrollo Regional. Tuvo lugar en la mañana del jueves 18 de noviembre de 2021 exclusivamente en formato online.

Se invitó a dos investigadores muy reconocidos en el área de sostenibilidad para que presentasen un trabajo de investigación sobre sostenibilidad y que fuesen los comentaristas de seis propuestas de investigación de doctorandos que trabajan en sostenibilidad. Estas propuestas de investigación fueron seleccionadas de entre las recibidas en el WIN. Estuvo coordinado y moderado por los profesores Mari Cruz Sánchez Escobedo (Universidad de Extremadura) y Ricardo Gouveia Rodrigues (Universidade de Beira Interior).

### 4.2 Programa

Jueves, 18 (quinta-feira): Workshop Business Sustainability.

09:00-09:05 Presentación de la sesión *Business sustainability*.  
Mari Cruz Sánchez Escobedo. Universidad de Extremadura

09:05-10:00 Conferencia  
"The impact of decarbonization on the business strategy-performance nexus: How riding the new wave of climate change interacts with your competitive strategy".  
[Xosé H. Vázquez](#), Catedrático de Organización de empresas de la Universidad de Vigo

10:00-11:15 Presentación de investigaciones  
Modelo de decisão para desenvolvimento energético sustentável do estado de Mato Grosso do Sul  
Mirian Bortoluzzi. Universidade Anhanguera Uniderp (Brasil).

La relación entre agencia y estructura en la institucionalización de posicionamientos sobre la Moratoria de la Soja  
Tiago Ferreira Quilice. Universidad de Salamanca.

Smart circular business models in portuguese agribusiness value chains.  
Barbara Lamolinara. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.

11:15-11:30 Descanso

11:30-11:35 Presentación de la sesión: *Business sustainability*.  
Profesor Ricardo Goveia Rodrigues. Universidade de Beira Interior

11:35-12:30 Conferencia  
"The long journey from green marketing to sustainability"  
Profesora [Arminda do Paço](#), Professora Associada com Agregação. Universidade da Beira Interior

12:30-13:45 Presentación de investigaciones

Análise da confiança em cadeias de abastecimento agroalimentares com foco na sustentabilidade.  
Michel Tavares Quinteiro. Universidade de Évora.

Avaliação da sustentabilidade de propriedades rurais produtoras de leite da região de Medianeira, Paraná, Brasil.  
Simone Geitenes Colombo. Universidade Anhanguera Uniderp (Brasil).

Ovinos do Pantanal: perspectivas mercadológicas e de sustentabilidade ambiental  
Taner Douglas Alves Bitencour. Universidade Anhanguera Uniderp (Brasil).

13: 45 Cierre del Workshop

## **5. SEMINARIO LUSO-ESPAÑOL DE ECONOMÍA EMPRESARIAL**

### **5.1. Presentación**

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

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

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

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

### **5.2. Programa**

## XXIII SEMINARIO LUSO-ESPAÑOL DE ECONOMIA EMPRESARIAL

Salamanca, 18 y 19 de noviembre de 2021

### JUEVES, 18 (QUINTA FEIRA)

15:30 -16:00 APERTURA DEL XXIII SEMINARIO SLEEE2021

Bienvenida por parte de Belén Lozano García, Directora del Departamento de Administración y Economía de la Empresa, Jesús Galende del Canto, Decano de la Facultad de Economía y Empresa, y Pablo Antonio Muñoz Gallego, Presidente de CIBECEM

16:00-16:30 CONFERENCIA DE APERTURA.

#### **Digitalización y automatización en las empresas industriales. La experiencia del ITCL.**

José María Vela. Director General del Instituto Tecnológico de Castilla y León (ITCL Centro Tecnológico).

#### **16:30-18:00h: SESIONES PARALELAS 1.**

<p>SP1.1 Turismo y desarrollo local Moderadora: Rosa María Hernández Maestro</p> <p>O impacto do turismo internacional e do terrorismo no crescimento económico dos países do Conselho da Europa. <i>Ângela Sofia Laiginhas Pina, José Alberto Fuinhas, Zélia Serrasqueiro, Matheus Belucio. Universidade da Beira Interior.</i></p> <p>Análisis de la gestión de Instagram de los hoteles de la provincia de</p>	<p>SP1.2 Responsabilidad Social Corporativa (RSC) Moderador: Pablo Garrido Prada</p> <p>A religião e o comportamento dos investidores nos mercados financeiros: Uma revisão sistemática da literatura. <b>Carina Ramos Jesus, Luís Miguel Serra Coelho y Rúben Miguel Torcato Peixinho.</b> <i>Universidade do Algarve.</i></p> <p>Impacto das iniciativas de RSC na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa na visão de alunos do ensino superior -</p>	<p>SP1.3 Economía Financiera y Contabilidad Moderadora: Belén Lozano García.</p> <p>O Impacto da Literacia Financeira na tomada de decisões de investimento no Mercado de Ações: uma revisão sistemática da literatura. <b>Luís André Inácio, Luís Miguel Serra Coelho y Rúben Miguel Torcato Peixinho.</b> <i>Universidade do Algarve.</i></p> <p>"Sticky cost", descripción y tamaño de la empresa.</p>
---	---	---

<p>Huelva a través de los procesos comparativos de Benchmarking. <i>M<sup>a</sup> Asunción Grávalos Gastaminza, Rocío Hernández Garrido, Cinta Pérez Calañas y Miguel Ramos Martínez. Universidad de Huelva.</i></p> <p>A indústria criativa numa região de baixa densidade: O caso da região do Douro. <i>Corolina Monteiro, Anderson Rei Galvão y Carla Marques. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.</i></p>	<p>um novo olhar, mais amplo e inclusivo. <b>Jucelia Appio Frizon</b> y <i>Teresa Eugénio. UNIOESTE – Universidade Estadual do Oeste do Paraná, Brasil.</i></p> <p>Análisis de los incentivos fiscales en favor de las fundaciones ibéricas para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. <i>Ana Fialho, María del Mar Soto Moya, José Francisco Sedeño López, Patrícia Anjos Azevedo. Universidade de Évora.</i></p>	<p><i>Ángel Sabino Mirón Sanguino, Eva Crespo-Cebada, Carlos Díaz-Caro. Universidad de Extremadura</i></p> <p>O ensino do Desenvolvimento Sustentável e o futuro profissional de contabilistas e auditores: a perspectiva dos estudantes e Reguladores Profissionais. <i>Sónia Gomes, Susana Jorge, Teresa Eugénio. Instituto Politécnico de Leiria. Universidade de Coimbra.</i></p>
---	---	---

## 18.00-19:30h: SESIONES PARALELAS 2.

<p>SP2.1 Marketing Moderador: Pablo Antonio Muñoz Gallego</p> <p>Dos décadas de investigación en marketing con electroencefalograma (EEG). <i>Aroa Costa Feito y Ana M. González Fernández. Miguel Cervantes Blanco. Universidad de León.</i></p> <p>Sounding marketing: sound and voices as sounds stimuli in digital marketing. <i>Evelyn Sophía</i></p>	<p>SP2.2 Estrategia Moderador: Luis Vázquez Suárez</p> <p>Business model innovations and its relation with sustainable development in agribusiness: a bibliometric analysis. <b>Rita Mafalda Teixeira Estácio, Teixeira, Mário Sérgio Carvalho, Maria Conceição Rego y Emídio Ferreira Santos Gomes. Universidade de Trás-os-Montes Alto-Douro.</b></p>	<p>SP2.3 Emprendimiento e Innovación Moderadora: Lucía Muñoz Pascual</p> <p>SMEs innovation output and firm growth in an economic crisis period: insights for post COVID-19. <b>Pablo Garrido Prada, Desiderio Romero Jordán y María Jesús Delgado Rodríguez. Universidad de Salamanca.</b></p> <p>Análisis de los factores que influyen en la adopción de las TIC y su efecto en el rendimiento de las pymes: el caso de Extremadura. <b>Nuria Ramos Vecino, Antonio Fernández Portillo y Manuel</b></p>
--	---	---



<p>Valenzuela Gálvez, Óscar González Benito, Álvaro Garrido Morgado. Universidad de Salamanca.</p> <p>Boost your email marketing campaign! emojis as visual stimuli to influence customer engagement. Evelyn Sophía Valenzuela Gálvez, Óscar González Benito y Álvaro Garrido Morgado. Universidad de Salamanca.</p>	<p>Aprendizaje basado en la experiencia en cursos de Estrategia: el caso Microtech. Isabel Suárez González, <b>Pablo Doucet Sánchez</b>. Universidad de Salamanca.</p> <p>Supply Chain Performance Assessment Using Accounting Metrics and Efficiency Analysis: The case of the wine industry in Portugal. Rui Fragoso, António A. C. Vieira. CEFAGE Research Centre, University of Évora.</p>	<p>Almodóvar González. Universidad de Extremadura.</p> <p>Bibliometric analysis over entrepreneurial education. María Calzado Barbero y Antonio Fernández Portillo. Universidad de Extremadura.</p>
--	--	---

### **VIERNES 19 (SEXTA FEIRA)**

#### **9:00-10.30 h: SESIONES PARALELAS 3.**

<p>SP3.1 Estrategia Moderador: Gustavo Lannelongue Nieto</p> <p>Determinantes do crescimento das Pequenas e Médias Empresas: Uma Revisão Sistemática de Literatura. Agostinho Bumba y Zélia Maria da Silva Serrasqueiro Teixeira, Filipe Sardo. Universidade da Beira Interior.</p> <p>A Influência das Estratégias de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente na Colaboração Universidade-Empresa: Uma Análise</p>	<p>SP3.2 Sostenibilidad Moderadora: Carmen González-Zapatero Redondo</p> <p>Estudio bibliométrico del vínculo entre Sostenibilidad y Economía Circular en los actuales modelos de negocio. Dolores Gallardo-Vázquez y Juan de la Cruz Sánchez-Domínguez. Universidad de Extremadura</p> <p>The impact of adoption of sustainable agricultural innovations for food security</p>	
---	---	--

<p>Transfronteiriça. <i>Telma Mendes, Carla Mascarenhas, Anderson Rei Galvão Carla Marques, João J. Ferreira. Escola Superior de Tecnologia e Gestão (ESTG) do Instituto Politécnico do Porto, Porto.</i></p> <p>Drivers of labor redeployment-based competitive advantage: The impact of labor market conditions and the institutional context. <i>Pablo Doucet, Ignacio Requejo e Isabel Suárez-González. Universidad de Salamanca.</i></p>	<p>in África. <b>José do Rosário</b>, <i>Lívia Madureira, Carlos Marques. Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro.</i></p> <p>STAKOLDERS' perception On sustainability drivers, impacts and barriers in the organic Cocoa Value Chain of São Tomé and Príncipe (STP). <i>Ibrahim Prazeres, Maria Raquel Lucas y Ana Marta Costa. Center for Advanced Studies in Management and Economics (CEFAGE) and Centre for Transdisciplinary Development Studies (CETRAD)</i></p>	
---	---	--

#### 10:30-12.00h: SESIONES PARALELAS 4.

<p>SP4.1 Emprendimiento Moderadora: Isabel Suárez González</p> <p>Empreender em territorios de baixa densidade. <i>Fernanda Maria Bizarro Policarpo, Ricardo Maria Hernández Mogóllon, Mari Ángeles Revilla Camacho, Antonio Fernández Portillo. Instituto Politécnico de Portalegre.</i></p> <p>The influence of entrepreneurial intention on new venture creation</p>	<p>SP4.2 Empresa familiar Moderador: Luis Rodríguez Domínguez</p> <p>Como a família influencia o desempenho da empresa rural? uma abordagem empregando a escala F-Pec e o PLS-SEM. <b>Stella Mara Bimbató</b>, <i>Mirian Batista de Oliveira Bortoluzzi, Simone Geitenes Colombo Taner Douglas Alves Bitencourt, Anna Vitoria Checchi da Silva y José Francisco dos Reis Neto. UNIDERP/PPG-MPA. Brasil.</i></p>	<p>SP4.3 Estrategia Moderador: Álvaro Garrido Morgado</p> <p>Efficiency change over time: evidence from the portuguese banking sector. <i>André Lemos Alves y Rui Mendes Mansidão. ESTSetúbal –IPS.</i></p> <p>Identificación de los referentes de moda de la mujer indígena boliviana. <i>Valeria Salinas-Maceda, Universidad de Salamanca</i></p>
---	---	---

<p>in the African context. <i>Rui Fragoso y Renato Pereira. CEFAGE Research Centre, University of Évora.</i></p> <p>Passion and intention in entrepreneurship. Moderation of personal control and positive attitude towards innovation. <i>Evelyn Sophía Valenzuela Gálvez, Rosa María Hernández-Maestro. Universidad de Salamanca.</i></p>	<p>Which CSR dimension do family firms prioritise? A contingent analysis. <b>María del Pilar Rivera-Franco,</b> <i>Ignacio Requejo e Isabel Suárez-González. Universidad de Salamanca.</i></p> <p>A governação das empresas familiares numa ótica de fornecedor cliente. <i>Rui Manuel Mendes Mansidão y André Bernardo Lemos Alves. ESTSetúbal –IPS.</i></p>	<p>Análisis de la rentabilidad empresarial, influencia del coste pegajoso. <i>Ángel Sabino Mirón Sanguino, Eva Crespo-Cebada, Carlos Díaz-Caro. Universidad de Extremadura.</i></p>
---	---	---

12.15-13.15h: MESA REDONDA DE EMPRESAS

**Crecimiento y liderazgo en empresas familiares de mediano tamaño.**

Moderador: Alberto de Miguel Hidalgo. Catedrático de Universidad en Economía Financiera y Contabilidad. Presidente Fundación Bases.

D. Eustaquio Andrés. Presidente Grupo Andrés S.L.

D. Juan Pontvianne. Presidente Plásticos Durex S.L.

D. Juan Atanasio Carrasco Gómez. Consejero Delegado Santos Carrasco Manzano S.A.

13.15-14:00 h: CLAUSURA Y ENTREGA DE PREMIOS

Javier González Benito, Vicerrector de Economía de la Universidad de Salamanca. Pablo Antonio Muñoz Gallego, Presidente CIBCEM.

16:00 – 17:00 SESIÓN PANEL

\*El viernes 19 de 10:30 a 11:30 h. tuvo lugar la reunión anual de CIBCEM.

**5.3. Comunicaciones presentadas**

## TURISMO Y DESARROLLO LOCAL

## **O impacto do turismo internacional e do terrorismo no crescimento económico dos países do Conselho da Europa.**

Ângela Sofia Laiginhas Pina,  
José Alberto Fuinhas, Zélia  
Serrasqueiro, Matheus Belucio.

Este artigo pretende examinar o impacto do turismo internacional e do terrorismo no crescimento económico dos países do Conselho da Europa para 33 países do Conselho da Europa. O período considerado para análise contempla dados de 1995 a 2018. O método Panel Autoregressive Distributed Lag foi selecionado para aferir os impactos de curto e longo prazo. Os efeitos da globalização e da taxa de câmbio efetiva real também foram considerados. A presença de dependência seccional heterocedasticidade e autocorrelação de primeira ordem nos modelos inferiu na utilização do estimador de Driscoll & Kraay (1998). Foi verificado o impacto positivo do turismo internacional no crescimento económico dos países do Conselho da Europa no curto prazo e longo prazo. O modelo econométrico possibilitou também verificar o impacto positivo, (a longo

prazo) da globalização no crescimento económico. Não foram encontrados resultados estatisticamente significantes entre o terrorismo e o crescimento económico dos países do Conselho da Europa. Os resultados aqui encontrados suportam que os decisores do Conselho da Europa devem desenvolver medidas públicas que promovam as atividades do turismo. Em simultâneo, podem propor medidas que visem reduzir cada vez mais o terrorismo e desenvolver medidas de incentivo à atração e captação de turismo internacional através das vantagens intrínsecas ao fenómeno da globalização.

Palavras-chave: Crescimento económico; turismo internacional; terrorismo; Conselho da Europa; análise em painel.

Los resultados de este trabajo ponen de manifiesto una considerable despreocupación por parte de los hoteles onubenses de la comunidad online a través de Instagram, principalmente esta despreocupación o desinterés se observa en los hoteles onubenses que no pertenecen a ninguna cadena hotelera.

Palabras claves: Redes Sociales, Instagram, Huelva, Benchmarking

## **Análisis de la gestión de Instagram de los hoteles de la provincia de Huelva a través de los procesos comparativos de Benchmarking.**

M<sup>a</sup> Asunción Grávalos Gastaminza, Rocío Hernández Garrido, Cinta Pérez Calañas y Miguel Ramos Martínez

Hoy día el uso de las redes sociales entre las empresas turísticas está creciendo a un ritmo vertiginoso. Dentro de las redes sociales, es destacable el uso que se hace de Instagram. Por ello, el objetivo de este trabajo es estudiar la gestión de redes sociales que se está haciendo en el sector hotelero de la provincia de Huelva, centrándonos en la red social Instagram.

Para llevar a cabo este estudio se ha utilizado una metodología basada en el proceso de Benchmarking, en la que se han extraído los datos necesarios de las cuentas de Instagram de los hoteles onubenses y se han comparado, tanto su alcance como su contenido, con una muestra de hoteles españoles.

## **A indústria criativa numa região de baixa densidade: O caso da região do Douro.**

Corolina Monteiro, Anderson Rei Galvão y Carla Marques

Este estudo tem como principal objetivo perceber o papel das indústrias criativas na sustentabilidade dos territórios de baixa densidade. Para o desenvolvimento empírico deste estudo, foram recolhidos dados primários através de entrevistas semiestruturadas. As entrevistas foram aplicadas a cinco empreendedores criativos e responsáveis por empresas pertencentes às indústrias criativas, e a quatro responsáveis de instituições locais, nomeadamente, uma universidade, dois municípios e uma incubadora de empresas, e foram tratadas com o apoio do software NVIVO. Os resultados obtidos mostram que as indústrias criativas podem ser solução para os problemas identificados nos territórios de baixa densidade, uma vez que as empresas criativas diminuem a taxa de desemprego e aumentam o número da população, revertendo assim o despovoamento destes territórios. As

indústrias criativas valorizam também os recursos locais e o desenvolvimento da economia local, permitindo assim o surgimento da inovação. Este estudo fornece evidências empíricas sobre a importância das indústrias criativas nos territórios de baixa densidade.

Palavras-chave: Indústrias Criativas, Territórios de Baixa densidade, Empreendedores criativos, Desenvolvimento, Sustentabilidade.

## *RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC)*



procura sempre maximizar a sua função de utilidade esperada. De facto, ainda que essa ideia possa estar subjacente, os investidores tendem a considerar outros aspetos nas suas decisões de investimento, como é o caso da premissa do investimento socialmente responsável.

Palavras-chave: Finanças  
Comportamentais; Religião;  
Mercados Financeiros;  
Comportamento do Investidor;  
Revisão Sistemática da Literatura.

## **A religião e o comportamento dos investidores nos mercados financeiros: Uma revisão sistemática da literatura.**

Carina Ramos Jesus, Luís Miguel Serra Coelho y Rúben Miguel Torcato Peixinho.

Este trabalho revê a literatura existente sobre a influência da religião no comportamento dos investidores nos mercados financeiros, tendo por objetivo a identificação de lacunas de investigação que representem uma oportunidade de investigação futura. A metodologia utilizada foi a revisão sistemática da literatura, que permitiu a identificação e discussão de um conjunto de trabalhos relevantes sobre o tema. Os resultados sugerem que este é um tópico bastante recente e ainda inexplorado, pelo que se afiguram diversas oportunidades de investigação. Ainda assim, a evidência analisada revela que a religião afeta, de diversas formas, a eficiência dos mercados financeiros, contrariando o pressuposto da racionalidade do investidor e contradizendo a ideia de que este

## **Impacto das iniciativas de RSC na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa na visão de alunos do ensino superior - um novo olhar, mais amplo e inclusivo.**

Jucelia Appio Frizon y Teresa Eugénio.

Propósito – Motivado pela Teoria da Legitimidade, dos Stakeholders e de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) este artigo analisa se as expectativas de estudantes em relação às iniciativas de RSC impactam na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa. Tem como escopo estudantes de graduação (Licenciatura e Bacharelado) na área de negócios (Administração, Gestão e Contabilidade) tanto do Brasil como de Portugal.

Design/metodologia/abordagem – Com abordagem quantitativa e descritiva, os dados foram coletados via questionário. Foram analisadas 524 respostas (370 estudantes do Brasil e 154 de Portugal) recorrendo a uma análise estatística multivariada.

Resultados – As evidências apresentadas neste artigo sugerem que os estudantes têm expectativas socioambientais e estas impactam na legitimidade das divulgações de sustentabilidade corporativa. Entendem que as empresas devem envolver-se em iniciativas de sustentabilidade corporativa não apenas pelo lucro financeiro, mas em iniciativas socioambientais e comunicar suas atividades aos diferentes stakeholders.

Originalidade – Os resultados desta pesquisa fornecem evidências empíricas que contribuem para o fortalecimento da literatura. Por um lado, apresenta a percepção dos estudantes numa perspectiva cross country e, por outro, chama a atenção para o importante papel das forças institucionais nas divulgações de RSC.

Palavras-chave: Teoria da Legitimidade, Teoria dos stakeholders, Divulgação de RSC, Pesquisa cross-country, Estudantes.

## **Análisis de los incentivos fiscales en favor de las fundaciones ibéricas para el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.**

Ana Fialho, María del Mar Soto Moya, José Francisco Sedeño López, Patrícia Anjos Azevedo

El objetivo de esta investigación es examinar la existencia de incentivos fiscales en favor del cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) por parte de las fundaciones en Portugal y España. Para ello, se analiza el régimen fiscal de las fundaciones en ambos países, al objeto de determinar cuál es su relación con la consecución de los ODS. Tras examinar los beneficios fiscales existentes en ambos países en favor de las fundaciones, se clasifican en función de su relación con los ODS, de manera que se ponga de relieve cuáles son los objetivos en cuyo fomento deberían incidir los legisladores portugués y español.

Palabras clave: Políticas tributarias, beneficios fiscales, fundaciones, ODS, sostenibilidad.

## *ECONOMÍA FINANCIERA Y CONTABILIDAD*

## **O Impacto da Literacia Financeira na tomada de decisões de investimento no Mercado de Ações: uma revisão sistemática da literatura.**

Luís André Inácio, Luís Miguel Serra Coelho y Rúben Miguel Torcato Peixinho

Este trabalho revê a literatura existente sobre o impacto da literacia financeira na tomada de decisões de investimento no mercado de ações, com o objetivo de identificar eventuais lacunas de investigação que representem oportunidades para investigação futura.

A metodologia utilizada neste trabalho é a revisão sistemática da literatura, que permitiu identificar e discutir um conjunto de trabalhos relevantes sobre o tema. De facto, a pesar deste tópico ser ainda relativamente recente na literatura, existe já evidência que permite concluir que a literacia financeira afeta de forma diversa a tomada de decisão no mercado de ações. Por exemplo, maiores níveis de literacia financeira levam a uma maior

participação no mercado de ações e reduzem o impacto dos vieses psicológicos sobre a tomada de decisão. Por outro lado, a literacia financeira está também associada à correção de comportamentos dos indivíduos após incidentes no mercado. No entanto, o presente estudo mostra há ainda várias oportunidades de investigação, nomeadamente no que concerne à relação entre a literacia financeira e diversificação do portfólio.

Palavras-chave: Literacia Financeira; Mercados Financeiros; Mercado de Ações; Stock Market Participation Puzzle; Revisão Sistemática da Literatura.

Palabras claves: tipo de empresa, asimetría en coste, comportamiento en costes.

## **“Sticky cost”, descripción y tamaño de la empresa.**

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

El estudio de los costes empresariales tradicionalmente consideraba que la variación en los costes ante cambios en el volumen de actividad era proporcional a dicha variación. Sin embargo, la evidencia empírica muestra que este supuesto no se cumple, dando lugar al denominado efecto de costes pegajosos, el cual se define como la situación en la que los costes no varían en la misma proporción cuando disminuye el volumen de actividad. El objetivo de este trabajo consiste en analizar el comportamiento de los costes en la empresa agraria y estudiar si el tipo de empresa afecta a los costes pegajosos. La muestra consiste en un conjunto de 3.859 empresas para un periodo de tiempo que abarca desde 2006 hasta 2019.

Los resultados obtenidos sugieren que las empresas cooperativas y las sociedades anónimas tienen un mayor comportamiento en términos de costes pegajosos en comparación a las sociedades limitadas.

## **O ensino do Desenvolvimento Sustentável e o futuro profissional de contabilistas e auditores: a perspetiva dos estudantes e Reguladores Profissionais.**

Sónia Gomes, Susana Jorge, Teresa Eugénio

**Objetivos:** Este estudo visa analisar a importância atribuída às matérias do Desenvolvimento Sustentável (DS), nos cursos de Contabilidade e Gestão, para o desempenho dos futuros profissionais, contabilistas e auditores. Considera quer a perspetiva dos estudantes, quer a dos Reguladores Profissionais (RP), procurando, averiguar o seu contributo para a integração de temas de DS nos cursos de Contabilidade e Gestão.

**Metodologia:** Para a informação dos estudantes das Instituições de Ensino Superior (IES) inscritos nos cursos de Contabilidade e Gestão, aplicou-se um questionário. Para a perspetiva dos reguladores, foram feitas entrevistas aos bastonários das ordens profissionais portuguesas, Ordem dos Contabilistas Certificados e Ordem dos Revisores Oficiais de Contas.

**Originalidade:** Este estudo posiciona-se no contexto português, onde esta temática carece de investigação, trazendo a novidade de integrar a visão dos estudantes em simultâneo com a dos reguladores profissionais. Recorre-se à teoria dos stakeholders para uma melhor compreensão da influência das partes interessadas internas (estudantes) e externas (profissionais, empresas, RP e sociedade em geral) para a integração do ensino sobre DS.

**Conclusão:** Este estudo permite concluir sobre a urgência do ensino da contabilidade e da gestão se atualizar às novas e futuras exigências da profissão de contabilista e auditor. Os estudantes consideram que o conhecimento sobre a temática do DS é fundamental para o seu futuro profissional. Os resultados mostram que ainda não há uma interação entre as RP e as IES para a integração do ensino sobre o DS, contudo os RP têm manifestado uma preocupação em criar nos profissionais uma consciência sobre a temática.

**Contributos:** Os resultados desta investigação trazem implicações importantes para as IES e RP, potencializando e contribuindo para o debate sobre melhorias para o ensino sobre DS na área das Ciências Empresariais e para o delineamento de futuros processos formativos.

**Palavras-chave:** Desenvolvimento Sustentável, Estudantes em Contabilidade e Gestão, Ordens Profissionais, Relato não financeiro, Teoria dos Stakeholders.

MARKETING



## **Dos décadas de investigación en marketing con electroencefalograma (EEG).**

Aroa Costa Feito y Ana M. González Fernández. Miguel Cervantes Blanco.

El presente trabajo en curso ofrece dos análisis bibliométricos sobre el estado actual de la investigación en Neurociencia del Consumidor y Neuromarketing mediante electroencefalograma (EEG). Esta tecnología se presenta como la técnica de Neuromarketing más adecuada para analizar constructos en situaciones reales de compra, donde el consumidor forma parte activa del proceso. El objetivo principal de este trabajo es identificar nuevas tendencias en la investigación con EEG, así como comprender en profundidad el estado del arte de la disciplina. Para ello, se presentan cuatro cuestiones de investigación: identificación de autores relevantes, revistas que publican sobre Neurociencia del consumidor y EEG, corpus de referencias básicas a tener en

cuenta y temas de investigación tratados en las últimas dos décadas. Se examinan 306 artículos publicados en Web of Science desde 2002 hasta 2021. Desde un punto de vista teórico, se logra identificar las cuestiones de investigación planteadas y determinar que el sector de la publicidad, los productos de alimentación, la predisposición a la compra, los spots comerciales, el estilo de vida, la salud, los estudios sobre preferencia y afectividad de los estímulos de marketing y la toma de decisiones influida por el word-of-mouth forman parte de las tendencias futuras de investigación en el ámbito. Desde un punto de vista práctico, el estudio señala elementos clave que el empresario deberá tener en cuenta para avanzar en la comprensión del consumidor y maximizar su rentabilidad.

Palabras clave: Análisis bibliométrico, Neuromarketing, Neurociencia del consumidor, EEG, Electroencefalograma

Keywords: digital marketing campaigns, customer engagement, email marketing campaigns, emojis.

### **Sounding marketing: sound and voices as sounds stimuli in digital marketing.**

Evelyn Sophía Valenzuela Gálvez,  
Óscar González Benito, Álvaro  
Garrido Morgado.

The purposes of this paper are to i) analyze the effect of emojis to boost customer engagement in email marketing campaigns, and ii) show how some issues such as the type of emoji or the way they are presented (repetition or position of the emojis) may moderate their effectiveness. Four experimental studies were conducted. The analysis indicated that emojis influence customer engagement in email marketing. Specifically, emojis increase the probability of opening the email, the number of times it was opened, and if the consumers who read the email click on the CTA to access additional content. Non-facial emojis and repetition in the subject line influence customer engagement in the email. There are theoretical and managerial implications in digital marketing.

experimento fue en un blog de reseñas de productos con una voz femenina, que narra también el blog escrito. Los sujetos eran estudiantes quienes se expusieron a un tratamiento diferente y después completaron un cuestionario. El análisis indicó que los estímulos auditivos influyen sobre la respuesta conductual y sensorial del consumidor y destaca los matices con el tipo de producto. El estudio tiene diferentes implicaciones teóricas y prácticas para el marketing.

Palabras clave: estímulos auditivos, marketing digital, sonidos, voz, marketing sensorial.

### **Boost your email marketing campaign! emojis as visual stimuli to influence customer engagement.**

Evelyn Sophía Valenzuela Gálvez, Óscar González Benito y Álvaro Garrido Morgado

Los estímulos auditivos se han descuidado en las investigaciones sobre publicidad digital. El presente estudio examinó la influencia de los estímulos auditivos en la respuesta conductual, afectiva y sensorial, con dos tipos de productos (cerveza e impresora), en redes sociales y reseñas de productos en blog. Se realizaron dos experimentos, el primero fue con post de Instagram, en formato de vídeo y el sonido estaba asociado a cada uno de esos productos. El sonido de la cerveza era estimulante y agradable, mientras que el de la impresora no. El segundo

ESTRATEGIA

## **Business model innovations and its relation with sustainable development in agribusiness: a bibliometric analysis.**

Rita Mafalda Teixeira Estácio, Teixeira, Mário Sérgio Carvalho, Maria Conceição Rego y Emídio Ferreira Santos Gomes.

The objective of this article is to identify key links and common points and future interdisciplinary topics between business model innovations and sustainable development in agribusiness, based on a bibliometric and systematic literature review in business model innovations related to sustainable development in agribusiness.

For fulfilling these purposes the authors used a bibliometric analysis, using RStudio – Biblioshiny for Bibliometrix, and revised 251 documents published in journals indexed in Scopus and Web of Science. The review indicated that business model innovations and sustainable development in agribusiness are seen as means of answering to the social, economic and environmental challenges that

lie ahead. The research also reveals that when sustainable development is the subject, sustainable development goals are its main focus. It is increasingly agreed that business models purely focused on profit have major limitations. But what business models innovations can enhance sustainable development in agribusiness? The literature does not yet fully answer this question. So, this is the path of future investigation. The next steps point out the need to identify and analyse case studies concerned with this subject. The current study was limited to search publications from two databases, which allowed the authors to develop a bibliometric analysis with specific software. Despite their recognition, in the research field there are many other publications in other sources and institutional sources that need to be analysed and considered.

Key words: Sustainable development, business model, innovation, agribusiness

aula de un juego de rol, denominado el caso MicroTech. Describiremos nuestra experiencia mediante el uso de esta práctica en contextos presenciales y sus principales resultados.

Palabras clave: aprendizaje experiencial, juego de rol, diversificación, cooperación

## **Aprendizaje basado en la experiencia en cursos de Estrategia: el caso Microtech.**

Isabel Suárez González, Pablo Doucet Sánchez.

Los cambios en la sociedad y en la demanda de competencias en el mercado laboral (trabajo en equipo, uso de TICs, etc.) hace que el proceso de aprendizaje de los estudiantes haya variado mucho. Se requieren metodologías más activas en el aula que involucren a los estudiantes. El aprendizaje basado en la propia experiencia puede tener un papel central en el proceso de aprendizaje de forma que la experiencia se vincula a la reflexión y la comprensión a la acción. Las experiencias permiten que tanto los estudiantes como sus compañeros, y los mismos docentes, continúen aprendiendo activamente a partir de las experiencias del grupo.

El objetivo de este trabajo es la descripción de una práctica concreta en la que se incorpora el aprendizaje experiencial (o basado en la experiencia) a la estrategia docente de un curso de Estrategia empresarial. Se trata del uso en el

companies. The findings also suggest that, in order to improve efficiency, wine companies should reduce inventory and fixed assets and increase sales revenue.

Keywords: Data Envelopment Analysis, Cluster Analysis, Econometric model, Wine industry.

## **Supply Chain Performance Assessment Using Accounting Metrics and Efficiency Analysis: The case of the wine industry in Portugal.**

Rui Fragoso, António A. C. Vieira

Wine is an integral part of the economy and culture of many countries. Despite that, in Portugal – one of the main wine-producers – there is a lack of empirical evidence regarding the efficiency of these firms. Thus, the purpose of this article is to assess such efficiency using a four-step approach, which includes the selection of relevant financial and operational variables, a cluster analysis for the identification of homogenous decision making units, a data envelopment analysis for the efficiency quantification, and an econometric model to determine the variables with most influence on efficiency. The results indicate that 36% of the firms are efficient, in part due to the considerable number of inefficient firms in the regions of North, Centre, and Lisbon and Tejo. The performance of the Setubal, and Alentejo and Algarve regions is noteworthy, since these obtained the highest percentage of efficient

## *EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN*



## **SMEs innovation output and firm growth in an economic crisis period: insights for post COVID-19.**

Pablo Garrido Prada, Desiderio Romero Jordán y María Jesús Delgado Rodríguez.

Not enough is known about the performance of the innovation investment over the product innovation output and firm growth in a context of crisis for micro, small and medium enterprises (SMEs). We discuss that in this kind of period, the pro or anticyclical innovation investment should be discussed from the perspective of relative effort – their innovation investment intensity –. Thus, the objective of the article is to expand the current literature (i) analysing the effect of innovation investment intensity on innovation output, (ii) inspecting the performance of following a pro or anticyclical innovation intensity strategy, and (iii) examining how these outputs impact the SME growth in a period of crisis. Using a panel of Spanish SMEs and a sequential multi-stage approach, we build a novel measure to capture the innovation intensity strategy. We find

that in a period of economic crisis, innovation investment intensity remains decisive for generating product innovations, albeit with the net effect moderated by the innovation intensity strategy. Follow an anticyclical innovation intensity strategy increases the product innovation outputs. However, an anticyclical strategy is counterproductive if the SME, especially small firms, has low levels of innovation investment intensity. Finally, greater outputs of product innovation allow greater growth of SME in crisis than in the pre-crisis periods. This article provides valuable insights to managers aiming to develop an innovation strategy in future turbulence periods after COVID-19.

Keywords – SMEs; innovation output; firm growth; multi-stage model; Economic crisis.

efecto en el rendimiento que han tenido sus TIC. Se han encontrado evidencias de que existe una mejora del rendimiento operativo y que los factores organizacionales son aquellos que más han influido en la digitalización de las organizaciones.

### **Análisis de los factores que influyen en la adopción de las TIC y su efecto en el rendimiento de las pymes: el caso de Extremadura.**

Nuria Ramos Vecino, Antonio Fernández Portillo y Manuel Almodóvar González.

Las TIC tienen un impacto positivo en las organizaciones, principalmente en su rendimiento. Ese rendimiento puede dividirse en operativo y económico. Pero para que exista ese impacto positivo, las TIC previamente han debido ser implantadas correctamente. El Modelo TOE analiza 3 factores que influyen a la hora de tomar la decisión de digitalizar una organización (Organizaciones, Medioambientales y Tecnológicos). Este modelo ha sido ampliado gracias a literatura y se han añadido al análisis 2 factores más (Individuales y Económicos).

Mediante la aplicación de la técnica PLS-SEM hemos desarrollado un modelo basado en el TOE y ha sido aplicado a una muestra de Pymes extremeñas para conocer el

## **Bibliometric analysis over entrepreneurial education.**

María Calzado Barbero y Antonio Fernández Portillo

El presente trabajo tiene como objetivo identificar cómo ha evolucionado el estudio de la educación emprendedora, para ello se llevará a cabo un análisis bibliométrico utilizando los datos ofrecidos por la plataforma Web Of Science en dos horizontes temporales diferentes, por un lado, periodo pre-covid comprendido entre los años 2018 y 2019 y, por otro lado, periodo covid, comprendido entre los años 2020 y 2021.

Se ha llevado a cabo una doble metodología, en primer lugar, se realizará un análisis bibliométrico, en el cual se obtendrán distintos indicadores bibliométricos como: la productividad del campo de investigación científica, análisis de los países con mayor productividad, revisión del tipo de fuente más utilizada y un análisis de los documentos más citados en la plataforma, en segundo lugar, se

llevará a cabo un análisis basado en mapas de indicadores relaciones, por un lado, se analizarán las co-palabras, con el propósito principal de identificar la estructura conceptual y temática de un dominio científico, y, por otro lado, se analizarán las coautorías, con el fin de identificar redes de colaboración en un campo de investigación, autores más relevantes y aquellos con mayor producción.

Los resultados obtenidos nos sugieran que la educación emprendedora no ha perdido relevancia con la aparición del Covid-19 a pesar de que las publicaciones indexadas han disminuido levemente.

**PALABRAS CLAVES:** Análisis bibliométrico, Covid-19, Educación Emprendedora, Emprendimiento.

## *ESTRATEGIA II*

## **Determinantes do crescimento das Pequenas e Médias Empresas: Uma Revisão Sistemática de Literatura.**

Agostinho Bumba y Zélia Maria da Silva Serrasqueiro Teixeira, Filipe Sardo.

A presente pesquisa visa investigar os determinantes de crescimento das pequenas e médias empresas (PMEs). Uma extensa da revisão sistemática de literatura foi a metodologia usada nesta pesquisa considerando os dados de 1996 até 2020. A plataforma utilizada para extração de dados eletrónicos foi Web of Science (ISI), os dados foram extraídos no dia 08 de julho de 2020 publicados em diferentes áreas de pesquisa. Para fins de pesquisa preliminar, utilizou-se a seguinte expressão: SME OR "small and medium" AND grow\*: topic. Nesta pesquisa resultou 5.540 artigos, posteriormente delimitou-se por tipo de documento (Article e Review), idioma (English), área de pesquisa (business Economics). Obedecendo o critério de exclusão, 32 artigos foram aptos e que serviram como base da pesquisa. Os resultados dos

artigos selecionados e analisados, tudo indica que tiveram um tronco comum ao identificar os determinantes relevantes do crescimento das PMEs, políticas públicas, carga tributária, solidez das instituições financeiras, sistema legal, capital humano, inovação e a corrupção, foram os mais evidenciados. O processo metodológico de seleção dos artigos para esse estudo, encontra-se detalhada nas subsecções.

Palavras-Chave: Crescimento; PMEs; Determinantes do Crescimento; Revisão Sistemática de Literatura.

recebidos pelas universidades para cooperar com a indústria convertem o efeito da RIS 3 em níveis mais elevados de colaboração U-E.

Palavras-chave: estratégia de especialização inteligente (RIS 3); colaboração U-E; atividades de investigação; incentivos para interagir com a indústria.

### **A Influência das Estratégias de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente na Colaboração Universidade-Empresa: Uma Análise Transfronteiriça.**

Telma Mendes, Carla Mascarenhas, Anderson Rei Galvão Carla Marques, João J. Ferreira.

Este estudo tem como objetivo explorar a relação entre as estratégias de investigação e inovação para a especialização inteligente (RIS 3) na colaboração universidade-empresa (U-E), considerando o papel desempenhado pelas atividades de investigação e incentivos para interagir com a indústria. Os dados primários foram recolhidos junto de 841 investigadores portugueses e espanhóis. Os resultados mostram que a influência da RIS 3 na colaboração U-E é unicamente mediada pelo desenvolvimento de atividades de investigação e pela atribuição de incentivos para interagir com a indústria. Portanto, esta evidência sugere que o desenvolvimento da pesquisa académica e os incentivos

**Drivers of labor redeployment-based competitive advantage: The impact of labor market conditions and the institutional context.**

Pablo Doucet, Ignacio Requejo e Isabel Suárez-González.

Integrating resource redeployment and strategic human capital perspectives, we develop a framework to investigate in which contexts we expect to see labor redeployment as a source of competitive advantage. We argue that the combination of slack labor market conditions and employment laws strictness provides a competitive advantage for those firms that have the option to redeploy workers across more-related siblings (group-affiliated firms that share location and related industry). As a benchmark, we construct a size, age, and industry matched sample of firms that do not have the possibility to redeploy

labor. Using longitudinal data from 197,000 firms across 26 European countries, we find that having a larger number of more-related siblings decreases the level of underutilized human resources when there are combinations of high supply- (slack labor market conditions) and demand-side (strict employment protection laws) constraints on worker mobility. In these environments, firms with the option to redeploy labor outperform firms without it in terms of profitability.

## SOSTENIBILIDAD



## **Estudio bibliométrico del vínculo entre Sostenibilidad y Economía Circular en los actuales modelos de negocio.**

Dolores Gallardo-Vázquez y Juan de la Cruz Sánchez-Domínguez.

Un modelo de negocio es una nueva unidad de análisis distinta del producto o de la propia empresa, con límites más amplios que la forma tradicional de ver una empresa. Más exactamente, se puede definir como una visión sistémica e integrada para crear y entregar valor a sus clientes. Sin embargo, las cuestiones relacionadas con los aspectos sociales y ambientales han sido desatendidas por el enfoque de los modelos de negocio, en general. La mayoría de estos modelos de negocio tradicionales sólo tienen un objetivo: crear empresas financieramente rentables. Esta "estrechez de miras" ha sido abordada por varios autores debido al surgimiento de las Estrategias de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), por tanto, bajo un enfoque de sostenibilidad y, yendo más allá, del paradigma de la Economía Circular

(EC). Las acciones de RSC son propuestas que deben incluirse en modelos de negocio predominantemente lineales, en los cuales el logro global de la organización se ha medido desde la implementación de estas acciones. La literatura demuestra que la RSC aplicada ha sido efectiva. Sin embargo, nos tenemos que cuestionar si esto es suficiente, lo que lleva a la pregunta: ¿Contemplar la sostenibilidad en las organizaciones bajo un modelo de negocio lineal es suficiente hoy día para satisfacer las exigencias de las empresas y de los grupos de interés? Proponemos la introducción de un nuevo paradigma de la economía, la llamada Economía Circular, en el desarrollo del modelo de negocio de las empresas. Ante la necesidad de observar un cambio de modelo, hemos abordado un estudio bibliométrico que permita situarnos en la necesidad e importancia de estudiar la presente línea de investigación.

Palabras clave: Sostenibilidad, Economía Circular, Modelos de negocio, Estudio bibliométrico.

## **The impact of adoption of sustainable agricultural innovations for food security in África.**

José do Rosário, Livia Madureira, Carlos Marques.

Adoption of sustainable agricultural innovations in Africa is acknowledged to be part of the solution if food security and Sustainable Development Goals (SDGs) are to be achieved. Nevertheless, African farmer's adoption rate remains low, and the implication of adopting agricultural innovations on food security is still not clear. The present study aims at contributing to minimizing this research gap by reviewing the available evidence on the impact of adoption of agricultural innovation involving food security.

The research question to address consists of understanding whether the adoption of sustainable agricultural innovations and practices actually enhances food security in Africa, and what are the key factors that led to success or failure for adoption level of certain sustainable practices across the African continent. Results of a

systematic literature review revealed that adoption has a positive impact on farmers household food security, however the scaling up of the positive impact is limited because of lack of donors to replicate successful projects in other contexts since the main success case are related to projects and programs with the government, and private sector involvement but they are mainly driven by international organizations with a schedule and limited budget for future research. The findings provide clear guidelines for policy makers to design policies that increasingly aim at food security in line with the achievement of sustainable development goals, in the African context and indicates clues for future research.

Keywords: Agricultural Innovations, Adoption, Africa, Food Security.

## **STAKOLDERS' perception On sustainability drivers, impacts and barriers in the organic Cocoa Value Chain of São Tomé and Príncipe (STP).**

Ibrahim Prazeres, Maria Raquel  
Lucas y Ana Marta Costa.

The cocoa-farming households in STP facing several challenges due their poor socio-economic context, the adversity impact of climate changes, the complexity and no access to global chains and, worldwide demand pressure for higher cocoa quality and productivity. Thus, there is a need to find new visions/approaches to improve sustainability in a small producing country such as STP. This exploratory research investigates potential future pathways for the organic cocoa (OC) in STP by mapping the perceptions of producers involved in the value chain. Qualitative interviews, field observation and focus group discussions have been applied to

understand how sustainability is perceived, which are the drivers, impacts and challenges of OC and, how the three sustainability dimensions can be achieved and balanced. Perceptions are rather diverse, reflecting stakeholder's position and knowledge about the context and processes. Also they envisage a sustainability improvement in all three dimensions. However, producer's perception is not adjusted with the experts and OC chain governance (cooperatives) vision. Producers aren't perceiving how governance are adopting new organizational structures or practices letting an effectively sustainability improvement. Most stakeholders perceive that market-related factors drive sustainability standard adoption, and financing-related constraints challenge their wide adoption. There are trade-offs and power asymmetries in OC value chain, manifesting differently, due the governance approaches and process, overall regulations and training. An alignment of perceptions and activities, and a stronger cooperation between the cooperatives, private firms and public institutions are strongly recommended. Also, consider stakeholder's perceptions is a starting point to sustainability improvement of OC in STP.

Key-words: Organic Cocoa;  
Sustainability; Stakeholders;  
Perceptions; Chalalenges.

## EMPRENDIMIENTO

### **Empreender em territórios de baixa densidade.**

Fernanda Maria Bizarro Policarpo, Ricardo Maria Hernández Mogóllon, Marí Ángeles Revilla Camacho, Antonio Fernández Portillo.

Porque os territórios de interior, por regra de baixa densidade, apresentam debilidades que carecem de medidas globais para inverter esse seu ciclo, o empreendedorismo é apresentado como a ação de excelência nesse cenário tentando contrariar a sua expectável evolução. Sendo importante fomentar o empreendedorismo e a cooperação entre as áreas geográficas de forma a potenciar o seu desenvolvimento económico e social, o nosso estudo incide sobre a análise de iniciativas empreendedoras localizadas em regiões de baixa densidade. Nesse sentido, escolhendo a metodologia de estudo de casos, analisamos 5 empresas no território de fronteira Portugal-Espanha, mais concretamente Alentejo-Extremadura, 3 do lado Português e

2 do lado Espanhol, tentando perceber de que forma se envolveram no território e que riqueza potenciaram.

Podemos concluir que para além dos postos de trabalho gerados, as empresas, no seu envolvimento com o seu território apoiam inúmeras iniciativas quer sociais, quer económicas quer desportivas, sendo relevantes para o desenvolvimento do território que integram na generalidade.

Palavras clave: Territórios de baixa densidade, Empreendedorismo, Estudo de Caso, Desenvolvimento Regional.

## **The influence of entrepreneurial intention on new venture creation in the African context.**

Rui Fragoso y Renato Pereira.

This paper analyses the influence of career choice and entrepreneurial intention on new venture creation among African university students. Besides, we explore how the social context may affect new venture creation, taking into account the inner circle of entrepreneurs, the organisational environment and the larger environment. To test our hypotheses, data from the 2018 Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey (GUESSS) were used. We focused on nascent entrepreneurs, who are starting a new business, from Algeria, Sierra Leone and South Africa. Our findings contribute to fill the gap in the literature on the link between entrepreneurial intention and entrepreneurial behaviour, and it is one of the few studies addressed to the entrepreneurial African context.

Key words: Entrepreneurial intention, new business, university students, nascent entrepreneurs, entrepreneurial behaviour.

**Passion and intention in entrepreneurship.  
moderation of personal control and positive attitude towards innovation.**

Evelyn Sophía Valenzuela Gálvez, Rosa María Hernández-Maestro.

The purpose of this paper is to know the role of passion in entrepreneurship as an antecedent to entrepreneurship intentions and the moderation of personal control and a positive attitude towards innovation. To address the research hypotheses, we developed a custom-designed survey with a structured questionnaire. The data was collected in a developing country in Central America. The analysis indicated that passion has a positive relationship with entrepreneurship intention, and personal control, as well as a positive attitude towards innovation, intensify that effect. The study contributes in different ways to the field of entrepreneurship in developing countries.

Keywords: entrepreneurship passion; entrepreneurship intention; personal control; innovation; developing countries.

## EMPRESA FAMILIAR



between the family effect and perceived business performance. Thus, it was concluded that there is a strong relationship between the family effect and the performance of the family business.

Keywords: Family business; Perceived performance; PLS-SEM.

### **Como a família influencia o desempenho da empresa rural? uma abordagem empregando a escala F-Pec e o PLS-SEM.**

Stella Mara Bimbato, Mirian Batista de Oliveira Bortoluzzi, Simone Geitenes Colombo Taner Douglas Alves Bitencourt, Anna Vitoria Checchi da Silva y José Francisco dos Reis Neto.

This study analyzed the concept of family effect on the performance of rural family businesses, using the F-PEC scale. The scale is well known for its validity and reliability measured through the dimensions of power, experience, and culture of family businesses. The model was tested on a sample of 65 in rural businesses in Sorriso, Mato Grosso, Brazil, with characteristics of exclusive family ownership, using structural equation modeling, PLS-SEM, to analyze the relationship between the family effect and business performance. The subscale power does not present a significant contribution and the Culture of commitment was the one that most contributed to the effect of the family. A statistically significant positive relationship was found

### **Which CSR dimension do family firms prioritise? A contingent analysis.**

María del Pilar Rivera-Franco,  
Ignacio Requejo e Isabel Suárez-González.

According to the socioemotional wealth (SEW) approach, family firms face the challenge of balancing economic and non-economic objectives, a central and differentiating element that affects their corporate social responsibility (CSR) practices. In this context, our main objective is to study the effect that family firms' priorities have on their CSR policies, compared to non-family firms. Using a panel of 423 European listed companies (3,918 observations) during the 2008-2017 period, we test the hypothesis that family firms exhibit higher CSR performance than non-family firms. We find that family firms outperform non-family ones at an aggregate CSR level, driven by internal CSR preferences. However, we can also observe remarkable changes when including moderators in the family firms and CSR relationship. We tested four different contingent effects, two of which related to organizational factors such as family firms' identity

and those with family presence on the board, in order to also measure heterogeneity among family firms. And two left, using context factors such as high-tech sectors and perception of corruption. Under these four conditions, family firms prioritise external relations meanwhile at internal and aggregate level of CSR, family firms behave different.

Keywords: CSR, family firms, heterogeneity, stakeholders, panel data

## **A governação das empresas familiares numa ótica de fornecedor cliente.**

Rui Manuel Mendes Mansidão y  
André Bernardo Lemos Alves.

O objetivo central deste trabalho é investigar num contexto de empresas familiares como a gestão da cadeia de abastecimento pode contribuir como vetor estratégico de corporate governance para a orientação destas empresas para o mercado, ao desenvolver padrões de competitividade com reflexos ao nível do seu desempenho.

Este relacionamento é investigado na situação específica da indústria nacional e para o efeito foram recolhidos dados junto num conjunto de empresas familiares. O modelo de investigação, derivado das hipóteses formuladas, foi testado utilizando a análise de equações estruturais, através da técnica dos mínimos quadrados parciais.

Palavras chave: Governance, empresas familiares e orientação para o mercado.

## *ESTRATEGIA III*

## **Efficiency change over time: evidence from the portuguese banking sector.**

André Lemos Alves y Rui Mendes Mansidão.

In this study we aim to analyse how does efficiency changed in the Portuguese banking sector, during the period 2018-2020.

Despite the pandemic crisis, with several social and economic consequences, Portuguese banks seems to be more efficient than in the past. However, in 2019-2020 the average total factor productivity change decreased 5,9%, which can be seen as a warning signal.

To study the efficiency change we use Malmquist index based on DEA model, output oriented, with variable returns to scale. We followed a profit approach, having chosen costs as inputs and income as outputs.

ámbito del folklor, específicamente de las fiestas patronales indígenas urbanas. Los hallazgos permiten: 1) comprender las elecciones de compra de las consumidoras de moda de una minoría étnica y 2) contar con una herramienta para plantear estrategias publicitarias eficientes a partir de los referentes de moda identificados.

### **Identificación de los referentes de moda de la mujer indígena boliviana.**

Valeria Salinas-Maceda.

Keywords: fashion industry, indigenous women, consumer behavior, fashion referents, advertising

En Bolivia las mujeres indígenas urbanas, más conocidas como cholos paceñas, han creado una industria de la moda a partir de la herencia de la cultura aymara. En un mundo de la moda dominado por parámetros caucásicos, las consumidoras de esta minoría étnica no encuentran referentes con quienes autoidentificarse que influyan en sus preferencias de consumo. Se utilizan los conceptos del self-concept y la match-up hypothesis para identificar los posibles referentes de moda de esta industria tomando en cuenta elementos culturales del grupo étnico. Se analiza una muestra de 400 observaciones obtenidas a partir de una encuesta para identificar el grado de influencia de los posibles referentes en la manera de vestir de las consumidoras. El Balanced Worth es el método cuantitativo utilizado para validar a los referentes de moda según las preferencias de las consumidoras. Los resultados muestran que los referentes de moda de esta industria emergen del

negativo sobre el beneficio empresarial, mientras que el Cash Flow ejerce un efecto positivo sobre el mismo.

Palabras claves: costes pegajosos, comportamiento en costes, beneficio empresarial, empresas agrarias.

### **Análisis de la rentabilidad empresarial, influencia del coste pegajoso.**

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

El objetivo de este trabajo es analizar los determinantes de la rentabilidad en empresas agrarias españolas. En concreto, se pretende comprobar si los costes pegajosos influyen en el beneficio o rentabilidad para un conjunto de 3.852 empresas agrarias españolas para el periodo comprendido entre 2006 y 2018. La metodología consiste en el cálculo de los costes pegajosos siguiendo la propuesta de Weis (2010) y la regresión de mínimos cuadrados ordinarios a datos de panel. Los resultados muestran una influencia de los costes pegajosos sobre la rentabilidad de las empresas, lo cual pone de manifiesto que el tipo de gestión de costes realizada por los gerentes de las empresas tiene una influencia relevante para la determinación del éxito empresarial. Además, también se observa cómo el nivel de endeudamiento, el fondo de maniobra, así como el tamaño de la empresa, muestran un efecto

#### 5.4. Revisores de las comunicaciones

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

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

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

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

Almodóvar González, Manuel	Universidad de Extremadura (España)
Blanco Gregory, Rocio	Universidad de Extremadura (España)
Fernández Portillo, Antonio	Universidad de Extremadura (España)
Hernández Renner, Alejandro	Universidad de Extremadura (España)
Jiménez Naranjo, Héctor Valentín	Universidad de Extremadura (España)
López- Mosquera García, Natalia	Universidad de Extremadura (España)
Nevado Gil, María Teresa	Universidad de Extremadura (España)
Sánchez Escobedo, Mari Cruz	Universidad de Extremadura (España)
Sánchez-Oro Sánchez, Marcelo	Universidad de Extremadura (España)
Cepeda Pérez, Juan Manuel	Universidad de Huelva (España)
Hernández Garrido, Rocío	Universidad de Huelva (España)



Martín Zamora, M <sup>a</sup> Pilar	Universidad de Huelva (España)
Nacimiento Coronel, Zulema	Universidad de Huelva (España)
Vargas Sánchez, Alfonso	Universidad de Huelva (España)
Gallego Álvarez, Isabel	Universidad de Salamanca (España)
Garrido Prada, Pablo	Universidad de Salamanca (España)
Lahuerta Otero, Eva	Universidad de Salamanca (España)
Lannelongue Nieto, Gustavo	Universidad de Salamanca (España)
Lozano García, Belén	Universidad de Salamanca (España)
Martínez Ferrero, Jennifer	Universidad de Salamanca (España)
Muñoz Gallego, Pablo A.	Universidad de Salamanca (España)
Requejo Puerto, Ignacio	Universidad de Salamanca (España)
Rodríguez Domínguez, Luis	Universidad de Salamanca (España)
Suárez González, Isabel	Universidad de Salamanca (España)
Alén González, María Elisa	Universidad de Vigo (España)
Cruz González, María Montserrat	Universidad de Vigo (España)
De Carlos Villamarín, Pablo	Universidad de Vigo (España)
Diéguez Castrillón, María Isabel	Universidad de Vigo (España)
Domínguez Vila, Trinidad	Universidad de Vigo (España)
Gueimonde Canto, Ana	Universidad de Vigo (España)
Rivo López, Elena	Universidad de Vigo (España)
Sánchez Fernández, Patricio	Universidad de Vigo (España)
Alves, Helena	Universidade da Beira Interior (Portugal)
Duarte, Paulo	Universidade da Beira Interior (Portugal)
Estêvão, Cristina	Universidade da Beira Interior (Portugal)
Fernandes, Cristina	Universidade da Beira Interior (Portugal)
Ferreira, João	Universidade da Beira Interior (Portugal)
Gouveia Rodrigues, Ricardo	Universidade da Beira Interior (Portugal)
Neves, Pedro	Universidade da Beira Interior (Portugal)
Paço, Arminda do	Universidade da Beira Interior (Portugal)
Pinheiro, Paulo	Universidade da Beira Interior (Portugal)
Raposo, Mário	Universidade da Beira Interior (Portugal)
Casas Novas, Jorge	Universidade de Évora (Portugal)
Correia, José	Universidade de Évora (Portugal)
Fialho, Ana	Universidade de Évora (Portugal)
Fragoso, Rui	Universidade de Évora (Portugal)
Marujo, Noemi	Universidade de Évora (Portugal)
Quaresma, Rui	Universidade de Évora (Portugal)
Saraiva, Margarida	Universidade de Évora (Portugal)
Sarkar, Soumodip	Universidade de Évora (Portugal)
Serra, Jaime	Universidade de Évora (Portugal)
Silvério, Marta	Universidade de Évora (Portugal)
Sousa, António João de	Universidade de Évora (Portugal)
Dias, António	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)
Galvão, Anderson Rei	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)
Madeira, Rui	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)

Marques, Carlos Peixeira	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)
Rainho, Maria José	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)
Rodrigues, Ana	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)
Silva, Rui	Universidade de Trás-os-Montes e Alto Douro (Portugal)
Andraz, Georgette dos Santos	Universidade do Algarve (Portugal)
Machado, Carla	Universidade do Algarve (Portugal)
Martins, Ana Isabel	Universidade do Algarve (Portugal)
Matias, Fernanda	Universidade do Algarve (Portugal)
Matos, Nelson Manuel da Silva	Universidade do Algarve (Portugal)
Rebelo, Sandra	Universidade do Algarve (Portugal)

## 6. PREMIOS Y DISTINCIONES

PREMIOS OTORGADOS POR CIBECM CORRESPONDIENTES AL XXIII SEMINARIO LUSO ESPAÑOL DE ECONOMÍA EMPRESARIAL Y DEL WORKSHOP-WIN

En esta edición se han incorporado dos revistas incluidas en Scopus. **Las comunicaciones premiadas** en el SLEEE 2021 están invitadas a enviar sus propuestas de publicación a las revistas **Bottom Line** (Scopus Q2), **European Journal of Management and Business Economics** (Scopus Q2), siguiendo el proceso de revisión de cada revista. Se informará a cada uno de los editores de las dos revistas la relación de comunicaciones premiadas: título, autores, correos electrónicos y abstract de las mismas, para que pueda tener un proceso de revisión preferente. Estas revistas se suman a la revista **Journal of Management and Business Education** que ya viene apoyando uno de los premios del Seminario.

### Distinción al mejor revisor.

Dado que los dos primeros tienen igual valoración, se conceden a los siguientes profesores:

Nacimiento Coronel, Zulema	Universidad de Huelva (España)
Rodríguez Domínguez, Luis	Universidad de Salamanca (España)

### Mención a la mejor propuesta de investigación WIN-Workshop.

Modelo de decisão para desenvolvimento energético sustentável do estado de Mato Grosso do Sul. Mirian Bortoluzzi. Universidade Anhanguera Uniderp, Programa de Pós-graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional.

Análisis de la experiencia del turista en el destino turístico a través de imágenes de redes sociales y técnicas big data. Sofía Blanco Moreno. Universidad de León.

Se han otorgado de acuerdo a la puntuación de los revisores que han participado estas dos actividades. Dado que las dos propuestas de investigación tienen la misma puntuación, se decide que se otorgue a ambas este premio.

#### **Mención comunicación autores portugueses.**

Supply Chain Performance Assessment Using Accounting Metrics and Efficiency Analysis: The case of the wine industry in Portugal. Rui Frago, António A. C. Vieira. CEFAGE Research Centre, University of Évora.

Se ha otorgado a la de mayor puntuación de acuerdo a las valoraciones de los revisores de las comunicaciones enviadas.

#### **Mención comunicación autores españoles.**

Boost your email marketing campaign! emojis as visual stimuli to influence customer engagement. Evelyn Sophía Valenzuela Gálvez, Óscar González Benito y Álvaro Garrido Morgado. Universidad de Salamanca

Se ha otorgado a la de mayor puntuación de acuerdo a las valoraciones de los revisores de las comunicaciones.

#### **Mención a la mejor comunicación sobre educación en los negocios (Fundación Camilo José Prado).**

O ensino do Desenvolvimento Sustentável e o futuro profissional de contabilistas e auditores: a perspectiva dos estudantes e Reguladores Profissionais. Sónia Gomes, Susana Jorge, Teresa Eugénio. Instituto Politécnico de Leiria. Universidade de Coimbra.

Se ha otorgado a la de mayor puntuación de entre aquellas centradas en educación en los negocios, de acuerdo a las valoraciones de los revisores. El premio implica la publicación en el *Journal of Management and Business Education*, una vez superada la revisión preferente correspondiente

#### **Premio a la mejor comunicación de un joven investigador otorgado por la Cátedra Luis de Camoens de la Universidad Carlos III de Madrid - Fundación Ramón Areces.**

Valeria Salinas-Maceda. Identificación de los referentes de moda de la mujer indígena boliviana. Universidad de Salamanca.

Teniendo en cuenta las candidaturas presentadas a este premio por parte de los autores, se ha otorgado a la comunicación de mayor puntuación otorgada por los revisores.

PRÉMIOS CONCEDIDOS POR CIBECEM CORRESPONDENTES AO SEMINÁRIO XXIII LUSO-ESPANHOL SOBRE ECONOMIA EMPRESARIAL E AO WORKSHOP WIN.

Dois revistas incluídas no Scopus foram incluídos nesta edição. Os trabalhos premiados no SLEEE 2021 são convidados a enviar as suas propostas de publicação para as revistas Bottom Line (Scopus Q2), European Journal of Management and Business Economics (Scopus Q2), seguindo o processo de revisão de cada revista. Cada um dos editores das duas revistas será informado da lista de artigos vencedores: título, autores, e-mails e resumos, para que possam ter um processo de revisão preferencial. Estas revistas juntam-se ao Journal of Management and Business Education, que já tem vindo a apoiar um dos prémios do Seminário.

#### **Distinção para o melhor revisor.**

Dado que os dois primeiros são igualmente classificados, estes são atribuídos aos seguintes professores:

Nacimiento Coronel, Universidade Zulema de Huelva (Espanha).  
Rodríguez Domínguez, Universidade Luis de Salamanca (Espanha)

#### **Menção à melhor proposta de investigação WIN-Workshop.**

Modelo de decisão para desenvolvimento energético sustentável do estado de Mato Grosso do Sul. Mirian Bortoluzzi. Universidade Anhanguera Uniderp, Programa de Pós-graduação em Meio Ambiente e Desenvolvimento Regional.

Análise da experiência turística no destino turístico através de imagens de redes sociais e grandes técnicas de dados. Sofía Blanco Moreno. Universidade de León.

Estas duas actividades foram premiadas de acordo com a pontuação dos revisores que participaram. Dado que as duas propostas de investigação têm a mesma pontuação, foi decidido atribuir-lhes ambos este prémio.

#### **Mencionar comunicação autores portugueses.**

Avaliação do Desempenho da Cadeia de Abastecimento Utilizando Métricas Contabilísticas e Análise de Eficiência: O caso da indústria vinícola em Portugal. Rui Fragoso, António A. C. Vieira. CEFAGE Centro de Investigação, Universidade de Évora.

Foi atribuída àquele com a pontuação mais alta de acordo com as avaliações dos revisores dos trabalhos apresentados.

**Mencionar a comunicação autores espanhóis.**

Impulsione a sua campanha de e-mail marketing! emojis como estímulos visuais para influenciar o envolvimento do cliente. Evelyn Sophía Valenzuela Gálvez, Óscar González Benito e Álvaro Garrido Morgado. Universidade de Salamanca

Foi atribuída àquele que obteve a pontuação mais alta de acordo com as avaliações dos revisores dos trabalhos.

**Menção para o melhor artigo sobre educação empresarial (Fundación Camilo José Prado).**

O ensino do Desenvolvimento Sustentável e o futuro profissional de contabilistas e auditores: a perspetiva dos estudantes e Reguladores Profissionais. Sónia Gomes, Susana Jorge, Teresa Eugénio. Instituto Politécnico de Leiria. Universidade de Coimbra.

Foi atribuída à pontuação mais alta entre os que se concentraram na educação empresarial, de acordo com as avaliações dos revisores. O prémio implica a publicação no Journal of Management and Business Education, uma vez aprovada a revisão preferencial correspondente.

**Prémio para o melhor trabalho de um jovem investigador atribuído pela Cátedra Luis de Camoens da Universidad Carlos III de Madrid - Fundación Ramón Areces.**

Valeria Salinas-Maceda. Identificação das referências de moda das mulheres indígenas bolivianas. Universidade de Salamanca.

Tendo em conta as nomeações apresentadas para este prémio pelos autores, este foi atribuído à comunicação com a pontuação mais elevada dada pelos revisores.