

XI

POSTGRADUATE

CONFERENCE

MANAGEMENT, HOSPITALITY & TOURISM

ESGHT | ISCAL 2020



BOOK OF ABSTRACTS

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

CAMPUS DA PENHA- FARO | PORTUGAL | **2 OCTOBER**

Bem-vindos à XI Postgraduate Conference 2020 da ESGHT – Universidade do Algarve e do ISCAL do Instituto Politécnico de Lisboa



Neste livro vai encontrar os resumos dos conferencistas convidados e os resumos das sessões plenárias, seguidos pelos resumos das sessões paralelas apresentados por ordem alfabética do nome do autor que apresenta a comunicação.

Este ano a conferência vai funcionar em sistema de videoconferência apenas. Esperamos que todos consigam apresentar os seus trabalhos, independentemente do fuso horário. Embora o modelo de apresentação seja diferente do modelo utilizado nas dez edições anteriores, esperamos que este evento seja uma oportunidade de partilha de experiências de investigação e que contribua para estabelecer contactos com outros investigadores. Gostaríamos ainda de vos convidar a submeter os vossos artigos para eventual publicação em uma das três revistas associadas à conferência. Pode encontrar as normas para submissão de artigos nas respetivas páginas da Internet:

Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal (<http://www.dosalgarves.com>)

Tourism & Management Studies (<http://www.tmstudies.net/>)

Journal of Spatial and Organizational Dynamics (JSOD) (<https://www.jsod-cieo.net/>).

European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation (EJTHR)
(<https://content.sciendo.com/view/journals/ejthr/ejthr-overview.xml>).

Aproveite bem o dia!

A Organização da XI Postgraduate Conference 2020

Welcome to the XI Postgraduate Conference 2020 ESGHT – University of the Algarve of the Polytechnic Institute of Lisbon!

In this booklet you will find brief CVs of the keynote speakers and the abstracts of the plenary sessions, followed by the abstracts for the parallel sessions listed in alphabetical order of the author's surname who is presenting the paper.

This year the conference will run on a videoconferencing system only. We hope that everyone will be able to present their work, regardless of the time zone. Although the presentation model is different from the one used in the previous ten editions, we hope this conference will enable you to share interdisciplinary and innovative postgraduate research and develop your networking opportunities by meeting other researchers. We would like to invite all participants to submit full papers for eventual publication in one of our three academic journals. You will find the guidelines for submission on the journal websites:

Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal (<http://www.dosalgarves.com>)

Tourism & Management Studies (<http://www.tmstudies.net/>).

Journal of Spatial and Organizational Dynamics (JSOD) (<https://www.jsod-cieo.net/>).

European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation (EJTHR)
(<https://content.sciendo.com/view/journals/ejthr/ejthr-overview.xml>).

Enjoy your stay in Faro!

The Organising Committee of the XI Postgraduate Conference 2020

Chairs

Filipa Perdigão Ribeiro
Sandra Rebelo

Comissão Organizadora | Organising Committee

Ana Isabel Renda
Ana Paula Correia
Carla Machado
Fernando Miguel Seabra
Francisco Domingos
Joaquim Contreiras
Jorge Rodrigues
Maria Lurdes Varela
Marisol Correia
Pedro Cascada
Pedro Pinheiro
Rita Baleiro

Comissão Científica | Scientific Board

Alexandra Domingos	Kate Torkington
Ana Catarina Kaizeler	Margarida Santos
Ana Isabel Renda	Maria Lurdes Varela
Ana Paula Correia	Marisol Correia
Ana Sotomayor	Nelson Matos
António Morgado	Orlando Gomes
Carla Machado	Paula Santos
Carlos Sousa	Paulo Costa
Célia Ramos	Pedro Pinheiro
Célia Vicente	Rita Baleiro
Clotilde Celorico Palma	Rosária Pereira
Fábio Albuquerque	Rui Almeida
Fernando Miguel Seabra	Sandra Rebelo
Filipa Perdigão Ribeiro	Sandra Ribeiro
Filomena Alves	Sílvia Quinteiro
Francisco Domingos	Tânia Jesus
Joaquim Contreiras	Telma Correia
Jorge Rodrigues	

Design web | Website design

Pedro Cascada | Marisol B. Correia

Logótipo | Logo

Bruno Andrade

Mês e Ano | Month and year

outubro 2020

ISBN

978-989-9023-34-5 [Suporte: Eletrónico]

Conferencistas convidados | Keynote speakers



MARÍA CONCEPCIÓN LÓPEZ-FERNÁNDEZ é professora catedrática de Gestão no Departamento de Gestão e Administração da Universidade de Cantabria (UC) em Espanha. Detém a Cátedra Santander em Empresas Familiares na mesma universidade. Atualmente coordena o doutoramento em Ciências Jurídicas e Empresariais. A sua investigação centra-se nas áreas do empreendedorismo, empresas familiares, estratégia, inovação, flexibilidade organizacional e turismo. É coautora de um número significativo de artigos em conferências, livros e revistas nacionais e internacionais, incluindo, entre outros, publicações na *Family Business Review*, *Journal of Small Business Management*, *Journal of Family Business Strategy*, *International Journal of Production Research*, *Journal of Manufacturing Systems*, *Journal of Manufacturing and Technology Management*, *Tourism Management*, *Organization & Environment*, *R&D Management*, *Cornell Hospitality Quarterly* e *Business Research Quarterly*. Tem vasta experiência de ensino em cursos de licenciatura, mestrado e doutoramento, com nove orientações de teses. Foi durante dois mandatos Diretora da Faculdade de Gestão e Economia da Universidade de Cantabria (1993-2004). De 2006-2013 foi Vice-Reitora para os Assuntos Académicos, Docentes e Internacionalização.

MARÍA CONCEPCIÓN LÓPEZ-FERNÁNDEZ, PhD, is a Full Professor of Management at the Business Administration Department (University of Cantabria - UC). She holds a Banco Santander Chair in Family Business. She is currently: the coordinator of the UC Law and Business PhD Program at the University of Cantabria. Her research interests include entrepreneurship, family business, business strategy, innovation management, organisational flexibility, and tourism. She has co-authored a significant number of national and international conference papers, books and journal articles including those appearing in *Family Business Review*, *Journal of Small Business Management*, *Journal of Family Business Strategy*, *International Journal of Production Research*, *Journal of Manufacturing Systems*, *Journal of Manufacturing and Technology Management*, *Tourism Management*, *Organization & Environment*, *R&D Management*, *Cornell Hospitality Quarterly* or *Business Research Quarterly*, among others. She has a wide teaching experience at undergraduate, master and doctoral levels having supervised 9 PhD dissertations. She has served two four-year terms as the Dean of the Business and Economics School of the University of Cantabria (1993-2004). Since 2006 she served as Vice- President for Academic Affairs, Vice-President for Faculty Staff and Vice-President for Internationalisation until 2013.



CLOTILDE PALMA é doutora em Ciências Jurídico Económicas, especialidade em Direito Fiscal, na Faculdade de Direito da Universidade de Lisboa. É advogada especialista em Direito Fiscal, árbitro em litígios de Direito Fiscal do Centro de Arbitragem Administrativa, Presidente do Conselho Fiscal da Sociedade Nacional de Belas Artes e Membro da Direção da Associação Fiscal Portuguesa. Foi Inspetora de Finanças na AT e na IGF. É autora de dezasseis livros e mais de duzentos artigos sobre matéria fiscal em Portugal e no estrangeiro.

CLOTILDE PALMA holds a PhD in Law and Economics, specializing in Tax Law, at the University of Lisbon - School of Law. She is a lawyer specialized in Tax Law, arbitrator in Tax Law disputes at the Administrative Arbitration Centre, Chairman of the Fiscal Council of the National Society of Fine Arts and Member of the Board of the Portuguese Tax Association. She is a former Finance Inspector at AT and IGF. She has written sixteen books and more than two hundred articles on tax matters in Portugal and abroad.

HOW TO WRITE AN IMPACTFUL REVIEW PAPER

M.^a Concepción LÓPEZ-FERNÁNDEZ

Facultad de CC. Económicas y Empresariales - Universidad de Cantabria | SPAIN

The literature review is the first step of any research project. However, this extensive work can also be transformed into a research result if the researcher is able to distill the knowledge acquired in an article. Review papers provide a reference point for mapping a field of study and form the starting point for promoting collective reflections about the state of the art, stimulating further debates as well as the development of theoretical contributions or the consolidation of empirical findings. There are different strategies for writing impactful review papers, either traditional reviews, meta-reviews or meta-syntheses (a review of reviews), meta-analyses, or some combination depending on the objective of the review. Also, there are different tools (both quantitative or qualitative) and tips for designing and writing this type of papers. An overview of the process of writing a review paper, with the analysis of the different phases and the decision that the researcher has to face during the designing and writing of the review paper will be offered. Finally, some considerations about journals that publish relevant review papers will be presented.

APRESENTAÇÃO DO PROJETO DE INVESTIGAÇÃO A JOANINHA E OS IMPOSTOS E SUAS REPERCUSSÕES INTERNACIONAIS E NOOUTRAS ÁREAS DE CONHECIMENTO.

Clotilde PALMA

Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa – Instituto Politécnico de Lisboa | PORTUGAL

Sessões paralelas | Parallel sessions

O PAPEL DAS REDES SOCIAIS NO SECTOR DO TURISMO: O CASO DO ALGARVE

Vasco AGOSTINHO

Universidade da Beira Interior | Portugal

vascoagostinho20@gmail.com



Objetivos: A presente investigação tem como objetivo geral explorar quais as motivações e objetivos das empresas algarvias do setor turístico para a utilização das redes sociais. Nesta linha, propõem-se ainda os seguintes objetivos específicos:

- Quantificar a utilização das redes sociais pelas empresas do setor do turismo algarvio;
- Caracterizar o tipo de redes sociais pelas empresas do setor turístico do Algarve;
- Averiguar as métricas usadas para avaliar a presença nas redes sociais;
- Entender as razões para a ausência de presença nas redes sociais;
- Avaliar a existência de relação entre o perfil das empresas e a prática do uso e avaliação da presença nas redes sociais.

Metodologia / Abordagem: A metodologia adotada no desenvolvimento da investigação exigiu a utilização de dados primários, onde foi utilizado como instrumento de investigação um questionário realizado com base nos estudos de Evans (2009), Adolpho (2016), Kotler, Kartajaya & Setiawan (2010), Ahmad, (2011), Al-Badi & Al-Qayoudhi (2014), Bradley (2011) e Jacobs (2009) e aplicado de fevereiro a abril de 2020. A unidade de análise da investigação é constituída por 101 empresas relacionadas com o turismo, com os CAE's: 551, 552,553, 559, 561, 562, 563. 791, 799, 9104, 9321 e 9329. Os dados foram tratados com o recurso ao Software SPSS.

Conclusões / Resultados: Através deste estudo foi possível compreender quais as motivações que levam aos empresários do sector do turismo a utilizarem as redes sociais e que se relacionam com o facto de pretenderem apresentar os serviços da empresa a um maior número de potenciais clientes.

Para a maioria das empresas inquiridas, após a realização do inquérito constatou-se que não tinham um conhecimento pormenorizado da forma como conseguem vender ou criar estratégias para angariar clientes através das redes sociais. Pretende-se que esta investigação seja como um ponto de referência para todas as empresas, no que diz respeito à importância que as redes sociais detêm em qualquer setor de atividade, no geral, e no turismo em particular.

Implicações: Com esta investigação pretende-se dar vários contributos. O primeiro passa por servir de orientação aos empresários, no sentido de identificarem as motivações e objetivos da utilização da comunicação digital, contribuindo assim para a concretização de uma estratégia de marketing que possa contribuir para um melhor posicionamento no mercado onde atuam. Por outro lado, as conclusões encontradas vão permitir complementar e reforçar conceitos no campo do conhecimento investigado.

Originalidade: O tema já foi estudado por outros autores, em noutras zonas do país. No entanto, no Algarve apesar de ser uma zona do país muito turística, não existem estudos nesta região sobre as motivações e a importância que as redes sociais têm como estratégia de promoção e divulgação das empresas.

PALAVRAS-CHAVE: Redes Sociais; Marketing Digital; Turismo; Algarve.

REFERÊNCIAS

- Kotler, P. & Kartajaya, H. & Setiawan, I. (2010). Marketing 3.0. New Jersey, John Wiley & Sons, INC.
- Ahmad, Ateeq. 2011. "A Short Description of Social Networking Websites and Its Uses." International Journal of Advanced Computer Science and Applications 2 (2).
<http://thesai.org/Publications/ViewPaper?Volume=2&Issue=2&Code=IJACSA&SerialNo=20>
- Kim, S., Koh, Y., Cha, J. & Lee, S. (2015) Effects of social media on firm value for U.S. restaurante companies. International Journal of Hospitality Management, 49, 40-46.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431915000791?via%3Dihub>. (December 2, 2019).
- Amaral, Francisco & Tiago, Teresa & Tiago, Flávio & Kavoura, Androniki (2015). Comentário no TripAdvisor: Do que falam os turistas? <http://www.dosalgarves.com/revistas/N262/3rev262.pdf>. (December 5, 2019).
- Gouveia, M. (2018). Marketing Digital no Turismo. Obtido de Marco Gouveia: Digital Marketing Consultant. <https://www.marcogouveia.pt/marketing-digital-turismo/> (December 2, 2019).



A DISPOSIÇÃO A PAGAR DOS VISITANTES DA PRAIA DA ALBUFEIRA DO AZIBO: APLICAÇÃO DE UM MODELO HEDÓNICO

Mário ALMENDRA

Instituto Politécnico de Bragança | Portugal

Cláudia S. COSTA*

*corresponding author claudia@ipb.pt

Eduardo PINHEIRO

Objetivos: Explorar a utilidade do modelo de preços hedónicos, avaliando a disposição a pagar dos visitantes e o valor de não uso dos recursos naturais da Albufeira do Azibo, da praia da Fraga da Pegada e Ribeira, localizadas em Macedo de Cavaleiros, no nordeste de Portugal.

Metodologia / Abordagem: A aplicação do modelo de preços hedónicos é relativamente comum quando aplicada a atributos privados e alguns setores de mercado. No entanto, o uso desta técnica na avaliação da disposição a pagar de bens públicos (puros) é bastante limitada, particularmente no mercado turístico. No entanto, se considerarmos que a maioria das praias integram importantes recursos turísticos, muitos deles tidos como bens públicos, e que o número de visitantes das praias é cada vez maior, torna-se fundamental o envolvimento dos governos no desenvolvimento e aplicação de políticas públicas, capazes de mitigar os efeitos negativos gerados sobre esses recursos turísticos, preservando-os das atividades humanas / turistas (Rigall-I-Torrente & Fluvià, 2011; Alves, Rigall-I-Torrente, Ballester, Benavente e Ferreira, 2015). Deste modo, e tendo por base o estudo de caso das praias de Albufeira do Azibo, a metodologia proposta assenta num plano multimétodos. Inicialmente, e através de um inquérito por questionário, será avaliada a disposição a pagar dos visitantes das praias de Albufeira do Azibo (em 2019, e só durante a época alta, o número de visitantes rondou os 200 mil). O questionário será aplicado durante a época alta das atividades turísticas, entre junho, julho e agosto de 2020. Posteriormente, serão entrevistados o departamento de turismo do município de Macedo de Cavaleiros, bem como as autoridades de turismo regional, a fim de explorar os resultados dos questionários e (re)formular a política pública.

Conclusões / Resultados: Os principais resultados desta investigação serão úteis para definir políticas públicas locais que visem promover a gestão eficiente de bens públicos e os objetivos do tão almejado desenvolvimento sustentável do turismo. Com este modelo, ambiciona-se minimizar os problemas existentes na avaliação do valor a pagar pelo uso de bens públicos (puros), permitindo que os atores públicos locais definam um valor eficiente. “A avaliação científica do valor de não uso dos recursos turísticos das praias é benéfica para o desenvolvimento sustentável e para a preservação das praias” (Liu, Liu, Zhanga, Wed, & Yu, 2019, p.63). No caso específico do município de Macedo de Cavaleiros, é importante que a intervenção municipal seja guiada por uma política pública de turismo rigorosa e eficiente, permitindo uma gestão adequado das praias de Albufeira do Azibo e o uso eficiente deste bem público.

Implicações: Esta investigação pretende, por um lado, destacar o uso do modelo de preços hedónicos para avaliar o valor que os visitantes atribuem aos recursos turísticos com característica de bem público, contribuindo assim para um tema ainda pouco desenvolvido no contexto das políticas públicas de turismo. Por outro lado, esta investigação espera fornecer ao município de Macedo de Cavaleiros (responsável pela gestão das praias de Albufeira do Azibo) uma ferramenta útil para o desenvolvimento de políticas públicas eficientes na gestão e preservação daquele bem público.

Originalidade: A originalidade desta investigação reside na exploração de um tema pouco desenvolvido no contexto das políticas públicas de turismo, avaliando a disposição a pagar pelo uso de bens públicos puros.

PALAVRAS-CHAVE: Bens públicos turísticos; modelo de preços hedónicos; valor de não uso; governos locais.

REFERÊNCIAS

- Alves, B., Rigall-I-Torrent, R., Ballester, R., Benavente, J., & Ferreira. (2015). Coastal erosion perception and willingness to pay for beach management (Cadiz, Spain). *Journal of Coastal Conservation*, 19(3), 269-280.
- Liu, J., Liu, N., Zhang, Y., Qu, Z., & Yu, J. (2019). Evaluation of the non-use value of beach tourism resources: A case study of Qingdao coastal scenic area, China. *Ocean & Coastal Management*, 168, 63-71.
- Rigall-I-Torrent, R. & Fluvià, M. (2011). Managing tourism products and destinations embedding public good components: A hedonic approach. *Tourism Management*, 32, 244–255.

CONTRIBUTION OF ISOLATION FOREST FOR THE TREATMENT OF FINANCIAL AND CORPORATE DATA

Mário N. ANTÃO

UNL - Universidade Nova de Lisboa | Portugal

marioantaoo@outlook.pt

Jaime FONSECA

Mário G. ANTÃO

Cândido PERES

Aims: This research aims to demonstrate the potential of the Isolation Forest (iForest) statistical method in the identification and treatment of outliers in financial and corporate data.

It is known the difficulty that exists in obtaining statistically representative samples for the performance of work involving financial and corporate data. This limitation results basically from two factors; the scarcity of data, especially for studies involving certain sectors of activity and the reduced stability of the data. These aspects justify a growing concern in terms of the way outliers are treated, in order to ensure the highest volume of information and the quality of the data.

Therefore, it is proposed the use of the iForest method as a way of contributing to the quality of the samples, as an alternative to other more conventional forms. We thus propose to show the advantages of using this method of outlier treatment in the preparation of financial and corporate data.

Methodology / Approach: In order to solve the difficulties in identifying outliers in samples containing a high number of attributes (high-dimensional data), associated with traditional methods of data processing involving multiple variables, Liu, F. T., Ting, K. M., & Zhou, Z. H. (2008), developed the Isolation Forest (iForest) method. In order to validate the efficiency of this method applied to financial data, containing multiple variables of Portuguese companies, the work that is the object of this summary was developed.

Thus, from a database extracted from "Amadeus - European business information | Bureau van Dijk" corresponding to CAEs C - Manufacturing and G - Wholesale and Retail, Repair of Motor Vehicles, and Motorcycles, from 2010 to 2016, iForest was applied to identify the respective outliers.

Conclusions / Results: The results obtained show that compared to traditional methods (interquartile range (IQR), Z-score, among others) it can be more effective in selecting outliers, eliminating less data also achieving good quality samples for models sensitive to outliers. This procedure allows a greater preservation of data and consequently a higher performance of the models that use them.

Research implications: Since this method is not commonly used in the investigation of subjects involving corporate data and given its potential resulting from the preservation of data, while improving its quality, it is expected to contribute significantly to the results to be obtained in future work in the area of the quantitative study of business activity.

Originality: The relatively recent Isolation Forest method (Liu, Ting, & Zhou, 2008), does not have a relevant history in terms of its application in business domains, thus proving to be innovative and potentially important for future research in this area of knowledge.

The possibility of ensuring the elimination of outliers by reducing the volume of data lost, creates conditions to improve the results of studies that use them, achieving in certain situations statistically valid results of studies that, using other methodologies for selection of outliers, do not achieve the minimum volume of data to obtain valid results. This problem is, as we know, very common in studies involving corporate financial data.

This methodology brings to business studies that use economic and financial data an important contribution to solve two of the most relevant problems faced by researchers; the need to eliminate outliers and the preservation of valid data to conduct their research.

KEYWORDS: Isolation Forest; Outliers; Interquartile Range; Corporate Data; Financial Data.

REFERENCES

- Chen, W. R., Yun, Y. H., Wen, M., Lu, H. M., Zhang, Z. M., & Liang, Y. Z. (2016). Representative subset selection and outlier detection via isolation forest. *Analytical Methods*, 8(39), 7225-7231.
- Ding, Z., & Fei, M. (2013). An anomaly detection approach based on isolation forest algorithm for streaming data using sliding window. *IFAC Proceedings Volumes*, 46(20), 12-17.
- Liu, F. T., Ting, K. M., & Zhou, Z. H. (2008). Isolation forest. In *Proceedings - IEEE International Conference on Data Mining, ICDM* (pp. 413-422).

A INFLUÊNCIA DA COMUNICAÇÃO ORGANIZACIONAL NA PROJEÇÃO DA MARCA TERMAS DE PORTUGAL COMO DESTINO TURÍSTICO

Vera ANTUNES

Universidade da Beira Interior | Portugal

vantunes@ubi.pt

Objetivos: Desenvolver um modelo de comunicação organizacional, baseado na gestão de relações que permita uma maior cooperação das estâncias termais e conseqüentemente a valorização da marca Termas de Portugal como destino turístico.

Objetivos específicos:

- i. Identificar e apresentar as boas práticas e modelos de gestão termal a nível nacional e europeu;
- ii. Analisar os instrumentos de comunicação internos e externos utilizados nas várias estâncias termais;
- iii. Caracterizar e avaliar os recursos endógenos utilizados como um potencial turístico nas estâncias termais;
- iv. Avaliar de que forma a imagem das Termas de Portugal contribui para a valorização e projeção dos vários destinos turísticos;
- v. Avaliar as Termas de Portugal como fator diferenciador de valorização e de projeção da imagem de Portugal como destino turístico;
- vi. Avaliar de que forma as relações entre os gestores das estâncias termais contribuem para uma melhoria contínua da gestão da Comunicação nas Termas de Portugal;
- vii. Avaliar de que forma as TIC influenciam e potenciam o relacionamento entre os gestores das estâncias termais e com a sociedade, em busca de maior visibilidade e valorização das Termas de Portugal.

Metodologia / Abordagem: A presente investigação está a ser desenvolvida em três fases: na primeira está a ser efetuada uma revisão sistemática da literatura, sendo um dos contributos (uma vez que existe pouca investigação teórica), começando por fazer uma caracterização do setor termal nos países Europeus e em Portugal e acabando nas diferentes abordagens da Comunicação organizacional, desde a teoria geral de excelência em relações públicas de Grunig (1992) à teoria da gestão dos relacionamentos, de Ledingham & Bruning (1998); perceber quais os principais desafios e tendências decorrentes das estratégias comunicacionais, inclusive o recurso à comunicação digital, até à gestão estratégica da imagem corporativa.

A segunda parte consiste na análise empírica, que será realizada com base em dados qualitativos e quantitativos e na auditoria da imagem que será coadjuvada com a recolha de dados junto da imprensa e das redes sociais.

Esta articulação plural e científica com um sentido de prática contínua será a alavanca para a evolução do setor termal em Portugal.

Conclusões / Resultados: Este projeto pretende analisar o setor termal e perceber como a comunicação organizacional está a ser realizada e como pode ser simplificada através das novas tecnologias, contribuindo para melhorar os relacionamentos entre os *stakeholders* no setor termal e simultaneamente analisar-se como a imagem das Termas de Portugal é percebida. Para dar resposta aos objetivos propostos será efetuada uma caracterização das unidades termais em análise e dos termalistas.

Implicações: Pretende-se chegar a um modelo de comunicação organizacional simplificado, multifuncional para desenvolvimento de gestão de relações internas e externas, com recurso às novas tecnologias, que permita uma maior cooperação das estâncias termais e conseqüentemente a valorização da marca Termas de Portugal. A partir deste estudo pretende-se por um lado, lançar as bases de um trabalho futuro consistente, e por outro, compatibilizar o modelo de gestão estratégica de comunicação do setor termal com os princípios basilares resultantes desta investigação para que possa contribuir e ser encarado como um veículo estratégico de comunicação, permitindo a sua disseminação no seio das estâncias termais em Portugal e o alinhamento de todos os recursos, pessoas, processos e infraestruturas envolventes ao setor.

Originalidade: O desenvolvimento da presente investigação será determinante para a compreensão, entendimento e cooperação entre as estâncias termais existentes em Portugal, sustentado pelo modelo de gestão de relações como uma estratégia inovadora na área da comunicação, sendo este o principal contributo para aumentar a valorização do setor, bem como a conotação da Marca Termas de Portugal quer no turismo nacional, quer internacional.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo de Saúde e Bem-estar; Termalismo; Imagem; Comunicação Organizacional; Gestão de Relações.

REFERÊNCIAS

- Ramos, A. (2005). "O Termalismo em Portugal. Dos Factores de Obstrução à Revitalização pela Dimensão Turística". Tese de Doutoramento. Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial. Universidade de Aveiro.
- Antunes, V. (2009). "Marketing Empreendedor no Setor de Turismo de Saúde e Bem-estar". dissertação de mestrado em Marketing. Universidade da Beira Interior (UBI). Covilhã.
- Grunig, J. E. (1992). "Communication, public relations and effective organizations: an overview of the book", in J. E. Grunig (ed.). Excellence in public relations and communication management. Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale. NJ. pp. 1-28.
- Ledingham, J.A., Brunning, S.D. (1998). "Relationship Management in Public Relations: Dimensions of an Organization Public Relationship". Public Relations Review. Vol. 24. No. 1. pp. 55-65.
- Nogueira, M. (2012). A Comunicação Na Promoção Do Termalismo Em Viseu: Novos Meios Para Novos Públicos. Tese de doutoramento. Universidade de Aveiro. Departamento de Línguas e Culturas. Aveiro.

CORPO, COMUNICAÇÃO E TURISMO: PROPOSIÇÕES PARA AMOROSIDADE E AUTOPOIESE, CONSIDERANDO O AVESSE DO TURISMO NA CIDADE DE SÃO LUIZ GONZAGA, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

Newton Fernandes de ÁVILA

Universidade de Caxias do Sul | Brasil

newtonavila@hotmail.com

Maria Luiza Cardinale BAPTISTA

Objetivos: Analisar a relação entre corpo, comunicação e turismo, numa proposição voltada para a amorosidade, no sentido de ética da relação e do cuidado, e para a autopoiese, como autoprodução. A análise considera o corpo aqui pensado como a representação do 'todo/inteiro' do sujeito em suas manifestações de comunicação e de relações – cotidianas, organizacionais e turísticas. Em relação ao 'avesso do turismo', expressão que busca compreender o 'outro lado', o inverso da massificação turística e capitalística. Propõe o turismo como um complexo sistema integrado, de pessoas, lugares, meio ambiente, que demanda responsabilidade ecossistêmica. O lócus da investigação é a cidade de São Luiz Gonzaga, no Sul do Brasil.

Metodologia / Abordagem: A pesquisa está sendo desenvolvida, em nível de doutoramento na Universidade de Caxias do Sul, Brasil. Trata-se de um estudo transdisciplinar, envolvendo, como fundamentação teórica, especialmente, estudos sobre o Turismo, na perspectiva da complexidade ecossistêmica; Esquizoanálise; Corpo; Comunicação; Lugar; Estudos de Subjetividade; Amorosidade e Autopoiese. Tem como orientação a estratégia metodológica Cartografia de Saberes, de Baptista (2014), que propõe outro modo de conhecer, de produzir ciência, com sinalizadores que indicam 'caminhos possíveis' para pensar outros modos de viver e interagir. A Cartografia propõe trilhas (Saberes Pessoais, Saberes Teóricos, Usina de Produção e Dimensão Intuitiva da Pesquisa) e busca a realização de aproximações investigativas e ações investigativas (levantamento bibliográfico, observação direta, observação participante, rodas de conversa, relatos de vivências). Já foram levantados dados do município, em órgãos do município; conversação em ambientes públicos e privados; visitação de espaços públicos; participação em eventos da cidade; e rodas de conversa com perguntas abertas, em três faixas de idade: 18 a 24 anos; 25 a 59 anos; e acima de 60 anos.

Conclusões / Resultados: Até o momento, além do trabalho teórico, a pesquisa envolveu coleta de relatos de vivências na cidade, por moradores e visitantes. Nos relatos, ficou evidente forte vínculo com a cidade e especial valorização para os espaços amplos, de convivência coletiva. Esses sinalizadores denotam ser possível, através de um trabalho que envolverá corpo, dinâmicas de grupo e narrativas, buscar o cultivo de amorosidade, nas relações com o lugar, tanto por parte de moradores quanto de visitantes. Algumas premissas, teóricas e empíricas, se sobressaíram: o corpo é uma trama complexa de expressões e significações; tem marcas da Comunicação e do Turismo, tanto em termos singulares, quanto coletivos, transpessoais e transmidiáticos. O corpo se comunica e se movimenta, se desterritorializa. E também se representa como extensão do ambiente. Desse modo, ele se autopoietiza e se coloca em condições de produção de interações, entrelaçamentos de amorosidade. Essas marcas podem contribuir para (re)pensar práticas comunicacionais e turísticas na cidade de São Luiz Gonzaga, no sentido de compreender o avesso, o outro lado trançado.

Implicações: Os contributos da pesquisa pressupõem pensar o exercício de (re)ver lugares, ações dos sujeitos e (re)pensar vínculos que podem acionar novas percepções, visando à valorização do turismo responsável ecossistemicamente, o 'avesso do turismo', reinventando os destinos turísticos, as maneiras de viver e interagir, comunicando e agindo de modo responsável, amoroso, ético.

Originalidade: Tema e Estratégia metodológica.

PALAVRAS-CHAVE: Corpo; Comunicação; Amorosidade; Autopoiese; Averso do turismo.

REFERÊNCIAS

- Baptista, M. L. C. (2014). Cartografia de Saberes na pesquisa em Turismo: Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação [Versão eletrônica], Rosa dos Ventos – Turismo e Hospitalidade, 6(3), 342-355. Recuperado em 5 janeiro, 2020, de <http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2647>
- Beni, M. C., & Moesch, M. (2017). A teoria da complexidade e o ecossistema do Turismo [Versão eletrônica], Turismo – Visão e Ação, 19(3), 430-457. Recuperado em 5 fevereiro, 2020 de <https://siaiap32.univali.br/seer/index.php/rtva/article/view/11662/6706>
- Capra, F. (2012). A teia da vida: uma nova compreensão científica dos sistemas vivos. São Paulo: Cultrix.

Cassimiro, É. S., Galdino, F. F. S., & Sá, G. M. de. (2012). As concepções de corpo construídas ao longo da história ocidental: da Grécia Antiga à contemporaneidade. *Metávoia*, São João Del-Rei, MG, 14, 61-79. Recuperado em 10 jan. 2020, de http://www.ufsj.edu.br/portal2-repositorio/File/revistalable/4_GERALDO_CONFERIDO.pdf

Sodré, M. (2016). *As estratégias sensíveis: afeto, mídia e política*. Rio de Janeiro: Mauad X.

COMUNICAÇÃO, AMOROSIDADE E AUTOPOIESE: SINALIZADORES PARA O TURISMO ENFRENTAR O FIM DO MUNDO

Maria Luiza Cardinale BAPTISTA

Universidade de Caxias do Sul | Brasil

malu@pazza.com.br

Objetivos: Apresentar a tríade de pressupostos conceituais 'Comunicação, Amorosidade e Autopoiese', e sua relação com o Turismo, refletindo sobre os acontecimentos recentes, no cenário global, que evidenciam o fim do mundo conhecido e a emergência de reorientação epistemológico-teórico-empírica da Ciência, como trama de saberes, e do Turismo, como fenômeno complexo. Especificamente, pretende-se: discutir o cenário atual e as implicações para o fenômeno do turismo; associar esse cenário à trama de processos comunicacionais, geradora de interpretações e inflexões coletivas; à dimensão de amorosidade, como ética da relação e do cuidado entre os seres; bem como à necessidade de autopoiese, como autoprodução e reinvenção de si, o que vale para a trama de sujeitos envolvidos, para a Comunicação e para o Turismo.

Metodologia / Abordagem: A proposição decorre de pesquisas transdisciplinares, realizadas na Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, na Universidade de Caxias do Sul, Brasil, com base em referenciais teóricos da perspectiva Ciência Complexa Ecológica, comprometida com a lógica processual, efêmera, dissipativa e derivativa dos processos complexos. A estratégia metodológica é a Cartografia dos Saberes, proposta por Baptista (2017), nas trilhas investigativas: Saberes Pessoais, Saberes Teóricos, Usina de Produção e Dimensão Intuitiva da Pesquisa. A Cartografia dos Saberes está combinada com uma estratégia de sistematização, denominada Matrizes Rizomáticas, que verifica o alinhamento da pesquisa. Em termos de procedimentos operacionais, as duas estratégias são plurais, envolvendo métodos e técnicas tradicionais, mas também abrindo-se para a criação de procedimentos, conforme a singularidade e atualidade dos fenômenos.

Conclusões / Resultados: A tríade conceitual vem sendo aplicada em diversos estudos empíricos, realizados em Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade, no Brasil, e está em conexão com pensamento de cientistas de várias áreas, com pesquisa direta envolvendo pesquisadores de oito países. Diante da gravidade do cenário contemporâneo, Comunicação, Amorosidade e Autopoiese são pressupostos fundamentais para pensar a reinvenção do Turismo, nos seus saberes e fazeres. Grandes redes midiáticas constituem uma trama-teia de narrativas que informam e desinformam, ao mesmo tempo, gerando inflexões preocupantes. O Turismo precisa se autopoietizar, mas acredita-se que essa reinvenção precisa ser orientada pelo princípio da amorosidade, alinhado com a responsabilidade ecológica.

Implicações: A proposição está relacionada com a Mutação da Ciência, discutida desde final do século passado, associada a acontecimentos recentes no cenário global. Refere-se a eventos relacionados a catástrofes ambientais e de saúde, ecológicas, e cuja compreensão demanda visão holística. Contribui para pensar os rumos do Turismo, seus saberes e práticas cotidianas. Os estudos com base nesses pressupostos sugerem mudança de atitude (no sentido de ato no todo), por parte dos diversos sujeitos envolvidos, sejam eles turistas, pesquisadores ou operadores do Turismo, em clara sintonia com a Agenda 2030 e a proposição de necessidade de Responsabilidade Ecológica. Neste sentido, verificam-se implicações tanto para a sociedade, quanto para o Turismo, envolvendo múltiplas dimensões.

Originalidade: Embora esteja em conexão com vários cientistas contemporâneos e seja decorrente dessa conexão, a tríade, em si, e sua aplicação ao Turismo representa proposição original, em termos epistemológico-teóricos e, também, na dimensão empírica, com a estratégia metodológica relacionada.

PALAVRAS-CHAVE: Comunicação; Amorosidade; Autopoiese; Turismo; Fim do Mundo.

REFERÊNCIAS

- Baptista, M. L. C. 2017. Matrizes rizomáticas: proposição de sinalizadores para a pesquisa em turismo. In Anais do XIV Seminário Anual da Associação Nacional de Pesquisa e Pós-Graduação em Turismo 2017. Balneário Camboriú, SC. Disponível em: <https://www.sisapeventos.com.br/staff/service-app-android/creator.php/841>.
- Beni, M.; Moesch, M. 2017. A Teoria da Complexidade e o Ecossistema do Turismo. Revista Turismo Visão e Ação Eletrônica, v. 19, n. 3, set. - dez. 2017. Disponível em: www.univali.br/periodicos.
- Krenak, Ailton. 2019. Ideias para adiar o fim do mundo. 1.ed. São Paulo: Companhia das Letras.
- Maturana R. H. & Varela G., F. J. 1997. De máquinas e seres vivos: autopoiese e a organização do vivo. 3 ed., Porto Alegre, Artes Médicas.
- Ohayon, J., & Ohayon, J. 2013. Encruzilhada: Dores de parto de uma nova visão mundial [Filme Cinematográfico]. EUA.

AGILE PROJECT AND PORTFOLIO MANAGEMENT: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Frederico Cipriano BATISTA

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa | Portugal

frederico.batista@winning.pt

Leandro Ferreira PEREIRA

Renato Lopes da COSTA

Aims: The application of Agile Methods (AM) in project management has shown great efficiency and remarkable results. However, these methods were born to be applied at team level and not at project portfolio level, where the complexity of managing multiple agile projects and teams leads to several challenges of resource management, priorities and governance model of the project portfolio. The systematic literature review performed in this research aims to identify which practices are the most appropriate to manage the challenges associated with Agile Portfolio Management (APM) and which is the most appropriate context.

Methodology / Approach:

Research Process

A manual search was performed on B-On, Research Gate, Science Direct and Scopus databases. The research focused on the search and combination of terms and keywords such as "Agile AND Project Portfolio Management", "Scaled-Agile AND Project Portfolio Management", "Agile AND Agile Project Portfolio Management".

Inclusion and exclusion criteria

Empirical papers published in English language between 2005 and 2020 were included in the B-On, Research Gate, Science Direct and Scopus databases, which are directly related to research issues. The empirical research studies selected were case study, experience report, and systematic review according to the definitions proposed by Tonella, Torchiano & Du Bois (2007). References from books, theses and workshops, articles written in other language than English and all articles outside the selected timeframe were excluded.

Study selection

The study selection process was inspired by the structure used by Vallon, Estácio, Prikladnicki & Grechenig (2017), with 6 selection levels.

Data extraction and synthesis

Data extraction was done by qualitative reading of the selected studies by the first author. To analyse the most referred words in the selected articles and to identify patterns, were collected the most frequent words, bigrams and trigrams of the studies.

Conclusions / Results: The previous research led by Dikert et al. (2016), where the success factors and challenges for large-scale transformations were identified, served as inspiration to create the different dimensions of the techniques that were identified. It was also considered the domains of practice that enable agility outside individual projects, identified in the research conducted by Stettina & Hörz (2015). The dimensions of the two studies mentioned above were considered and techniques and best practices collected in this literature review were classified into 4 APM dimensions: Coordination, Project and resource prioritization, Agility and Change Management. A typification of each technique and best practice was also created where we can typify by: Artifact, Event, Structure, Process, Roles and Principles.

Research implications: This research analysed 28 studies that had identified techniques and best practices to address APM challenges. For APM practitioners, it intends to give an understanding of the most efficient best practices for managing agile portfolios and how to ensure the appropriate conditions for these implementations.

Originality: The existing scientific literature on APM is still very limited and this literature review aims to establish the basis and guide additional empirical studies and contribute to increase scientific studies on APM. The 4 APM dimensions identified in this study represents a new point of view regarding managing multiple agile projects and teams.

KEYWORDS: Agile; Agile Portfolio Management; Scaled Agile.

REFERENCES

- Dikert, K., Paasivaara, M. & Lassenius, C. (2016). Challenges and success factors in large-scale agile transformations: A systematic literature review. *Journal of Systems Software*. 119, 87-108.
- Paasivaara, M., Lassenius, C. & Heikkilä, V.T. (2012). Inter-team Coordination in Large-Scale Globally Distributed Scrum: Do Scrum-of-Scrums Really Work? *Proceedings of the 2012 ACM-IEEE International Symposium*

on Empirical Software Engineering and Measurement Empirical Software Engineering and Measurement.

- Stettina, C. J. & Horz, J. (2015). Agile portfolio management: An empirical perspective on the practice in use. *International Journal of Project Management*. 33(1), 140–152.
- Tonella, P., Torchiano, M., Du Bois, B. (2007). Empirical studies in reverse engineering: state of the art and future trends. *Empirical Software Engineering*. 12 (5), 551–571.
- Vallon, R., Estácio, B., Prikladnicki, R. & Grechenig, T. (2017). Systematic literature review on agile practices in global software development. *Information and Software Technology*. 96, 161-180.

Ester CÂMARA

University of Madeira (CIERL-UMa) | Portugal

estercamara31@gmail.com

Soraia GARCÊS

Margarida POCINHO

Saúl Neves de JESUS

Aims: The main goal of this communication is to present the first steps of a new project that aims to understand how Algarve's and Madeiran resident people can be key points on the development of strategies to promote significant and wellbeing experiences for tourists.

Methodology / Approach: The study will follow a quali-quantitative methodology, based on the development of interviews' guidelines and questionnaires, in order to seek for the opinion of resident people about the activities and strategies they believe to be crucial to captivate tourists' attention and desire to visit these renowned destinations, so they can live significant and wellbeing tourist experiences.

Conclusions / Results: Literature gives us some information that we expect to find as well in our study. For example, on Madeira Island, the factors associated with significant experiences are nature, cultural heritage and economy/marketing (Garcês, Pocinho, & Jesus, 2019). Another study highlighted three factors associated with significant experiences: positive emotions, unique nature of the experience and the construction of meaning (Garcês, Pocinho, Jesus, Câmara, & Martins, 2020). Alves, Costa and Salazar (2013) emphasized the differentiator tourist factor of Madeira, due to its nature and natural beauty, good climate, hospitality and quality of services. Algarve is also a region where tourism reaches high rates along the year. Correia (2000) points out the motivations to choose Algarve: adventure, knowledge, socialization and leisure. According to Algarve Region of Tourism, this region has a comfortable position on European Sun and Beach Tourism due to its climate, beaches, accommodation, security and hospitality. Thus, in the project underway it is expected to find a set of characteristics associated with tourists' experiences on both regions such as nature, heritage, meaning and positive emotions, and achieve a list of new activities that can increase the potential of these regions as significant tourist destinations.

Research implications: This project intends to develop a set of activities pointed out by residents as activities that should be promoted. Thus, this project will be considering residents as main allies for the development of their own community, involving them in the process of research, which will bring to theory and practice a new way of understanding tourists' experiences. It will also bring a new set of activities that may be brand differentiators for each of the study regions, contributing to the field but also for the locals community development, particularly in a world that needs to captivate tourists' interest and feeling of safety to travel again. So, it is imperative to innovate and give them something they find out to be creative and worth their time.

Originality: Considering the global impact of tourism and the investigation on this topic, it is crucial to be creative and innovative in our approach. This project finds its originality in the fact that it aims to develop a set of new touristic activities, promoting Algarve and Madeira as two safety touristic destinations, however these will be built considering residents as its main actors. The originality of this project is therefore in looking for what makes these destinations must visit regions through locals' "eyes".

KEYWORDS: Tourists' wellbeing; Tourists' significant experiences; Social and psychological impacts of tourism; Psychology of Tourism.

REFERENCES

- Alves, N., Costa, J., Salazar, A. (2013). O planeamento da identidade da marca de destinos turísticos: aplicação do modelo de Aaker à marca Madeira. *Tourism & Management Studies*, 9 (2), 65-69. Retrieved from: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/tms/v9n2/v9n2a10.pdf>
- Correia, A. J. H. (2000). A procura turística no Algarve (Doctoral thesis). University of Algarve, Portugal
- Garcês, S., Pocinho, M., & Jesus, S. (2019). The best tourism island destination in the world and meaningful experiences: A systematic literature review. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, (53), 23-34. Retrieved from: <http://www.apdr.pt/siteRPER/numeros/RPER53/53.2.pdf>
- Garcês, S., Pocinho, M., Jesus, S.N., Câmara, E., & Martins, P. (2020). Creative Portuguese Tourist Profile. *Journal of Spatial and Organizational Dynamics*, 8(1), 4-15. Retrieved from: <https://www.jsod-cieo.net>

CRISE, PROGRAMA ALI E PLANEJAMENTO COMO FATORES PROPULSORES DA IMPLEMENTAÇÃO DE INOVAÇÕES NAS PEQUENAS EMPRESAS

Letícia Quinonez CASTANHO

Universidade do Algarve | Portugal

leticiaquinonez_00@hotmail.com

Objetivos: O objetivo deste artigo é analisar a importância da prática de inovações continuadas, do planejamento e do agente local de inovação, como fator de superação da crise econômica, nas empresas de São Luís, atendidas pelo programa Agente Local de Inovação- ALI, nos segmentos de educação e seguros.

Metodologia / Abordagem: Segundo dados do Serasa, órgão brasileiro responsável por reunir informações, fazer análises e pesquisas sobre dívidas financeiras no “mês de abril de 2020 foram registrados 120 pedidos de recuperação judicial no país, uma alta de 46,3% na comparação com março. Já os pedidos de falência somaram 75, um aumento de 25% frente ao mês anterior” Alvarenga (2020). Assim, o planejamento e inovação tornam-se fundamentais para que mais empresas não entrem nesse quadro. Sem planejamento não há como definir o norte a se seguir e vislumbrar os resultados que se quer alcançar. A essência do Planejamento Estratégico é a reflexão sobre a natureza da organização, e a decisão do seu posicionamento no ambiente, como deverá se desenvolver, direcionar sua força e como deverá gerir as ameaças e aproveitar as oportunidades que lhes forem favoráveis (Oliveira, 2018). As empresas devem ter uma capacidade dinâmica para que consigam sobreviver e se destacar em ambientes adversos, como o de crise econômica. Zanandrea et al. (2016) descrevem os elementos que compõem a capacidade dinâmica: visão para inovação e seus requisitos; flexibilidade dos recursos humanos; integração com fornecedores, clientes, empresas parceiras e outros aliados; orientação empreendedora e para cliente; capacidade de gestão de conhecimento e capacidade organizacionais dinâmicas. As empresas atendidas pelo programa ALI, com ajuda do agente, e planejamento estruturado adquirem essa capacidade, desenvolvendo uma visão holística e implementando a cultura da inovação. Essas organizações também comprovam o pensamento de Kurtz e Varvakis (2013) que atribuem a criação de riqueza, em regimes de rápida mudança, à capacidade de aperfeiçoar tecnologias, processos e a gestão interna da empresa. Assim, tem se adaptado ao cenário de crise econômica alterando sua estrutura interna, processos e buscando novas maneiras de oferecer seus serviços, aos clientes, ou seja, transformando e alterando a empresa com inovações.

Este trabalho é um estudo de campo uma vez que, conforme Vergara (2016), foi realizada uma investigação empírica no local onde ocorre o fenômeno, podendo incluir, para tal investigação, a aplicação de entrevistas, questionários, testes e observação. Para realizar o diagnóstico das empresas foi utilizado o Radar da Inovação nas dimensões solução, relacionamento e ambiência inovadora. Foram analisadas 25 empresas sendo 19 do ramo de educação e 6 do ramo de seguro, no período de 2 anos e meio, entre outubro de 2017 a março de 2019.

Conclusões / Resultados: Conclui-se que, em geral das 25 empresas analisadas a implementação de inovação, aliada ao planejamento, foi fundamental para as empresas conseguirem atrair, manter clientes e algumas crescerem e aumentarem faturamento, tendo sucesso no negócio.

Implicações: Em momentos em que a economia está favorável as empresas têm mais facilidade de crescer devido ao consumidor estar tendencioso ao consumo, assim, o dinheiro circula. Porém, em casos de recessão, as pessoas são mais cautelosas, pensam mais antes de realizar qualquer gasto, devido o maior número de desemprego e diminuição do poder de compra. Nesse momento, as organizações têm que encontrar novas práticas para atrair, reter e manter os clientes. Só sobrevive, ou cresce, quem é capaz de se adaptar. Por isso saber sobre a importância da inovação é relevante e faz as empresas se manterem e encontrar soluções.

Originalidade: O artigo é resultado de trabalho realizado in loco e os resultados são de análises reais de empresas cujo projeto foi desenvolvido em 2 anos e meio.

PALAVRAS-CHAVE: Crise Econômica; Programa ALI; Planejamento; Inovação; Sucesso das empresas.

REFERÊNCIAS

Alvarenga, Darlan. (2020) Pedidos de recuperação judicial e falência crescem no país e atingem mais as pequenas empresas. Disponível em: <https://g1.globo.com/economia/noticia/2020/05/19/pedidos-de-recuperacao-judicial-e-falencia-crescem-no-pais-e-atingem-mais-as-pequenas-empresas.ghtml>.

Kurtz, D. J., Varvakis, G. (2013). Estudo das capacidades organizacionais sob a lente da ambidestria: uma abordagem a partir do ponto de vista estratégico. Navus - Revista de Gestão e Tecnologia. Florianópolis, SC, v. 3, n. 2, p. 152 - 162, jul./dez.

Oliveira, D. P. R. (2018). Planejamento estratégico: conceitos metodologia e prática. 34.ed. São Paulo: Atlas.

Vergara, S. C. (2016) Projetos e relatórios de pesquisa em administração. 16. ed. São Paulo: Atlas.

Zanandrea, G. et al. (2016) Relação entre capacidades dinâmicas e inovação de produto: uma revisão da literatura. Revista Geintec. V. 7. Sergipe.

FORMULAÇÃO ESTRATÉGICA NO CIEE LISBOA

Sara Las CUNHA

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa | Portugal

saralascunha@gmail.com

Renato Lopes da COSTA

Leandro PEREIRA

Rui GONÇALVES

Pedro FALCÃO

Objetivos: A crescente pressão que os mercados exercem sobre as empresas hoje em dia, num ambiente cada vez mais agitado e imprevisível, torna indispensável que as organizações repensem as suas estratégias, adaptando-as ao meio competitivo em que vivemos (Lopes da Costa & António, 2011). O objetivo desta investigação é averiguar se o *Council on International Education Exchange* (CIEE) Lisboa está a recorrer à implementação de estratégias corporativas, com o intuito de atingir os seus objetivos estratégicos, ampliar a sua área de atuação e aumentar o seu desempenho empresarial.

Metodologia / Abordagem: O recurso a estratégias corporativas apresenta-se como um meio implementado pelas organizações para dar resposta às necessidades do mercado e dos seus clientes, com o intuito de aumentar a sua vantagem competitiva e os seus níveis de performance empresarial. Neste artigo foram estudadas em profundidade 3 estratégias corporativas: diversificação, alianças estratégicas e fusões e/ou aquisições. O presente trabalho assenta nos pressupostos teóricos dos estudos de 1) Ali et al. s (2016) sobre a utilização de estratégias de diversificação para a criação de barreiras à entrada de novos concorrentes; 2) McSweeney-Feld et al. (2010) sobre o impacto que o sucesso das alianças tem na satisfação do consumidor; 3) Marks and Mirvis (2011) sobre os principais riscos da implementação de uma fusão e/ou aquisição. A metodologia utilizada neste estudo foi de carácter qualitativo, e teve por base a realização de 18 entrevistas, que posteriormente foram submetidas a uma extensa análise de conteúdo, com o objetivo de confirmar as hipóteses colocadas pelos autores.

Conclusões / Resultados: O estudo conclui que 1) o CIEE está a implementar estratégias de diversificação que lhe permitem crescer organicamente e que esta aposta é um dos fatores chave para a criação de barreiras à entrada de novos concorrentes; 2) a formação de alianças estratégicas é um pilar vital no sucesso da empresa, tendo um impacto positivo na satisfação dos consumidores; 3) o recurso a uma fusão e/ou aquisição não é a opção mais viável para a empresa neste momento.

Implicações: O presente trabalho visa contribuir para o desenvolvimento da estratégia empresarial com a discussão de um conjunto de conhecimentos em torno da formulação e implementação das estratégias corporativas, abordando os principais fatores chave, benefícios e riscos, bem como as potenciais consequências que estas podem ter nos níveis de performance e manutenção da vantagem competitiva das empresas.

Originalidade: Este é o primeiro trabalho sobre as estratégias corporativas do CIEE Lisboa.

PALAVRAS-CHAVE: Estratégia; estratégias corporativas; diversificação; alianças estratégicas; fusões e/ou aquisições.

REFERÊNCIAS

- Ali, S. et al. (2016). Corporate diversification and firm performance: An inverted U-shape hypothesis. *International Journal of Organizational Leadership*, 5: 381-398.
- Carr, A. et al. (2012). Strategic repositioning of the service supply chain. *Organization Development Journal*, 30(1): 63-78.
- Lopes da Costa, R. & António, N. (2011). The “outsourcing” as an instrument of competitiveness in the business consulting industry. *Journal of Management Research*, 3(1): 1-13
- Marks, M. & Mirvis, P. (2011). Merge ahead: A research agenda to increase merger and acquisition success. *J Bus Psychol*, 26: 161-168.
- McSweeney-Feld, M. H. et al. (2010). Strategic Alliance & customer impact: A case study of community hospitals. *Journal of Business & Economics Research*, 8(9): 13-21.

COMPETÊNCIAS DESENVOLVIDAS NO ENSINO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E SUA IMPORTÂNCIA PARA A PROFISSÃO

Alexandra DOMINGOS

ISCAL, Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

amrodrigues@iscal.ipl.pt

Manuela SARMENTO

Manuela DUARTE

Objetivos: O objetivo deste estudo consiste em analisar a perceção dos estudantes finalistas dos cursos de Contabilidade do 1.º ciclo de ensino superior quanto às competências desenvolvidas no seu percurso de formação e investigar as competências que os contabilistas certificados, em exercício de funções, percecionam serem as mais importantes para a atividade profissional.

Metodologia / Abordagem: Ao longo dos últimos anos, tanto o sistema de ensino superior quanto os profissionais de contabilidade foram confrontados com perguntas sobre as competências que os profissionais de contabilidade, eternos aprendizes, devem adquirir quando são estudantes, a fim de competir efetivamente no mercado de trabalho (Jackling e De Lange 2009).

Neves, Garrido e Simões (2015) argumentam que, atualmente, além do conhecimento técnico, o colaborador de uma organização precisa de um conjunto de competências pessoais e interpessoais gerais que lhes permitam lidar com a variedade de situações e oportunidades profissionais com que vai sendo diariamente confrontado. As competências exigem incluir adaptação, reflexão, flexibilidade, autonomia, iniciativa, liderança, comunicação, trabalho em equipa, controlo emocional, capacidade organizacional, tomada de decisão, resolução de problemas, inovação, criatividade, gestão de conflitos e negociação (Neves et al. 2015).

Pincus, Stout, Sorensen, Stocks e Lawson (2017) apontam que existem fortes evidências de forças que contribuem para a mudança no ensino superior. O ambiente atual é moldado e desafiado por duas forças principais: tecnologia de avanço rápido e um modelo financeiro desafiador. Profissionais e educadores em contabilidade não são imunes a essas forças macro. Compreender as forças para a mudança é fundamental para incentivar mudanças estratégicas e operacionais nos níveis institucional, programático e pessoal.

Arquero & Fernández-Polvillo (2019) indicam que a divergência entre a realidade e as perceções dos estudantes pode ter origem na conceção errada de quais são as tarefas de um contabilista e as competências necessárias para um profissional no século XXI. Note-se que, embora a visão não seja estereotipada, os estudantes parecem não estar claros de que as tarefas contabilísticas requerem grupos de trabalho multidisciplinares cada vez mais integrados e comunicação eficiente com profissionais com outros perfis, o que exige que eles ultrapassem o simples relatório de números para poder explicar as implicações desses números (Arquero & Fernández-Polvillo, 2019).

De forma a atingir o objetivo, a metodologia científica utilizada, baseou-se numa abordagem quantitativa, assentando no tratamento dos dados recolhidos a partir das respostas dadas ao inquérito por questionário efetuado a uma amostra de 345 estudantes finalistas dos cursos de Contabilidade do 1.º ciclo de vinte e oito instituições de ensino superior portuguesas e de 392 contabilistas certificados em exercício de funções.

A opção metodológica tomada baseou-se no facto de, segundo Sarmiento (2013), o inquérito consistir no método fundamental para o tipo de análise a realizar, uma vez que a sua aplicação permite a recolha de uma grande quantidade de informação suscetível de ser medida e analisada.

A análise da informação dos inquéritos por questionário, foi efetuada com o recurso à técnica de estatística descritiva e de análise exploratória dos dados.

Conclusões / Resultados: Através dos resultados obtidos constatou-se que, os estudantes finalistas percecionam a capacidade de trabalhar em equipa como a competência geral mais desenvolvida e os contabilistas certificados percecionam a capacidade de organização como a mais importante para o exercício da sua atividade.

Por sua vez, ao nível das competências técnicas, a compreensão da linguagem técnica é percecionada como a mais importante para a profissão e, segundo os estudantes, a mais desenvolvida ao longo do percurso de formação superior.

Implicações: Sendo as competências uma questão significativa em contexto de educação, consequência das constantes mudanças que vão ocorrendo no ambiente empresarial, procurou-se acrescentar evidência científica que poderá auxiliar as instituições de ensino superior portuguesas (IES) a traçarem perfis curriculares que alinhem a formação superior de Contabilidade com as atuais necessidades das organizações.

Originalidade: Num contexto de mudança no ensino superior, a investigação sobre o desenvolvimento de competências assume-se como um tema emergente e prioritário. Assim, esta investigação desempenha um papel

importante na divulgação do trabalho que ainda é possível realizar neste âmbito, podendo converter-se num ponto de partida para outras iniciativas e para uma reflexão mais alargada sobre esta temática.

PALAVRAS-CHAVE: Ensino superior; educação em contabilidade; competências; perceção dos estudantes; perceção dos contabilistas certificados.

REFERÊNCIAS

- Arquero, J., & Fernández-Polvillo, C. (2019). Estereotipos contables. Motivaciones y percepciones sobre la contabilidad de los estudiantes universitarios de Administración de Empresas y Finanzas y Contabilidad. *Spanish Accounting Review*, 22(1), 88–99. doi.org/10.6018/rccsar.22.1.354341
- Jackling, B. & De Lange, P. (2009). Do accounting graduates' skills meet the expectations of employers? A matter of convergence or divergence. *Accounting Education: An International Journal*, 18(4-5), 369-385. doi: 10.1080/09639280902719341.
- Neves, J., Garrido, M. & Simões, E. (2015). *Manual de Competências Pessoais, Interpessoais e Instrumentais: Teoria e Prática*. Lisboa: Edições Silabo.
- Pincus, K., Stout, D., Sorensen, J., Stocks, K. & Lawson, R. (2017). Forces for Change in Higher Education and Implications for the Accounting Academy. *Journal of Accounting Education*, 40(1-18). <https://doi.org/10.1016/j.jaccedu.2017.06.001>.
- Sarmiento, M. (2013). *Metodologia Científica Para a Elaboração, Escrita e Apresentação de Teses*. Lisboa: Universidade Lusíada Editora.

Pilar de Souza Paula Coutinho ELÓI

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais | Brasil

pilarcoutinho@gmail.com

Vanessa Morato RESENDE

Objetivos: Objetivou-se verificar como se enquadram as relações de trabalho e sua respectiva tributação nos modelos de negócio das *startups* brasileiras e portuguesas. (objetivo n.o 1). A partir da legislação estabelecida, passou-se a analisar sucintamente os mecanismos utilizados pelas *startups* brasileiras (contrato de *stock options* e o contrato de *vesting*), e os mecanismos utilizados pelas *startups* portuguesas, através do Programa KEEP, e dos incentivos à contratação de jovens à procura do primeiro emprego e de desempregados de longa duração. (objetivo n.o 2). Em seguida, foram suscitadas algumas dúvidas e respostas quanto a quais são os tributos que devem incidir naquelas obrigações dos países em questão (objetivo n.o 3).

Metodologia / Abordagem: Analisou-se como se dariam essas relações de trabalho dentro do contexto de inovação de *startups* (objetivo n.o 1). Constatou-se que as *startups* brasileiras têm utilizado o contrato de *stock options* e o contrato de *vesting*, e as *startups* portuguesas têm utilizado o Programa KEEP e incentivos à contratação de jovens à procura de primeira empresa e de desempregados de longa duração (objetivo n.o 2). Os institutos utilizados pelas *startups* brasileiras tem dinâmicas similares: a possibilidade de aquisição futura de participação societária. E as *startups* portuguesas, através do Programa KEEP, podem criar mecanismos de política pública que estimulem os vínculos entre esses empregados iniciais e a entidade que os contrata, através da opção de compra com tributação diferenciada.

Conclusões / Resultados: As mudanças na obviedade das relações de emprego no contexto das *startups* torna passível de não ter aparência clara de emprego aquilo que é, de fato, emprego. Mesmo o argumento de que a diferença entre o empregado e o empregador se delinea entre quem assume o risco do empreendimento e quem não assume é nebulosa. Assim, existem relações de emprego/prestação de serviços disfarçadas em outros arranjos de relação econômica e, de fato, existem novas relações sociais que não se encaixam nas tradicionais relações de emprego e de mera prestação de serviço. É de se verificar como a relação da *stock option* e do *vesting* se constroem para se realizar o enquadramento tributário. Caso se tratem, faticamente, de relações em que prevalece o caráter remuneratório, o ordenamento jurídico já recebe esses institutos, embora seja possível, aos moldes do Programa KEEP criar mecanismos de política pública que estimulem os vínculos entre esses empregados iniciais e a entidade que os contrata, através da opção de compra com tributação diferenciada. Caso se trate da figura do sócio de fato que não pode integrar o capital social em virtude de suas próprias restrições financeiras, as ações adquiridas não se enquadram como remuneração, mas de investimento, que recebem tratamento tributário mais favorecido.

Implicações: A investigação desenvolverá uma análise da legislação brasileira e portuguesa, em rica oportunidade de se analisar o cenário jurídico-tributário para as *startups*, no domínio das relações de trabalho, nesses dois sistemas jurídicos.

Originalidade: O tema sobre enquadramento tributário das relações de trabalho das *startups* de acordo com legislações brasileira e portuguesa não havia sido comparado antes, o que traz uma rica contribuição à luz do direito comparado.

PALAVRAS-CHAVE: *Startups*; Relações de Trabalho; Enquadramento Tributário; Portugal; Brasil.

REFERÊNCIAS

- Dias Júnior, A. A. S (2017). A tributação de *stock options*. Disponível em: <https://www.jota.info/opiniao-e-analise/colunas/contraditorio/a-tributacao-de-stock-options-13112017>
- Feigelson, B.; Nybo, E. F.; Fonseca, V. C (2018). *Direito das Startups*. São Paulo: Saraiva Educação.
- Leopoldino, P. DE O. L (2017). Relações de trabalho nas *startups*. In: *Legal talks: startups à luz do direito brasileiro*. Porto Alegre: Editora Fi.

STARTUPS E FUNDOS DE INVESTIMENTOS: UMA COMPARAÇÃO ENTRE INCENTIVOS TRIBUTÁRIOS DADOS POR BRASIL E PORTUGAL

Pilar de Souza Paula Coutinho ELÓI

Pontifícia Universidade Católica de Minas Gerais | Brasil

pilarcoutinho@gmail.com

Ana Carla Sena de Assis e ROCHA

Objetivos: A investigação objetiva comparar os incentivos tributários concedidos por Brasil e Portugal às *startups* e aos investimentos requeridos por estas (em especial o Venture Capital), a fim de eleger qual o sistema mais eficiente na formação de um ambiente favorável à pesquisa, desenvolvimento e inovação.

Metodologia / Abordagem: A metodologia utilizada consiste na revisão bibliográfica pertinente ao tema, com explanação sobre os conceitos mais importantes, como o que são *startups* e suas peculiaridades quando contrapostas aos modelos empresariais convencionais, e ainda o que é Venture Capital e a relevância dessa modalidade de financiamento para patrocínio dessas empresas inovadoras.

Ademais, faz-se uma comparação entre sistemas, colocando de um lado a legislação brasileira e do outro a portuguesa no que tange a adoção de políticas públicas (em especial as tributárias) capazes de fomentar novos empreendimentos, conforme legislação vigente.

Ao final, é possível definir qual é o modelo mais eficiente e como um pode se inspirar no outro na concepção de novos incentivos.

Conclusões / Resultados: Ao final do trabalho, pretende-se esclarecer como uma política pública, não só fiscal, voltada ao atendimento das especificidades inerentes às *startups*, bem como a tributação adequada do Venture Capital (que pode ser uma excelente fonte de recursos para essas empresas), é capaz de fomentar e estimular a pesquisa, desenvolvimento e inovação. Diante da semelhança entre os sistemas jurídicos adotados por Portugal e Brasil, torna-se possível estabelecer uma comparação e constatar que aquela Nação se destaca nesse sentido, pois apresenta um sistema geral mais eficiente no fomento dessas atividades, capazes de gerar crescimento econômico ao país em médio e longo prazo.

Implicações: A inércia ou insuficiência dos incentivos tributários dados pelos países às *Startups*, considerando suas particularidades, faz com que o desenvolvimento de novos modelos de negócios seja dificultado. Paradoxalmente, estímulos excessivos podem desequilibrar o mercado, ao financiar empreendimentos sem garantia de retorno em detrimento de negócios já consolidados.

Diante dessas especificidades, países mais preparados economicamente e com políticas mais acolhedoras às MPes inovadoras, tal qual Portugal, caminham para um campo mais próspero no médio e longo prazo, que é quando se espera que estas tragam resultados mais sólidos.

Assim, através da análise comparativa entre os sistemas brasileiro e português será possível estabelecer um paralelo para apontar os pontos de melhoria e de êxito de cada um desses modelos e que podem ser implementados um no outro. Com isso, torna-se possível embasar a concepção de políticas fiscais capazes de favorecer o desenvolvimento de novas *Startups* e fomentar as rodadas de investimento necessárias à sua manutenção.

Originalidade: As *Startups* são modelos de negócio que identificam a atual geração, sem muitos precedentes e, portanto, não contam com estudos suficientes quanto as políticas fiscais adotadas ao redor do Globo para estabelecer uma comparação e definir qual a mais adequada a criar ambientes prósperos.

Nesse sentido, a originalidade da investigação se apresenta na demonstração de como incentivos adequados são capazes de fomentar a pesquisa, desenvolvimento e inovação nesse modelo de negócios, bem como comprovar que os países mais empenhados nesse sentido apresentam melhores resultados a médio e longo prazo, com retornos econômicos mais favoráveis.

PALAVRAS-CHAVE: *Startups*; inovação; tributação; incentivos fiscais.

REFERÊNCIAS

IAPMEI. (2018). StartUP Portugal. Recuperado 14 de junho de 2019, de <https://www.iapmei.pt/PRODUTOS-E-SERVICOS/Empreendedorismo-Inovacao/Empreendedorismo/Apoios-e-Incentivos/Startup-Portugal.aspx>

Hechavarría, D. M., Matthews, C. H., & Reynolds, P. D. (2016). Does start-up financing influence start-up speed? Evidence from the panel study of entrepreneurial dynamics. *Small Business Economics*, 46(1), 137–167. <https://doi.org/10.1007/s11187-015-9680-y>

- LAVCA - The association for private capital Investment in Latin America. (2019). Inaugural Survey of Latin American Startups. Recuperado de <https://lavca.org/industry-data/inaugural-survey-of-latin-american-startups/>
- OCDE. (2016). Start-up Latin America 2016: Bulding innovative future. Paris: OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/9789264265660-en>
- Oioli, E. F. (coord). (2019). Por que um “direito para startups”? In Manual de Direito para Startups: Conheça os principais aspectos jurídicos que afetam a constituição. São Paulo: Thomson Reuters Brasil.

REPUXO DO TURISMO EM PRAIAS: O CASO DE TORRES, RIO GRANDE DO SUL, BRASIL

Jennifer Bauer EME

Universidade de Caxias do Sul | Brasil

jbauer.eme@gmail.com

Maria Luiza Cardinale BAPTISTA

Objetivos: Discutir o pressuposto epistemológico ‘Repuxo’ do Turismo em praias, a partir do caso de Torres, Rio Grande do Sul, Brasil.

Metodologia / Abordagem: A pesquisa qualitativa tem como estratégia metodológica a Cartografia de Saberes (Baptista, 2014), já consolidada em estudos brasileiros, em que são percorridas quatro trilhas investigativas. Na Trilha Saberes Pessoais, o pesquisador registra, em diário de pesquisa, saberes pessoais e questionamentos, com resgate de lembranças, observações e reflexões. Na Trilha Saberes Teóricos, constitui-se o referencial teórico, com escolha e aprofundamento de teorias fundamentais para a abordagem do objeto e objetivos. Em Usina de Produção, há o contato com o campo pesquisado, por meio de aproximações e ações investigativas. No presente trabalho, destacam-se: levantamento bibliográfico e entrevistas abertas com moradores de Torres/RS. Dimensão Intuitiva da Pesquisa, considerando a intuição como dimensão de pesquisa, o pesquisador trabalha com atenção plena, com abertura para captar e registrar em diário de pesquisa, aspectos percebidos em nível consciente e inconsciente.

Conclusões / Resultados: A pesquisa encontra-se em andamento. Um primeiro aspecto a ser destacado, do levantamento bibliográfico, é o baixo volume de produções, a respeito da prática turística no município de Torres/RS, sob o mesmo viés desta pesquisa. As aproximações investigativas já realizadas, com o campo empírico da pesquisa, mostram que o turismo nas cidades de praia precisa ser desenvolvido a partir de uma prática turística responsável ecossistemicamente. O pressuposto ‘repuxo’ sinaliza para a necessidade de construção de saberes plurais sobre turismo de praia, não limitados aos lugares próximos ao mar, nem ao que se pode pensar como sendo ‘a onda’ do turismo. Os Saberes Teóricos permitem perceber sinalizadores importantes para a autopoiese do turismo de praia, considerando o resgate de valores de reconhecimento de elementos autóctones e da sabedoria dos moradores, fazendo frente a uma engrenagem capitalística que agride os cenários dessas destinações.

Implicações: O processo de turistificação que o Turismo – no caso deste estudo, Turismo de Sol e Praia – promove nas cidades litorâneas tem proposto reflexões de diversos níveis da sociedade. O desenvolvimento do Turismo pautado pelo que Harvey (2004) chama de ‘capitalismo por expolição’ tem interferido negativamente no meio ambiente, na cultura, além de causar rupturas entre espaços sociais, onde uns são destinados aos turistas e outros aos moradores. A proposta de discutir o Turismo a partir de outro lugar, nesse caso o “avesso”, chamado de ‘repuxo’, alinha-se com o movimento de desenvolvimento sustentável, organizado, principalmente, pela Organização das Nações Unidas (ONU) por meio da Agenda 2030. Teoricamente, a pesquisa entrelaça saberes múltiplos, considerados a partir de suas realidades, buscando refletir os espaços ocupados pela academia e sociedade na construção do conhecimento científico.

Originalidade: O presente trabalho destaca-se por propor a ideia de ‘Repuxo’, como pressuposto epistemológico para discutir o Turismo como metáfora relacionada com o campo empírico, Torres, localizada no litoral do Rio Grande do Sul. O repuxo do mar acontece a partir do excesso de água, que se acumula em um determinado ponto, sendo puxado com força, de volta ao mar, formando uma corrente de retorno. O fenômeno permite ver o que fica escondido, o que o mar (também do Turismo!) não mostra durante a exuberância do seu movimento. Com isso, o ‘Repuxo’ do Turismo é construído a partir da ideia de dobra, pautada pela Esquizoanálise. Nesse caso, a abordagem refere-se à reflexão sobre as características mercadológicas do Turismo, partindo da proposição de que há outra forma de desenvolvê-lo, considerando o ecossistema, englobando as instâncias: social, política, econômica, cultural, o que implica em um sistema de vida, em que estão entrelaçadas pessoas, animais, plantas, elementos bióticos e abióticos, do lugar.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo; ‘Repuxo’ do Turismo; Praias; Torres/RS.

REFERÊNCIAS

- Baptista, M. L. C. (2014). Cartografia de Saberes na Pesquisa em Turismo: Proposições Metodológicas para uma Ciência em Mutação. *Rosa dos Ventos*, 6(3), 342-355.
- Beni, M. C., Moesch, M. (2017). A teoria da Complexidade e o Ecossistema do Turismo. *Turismo-Visão e Ação*, 19(3), 430-457.
- Brasil, O. N. U. (2015). Agenda 2030. Brasília: PNUD.
- Guattari, F., & Deleuze, G. (1995). *Mil platôs. Capitalismo e Esquizofrenia*. Rio de Janeiro: Editora 34.
- Harvey, D. (2004). *O novo imperialismo*. São Paulo: Edições Loyola.

Objetivos: Esta investigação tem como principal objetivo compreender de que forma a liderança influencia as operações de *front-office* nos hotéis de 5 estrelas em Portugal, compreendendo de que modo tal acontece e qual o impacto pessoal nos colaboradores antes de se verificar um impacto nas operações organizacionais.

Metodologia / Abordagem: Começou-se por realizar uma pesquisa teórica de bibliografia que permite compreender e enquadrar o problema em estudo, analisando os diversos paradigmas da situação de forma a interpretar as fundações para a investigação.

Para isso, a pesquisa bibliográfica incidiu nas duas temáticas principais que têm como objetivo ser ligadas nesta investigação: a liderança e a hotelaria.

A temática a investigar foi assim selecionada pelo facto de no mundo da hotelaria, o departamento de *front-office* ser o que mais contacto tem com o público e uma maior ligação com os restantes departamentos de um hotel, o que leva à necessidade de uma liderança mais ajustada e presente.

Após reflexão da metodologia a utilizar, a mais adequada foi considerada a metodologia quantitativa, pois considerando o problema apresentado e a quantidade de dados necessária, decidiu-se ser realizada uma recolha de dados com recurso a inquérito por questionário.

O questionário foi aplicado à maioria possível da população de trabalhadores de *front-office* em hotéis de 5 estrelas em Portugal, considerando que é sempre complicado obter respostas pela falta de confiança nos processos e pela indisponibilidade resultante de muitas horas de trabalho, encontrando-se dividido em sete secções, que permitem dividir as informações e perguntas em grupos lógicos que facilitaram o processo de tratamento de dados. Foram obtidas 336 respostas de atuais ou antigos trabalhadores de hotéis de 5 estrelas em Portugal, englobando todo o país (incluindo ilhas).

A análise dos dados obtidos foi realizada de forma a obter resultados quantitativos referente à amostra da população a quem foi aplicado o questionário, e com esses valores foi efetuada uma interpretação quantitativa e qualitativa dos resultados, de forma a compreender a opinião dos inquiridos.

Conclusões / Resultados: No domínio desta investigação concluiu-se que a liderança, sendo fortemente positiva, tem um impacto muito direto e uma forte influência nas operações de *front-office* nos hotéis de 5 estrelas em Portugal, concluindo-se também que os colaboradores transmitem quase completamente a influência que recebem por parte dos seus líderes para as operações diárias pelas quais são responsáveis.

Implicações: Verificada a importância do turismo e da hotelaria como atividades económicas de elevada relevância no nosso país, o valor dos recursos humanos como ativo precioso nas organizações e a importância da liderança como fator diferencial e nas suas operações diárias tornou-se fundamental compreender de que forma a liderança apresenta influência nas operações diárias de um hotel.

Originalidade: Na pesquisa inicial para a realização desta investigação compreendeu-se que existe uma forte componente de investigação tanto na área da liderança como da hotelaria. Contudo, a investigação que relaciona estas duas componentes é muito escassa e necessita de acompanhar o desenvolvimento e a mudança destes setores.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo; Hotelaria; *Front-office*; Liderança.

REFERÊNCIAS

- Antonakis, J., & Day, D. (Eds.) (2017). The nature of leadership. Sage publications.
- Freitas, C. (2006). Estudo da motivação e da liderança na indústria hoteleira da RAM (Dissertação de Mestrado, Universidade da Madeira, Funchal, Portugal). Disponível em http://www3.uma.pt/Unidades/DGE/index_ficheiros/docsMestrado/Teses/Tese-Carmen_Freitas.pdf.
- Kara, D., Uysal, M., Sirgy, M., & Lee, G. (2013) The Effects of Leadership Style on Employee Well-Being in Hospitality. *International Journal of Hospitality Management*, 34(1), 9-18.
- Messias, F. (2014). Liderança E Bem-Estar: O Caso Da Hotelaria De Cinco Estrelas No Algarve (Tese de Doutoramento, Universidade do Algarve, Faro, Portugal). Disponível em <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/6839>.
- Monteiro, I. (2008) Comportamentos do Líder Inovador no Sector do Turismo (Tese de Doutoramento, Universidade do Algarve, Faro, Portugal). Disponível em <https://sapientia.ualg.pt/handle/10400.1/744>.

A COMUNICAÇÃO ONLINE DE RSE NAS PME EXCELÊNCIA, NA ÁREA DO TURISMO – UM ESTUDO NAS EMPRESAS DO DISTRITO DE LEIRIA

Francisco Delgado FERRAZ

Instituto Politécnico de Leiria | Portugal

francisco.ferraz@ipleiria.pt

Objetivos: O presente estudo tem como objetivo analisar como as empresas reconhecidas com o prémio de excelência em 2018, nomeadamente as da área do Turismo do distrito de Leiria, procedem à comunicação e divulgação das suas práticas e desenvolvimento de projetos de responsabilidade social na Internet, através dos seus websites corporativos.

Metodologia / Abordagem: A metodologia aplicada envolveu duas fases distintas. Na primeira fase, foi realizado um levantamento das empresas que obtiveram o reconhecimento com o prémio PME Excelência no distrito de Leiria, nomeadamente na área do Turismo, de acordo com lista de atribuição do Instituto de Apoio às Pequenas e Médias Empresas e à Inovação. Numa segunda fase foram aplicados e considerados um conjunto de indicadores baseado numa revisão de literatura (Sandulli & Martín-Barbero, (2007)) que permitiram auxiliar na avaliação dos itens de comunicação da RSC nos Websites das organizações selecionadas e pesquisadas, tendo sido realizada posteriormente uma análise descritiva dos resultados.

Conclusões / Resultados: Considerando um conjunto de indicadores de divulgação online de Responsabilidade Social, previamente definidos e com base numa revisão de literatura (Elkington (1997), AECA (2006), Gallardo et al. (2013) e Tang et al. (2015)), o estudo efetuado permitiu observar que de forma generalizada as empresas detentoras de prémios de reconhecida qualidade revelam um reduzido desempenho na Comunicação da sua Responsabilidade Social Corporativa nos seus websites, evidenciando-se assim que ainda existe muito a fazer no que diz respeito à comunicação empresarial.

Implicações: O estudo revela fragilidades na comunicação das organizações, denotando que estrategicamente estas não estão a aproveitar determinadas potencialidades na interação com os seus diversos stakeholders.

Originalidade: O estudo procura analisar uma realidade atual, com o uso corrente de novas tecnologias procurando auxiliar as organizações a potenciarem as suas plataformas tecnológicas obtendo assim vantagens competitivas. A originalidade está associada às características das entidades escolhidas, ou seja, a obtenção de um reconhecido prémio empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social Corporativa; Comunicação da responsabilidade Social; Internet; Identidade Social Corporativa; Prémios de Excelência; Websites corporativos.

REFERÊNCIAS

- Associação Espanhola de Contabilidade e Administração de Empresas – AECA (2016) Responsabilidad social corporativa interna. Delimitación conceptual e información. Documento n.º 10 de la Comisión de RSC.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks. The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford, Capstone Publishing.
- Gallardo Vázquez, D., Sánchez Hernández, M. & Martínez-Azúa, M., (2013). Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la Responsabilidad Social Corporativa y otras variables estratégicas de la empresa. *Spanish Accounting Review*, 16 (1): 11-23.
- Sandulli, F. & Martín-Barbero, S. (2007). “RIWAM (Responsible Identity Web Analysis Method) Modelo social aplicado a la transparencia web corporativa”. Congreso Internacional de Ética y Derecho de la información. Valencia.
- Tang, L., Gallagher, C. C., & Bie, B. (2015). Corporate social responsibility communication through corporate websites: A comparison of leading corporations in the United States and China. *International Journal of Business Communication*, 52: 205-227.

Sandra FILIPE

GOVCOPP | Portugal

sandrafilipe@ua.pt

Joana BAPTISTA

Objetivos: A literatura académica sugere eliminar a ideia de competição entre países e implementar a de cooperação (Pechlaner et al., 2002), em que o turismo surge como agregador das partes envolvidas e como motor de desenvolvimento da região (Gao et al., 2019), e considera ainda que os habitantes devem fazer parte da estratégia de marketing dos destinos, e que inclusivamente podem ser embaixadores do mesmo, promovendo-o voluntariamente (Insch & Walters, 2017; Zenker et al., 2017). Adicionalmente, no contexto atual é fundamental apostar nos meios digitais para a promoção de projetos e destinos turísticos (Ketter & Avraham, 2012).

Com base na revisão da literatura os objetivos desta investigação incluem: (i) identificar as implicações da cooperação entre dois países na formulação da estratégia de marketing territorial em região transfronteiriça; (ii) compreender o papel da população local no marketing territorial; (iii) explorar a importância das redes sociais na promoção do turismo transfronteiriço.

Metodologia / Abordagem: Para o alcance dos objetivos foi utilizada uma metodologia qualitativa por via da realização de 10 entrevistas em profundidade a parceiros Portugueses e Galegos do projeto para dinamização da Reserva da Biosfera Transfronteiriça Gerês-Xurés, e ainda a outros indivíduos que, embora não estejam integrados no referido projeto, conhecem a realidade da região e têm uma visão externa útil para esta investigação. As entrevistas foram transcritas e sujeitas a uma análise temática de conteúdo.

Conclusões / Resultados: Os resultados evidenciam uma unanimidade de opinião entre os participantes de que há mais valor e competitividade com a junção das duas regiões e que, por isso, será uma relação duradoura. Embora a cooperação entre o Norte de Portugal e a Galiza esteja bem estruturada e faça parte do quotidiano de quem vive na região de fronteira, é necessário acertar alguns aspetos, como a comunicação entre os parceiros e o equilíbrio das administrações locais para que a estratégia de marketing territorial seja bem-sucedida. Foi amplamente destacada a necessidade de envolvimento da população no projeto, de modo a que a comunicação do mesmo seja igualmente assegurada pelos habitantes e comerciantes locais, permitindo que todos estejam a contribuir positivamente para o sucesso do desenvolvimento da região transfronteiriça. Por fim, a importância do marketing digital e das redes sociais no marketing territorial transfronteiriço foi comprovada nos testemunhos dos participantes, embora com a salvaguarda da necessidade de não abolir os meios tradicionais de marketing.

Implicações: Os resultados provenientes da investigação fornecem orientações para a promoção de territórios partilhados, em que a cooperação transfronteiriça entre as entidades públicas surge como elemento determinante, destacando o papel da população local e o contributo do marketing digital.

Originalidade: Este estudo demonstra a eficácia de uma estratégia de marketing territorial na promoção do turismo, na criação de valor a uma região transfronteiriça de baixa densidade populacional e no seu desenvolvimento económico e social.

PALAVRAS-CHAVE: Marketing digital; marketing territorial; marketing turístico; promoção de destinos; regiões transfronteiriças.

REFERÊNCIAS

- Gao, J., Ryan, C., Cave, J., & Zhang, C. (2019). Tourism border-making: A political economy of China's border tourism. *Annals of Tourism Research*, 76, 1–13.
- Insch, A., & Walters, T. (2017). Challenging assumptions about residents' engagement with place branding. *Place Branding and Public Diplomacy*, 1–11.
- Pechlaner, H., Abfalter, D., & Raich, F. (2002). Cross-Border Destination Management Systems in the Alpine Region—The Role of Knowledge Networks on the Example of AlpNet. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 3(3–4), 89–107.
- Ketter, E., & Avraham, E. (2012). The social revolution of place marketing: The growing power of users in social media campaigns. *Place Branding and Public Diplomacy*, 8(4), 285–294.
- Zenker, S., Braun, E., & Petersen, S. (2017). Branding the destination versus the place: The effects of brand complexity and identification for residents and visitors. *Tourism Management*, 58, 15–27.

LA PREOCUPACIÓN MEDIOAMBIENTAL, ELEMENTO MOTIVADOR DEL CAMBIO DE ACTITUD: UN ESTUDIO fMRI

Diego GÓMEZ-CARMONA

Universidad de Cádiz | España

gocadi@gmail.com

Francisco MUÑOZ-LEIVA

Francisco LIÉBANA-CABANILLAS

Salvador del Barrio GARCÍA

Objetivos: Los principales objetivos del trabajo son:

- a) Analizar la efectividad del marco del mensaje de energías renovables (EERR), explorando los correlatos neurales al procesar el estado final de ganancia (GF) vs. estado final de pérdida (LF).
- b) Comprobar el efecto moderador de la preocupación medioambiental al procesar los mensajes GF y LF, en las regiones que la literatura anticipa (ínsula, amígdala y corteza prefrontal ventromedial)

Metodología / Enfoque: El trabajo se realizó entre enero y diciembre de 2017 en el centro de investigación Mente Cerebro y Comportamiento de la Universidad de Granada. Para alcanzar los objetivos, seleccionamos 50 participantes mediante un muestreo por conveniencia. Empleamos un enfoque experimental y recurrimos a la técnica de imágenes de Resonancia Magnética Funcional (fMRI) para explorar los correlatos neuronales subyacentes al procesamiento de información. A partir de 6 imágenes y 6 descripciones sobre EERR diseñamos sendos mensajes GF y LF. El anuncio GF utiliza imágenes y descripciones con un valor positivo. Por el contrario, el anuncio (LF) utilizaron imágenes con un valor negativo.

Desarrollamos un diseño mixto de 2x2 con dos factores entre sujetos manipulados a priori, (GF) y (LF), y dos factores entre grupos basados en los niveles de preocupación, alta (HC) y baja preocupación (LC).

Conclusión / Resultados: El presente estudio demuestra que existen diferencias entre los sujetos con una alta (vs. baja) preocupación por el medioambiente cuando procesan anuncios GF y LF. Los resultados indicaron que los mensajes de marco de ganancia son más persuasivos para los espectadores con mayor preocupación por el medio ambiente, mientras que los anuncios con marco de pérdida son más persuasivos para los sujetos con menor preocupación. Estos hallazgos están en línea con estudios previos que proponen la preocupación ambiental como un factor moderador de la persuasión generada por el enfoque del mensaje (Newman, Howlett, Burton, Kozup y Tangari, 2012; Chan y Mukhopadhyay, 2010). Además, apoyamos las conclusiones de otros estudios que sugieren una mayor efectividad por parte de los mensajes ambientales GF (Chahal y Kaur, 2015; Martínez-Fiestas et al., 2015; Casado-Aranda et al., 2017).

Implicaciones: Nuestros resultados sugieren que el nivel de preocupación es un factor determinante en el procesamiento de la información. El nivel de preocupación parece activar regiones vinculadas al sistema motivacional.

En sujetos preocupados por el medio ambiente, los mensajes GF son particularmente persuasivos, esta efectividad se manifiesta en el cortex prefrontal ventromedial, y su actividad se correlaciona con una mayor intención de comprar RE. Mientras que la actividad de la ínsula en este mismo grupo de sujetos al visualizar mensajes LF parece actuar como un filtro de defensa, lo que inhibe la persuasión.

Originalidad: Hasta donde sabemos, ningún trabajo previo ha utilizado un diseño experimental mixto para vincular la activación cerebral evocada por anuncios con niveles diferentes de preocupación medioambiental, actitud hacia los anuncios e intención de compra de los sujetos.

PALABRAS-CLAVE: Neuromarketing; gain-frame; preocupación medioambiental; persuasión; fMRI.

REFERENCIAS

- Casado-Aranda, L. A., Sánchez-Fernández, J., & Montoro-Ríos, F. J. (2017). Neural correlates of voice gender and message framing in advertising: A functional MRI study. *Journal of Neuroscience, Psychology, and Economics*, 10(4), 121-136. <https://doi.org/10.1037/npe0000076>
- Chahal, H., & Kaur, A. (2015). Appeals in Green Advertising-A Study of Factors Affecting the Persuasiveness of Appeals. *Journal of Management Sciences*, 3(1), 86-97.

- Chan, E., & Mukhopadhyay, A. (2010). When Choosing Makes a Good Thing Better: Temporal Variations in the Valuation of Hedonic Consumption. *Journal of Marketing Research*, 47(3), 497–507. <https://doi.org/10.1509/jmkr.47.3.497>
- Martinez-Fiestas, M., Viedma del Jesus, M. I., Sanchez-Fernandez, J., & Montoro-Rios, F. (2015). A psychophysiological approach for measuring response to messaging: How consumers emotionally process green advertising. *Journal of Advertising Research*, 55(2), 192–205. <https://doi.org/10.2501/JAR-55-2-192-205>
- Newman, C. L., Howlett, E., Burton, S., Kozup, J. C., & Tangari, A. H. (2012). The influence of consumer concern about global climate change on framing effects for environmental sustainability messages. *International Journal of Advertising*, 31(3), 511–527. <https://doi.org/10.2501/IJA-31-3-511-527>

RETENÇÃO DE CLIENTES NO SETOR SEGURADOR: DETERMINANTES POSITIVOS E NEGATIVOS

Manuel LEIRIA

Universidade do Algarve | Portugal

a62508@ualg.pt

Efigénio REBELO

Nelson MATOS

Objetivos: O setor segurador tem-se caracterizado, ao longo dos anos, pelos baixos índices de retenção de clientes. Este estudo tem dois objetivos centrais. O primeiro é identificar quais são os principais determinantes da anulação de apólices por clientes particulares. O segundo é desenvolver um modelo que determine a probabilidade de cancelamento das apólices de seguro.

Metodologia / Abordagem: Conforme a literatura consultada, para analisar o cancelamento das apólices de seguro foram recolhidos dados relativos a três tipos de variáveis: as características sócio-demográficas dos tomadores de seguro, as suas apólices em vigor e os respetivos intermediários. A partir da observação destes dados, no decorrer de um período de sete meses, criaram-se duas amostras: o grupo de apólices que se manteve em vigor e o grupo de apólices anuladas.

A metodologia utilizada para análise destas variáveis foi a regressão logística binária por se tratar da opção mais aconselhável e mais utilizada na realização de pesquisas com variáveis dependentes binárias no setor segurador, conforme a literatura revista.

Conclusões / Resultados: No que respeita aos determinantes da anulação de apólices de seguro por clientes particulares, relevam-se as seguintes variáveis: o género do cliente, o total de prémios pagos, o prémio da apólice, a existência de sinistros prévios, o pagamento fracionado da apólice, o pagamento por débito direto, e o tipo de intermediário, nomeadamente os agentes a título acessório, os agentes individuais e os agentes empresariais.

O modelo que permite determinar a probabilidade de cancelamento das apólices foi desenvolvido a partir dos resultados da estimação da regressão logística. A equação resultante permite, a partir dos valores das variáveis relevantes acima descritas, identificar a probabilidade de anulação das apólices de seguro em vigor.

Implicações: Esta investigação é importante tanto para a academia como para a indústria. Ao nível académico, o estudo contribui para a sistematização do conhecimento no domínio da retenção de clientes de seguros e propõe uma metodologia de identificação dos determinantes da anulação das apólices. Na perspetiva da indústria seguradora, ficam disponíveis conclusões e modelos que permitem aumentar a sua capacidade para reter os clientes e as apólices de seguro que possuem.

Originalidade: Este estudo apresenta uma metodologia para identificar os principais fatores associados à anulação de apólices de seguro, assim como para antecipar a sua ocorrência. Também demonstra a importância de as seguradoras gerirem as variáveis relacionados com os clientes e as respetivas apólices, para melhorarem a sua capacidade de retenção dos clientes. É, igualmente, relevada a importância de os intermediários serem integrados nos programas de retenção de clientes das seguradoras. Por fim, ao nível da indústria dos seguros, demonstra-se a necessidade de aumentar a importância relativa dos investimentos na retenção de clientes, relativamente à situação atual em que se aposta prioritariamente na sua aquisição.

PALAVRAS-CHAVE: Retenção de cliente; seguro automóvel; intermediário; anulação de apólices.

REFERÊNCIAS

- Bolancé, C., Guillen, M., & Padilla-Barreto, A. E. (2016). Predicting probability of customer churn in insurance. In *Modeling and Simulation in Engineering, Economics and Management - International Conference, MS 2016, Proceedings* (Vol. 254). https://doi.org/10.1007/978-3-319-40506-3_9
- Brockett, P. L., Golden, L. L., Guillen, M., Nielsen, J. P., Parner, J., & Perez-Marin, A. M. (2008). Survival Analysis of a Household Portfolio of Insurance Policies: How Much Time Do You Have to Stop Total Customer Defection? *Journal of Risk & Insurance*, 75(3), 713–737. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=heh&AN=33461551&site=eds-live>
- Guillen, M., Nielsen, J. P., & Pérez-Marín, A. M. (2008). The Need to Monitor Customer Loyalty and Business Risk in the European Insurance Industry. *Geneva Papers on Risk & Insurance - Issues & Practice*, 33(2), 207–218. <https://doi.org/10.1057/gpp.2008.1>

- Larsson, A., & Broström, E. (2019). Ensuring customer retention: insurers' perception of customer loyalty. *Marketing Intelligence & Planning*, 38(2), 151–166. <https://doi.org/10.1108/MIP-02-2019-0106>
- Ou, Y.-C., Verhoef, P. C., & Wiesel, T. (2017). The effects of customer equity drivers on loyalty across services industries and firms. *JOURNAL OF THE ACADEMY OF MARKETING SCIENCE*, 45(3), 336–356. <http://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=edswss&AN=000398919800004&site=eds-live>

OVERTOURISM AND ITS ENVIRONMENTAL DIMENSION

Josef LOCHMAN

Charles University | Czech Republic

lochmaj@natur.cuni.cz

Aims: Common perceived problems of overtourism are congestion and overcrowding of popular tourism-exposed areas. Another typical example of discontent regarding excessive tourism is the proliferation of short-term rentals such as Airbnb. Although environmental issues are often included in the definitions of overtourism, these issues lack media attention and are not sufficiently embedded in the perceptions of local people. This paper is focused on framing of overtourism among scholars with emphasis on the environmental dimension and its issues. The main aim of this paper is to examine the extent to which the environmental issues are discussed among scholars.

Methodology / Approach: The aim of this paper was achieved through a systematic review of all articles available under the keyword "overtourism" in the Web of Science database. A total of 74 articles were examined. The reviewing process answered to what extent environmental dimension is discussed in the theoretical and empirical parts of articles and what are the most discussed issues associated with overtourism. Depending on the extent to which the environmental dimension had been discussed, we assigned the degree of relevance (low, medium, high) to the examined articles. Other information collected was: focus of the article; methodology; keywords; year of publication; nationality of authors; journal.

Conclusions / Results: The investigation showed that the environmental dimension is underestimated not only in the media or in the perception of locals, but also among scholars. Only 11% of reviewed articles were marked as highly relevant, which means that these articles focus primarily on environmental issues. The most discussed topics among these articles are overuse of resources (e.g. water), impact on land use, cruises, waste and measures that should be implemented to prevent environmental degradation. Most of all articles are focused on perception of overtourism by locals, the conceptual basis and management of overtourism.

Research implications: In recent years, the climate change is one of the most discussed topics among people. Considering overtourism, the environmental issues should not be underestimated. Regarding the findings of this review, more attention needs to be paid to the environmental impacts of overtourism. Topics such as waste management of destinations, impact of offered food in tourism on land use of destination or pollution of air and soil caused by tourism should be implemented in the future research.

Originality: Importance and originality of this paper lies in the framing of overtourism as an environmental concept. So far, authors only conceptualize overtourism through its social impacts especially associated with overcrowding and short-term rental platforms. Only a minimum of articles is focused on the environmental degradation caused by excessive number of tourists in the destination. The findings of this review could lead scholars to shape their future research primarily in favour of environmental issues associated with excessive tourism in the main tourist areas. Proliferation of environmentally focused articles could consequently give rise to the development of government measures to protect the environment.

KEYWORDS: Overtourism; climate change; environment; impacts.

REFERENCES

- Phi, G., T. (2019): Framing overtourism: a critical news media analysis. *Current Issues in Tourism, Research letter*, pp. 1-6.
- Li, Y. et al. (2020): Tourist food consumption and its arable land requirements in a popular tourist destination. *Resources, Conservation & Recycling*, 153, pp. 1-12.
- Martín, J., M., M. et al. (2018): An Analysis of the Factors behind the Citizen's Attitude of Rejection towards Tourism in a Context of Overtourism and Economic Dependence on This Activity. *Sustainability*, 10(8), pp. 1-18.
- Guizi, A. et al. (2020): How are overtourism and host-guest relationships portrayed by the Portuguese print media? *International Journal of Tourism Cities*, 6(1), pp. 215-232.

O IMPOSTO SOBRE AS TRANSAÇÕES FINANCEIRAS E SUA APLICABILIDADE ÀS NEGOCIAÇÕES ALGORÍTMICAS DE ALTA FREQUÊNCIA

Micaela Andreia Monteiro LOPES

Universidade de Coimbra | Portugal

micaelamonteirolopes@hotmail.com

Objetivos: Defendemos que a criação de um imposto que incida sobre a negociação algorítmica de alta frequência permitirá a mitigação das crises sistémicas, na medida em este será um instrumento desincentivador da criação de ordens erróneas que, como é de nosso conhecimento, se mostram propícias a provocar eventos disruptivos no mercado de capitais com consequências nefastas para todo o sistema financeiro.

Não obstante alguns dos Estados-membros da União Europeia se mostrarem hesitantes no que respeita à consagração de um imposto sobre as transações financeiras, pretendemos demonstrar que os benefícios da cobrança de uma pequena taxa sobre as operações de compra e venda de divisas, tese já defendida em 1972 por James Tobin (a tão controversa «Taxa Tobin»), são superiores aos argumentos mobilizados por aqueles que discordam com a sua implementação.

Assim, encontramos-nos em condições de comprovar que um imposto com as características enunciadas, se aplicado à negociação algorítmica de alta frequência, permitirá limitar a especulação financeira internacional, salvaguardando-se, desta forma, um transparente e equitativo funcionamento dos mercados de capitais, sem colocar em causa a resiliência dos sistemas informáticos das plataformas de negociação.

Metodologia / Abordagem: No plano da União Europeia, têm surgido diversas medidas com a intenção de se tentar ter algum controlo do Mercado Comum e da especulação que lhe é inerente, de modo que a eficiência e a eficácia financeiras não obstem ao bom funcionamento da economia real. Assim, baseámos a nossa análise em textos doutrinários, jurisprudência nacional e europeia e em diversos instrumentos legislativos (como, por exemplo, a Diretiva n.º 2014/65/UE, de 15 de maio de 2014, e a Lei n.º 55-A/2010, de 31 de dezembro).

Conclusões / Resultados: Cientes de que a estabilidade dos mercados financeiros deverá ser entendida como um bem público, a tributação contribuirá, decerto, para a diminuição do volume de negociação, liquidez e volatilidade excessivas derivadas da agressiva negociação algorítmica de alta frequência. Porém, correremos o risco de vermos o volume, a liquidez e os preços dos ativos diminuídos, ou aumentados, assim como os retornos dos ativos e os custos de capital para as empresas, algo que poderá impulsionar a evasão fiscal e prejudicar o crescimento económico.

Implicações: Cremos que o imposto sobre transações financeiras poderá ser um ponto de partida, quer para consolidar a unanimidade entre os Estados-membros da União Europeia, quer para combater o desfasamento entre a política monetária e fiscal, encaminhando-nos para uma cooperação e harmonização fiscal da qual ainda tão longe nos encontramos.

Originalidade: O tema encontra-se em debate na União Europeia, inexistindo, porém, um estudo atual sobre o mesmo. Veja-se que, em finais de 2019, Olaf Scholz, Ministro das Finanças alemão, apresentou uma proposta que prevê a criação de um imposto de 0,2% sobre o valor das operações de compra de ações de empresas cuja capitalização de mercado exceda os mil milhões de euros.

PALAVRAS-CHAVE: Imposto sobre as transações financeiras; transações algorítmicas de alta frequência; risco sistémico; União Europeia.

REFERÊNCIAS

- Gilberto, F (2015). Negociação algorítmica de alta frequência negócios à velocidade da luz. *Vida Económica*.
- McNamara, SR (2016). The Law and Ethics of High-Frequency Trading. *Minnesota Journal of Law, Science & Technology*, 17, 72-152.
<https://scholarship.law.umn.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1001&context=mjlst>
- Quelhas, JM (2015). High-Frequency Trading (HFT). *Boletim de Ciências Económicas*, LVIII, 369-400.
https://doi.org/10.14195/0870-4260_58_8
- Tobin, J (1978). A proposal for International Monetary Reform. *Eastern Economic Journal*, 4 (3-4), 153-159.
https://web.holycross.edu/RePEc/eej/Archive/Volume4/V4N3_4P153_159.pdf
- Tobin, J (2016). *The New Economics One Decade Older*. Princeton University Press.

A CAPACITAÇÃO LOGÍSTICA DE PME'S PARA ATUAÇÃO NA GRANDE DISTRIBUIÇÃO - ESTUDOS DE CASO DOS SETORES HORTÍCOLA E LACTICÍNIOS DE EMPRESAS DA ILHA TERCEIRA, AÇORES

Carolina de Sales LOURENÇO

ISCAL, Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

carolinadesaleslourenco@gmail.com

Fernando Miguel dos Santos Henriques SEABRA

Objetivos: O objeto de investigação é a compreensão das melhores formas de promover a integração de PME açorianas em cadeias de distribuição de marcas de referência, compreendendo dificuldades sentidas e apoios recebidos. Esta investigação tem como objetivos específicos:

- Analisar e investigar as dificuldades que as PME dos Açores, em particular as da Ilha Terceira, sentem para integrar os canais da grande distribuição;
- Poder definir um conjunto de ações em termos operacionais e estratégicos que permita a inserção da empresa PME açoriana no âmbito da grande distribuição, por via do incremento da sua competitividade.

Metodologia / Abordagem: De modo a atingir os objetivos estabelecidos para esta investigação, foi realizada uma pesquisa bibliográfica. Foi também realizada uma análise aos documentos publicados por empresas da grande distribuição alimentar a propósito de projetos empreendidos por estas empresas (Continente 2019), (Intermarché 2019), (Jerónimo Martins 2019), (Lidl 2019) entre outros documentos analisados. O método de investigação utilizado consistiu na realização de estudos de caso a duas organizações (Pronicol do setor dos laticínios e produtor Francisco Borges do setor hortícola). Para tal realizaram-se quatro entrevistas (às referidas organizações, bem como ao Clube de Produtores do Continente Açores e à Associação Agrícola da Ilha Terceira). O período de entrevistas teve início a 15 de maio de 2019 e terminou a 12 de junho de 2019.

Conclusões / Resultados: Interessa salientar que não há uma solução específica que resolva os problemas dos produtores açorianos, sendo que alguns desses problemas são semelhantes entre o setor agrícola e o setor dos laticínios, mas existem especificidades setoriais e também ao nível de cada empresa. Basicamente conclui-se na importância de recomendar aos produtores açorianos dos setores hortícola e dos laticínios, a integração em associações setoriais (associação e/ou cooperativa); trabalhar em lógicas de rede com outros produtores e aderirem a projetos da grande distribuição por forma a sustentar uma melhor integração nas cadeias de abastecimento. O trabalho articulado entre empresas e associações potenciará sinergias, economias de escala e mais conhecimento. O recurso mais eficaz aos apoios do Governo dos Açores e da União Europeia será também um elemento importante para ultrapassar a barreira imposta pela ultraperiferia embora se reconheça a necessidade de agilizar os apoios no sentido da sua celeridade e aplicabilidade aos pequenos produtores.

Implicações: O presente trabalho insere-se no âmbito do reconhecimento da importância de se estudar as realidades específicas da região autónoma dos Açores e mais concretamente da ilha Terceira, ao nível da gestão das suas PME, visando o estudo de elementos de reforço da competitividade destas empresas.

Originalidade: Nos Açores existem muitas PME no setor alimentar, mais propriamente de queijo, leite e carne, que fazem a sua distribuição inter-ilhas mas têm o desejo de fazer chegar os seus produtos a Portugal continental e ao estrangeiro. Estas PME muitas vezes deparam-se com algumas dificuldades pelas exigências da grande distribuição, por outro lado, a distância também é uma condicionante em termos de transporte e do seu custo. O presente trabalho corresponde à necessidade de se estudar realidades empresariais de regiões periféricas no âmbito do objetivo de investigação de vias para a competitividade destas empresas.

PALAVRAS-CHAVE: Logística; Cadeia de Abastecimento; PME; Grande distribuição.

REFERÊNCIAS

- Carvalho, J.C. (2017). Logística e Gestão da Cadeia de Abastecimento (2ªed.). Lisboa: Sílabo. ISBN: 978-972-618-894-0.
- Continente. (2019). Clube de Produtores Continente. Disponível em <https://clubedeprodutores.continente.pt/index.php?area=clube>.
- Intermarché. (2019). Programa Origens. Disponível em <https://www.intermarche.pt/programa-origens/>.
- Jerónimo Martins. (2019). Parcerias: fornecedores locais e inovação. Disponível em <https://www.jeronimomartins.com/pt/responsabilidade/comprar-comresponsabilidade/parcerias-fornecedores-locais-e-inovacao/>.
- Lidl. (2019). Apoio à produção nacional. Disponível em <https://institucional.lidl.pt/responsabilidade-social/medidas-e-projetos/apoio-PRODUCAO-nacional>.

MARCO LEGAL DA TRANSAÇÃO TRIBUTÁRIA NO BRASIL

Carlos Henrique MACHADO

Faculdade CESUSC – Florianópolis | Brasil

oab18157@gmail.com

Objetivos: Investigar os métodos de resolução de conflitos tributários; Questionar os pressupostos do pensamento jurídico tradicional no direito brasileiro, discutindo a superação do arquétipo de justiça com vocação impositiva; Discutir o modelo de transação tributária no Brasil.

Metodologia / Abordagem: Repensar a tributação e os métodos de resolução de conflitos fiscais exige empreender uma investigação dos pressupostos do pensamento jurídico tradicional, promovendo a superação do arquétipo de justiça tributária com vocação impositiva (Torres, 2008). O Estado constitucional consagra a participação democrática dos cidadãos na atividade arrecadatória, descortinando uma transição paradigmática de autoridade para consenso (Campos, 2006). Indaga-se a compatibilidade do constitucionalismo brasileiro com os meios alternativos de resolução de conflitos tributários, a partir da proposição do modelo multiportas e de ferramentas compositivas, como a transação. O desenvolvimento da pesquisa adota método qualitativo, pois a base conceitual do assunto ainda se encontra em construção. No âmbito do direito comparado já se defende há algum tempo a possibilidade de aplicação conjunta das normas tributárias por administração e contribuintes, mediante um procedimento facilitador da concertação do conteúdo normativo ou fatos realizados (Rosembuj, 2000; Bilbao Estrada, 2006). O estudo comparado serve como guia da pesquisa, subsidiando o fazer científico. A investigação propõe uma releitura do encontrado, a compreensão e descrição conceitual, o aprofundamento da interpretação em termos de similitudes e diferenças das unidades de significados do tema, culminando numa proposição teórica. Perante essa perspectiva da ordem processual, manifestações democráticas ganham intensidade: saem de cena os meros deveres de colaboração do contribuinte, de viés autoritário e impositivo, ingressando no palco democrático direitos de participação, de virtude inclusiva e integradora. É diante dessa nova perspectiva que ingressa no campo da fiscalidade, de vocação plural e democrática, que são erigidas soluções autocompositivas como a transação.

Conclusões / Resultados: A proposição do modelo multiportas no direito tributário propugna a ruptura com os paradigmas tradicionais da justiça, concentrada na figura impositiva do Estado, reconhecendo equivalente dignidade moral e jurídica a todos os mecanismos de resolução de conflitos, com a postulação de um conceito de justiça mais aberto e plural, em que os contribuintes assumem papel destacado. A oferta de ferramentas voltadas à produção de certezas no âmbito de incertezas jurídicas descortina um componente inafastável da segurança, revelando-se direito fundamental dos cidadãos a participação plena na emancipação do direito e atuação do Estado. A transação tributária legitima-se sobretudo nos espaços de incerteza, não significando, porém, um cheque em branco para a negociação livremente manipulável pelos sujeitos das relações tributárias.

Implicações: O marco legal de transação tributária inaugurado no Brasil é, em si, um avanço importante, malgrado represente medida ainda tímida em relação às perspectivas alvissareiras da doutrina especializada. Contudo, é preciso avançar no debate da transação tributária para que o instituto não resulte ofuscado como política meramente transitória, oportunista e efêmera, manejada com propósitos arrecadatórios, sem verdadeira vocação democrática para a condução da boa arrecadação.

Originalidade: A transação tributária possui previsão normativa no ordenamento brasileiro há mais de cinco décadas (1966), porém só recentemente resultou efetivamente implementada pelas vias legislativas ordinárias, com a Lei nº 13.988, de 2020.

PALAVRAS-CHAVE: Tributário; Modelo multiportas; Consensualidade; Princípio da indisponibilidade; Transação tributária.

REFERÊNCIAS

- Bilbao Estrada, I. (2006). Los acuerdos tendentes a la determinación de la obligación tributaria en la nueva ley general tributaria. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales.
- Campos, D. L. (2006). O Sistema tributário no estado dos cidadãos. Coimbra: Almedina.
- Gil Cruz, E. M. (2009). Las Actas con acuerdo en el procedimiento inspector tributario. Pamplona: Aranzadi; Thomson Reuters.
- Rosembuj, T. (2000). La transacción tributaria: discrecionalidad y actos de consenso. Barcelona: Atelier.
- Torres, R. L. (2008). Transação, conciliação e processo tributário administrativo equitativo. In: O. O. P. Saraiva Filho; V. B. Guimarães (org.). Transação e arbitragem no âmbito tributário: homenagem ao jurista Carlos Mário da Silva Velloso. (pp. 89-110). Belo Horizonte, MG: Fórum.

Objetivos: Nos novos caminhos da globalização e da era digital, as organizações empresariais necessitam de encontrar processos e métodos de gestão das cadeias de abastecimento que permitam a eficiência económica e o desenvolvimento sustentável (Gunasekaran, Subramanian & Papadopoulos, 2017). Ao longo do tempo esta temática tem sido alvo de estudos e publicações, cuja pesquisa se centra na determinação dos efeitos e no contributo desses métodos para a competitividade e sustentabilidade das cadeias de abastecimento no universo empresarial (Kalaitzi, Matopoulos, Bourlakis & Tate, 2019).

O objeto de estudo central deste trabalho é investigar a gestão das cadeias de abastecimento, no contexto empresarial, e obter a evidência empírica da influência do desempenho das atividades logísticas no desenvolvimento de vantagens concorrenciais e na orientação para o mercado das empresas.

Metodologia / Abordagem: No que diz respeito à metodologia, inicialmente procedeu-se a uma pesquisa e análise documental de artigos e revistas nas principais bases de referência ao nível científico. A recolha de informação foi feita com recurso a um questionário aplicado a uma amostra de 48 empresas nacionais de diferentes setores de atividade. O modelo apresentado foi o resultado da análise estatística, na qual se validou a questão central em estudo, avaliando a influência das práticas de gestão do processo logístico na competitividade das empresas objeto do estudo.

Conclusões / Resultados: Através dos resultados obtidos verifica-se a existência de uma relação positiva entre a gestão das cadeias de abastecimento e os padrões de competitividade das empresas, ao nível dos gastos das atividades logísticas, do serviço prestado e na orientação para o mercado.

Os resultados permitiram encontrar suporte empírico para a correlação positiva entre a gestão das cadeias logísticas, a obtenção de vantagens concorrenciais e a performance empresarial.

Implicações: Este trabalho pretende ser um elemento útil de investigação para o *framework* das ciências empresariais, aprofundando o estudo sobre a *Supply Chain* e a competitividade nas indústrias. Contribui para um maior aprofundamento desta temática no contexto específico do atual ambiente concorrencial, assente numa dimensão à escala global, onde é fundamental que os decisores procurem nas funções empresariais argumentos estratégicos que possibilitem a orientação dos seus produtos e serviços para as necessidades do mercado, nomeadamente ao nível dos gastos, qualidade e disponibilidade, incrementando a competitividade e garantindo a sustentabilidade empresarial.

Originalidade: Embora exista uma quantidade considerável de literatura sobre o desenvolvimento concetual das vantagens competitivas, a pesquisa empírica, em particular na área da Logística e da Gestão das Cadeias de Abastecimento, tem sido diminuta. O presente trabalho desenvolve-se num campo de investigação onde existe escassez de estudos que abordem a temática da *Supply Chain Management* no panorama específico das indústrias nacionais. Nomeadamente, como o bom funcionamento e a coordenação das atividades de *Supply Chain* têm impacto no desenvolvimento de vantagens concorrenciais e num melhor desempenho empresarial.

PALAVRAS-CHAVE: *Supply Chain*; Indústrias e Desempenho Organizacional.

REFERÊNCIAS

- Christopher, M. (2016). *Logistics and Supply Chain Management*, Fifth edition, London: Pearson Education Limited Hall.
- Goldsby, Thomas J., Knemeyer, A. Michael, Miller, Jason W. & Wallenburg, Carl M. (2013). Measurement and Moderation: Finding the Boundary Conditions in Logistics and Supply Chain Research, *Journal of Business Logistics*, 2013, 34(2): 109–116.
- Gunasekaran, A., Subramanian, N. & Papadopoulos, T. (2017) Information Technology for competitive advantage within logistics and supply chains: A Review. *Transportation Research Part E*, 99 . pp. 14-33. ISSN 1366-5545.
- Kalaitzi, D., Matopoulos, A., Bourlakis, M. e Tate, W. (2019). Supply chains under resource pressure: Strategies for improving resource efficiency and competitive advantage. *International Journal of Operations and Production Management*, 39 (12), pp. 1323-1354.
- Wuttke, D., Blome, C., Foerstl, K. & Henke, M. (2013). Managing the Innovation Adoption of Supply Chain Finance—Empirical Evidence from Six European Case Studies, *Journal of Business Logistics*, 34(2): 148–166.

AMOROSIDADE E RESPONSABILIDADE ECOSISTÊMICA NA CAMINHADA NOTURNA DE CRIÚVA (RS/BRASIL)

Camila MELO

Universidade de Caxias do Sul | Brasil

camila.carvmelo@gmail.com

Maria Luiza Cardinale BAPTISTA

Objetivos: Identificar sinalizadores de amorosidade e responsabilidade ecossistêmica, nos relatos de um grupo de sujeitos participantes da experiência turística Caminhada Noturna de Criúva (Caxias do Sul, Rio Grande do Sul, Brasil).

Metodologia / Abordagem: O texto está associado a pesquisas realizadas no Programa de Pós Graduação em Turismo e Hospitalidade na Universidade de Caxias do Sul/RS-Brasil. Esses estudos têm sido desenvolvidos, sob a orientação da Cartografia dos Saberes, uma estratégia metodológica, já consolidada, que envolve quatro grandes trilhas investigativas: Saberes Pessoais, resgatando os saberes do pesquisador; Saberes Teóricos, colocando-o em diálogo com saberes dos autores; Usina de Produção, com aproximações e ações investigativas; e Dimensão Intuitiva da Pesquisa, que valoriza a intensidade dos dados sutis e que brotam espontaneamente do campo. A experiência turística Caminhada Noturna acontece no distrito de Criúva, município de Caxias do Sul / Rio Grande do Sul, no sul do Brasil. Nessa experiência turística, os sujeitos são convidados a percorrer 600 metros no escuro, sozinhos, em mata fechada, tendo como guia apenas um fio de arame, que foi posto ao longo da trilha. Nesta pesquisa, o acionamento de todas as trilhas é simultâneo e transversal. Como aproximações e ações investigativas, foram realizados: observação participante na caminhada, roda de conversa com os participantes da caminhada, transcrição de relatos, levantamento bibliográfico e discussões no grupo de pesquisa. Com base nessas aproximações, apresenta-se alguns sinalizadores que direcionam para a emergência de uma possível responsabilidade ecossistêmica, orientada por aspectos de amorosidade.

Conclusões / Recomendações: Como resultado, observa-se que a conduta das organizadoras do percurso, pautada pela amorosidade, no sentido da ética do cuidado e da relação, proporciona um ambiente de acolhimento, onde o turista se sente abrigado. Nos detalhes observados e vivenciados na experiência turística, assim como nos relatos dos participantes, pôde-se perceber sinalizadores potenciais de responsabilidade ecossistêmica.

Implicações: A pesquisa apresenta a amorosidade, como dispositivo agenciador de responsabilidade ecossistêmica, onde o cuidado com a nossa casa comum se faz necessário, a fim de preservar o ecossistema local.

Originalidade: O texto aborda questões contemporâneas fundamentais para repensar o Turismo, especialmente no contexto das discussões relacionadas à Agenda 2030 da ONU e da emergência de uma mobilização coletiva para transformações que possam pensar o surgimento de um Novo Mundo, mais responsável ecossistemicamente. Nesse sentido, tem implicações epistemológicas e teóricas, no que diz respeito ao estudo do Turismo, e ligadas à sobrevivência das práticas do setor, na interação com as mutações contemporâneas.

PALAVRAS-CHAVE: Amorosidade; Turismo; Responsabilidade Ecossistêmica.

REFERÊNCIAS

- Baptista, Maria Luiza Cardinale. (2018). ETC - ECOSISTEMAS TURÍSTICO-COMUNICACIONAIS-SUBJETIVOS: Sinalizadores teórico-metodológicos, no estudo de ecossistemas turístico-comunicacionais-subjetivos, considerados a partir de sua característica ecossistêmica, caosmótica e autopoietica (projeto de pesquisa). Universidade de Caxias do Sul, Caxias do Sul (cópia).
- Maturana, Humberto Romesín. (1998) Emoções e linguagem na educação e na política. Belo Horizonte: Ed. UFMG.
- Melo, Camila Carvalho de. (2018) Caminhada noturna do turismo: tramas subjetivas e comunicacionais no processo de Desterritorialização. Dissertação (Mestrado) - Universidade de Caxias do Sul, Programa de Pós-Graduação em Turismo e Hospitalidade.
- Moesch, Marutska Martini; Gastal, Susana de Araújo. (2004) CONGRESSO INTERNACIONAL DE TURISMO REDE MERCOCIDADES 4, Porto Alegre. Um outro turismo é possível. São Paulo: Contexto.
- Krenak, Ailton. (2019) Ideias para adiar o fim do mundo. 1.ed. São Paulo: Companhia das Letras.

CONTRIBUTOS DA EXPERIÊNCIA TURÍSTICA CULTURAL PARA O DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL DOS DESTINOS: REVISÃO CRÍTICA DE LITERATURA

Vânia MENDONÇA

Universidade do Algarve | Portugal

a17427@ualg.pt

Ana Isabel RENDA

Nelson MATOS

Objetivos: A experiência turística, cada vez mais procurada pelos turistas, tem vindo a constituir-se como um dos elementos centrais na gestão e no planeamento dos destinos, como meio para alcançar o desenvolvimento sustentável do turismo cultural. Neste contexto, a revisão de literatura permite perceber que ainda pouco se sabe sobre a experiência turística cultural (Seyfi, Hall, & Rasoolimanesh, 2019). Embora a produção científica sobre turismo cultural e sobre sustentabilidade seja abundante, especificamente a relação entre o turismo, a cultura e a sustentabilidade são assuntos que requerem mais investigação (Solís-Radilla, Hernández-Lobato, Callarisa-Fiol, & Pastor-Durán, 2019; Su, Aaron, McDowell, & Lu, 2019), razão que justifica que, no estudo a que esta comunicação diz respeito, se estabeleça como objetivo principal e problema de investigação compreender em que medida as experiências turísticas culturais podem contribuir para o desenvolvimento sustentável dos destinos turísticos. Para responder a este problema identificam-se os seguintes objetivos específicos: a) compreender como se processam as experiências turísticas; b) identificar as componentes das experiências memoráveis; c) analisar o desenvolvimento turístico sustentável em contexto cultural.

Esta comunicação propõe-se apresentar a revisão crítica da literatura que enquadra o problema de investigação e objetivos do estudo enunciados anteriormente.

Metodologia / Abordagem: Nesta comunicação apresenta-se a revisão crítica da literatura efetuada, que serve de contextualização teórica ao estudo empírico a desenvolver posteriormente, assente numa abordagem essencialmente qualitativa. Este estudo contempla a recolha de dados primários através da realização de entrevistas a stakeholders no concelho de Olhão, utilizado como estudo de caso para análise da problemática enunciada. As entrevistas serão realizadas a indivíduos representantes dos setores público, privado (direta e indiretamente ligado à atividade turística) e setor não lucrativo. O conteúdo das entrevistas realizadas será sujeito a uma análise de conteúdo, em função dos objetivos da investigação, para a qual se irá recorrer ao software Nvivo.

No que concerne a revisão crítica da literatura são utilizadas fontes secundárias, nomeadamente artigos teóricos e empíricos publicados com arbitragem científica em repositórios eletrónicos B-on, Biblioteca do Conhecimento online e Web of Science, sendo a pesquisa efetuada em língua inglesa e portuguesa e utilizando as seguintes palavras-chave: experiência turística, experiência turística memorável, turismo cultural, turismo sustentável e desenvolvimento sustentável.

É também efetuada uma pesquisa complementar, nas referências bibliográficas dos artigos selecionados como relevantes para o estudo, no sentido de incluir outros artigos que explorem a temática em análise e assim garantir, como sugerido por Webster e Watson (2002), que a revisão de literatura inclui os trabalhos mais relevantes para a investigação.

Conclusões / Resultados: Este estudo permite verificar que existe uma lacuna nos estudos anteriores no que respeita à análise da sinergia existente entre experiências culturais e o turismo sustentável. Este tema é recente e emergente nas investigações realizadas na área do turismo sendo relevante o seu aprofundamento como área de conhecimento. Verifica-se que as experiências turísticas culturais são reconhecidas como complexas, com várias componentes e dimensões, envolvendo interação a nível emocional, cognitivo e social, fatores que devem ser tomados em consideração aquando do planeamento e gestão dos destinos turísticos. Os estudos referem que estas experiências devem ser autênticas, satisfatórias e memoráveis, pois afetam a forma como o destino é percebido e lembrado pelos turistas, fatores determinantes para a diferenciação dos destinos. Constata-se ainda que o desenvolvimento sustentável do turismo cultural é um processo complexo, que carece de ferramentas específicas para a sua implementação, em particular no que concerne à experiência cultural, à sua monitorização e avaliação, mediante a criação de indicadores e escalas.

Implicações: Este estudo evidencia a crescente importância das experiências turísticas culturais para o desenvolvimento e planeamento sustentável dos destinos e realça a necessidade de um maior número de estudos e de mais aprofundada investigação nesta área que permita explicar com rigor e detalhe acrescido estas relações.

Originalidade: A originalidade do estudo prende-se, em primeiro lugar, com a associação do conceito de experiência turística cultural à temática do desenvolvimento sustentável dos destinos, aspetos ainda pouco explorados cientificamente, como a revisão da literatura evidencia e que são descritos nesta comunicação. Em

segundo lugar, o estudo incluirá informação recolhida na perspetiva dos stakeholders de um destino turístico relativamente a esta temática, o que virá permitir uma análise conjunta enriquecedora e essencial à caracterização, análise e definição de perspetivas estratégicas a adotar nos destinos turísticos na área da oferta de experiências turísticas culturais sustentáveis.

PALAVRAS-CHAVE: Experiência turística cultural; turismo cultural; sustentabilidade turística.

REFERÊNCIAS

- Jesson, J., & Lacey, F. (2006). How to do (or not to do) a critical literature review. 6(June), 139-148. <https://doi.org/10.1080/15602210600616218>
- Seyfi, S., Hall, C. M., & Rasoolimanesh, S. M. (2019). Exploring memorable cultural tourism experiences. *Journal of Heritage Tourism*, 0(0), 1-17. <https://doi.org/10.1080/1743873X.2019.1639717>
- Solís-Radilla, M. M., Hernández-Lobato, L., Callarisa-Fiol, L. J., & Pastor-Durán, H. T. (2019). The importance of sustainability in the loyalty to a tourist destination through the management of expectations and experiences. *Sustainability (Switzerland)*, 11(15), 1-23. <https://doi.org/10.3390/su11154132>
- Su, Z., Aaron, J. R., McDowell, W. C., & Lu, D. D. (2019). Sustainable synergies between the cultural and tourism industries: An eciency evaluation perspective. *Sustainability (Switzerland)*, 11(23), 6607. <https://doi.org/10.3390/su11236607>
- Webster, J., & Watson, R. (2002). Analyzing the past to prepare for the future: writing a literature review. *MIS Quarterly*, 26(2).

ONLINE REVIEWS, HOTEL PERFORMANCE AND MANAGEMENT IMPROVEMENT: A SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW

Anderson OLIVEIRA

Universidade do Algarve | Portugal

anderson.sp655@gmail.com

Ana Isabel RENDA

Marisol B. CORREIA

Aims: The purpose of this study is to verify how online reviews posted on review platforms, such as TripAdvisor and Booking.com can become a useful tool for the improvement of hotel performance and management through an in-depth analysis of scientific papers published between 2008 to present. In doing so, this paper aims to identify a variety of general contributions that the analysis of online reviews can bring to hoteliers, regardless their category, location or size.

Methodology / Approach: Based on previous works, such as Kizildag, Altin, Ozdemir and Demirer (2017), as well as Le, Scott and Lohmann (2019), a systematic literature review is conducted in the interest of gathering referred journals that explore the use of online reviews as an instrument to the hotel industry and provide meaningful insights for practitioners based on their findings. As the volume of online guests' evaluation for hotels started to become popular from 2006 (Duan, Yu, Cao & Levy, 2016), refereed journals written in English, Spanish and Portuguese, published worldwide between January 2008 to January 2020 and containing the keywords: online reviews, hotel performance, hotel improvement and hotel development were researched in 11 different databases. Only peer-reviewed scientific papers were included in the search to ensure the quality of the review.

Conclusions / Results: Having examined the empirical content of a total of 59 relevant peer-reviewed scientific articles, a range of approaches showing how user generated content support managerial decisions, marketing strategies and business development are uncovered. Findings show that online reviews extracted from the most popular review platforms combined with data mining techniques and methodologies, such as sentiment analysis, clustering and regression analysis have been allowing scholars and researchers to understand which tangible and intangible accommodation attributes influences hotel guest's overall satisfaction, besides segmenting markets, identifying market trends as well as improvement opportunities and shifts in guests' behavior. Although a significant number of managerial implications are uncovered, research gaps are identified and clues for future studies are provided.

Research implications: This review provides both theoretical and practical contributions. Besides contributing to the existent literature by presenting a variety of applications of online reviews, findings of this study also provide managers and marketers from the hospitality industry with insights on how to take advantage of online reviews to improve their business performance.

Originality: Despite the growing number of scientific publications on how online reviews can become an instrument for hotel business development, only a few studies gathered these papers in order to verify the plurality of ways it can be used and their managerial implication for hoteliers. Thus, this paper fills this research gap.

KEYWORDS: Online reviews; hotel performance; hotel management; systematic review.

REFERENCES

- Duan, W., Yu, Y., Cao, Q. & Levy, S. (2016). Exploring the impact of social media on hotel service performance: A sentimental analysis approach. *Cornell Hospitality Quarterly*, 57(3), 282-296. doi: 10.1177/1938965515620483
- Kizildag, M., Altin, M., Ozdemir, O., & Demirer, I. (2017). What do we know about social media and firms' financial outcomes so far? *Journal of Hospitality and Tourism Technology*, 8(1), 39-54. <http://dx.doi.org/10.1108/JHTT-10-2016-0074>
- Le, D., Scott, N., & Lohmann, G. (2019). Applying experiential marketing in selling tourism dreams. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(2), 220-235. <https://doi.org/10.1080/10548408.2018.1526158>

Marisa OURO

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa | Portugal

marisaouro@gmail.com

Objetivos: Segundo dados do Eurostat, de 2018, existem 22 milhões de trabalhadores remotos na União Europeia. Parte desses trabalhadores remotos são nómadas digitais: indivíduos que viajam enquanto trabalham, recorrendo para o efeito às novas tecnologias de informação e de comunicação. A nível tributário, esta realidade chama a atenção para várias questões. Desde logo, saber em que jurisdição devem pagar impostos. Além disso, a importância de o cumprimento fiscal ser facilitado pela via digital. Por último, questiono se não estará na altura de pensarmos num conceito de residência fiscal mais adequado à era digital.

Metodologia / Abordagem: A legislação da maioria dos Estados e as Convenções de Dupla Tributação concedem prevalência ao princípio da residência para fundamentar o poder de tributar de um Estado (Pereira, 2015). A globalização intensificou a competição entre Estados, que têm vindo a usar a residência fiscal como uma mercadoria (Dagan, 2017). No caso particular dos nómadas digitais, é muito fácil mudarem de residência para jurisdições fiscalmente atraentes (Vanderbeek, 2019). Na era digital em que vivemos, as pessoas estão a perder os laços com um local concreto e o próprio conceito de trabalho tem vindo a mudar (Kostić, 2019). O atual conceito de residência pode não ser suficiente para estabelecer a ligação económica de uma pessoa a um Estado (Wheeler, 2011).

Com base neste quadro, pretendo averiguar se o nomadismo digital nos deve levar a repensar o conceito de residência fiscal no plano das pessoas físicas. A metodologia adotada foi a de uma análise normativa, crítica e comparativa da legislação nacional e estrangeira. Ao nível do Direito Comparado, analiso em particular o caso da Estónia, por ter sido a primeira nação a criar uma residência digital para empreendedores (*e-residency*) e, mais recentemente, por ter criado um visto para nómadas digitais.

Conclusões / Resultados: Os nómadas digitais são a prova de que, atualmente, não são apenas as empresas a poder mudar de local e a exercer a sua atividade em qualquer lugar do mundo.

As administrações tributárias devem estar preparadas para facilitar o cumprimento fiscal por parte daqueles que, ainda que permanentemente a viajar, pretendem pagar os seus impostos.

A legislação nacional não prevê nenhum regime especial para os nómadas.

O programa *e-residency* da Estónia não cria uma verdadeira residência. Já o visto de trabalho para nómadas digitais, poderá levar ao estabelecimento de uma residência fiscal na Estónia.

O nomadismo digital expõe a necessidade de voltarmos a refletir sobre a razão pela qual escolhemos o critério da residência para fundamentar o direito a tributar em detrimento do critério da fonte. Caso continue a prevalecer o critério da residência, temos de adequá-lo à economia digital. Necessariamente, qualquer solução, terá de ser coordenada a nível global, incluindo a ponderação de alterações ao Modelo de Convenção Fiscal da OCDE (MC OCDE).

Implicações: As consequências da economia digital estão a ser objeto de uma exaustiva reflexão ao nível da tributação das empresas, nomeadamente com o Plano de Ação sobre Erosão das Bases Tributáveis e Transferência de Lucros (BEPS), iniciativa da OCDE que tem como objetivo combater a erosão da base tributária e desvio de lucros para jurisdições de baixa tributação. Pretendo chamar a atenção para a necessidade de se pensar também nas repercussões que a economia digital suscita no plano da tributação das pessoas físicas, sendo o nomadismo digital uma das suas vertentes mais visíveis.

Originalidade: Considero tratar-se de um tema bastante atual a carecer de investigação e reflexão. No plano tributário, a literatura é praticamente inexistente e, com este trabalho, pretendo captar algumas das suas implicações a nível fiscal.

PALAVRAS-CHAVE: Economia digital; nomadismo digital; residência fiscal; *e-residency*; trabalho remoto.

REFERÊNCIAS

Dagan, T. (2017). International Tax and Global Justice. In *Theoretical Inquiries in Law* (Vol. 18, Issue 1). <https://doi.org/10.1515/til-2017-0002>

- Kostić, S. V. (2019). In Search of the Digital Nomad – Rethinking the Taxation of Employment Income under Tax Treaties. In *World Tax Journal*. <https://www.judiciary.gov.uk/wp-content/uploads/2016/10/>
- Pereira, P.R. (2015). Em torno dos Princípios do Direito Fiscal Internacional. In J. R. Catarino, V. B. Guimarães (coord.), *Lições de Fiscalidade (Vol. II – Gestão e Planeamento Fiscal Internacional)*, pp. 201-252. Coimbra: Almedina.
- VanderBeek, J. (2019). The Tax-Free Digital Nomad. Amazon.com Services LLC.
- Wheeler, J. (2011). The Missing Keystone of Income Tax Treaties. *World Tax Journal*, 3 (June 2011), pp. 247–368.

BRASIL ESTÁ A CHEGAR NO MESMO RESULTADO: $NxPp$ (Df.Ps:Os = P+) = $\sim NxO\sim p$ (Df.Pw = Df.P-) = 0.0 ENTRE PERMISSÕES POSITIVAS PORTUGUESAS E PERMISSÕES NEGATIVAS BRASILEIRAS

Ana Paula PASINATTO

Universidade de Brasília | Brasil

appasinatto@gmail.com

Objetivos: A discussão brasileira sobre a (in)disponibilidade do crédito tributário é irrisória e, assim como em Portugal, não afetará a inserção da Arbitragem Tributária no Brasil.

Eis a razão pela qual este trabalho propõe-se, como objetivo geral, a demonstrar que, independente do caminho a ser adotado pelo Brasil, o resultado também será pela adoção da Arbitragem Tributária.

Para tanto, como objetivos específicos, este trabalho propõe-se a: i. apresentar, e discutir, tanto as diferenças entre as normas e as proposições normativas, como as diferenças entre as Lógicas Deontica e Normativa; ii. Identificar, partindo da primeira parte da fórmula adotada, as permissões positivas do Sistema Tributário Português, que afirmavam a existência de atos normativos supostamente proibitivos da AT; iii. Identificar, partindo da segunda parte da fórmula adotada, as permissões negativas constitucionais e infraconstitucionais brasileiras, que negam a existência de atos normativos proibitivos da AT.

Metodologia / Abordagem: Partir-se-á da análise bibliográfica. Além da análise empírica, tanto dos dados brasileiros disponíveis no “Justiça em Números”, como dos dados portugueses fornecidos pelo CAAD.

Parte-se, ainda, da fórmula lógica: $NxPp$ (Df.Ps:Os = P+) = $\sim NxO\sim p$ (Df.Pw = Df.P-) = 0.0. Nesta fórmula, “ $NxPp$ (Df.Ps:Os = P+)” representa o Sistema Tributário Português e “ $\sim NxO\sim p$ (Df.Pw = Df.P-)” representa o Brasileiro. “ $NxPp$ ” significa que “x permitiu p” e “Df.Ps:Os” referimos aos operadores normativos fortes. Já $\sim NxO\sim p$ significa “x proibiu p” e “Df.Pw” referimos aos operadores normativos débeis. Por mais diferente que seja a composição de cada uma, ao final, prevalecerá o resultado (“=”) “0.0”. Eis a razão pela qual o método geral da pesquisa é a lógica normativa de Carlos Alchourrón.

Conclusões / Resultados: Quando houver ditado norma proibindo “p”, neste caso, proibindo a AT, estaremos diante da permissão positiva (P+) – supostamente seria o art.30, n.2, LGT.

Quando o agente não houver ditado norma alguma proibindo “p”, neste caso, proibindo a AT, estaremos diante da permissão negativa (P-) – texto constitucional e infraconstitucional brasileiro. Dentro desse conjunto, conclui-se que não há formulação normativa expressa proibindo a adoção da arbitragem em matéria tributária no Brasil.

Corroborando com tal conclusão, além de estar tramitando o PL nº.4.257/2019, a AT, segundo informa Marcelo Escobar, está vigente, no Brasil, com a atuação da CCAF.

Implicações: Segundo pesquisa empírica, o mais recente dos relatórios brasileiros do CNJ demonstra que as execuções fiscais não alcançam um índice satisfatório de solução. Interferem diretamente na efetividade da jurisdição e na razoável duração dos demais litígios em matéria tributária.

A questão é: Se o crédito tributário é, de fato, indisponível no Brasil, isso seria suficiente para impedir a utilização da arbitragem nas lides tributárias? Ou o Brasil está a caminhar para o mesmo resultado que Portugal por estar diante de permissões negativas?

Originalidade: Há lacunas, no corpo do conhecimento brasileiro e português, de estudos interdisciplinares com a AT que partam de formulações lógicas, como o presente trabalho, que une o exemplo de Portugal à necessidade brasileira, identificando resultados iguais. Ademais, no Brasil, não há enunciado prescritivo que enseje a utilização da arbitragem para a resolução de conflitos tributários, como há em Portugal.

PALAVRAS-CHAVE: Análise Luso-Brasileira; Arbitragem Tributária; Crédito Tributário Disponível; Proposições Normativas; Sistema de Lógica.

REFERÊNCIAS

Alchourrón, C (1991). Lógica de normas y lógica de proposiciones normativas. In. A, C. (eds.), Análisis lógico y derecho. Centro de Estudios Constitucionales (pp. 25-26);

Bulygin, E. La Importancia de La Distinción entre Normas Y Proposiciones Normativas (2009). In. E. B., M. A., J. C. B., Problemas lógicos en la teoría y práctica del Derecho. Fundación Coloquio Jurídico Europeo, Madrid

(pp. 9-26). http://www.fcjuridicoeuropeo.org/wp-content/uploads/file/Libros_Publicados/Cuadernos_Fundacion/LIBRO-PROBLEMAS%20LOGICOS.pdf;

Carrió, G. R (2006). *Notas sobre Derecho y Lenguaje* (5nd ed). Abeledo-Perrot. p. 31-35;

Domingos, F. N (2018). A superação do Dogma da Incompatibilidade da Arbitragem com os Princípios da Legalidade, Tutela Jurisdicional Efetiva e Indisponibilidade do Crédito Tributário. *EALR*, v.9, nº. 1, p. 1-12, Jan-Abr.;

Escobar, M. R (2017). *Arbitragem Tributária no Brasil*. Almedina.

UNDERSTANDING ALUMNI-ALMA MATER COMMITMENT RELATIONSHIPS UPSTREAM AND DOWNSTREAM

Ilda PEDRO

Universidade do Algarve | Portugal

ipedro@ualg.pt

Júlio MENDES

Luís PEREIRA

Aims: Alumni are among higher education institutes' (HEIs) assets of greatest value, but persistent work is required to strengthen relationships with them. This study sought to collect information about the determinants and indicators of these commitment relationship to increase the existing knowledge about this topic in terms of both theoretical and practical issues.

Methodology / Approach: A mixed method approach was used in the research. First, a qualitative study was conducted through three focus group with 21 individuals covering a time range from 1995 to 2012. Interviews occurred between December 2017 and January 2018 and a purposive sample was used to cover as much as possible of the different features of the graduates (e.g. graduation years; both systems university and polytechnic; alumni of night and normal schedules; representation of all formation areas; volunteers). Next, a quantitative research was conducted in 2019 using the previous study's findings and related literature. An online survey, through LimeSurvey, allowed 2,008 usable questionnaires to be collected. The target population comprised all alumni who had completed their bachelor's degree at least three years previously at the time of the data collection, which was a total of 23,823 individuals, but, due to missing email addresses, the final list included 12,078 alumni. Only 11,719 received the invitation to participate in the survey because 357 emails were returned unopened due to delivery failures. The questionnaire was composed of two main parts. The first part contained a set of nine sections assessing respondents' perceptions of items related to commitment's drivers and indicators (Satisfaction, quality, image, social and academic integration, current situation, HEI commitment, affective commitment, cognitive commitment and commitment relationship). The second part included questions related to aspects of academic experiences and sociodemographic variables in order to collect information about the respondents' current situation. An 8-point Likert scale (i.e., 1 = "Extremely dissatisfied"; 8 = "Extremely satisfied") was used to rate items about satisfaction, and another 8-point scale (i.e., 1 = "Strongly disagree"; 8 = "Strongly agree") was used to measure items covering the remaining dimensions. The even number of points was selected to counteract the tendency to selected middle-scale answers. The measurement scale selected was a quantitative metric (i.e., an 8-point scale) to assure the results' adjustment and robustness could be assessed. The data were analyzed using structural equation modeling to test the research hypotheses.

Conclusions / Results: Direct determinants of commitment relationship are HEI's commitment, cognitive commitment, and affective commitment. In addition, information about commitment relationship indirect drivers permitted other important conclusions such as the key role of service quality, alumni's current situation, and social and academic integration. The findings reveal that HEI's commitment is directly influenced by alumni's current situation, whereas service quality appears to be a direct driver of cognitive commitment. Affective commitment's drivers, in turn, are the HEI's image, HEI's commitment, and social and academic integration. The alumni in question asserted that they plan to provide help, share experiences, and participate in alumni meetings. The second order factors' total effects via service quality, satisfaction, and HEI image on affective commitment and CRs confirm these variables' positive impacts on alumni's attitudes and behaviors.

Research implications: This study's findings offer insights into HEIs' alumni management that can be used to guide communication policies. These institutes' administration needs to focus on aspects such as concerns about overall quality, the key role of students in co-creation, strategies to involve students in campus life, the solicitation actions, and the benefits and advantages alumni can gain from their engagement. In addition, pride, a sense of belonging, and trust function well as a framework for HEIs' communication policies. This research's findings also contribute to the literature because they reinforce the importance of strengthening specific aspects related to alumni-alma mater commitment relationship in contexts with a weak alumni culture.

Originality: The sequence of techniques used to develop the research allows for canvassing for the fundamentals of the alumni-alma mater commitment relationship. This is a topic that still knows weak developments in European literature, and so far, this is the first investigation to be developed in Portuguese higher education context.

KEYWORDS: Commitment relationship; alumni; affective commitment; cognitive commitment.

REFERENCES

Alnawas, I., & Phillips, C. (2015). Alumni orientation: Development of the Construct. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 27(2), 183-215.

- Elsharnouby, T. H. (2015). Student co-creation behavior in higher education: the role of satisfaction with the university experience. *Journal of Marketing for Higher Education*, 25(2), 238–262.
- Iskhakova, L., Hilbert, A., & Hoffmann, S. (2016). An Integrative Model of Alumni Loyalty—an Empirical Validation Among Graduates from German and Russian Universities. *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, 28(2), 129-163.
- Pedro, I., Mendes, J. & Pereira, L. (2020). Understanding Alumni-Alma mater commitment relationships upstream and downstream, *Journal of Marketing for Higher Education*, <https://doi.org/10.1080/08841241.2020.1768200>
- Pedro, I., Pereira, L. & Carrasqueira, H. (2018). Determinants for the commitment relationship between Alumni and the Alma Mater. *Journal of Marketing for Higher Education*, 28(1), 128-152.
- Snijders, I., Wijnia, L., Rikers, R., & Loyens, S. (2019). Alumni loyalty drivers in higher education. *Social Psychology of Education*, 22, 607-627. <https://doi.org/10.1007/s11218-019-09488-4>.

Cândido PERES

ISCAL, Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

ciperes@iscal.ipl.pt

Ricardo OLIVEIRA

Objetivos: O impacto da Responsabilidade Social Corporativa (CSR) nas dinâmicas empresariais tem promovido a adoção de estratégias sustentáveis que transformem as operações do cenário empresarial através de práticas responsáveis que produzam um impacto positivo na comunidade envolvente. Assim, importa explorar mecanismos que permitam assegurar que as soluções apresentadas se enquadram com os requisitos considerados como responsáveis. Com a tendência crescente de integração tecnológica no cenário empresarial, o objetivo é mapear o papel que ferramentas tecnológicas emergentes como a Blockchain podem ter neste contexto, considerando as suas aplicações a nível do rastreamento e validação de informações nas dimensões apresentadas no modelo de pirâmide.

Metodologia / Abordagem: O enquadramento teórico foi construído através de uma revisão da literatura disponível no âmbito de CSR e Blockchain, com uma abordagem direcionada à identificação das potenciais ligações entre ambas as dimensões, considerando as diferentes aplicações da tecnologia e o seu papel funcional no modelo de pirâmide (Carroll, 1991). Assente nestas referências, a investigação estuda a evolução do modelo de pirâmide e relaciona a versão moderna deste modelo com as aplicações de tecnologia Blockchain no contexto de CSR (Fowler, 2018) presentes na literatura, concretizando, de forma conceptual, a interação entre ambos os conceitos.

Conclusões / Resultados: A integração de tecnologias emergentes no desenvolvimento de práticas responsáveis reflete um impacto significativo no desempenho das empresas, nomeadamente, na relação com os diversos agentes e entidades envolvidas nas suas operações. A revisão de literatura revela que a tecnologia Blockchain é a ferramenta necessária para impulsionar a transformação digital ao nível da circulação de informação em contexto empresarial, promovendo os valores de segurança e transparência que são essenciais para as tendências de CSR que moldam as estratégias corporativas modernas. Neste sentido, a literatura reflete uma forte exploração de novas aplicações das funcionalidades desta tecnologia emergente, nomeadamente, a nível do contexto empresarial.

Implicações: Considerando o crescimento da dimensão tecnológica do cenário empresarial, a introdução de tecnologias emergentes e as suas potenciais aplicações às práticas sustentáveis permite estimular o desenvolvimento das transformações no âmbito da CSR, considerando um maior e mais informado envolvimento por parte dos diversos agentes e entidades inerentes às operações das empresas.

Originalidade: A revisão de literatura sobre os temas CSR e Blockchain revelou pouca expressividade no âmbito da ligação entre ambas as dimensões, deixando espaço para a reflexão que aqui nos propomos a apresentar.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social Corporativa; Blockchain; Inovação e Desenvolvimento Empresarial.

REFERÊNCIAS

- Carroll, Archie B. «The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders». *Business Horizons* 34, n. 4 (Junho de 1991): 39–48.
- Dierksmeier, Claus, e Peter Seele. «Blockchain and Business Ethics». *Business Ethics: A European Review* 29, n. 2 (Abril de 2020): 348–59.
- Fowler, M. D. «Linking the Public Benefit to the Corporation: Blockchain as a Solution for Certification in an Age of “Do-Good” Business». *Vanderbilt Journal of Entertainment & Technology Law* (2018), 20(3): 881–917.
- Haber, Stuart, W Scott Stornetta. «How to Time-Stamp a Digital Document», *J. Cryptology* (1991) 3: 99-111.
- Hawlichschek, Florian, Benedikt Notheisen, e Timm Teubner. «The Limits of Trust-Free Systems: A Literature Review on Blockchain Technology and Trust in the Sharing Economy». *Electronic Commerce Research and Applications* 29 (Maio de 2018): 50–63.

PREVISÃO DE FALÊNCIA E PERFORMANCE: A INFLUÊNCIA DA CERTIFICAÇÃO DE QUALIDADE NAS PMES PORTUGUESAS

Cândido PERES

ISCAL, Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

cjperes@iscal.ipl.pt

Mário ANTÃO

Pedro PINHEIRO

Domingos CRISTOVÃO

Objetivos: Via aplicação dos modelos de previsão de falência empresarial, de análise multivariada mais eficientes para a economia Ibérica, cruzando com a aplicação de análise univariada, estabelecemos como objetivos observar a existência de relação entre certificação de qualidade e a performance e previsão de falência para as PME Portuguesas.

Metodologia / Abordagem: Após a revisão da literatura, foram selecionados para aplicação os modelos de Análise Discriminante Multivariada, multissetoriais, tidos como mais eficientes em estudos anteriores por Peres e Antão (2018) e Peres e Antão (2019), bem como os indicadores de Análise Univariada relativos à Liquidez, Rendibilidade e Estrutura de Capital mais comumente utilizados na análise económico-financeira.

No que concerne à amostra, recorrendo à Base de Dados SABI da Bureau Van Dijk, foram recolhidas as empresas Portuguesas, que dispunham de informação financeira de 2013 a 2017, certificadas no âmbito da qualidade, constando da lista de entidades certificadas com a ISO 9000 ou 9001 de acordo com o Instituto Português de Acreditação – IPAC a 31/12/2017. Centrámos-nos nas que desenvolvem a sua atividade principal nos CAE D - Eletricidade, Gás, Vapor, Água Quente e Fria e Ar Frio ou G - Comércio por Grosso e a Retalho, Reparação de Veículos Automóveis e Motociclos por serem os de maior expressão nessa lista. Recolheu-se também os dados relativos à Empresa Média Sectorial, via Quadros Sector do Banco de Portugal para os mesmos CAE.

Seguidamente tendo sido aplicados os modelos e indicadores em estudo às empresas indicadas comparámos os resultados obtidos entre estas e a média sectorial, a fim de observar o possível efeito da certificação de qualidade na performance financeira.

Conclusões / Resultados: Além da reflexão sobre a análise económico financeira, a performance empresarial e em particular a previsão de falência empresarial, aplicando a uma amostra de PME Portuguesas, dos CAE D e G, com certificação de qualidade, bem como à sua empresa média sectorial, quer na técnica de análise multivariada como nos indicadores da univariada, não se observa uma performance superior dessas empresas em relação às demais, pelo que não se identifica implicação da certificação de qualidade na redução do risco de falência via sustentabilidade, melhoria ou otimização da performance ou posição económico-financeira das entidades.

Implicações: Despistar a influência da certificação de qualidade na continuidade e posição económico-financeira das empresas, complementar estudos já desenvolvidos para a economia ibérica, permitindo o aprofundamento da investigação sobre a falência, sustentabilidade e criação de valor, com o potencial de despoletar melhorias na estabilidade e aplicação das técnicas descritas. Enfatizar a difusão e divulgação destas, sublinhando a sua importância na vida das empresas e efetivando a sua utilização instrumental pela gestão.

Originalidade: As especificidades dos sectores e da dimensão empresarial, as crises financeiras e o crescente número de encerramentos de empresas tornam vital a identificação do que possa influenciar a performance e sustentabilidade, bem como das melhores técnicas e suas particularidades para potenciar o estudo destes efeitos. Não tendo sido identificado um estudo sob esta temática, com enfoque particular nas PME Portuguesas, certificadas via ISO 9000 ou 9001.

PALAVRAS-CHAVE: Criação de Valor Económico; Previsão de Falência empresarial; MDA; Univariada.

REFERÊNCIAS

Macedo, V. (2017). A Continuidade e as Técnicas de Previsão de Falência – O Caso Das Sociedades Portuguesas, Dissertação de Mestrado, Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa.

Peres, C. e Antão, M. (2018). Eficiência dos Modelos Multissetoriais de Previsão de Falência Empresarial – O Caso Do Sector Terciário Ibérico, Lusíada. Economia & Empresa, 24, 91-114.

- Peres, C. e Antão, M. (2019). O Caso da Indústria Transformadora Ibérica na Eficiência dos Modelos Multissetoriais de Previsão de Falência Empresarial, X Postgraduate Conference - Management, Hospitality & Tourism. Lisboa.
- Peres, C., Antão, M. e Vasconcelos, J. (2019). Avaliação de Performance e Estratégia Empresarial: Desafios e Oportunidades de Criação de Valor, XXXIII Congresso Internacional de Economia Aplicada. Vigo.
- Peres, C., Antão, M. e Vasconcelos, J. (2019). Criação de Valor, Risco de Crédito e Pricing – Aspectos Fundamentais. European Journal of Applied Business Management, 5(1), 2019, pp. 50-72. ISSN 2183-5594.

SMART DESTINATIONS E TECNOLOGIAS COMUNICACIONAIS DIGITAIS: INFORMAÇÃO COMO PRINCÍPIO BÁSICO PARA A RETOMADA DO TURISMO NO BRASIL EM MEIO À CRISE DO NOVO CORONAVÍRUS

Rudinei PICININI

Universidade de Caxias do Sul | Brasil

rudinei.rp@gmail.com

Maria Luiza Cardinale BAPTISTA

Objetivos: A pesquisa tem como objetivo geral discutir o papel da informação, no combate ao Novo Coronavírus, buscando compreender como as tecnologias comunicacionais digitais e as práticas atreladas ao conceito de *smart destinations* podem colaborar para que haja segurança nas atividades turísticas no Brasil. Entende-se como *smart destinations* a ideia proposta por Brandão et al. (2016): uma plataforma urbana de turismo integrada com as tecnologias da informação e comunicação, que permite coletar, criar e trocar informações, para o enriquecimento da experiência turística. Trabalha-se com a ideia de tecnologias comunicacionais digitais (Lévy, 1993), que define esses recursos como um hipertexto, ou seja, um conjunto de nós ligados por conexões, que abrigam uma rede de interfaces multimídia. A visão de turismo fundamenta-se em Beni e Moesch (2017), quanto aos ecossistemas turísticos. E por fim, o estudo de projeções de comportamento relacionadas ao impacto do Novo Coronavírus (Marian, 2020), através da maior autoridade de estudos de tendências do mundo, a *Worth Global Style Network* (WGSN).

Metodologia / Abordagem: Pesquisa vinculada ao grupo de estudos AMORCOMTUR!, com visão de Ciência Ecológica Complexa. A estratégia metodológica utilizada é a Cartografia dos Saberes (Baptista, 2014), de natureza qualitativa, consolidada em vários estudos brasileiros. Divide-se em quatro trilhas, de aproximações e ações, simultâneas e processuais: Saberes Pessoais, composta pelo registro dos conhecimentos do próprio pesquisador; Saberes Teóricos, com levantamento da produção de outros investigadores; Usina de Produção, com aproximações e ações investigativas, valendo-se de métodos e técnicas tradicionais, ou inovações metodológicas, conforme o objeto pesquisado; Dimensão Intuitiva da Pesquisa. O estudo está em desenvolvimento, com ações nas trilhas de Saberes Pessoais e Teóricos (levantamento bibliográfico preliminar).

Conclusões / Resultados: Em síntese, analisamos o portal do Ministério do Turismo, onde buscamos identificar no conteúdo do Plano Nacional de Turismo 2018/2022 a presença dos conceitos de *smart destinations* de Brandão et al. (2016). Durante a análise, o estudo apontou que o tema é explorado de maneira superficial no documento, não contemplando nenhuma das sete camadas do modelo de referência para *smart destinations*, que privilegiam o acesso à informação e o enriquecimento da experiência turística. Ao analisarmos os projetos e ações em exercício, somente a iniciativa do Plano de Dados Abertos se relaciona com o conceito *smart destinations*, sendo que, por si só, não surte efeito sem outros incentivos. O próximo passo será analisar os planos das secretarias estaduais de turismo, buscando entender se o tema está sendo contemplado.

Implicações: Hoje o Brasil conta com 70% da população conectada à internet, sendo 97% por dispositivos mobile (IBGE 2019). Por isso, o estudo servirá para avaliar quais políticas públicas, em relação às *smarts destinations*, previstas no Plano Nacional de Turismo 2018/2022 do Brasil e nos planos das secretarias dos estados, devem ser ampliadas ou priorizadas, tendo como desafio a pandemia e o respeito à Lei Geral de Proteção de Dados (LGPD). Além disso, subsidiará estudos futuros, principalmente, na relação Novo Coronavírus e turismo.

Originalidade: A pesquisa mostra-se pioneira por discutir o papel das tecnologias comunicacionais digitais e os conceitos de *smart destinations*, em cenário futuro de convivência com a pandemia do Novo Coronavírus, nas atividades turísticas brasileiras.

PALAVRAS-CHAVE: *Smart Destinations*; Tecnologias comunicacionais digitais; Turismo; Novo Coronavírus.

REFERÊNCIAS

- Baptista, M. L. C. (2014). Cartografia de saberes na pesquisa em Turismo: proposições metodológicas para uma Ciência em Mutação. *Rosa dos Ventos*, 6(3), 342-355.
- Beni, M. C., & Moesch, M. (2017). A teoria da complexidade e o ecossistema do turismo. *Turismo-Visão e Ação*, 19(3), 430-457.
- Brandão, M., Joia, L. A., & Teles, A. (2016). Destino turístico inteligente: um caminho para transformação. *Anais do Seminário da ANPTUR-2016*.
- Marian, P (2020, March 24). Coronavírus: aceleradores globais de mudança. Retrieved from https://www.wgsn.com/content/board_viewer/#/86743/pt/page/1
- Lévy, P. (1993). *Tecnologias da inteligência*, As. Editora 34.

PRÁTICAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NO SETOR PÚBLICO – O CASO DAS EMPRESAS LOCAIS

Solângela Gertrudes Fernandes de PINA
Instituto Politécnico de Bragança | Portugal
solpina21@gmail.com
Cláudia S. COSTA
Ana P. MONTE

Objetivos: Os objetivos gerais deste trabalho são (i) identificar as principais práticas de responsabilidade social nas empresas locais; e (ii) analisar o contributo destas práticas para a reputação destas empresas e para o desenvolvimento sustentável.

Metodologia / Abordagem: Para dar resposta aos objetivos propostos, procedeu-se ao levantamento sucinto da temática, nomeadamente a evolução do conceito de responsabilidade social e o seu contributo para a reputação das empresas, bem como a satisfação tanto dos públicos internos como externos (fornecedores, clientes, autoridades públicas, consumidores e sociedade local). Procedeu-se, também, ao levantamento de estudos realizados a nível internacional e nacional, sobre a adoção de práticas de responsabilidade social, em particular, pelo setor público. Neste caso concreto, atenderemos ao conceito de empresas locais presentes no artigo 19.º, da Lei n.º 50/2012, de 31 de agosto.

Na componente empírica, fez-se o levantamento das empresas locais existentes em Portugal (segundo dados publicados no Portugal Autárquico contabiliza-se 184 empresas locais) e dos relatórios de sustentabilidade publicados por estas empresas, nomeadamente nos seus sítios da internet e com recurso à análise mista (qualitativa e quantitativa), analisou-se os relatórios recolhidos com vista a identificar as práticas de responsabilidade social adotadas, tendo como referencial as normas do *Global Reporting Initiative* (GRI).

Conclusões / Resultados: Os principais resultados desta investigação serão úteis, para verificar as práticas de responsabilidade social adotadas pelas empresas locais, sendo expetável que esta matéria não esteja ainda devidamente integrada na gestão dessas empresas. Tendo como referência o que é corrente nas empresas do setor privado, espera-se que as práticas mais comumente adotadas pelas empresas do setor público sejam as relacionadas com as questões ambientais, as ligadas à comunidade e aos seus *stakeholders* internos.

Implicações: A responsabilidade social é uma temática pertinente em todas as vertentes, que abrange todas as entidades e organismos do setor privado e público. Espera, assim, que este trabalho consciencialize as empresas locais da importância das práticas de responsabilidade social, comprometendo-as com os diversos *stakeholders* e a promoção do desenvolvimento sustentável.

Originalidade: A originalidade desta investigação reside na exploração de um tema em desenvolvimento no contexto do setor público, mas ainda pouco desenvolvido no contexto das Autarquias Locais, em particular no setor empresarial local.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade Social; Empresas locais; Desenvolvimento sustentável; Economia Circular.

REFERÊNCIAS

- Carroll, A. (1999). The pyramid of corporate social responsibility: toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, (August), 153–170.
- Kansal, M., Joshi, M., Babu, S., & Sharma, S. (2018). Reporting of corporate social responsibility in central public sector enterprises: a study of post mandatory regime in India. *Journal of Business Ethics*, 151(3), 813-831.
- Othman, R., Nath, N., & Laswad, F. (2017). Sustainability reporting by New Zealand's local governments. *Australian Accounting Review*, 27(3), 315-328.
- Vázquez, J. L., & Lanero, A. (2016). Citizens' perceptions on social responsibility in public administration organizations: A case study on Spain. *Transylvanian Review of Administrative Sciences*, 12(48), 166-183.
- Lei n.º 50/2012, de 31 de agosto. Regime jurídico da atividade empresarial local e das participações locais.

DETERMINANTS OF BANK'S PERFORMANCE IN ANGOLA

Maria PIRES

Instituto Politécnico de Beja | Portugal

clara.pires@ipbeja.pt

Carla SANTOS

Nádia SILVA

Aims: This study is motivated by the necessity to explore efficiency and its drivers. Given the competitive pressures and the reinforcement of regulation and supervision, only the most efficient banks will endure in the financial market.

Methodology / Approach: In our study we assess the main determinants of banks' performance in Angola over the period 2014-2018. Using the intermediation approach, where banks are intermediaries between savers and investors, receiving deposits and providing loans, we study the performance of Angolan Banks, using report annual data.

In the first stage, data envelopment analysis (DEA) is applied to measure efficiency. DEA is based on the idea of technical efficiency, measured by the ratio of output (loans) to input (staff expenses and deposits). It allows the identification of the efficient and inefficient units in a comparison of each unit with its peers. The efficiency scores obtained with constant returns to scale (CRS) indicate the overall technical efficiency (OTE). DEA is a potential tool to access the relative performance of homogeneous units. It compares the relative performance of each decision-making unit (DMU) with the "best" performance.

In the second stage, we use the linear multiple regression models' approach, to explain the efficiency scores, using as potential explanatory variables bank specific (selected based on the Camel Model), namely Capital adequacy (Solvability ratio, the relationship between the bank's liabilities and its equity and the relationship between deposits and its equity), Asset quality (the cost-income ratio) Management quality (the loan loss impairment over overdue loans and the relationship between overdue loans and total loans), Earnings or Profitability (return on equity and return on assets) and Liquidity (the relationship between liquid assets to total assets).

Conclusions / Results: In the first stage, data envelopment analysis (DEA) is applied to measure efficiency. The results indicate that given the 5-year period the 16 Angolan banks exhibit an average score of 0,7191. The bank with the best efficiency (0,9975) was BPC and the bank with the worst efficiency (0,4473) was the BFA. In the second stage, we use the linear multiple regression models' approach, to explain the efficiency scores. Our results indicate that solvability ratio (sig. ,000), return on equity (sig.,012) and the relationship between the bank's liabilities and its equity (sig. ,000) appear to be important to explain banks performance in Angola.

Research implications: Contributing to the knowledge of reality, applied research can play an important role in the progress of developing countries. Angola is a developing country in needs of investigations in different knowledge areas. After the end of Angola's long civil war, banking sector became in less than a decade into one of Africa's largest, however are few studies concerning Angolan Banks and none of them addresses Performance in this perspective.

Originality: No studies of this nature were found for the Angolan banking sector. We want to increase knowledge of the efficiency of banks, applying the DEA methodology. In addition, we use linear multiple regression models' approach, to explain the efficiency scores, as a suitable econometric approach to explain the efficiency scores, which are proportions, and as such we try to circumvent some of the methodological limitations of past empirical applications, which applied Tobit regressions.

KEYWORDS: Banking; Data envelopment analysis; Efficiency, Linear multiple regression.

REFERENCES

- Basílio, M., Pires, C., & Reis, J. (2015). Portuguese banks' performance: comparing efficiency with their Spanish counterparts. *Eurasian Economic Review*, ISSN 1304 – 4242X.
- Beck, T., & Cull, R. (October 2013). *Banking in Africa*
- Chortareas, G. E., Girardone, C., & Ventouri, A. (2012). Bank supervision, regulation, and efficiency: Evidence from the European Union. *Journal of Financial Stability*, 8(4), 292–302.
- Gil- Alana, L. A., Barros, C., & Mandlaze, D. (2017). A performance assessment of Mozambique banks: a Bayesian stochastic Frontier.
- Triki, T., Kouki, I., Dhaou, M.B., & Calice, P. (2016). Bank regulation and efficiency: What works for Africa?

DETERMINANTS OF ANGOLAN BANK'S CAPITAL BUFFER

Maria PIRES

Instituto Politécnico de Beja | Portugal

clara.pires@ipbeja.pt

Carla SANTOS

Elma CAMPOS

Aims: In this study we assess the main determinants of banks' capital Buffer in Angola over the period 2015-2018. We divided the factors that can influence bank capital buffer in several groups, namely, management quality, credit quality, profitability and bank size.

Methodology / Approach: The growth of the banking system increases the role that banks play in the economy's performance. The Solvability of the banking sector affects country's economy and occupies a prominent place in the concerns of depositors, investors, analysts, managers, regulators and governmental institutions. In fact, a decrease in the level of confidence in these entities may result in an unexpected run on deposits, causing a banking crisis with increasingly widespread effect. In this scenario, to study which factors influence the banks' capital Buffer – Solvability, assume great relevance. The panel dataset is composed of report annual data on management quality, credit quality, profitability and bank size variables of 16 banks operating in Angola. In our study we assess the main determinants of banks' capital buffer in Angola over the period 2015-2018. The capital buffer - BUF is defined as the ratio between excess capital and the regulatory minimum (dependent variable). The independent variable are management quality (cost-income ratio - CTIN is defined as administrative expenses, over total gross revenues and the relationship between staff expenses and banking product - CPPB); credit quality (the overdue loans over total loans or non-performing loans - CVCC and the loan loss Impairment over overdue loans - ICV); Profitability (return on assets – ROA and return on equity - ROE) and Bank Size (logarithm of total assets - LOGAT). In the study, we use the general linear models' approach to explain the capital buffer.

Conclusions / Results: Our results indicate that Profitability (ROA has a negative and significant impact in capital buffer), management quality (CTIN has a negative and significant impact in capital buffer) and credit quality (CVCC has a positive and significant impact in capital buffer).

Research implications: Contributing to the knowledge of reality, applied research can play an important role in the progress of developing countries. Angola is a developing country in needs of investigations in different knowledge areas. After the end of Angola's long civil war, banking sector became in less than a decade into one of Africa's largest, however are few studies concerning Angolan Banks and none of them addresses Capital Buffer.

Originality: Our work contributes to the knowledge of the almost unknown reality of the Angolan banking sector, studying capital buffer determinants, using the general linear model approach.

KEYWORDS: Banking; Capital Buffer; General linear Model; Risk.

REFERENCES

- Alessandro, C. et al. (2015). Don't stand so close to me: the role of supervisory style in banking stability. *Journal of Banking & Finance*, 52, 180–188.
- Atici, G. and Gursoy, G. (2013), The Determinants of Capital Buffer in the Turkish Banking System, *International Business Research*; Vol. 6, No. 1, ISSN 1913-9004.
- Boucinha. M. (2017), The determinants of Portuguese Banks's Capital Buffer, *Nova school of business and economics*, Universidade Nova de Lisboa.
- Danisman, G. and Demirel, P. (2018), Bank Risk-taking in Developed Countries: The Influence of Market Power and Bank Regulations. *Journal of International Financial Markets*. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2018.12.007>.
- Pires, C. (2013) Solvabilidade bancária em Portugal: fatores determinantes. *Revista da banca* No. 75.

Paula PROENÇA

Instituto Politécnico da Guarda | Portugal

p.proenca@ipg.pt

Elsa RAMOS

Sofia PESSANHA

Objetivos: Considerando o Turismo de Eventos, como um importante contributo no desenvolvimento do setor hoteleiro, com destaque para a região de Barcelona, Espanha, tornou-se imperioso avaliar os impactos e a recuperação no âmbito da Pandemia Covid-19. O objetivo do presente estudo é o de contribuir para uma melhor perceção dos impactos na *Meetings Industry, Congress and Events*, da Pandemia, quais as implicações na competitividade e sustentabilidade da hotelaria, um setor do turismo, fundamental para a complementaridade regional.

Metodologia / Abordagem: Reconhecendo a problemática das consequências da Pandemia Covid-19 no setor Turismo de Eventos, tornou-se imperioso avaliar a oferta de forma a satisfazer e incrementar a procura turística. Para o efeito, a metodologia utilizada assenta na recolha bibliográfica de referência numa primeira fase. De seguida fez-se um estudo documental comparativo dos métodos utilizados nos hotéis em Barcelona, Espanha, antes e pós desconfinamento.

Conclusões / Resultados: As conclusões deste trabalho demonstram as modificações que tiveram que ser aplicadas no setor de hotelaria, no âmbito da Pandemia Covid-19. Procurou-se analisar as diferentes perspetivas de ação que levaram a uma evolução do Turismo de Eventos, permitindo enquadrar as evoluções ocorridas, a descrição do novo paradigma e a sua associação a estratégias de mudança, constituiu os pilares da investigação, demonstrando a conciliação da diversidade de ofertas a nível hoteleiro e no destino turístico, através da integração dum conhecimento organizacional traduzido num desenvolvimento ímpar do setor.

Implicações: O presente trabalho pretende analisar as implicações do Turismo de Eventos no mercado turístico, cada vez mais exigente e competitivo, onde os *stakeholders* procuram formas para se distinguirem e diferenciarem da concorrência. Os benefícios dos eventos na área do turismo são diversos, projetando uma imagem acerca do destino e dos diversos *stakeholders*, dos quais os hotéis são um caso paradigmático. Da procura dos serviços turísticos, ao alargamento do período da estação turística tradicional e o aumento da oferta local e regional, obriga à criação de uma imagem mais favorável do destino, contribuindo para a criação de um novo fator de diferenciação, competitividade e atratividade turística.

O conceito Turismo de Eventos, tem por base um recurso capital – a hotelaria – que permitiu identificar características nucleares nesta abordagem. O Turismo de Eventos, de acordo com os vários estudos, contribui para atenuar a sazonalidade, melhora a imagem do destino, estimula o mercado de turismo e lazer, associados ao segmento *bleisure*, e reforça laços culturais entre os países.

Originalidade: A originalidade desta investigação assenta no facto de que, pela primeira vez, se fez um trabalho em que se cruza a metodologia de recolha bibliográfica e estudo comparativo em hotelaria e as implicações no Turismo de Eventos, no âmbito da Pandemia Covid-19, nos fluxos turísticos, na diversificação da procura e oferta de serviços turísticos, na criação de um novo fator de diferenciação, competitividade e atratividade turística. O conceito Turismo de Eventos tem por base um recurso capital – a hotelaria – que permitiu identificar características nucleares nesta abordagem.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo de Eventos; MICE; Hotelaria; Covid-19.

REFERÊNCIAS

- Donald, G. & Stephen J. (2015). Progress and prospects for event tourism research. *Tourism Management* 52 (2016) 593-631. Amsterdam: Elsevier. Consultado em 30 de Maio 2020. Disponível em <https://reader.elsevier.com/reader/sd/pii/S0261517715000679>
- Lago, J (2018). Espanha Barcelona turismo gentrificação. Consultado em 19 de outubro de 2018. Disponível em <https://www.gettyimages.co.uk/detail/news-photo/tourist-takes-a-picture-of-agraffito-reading-tourist-your-news-photo/829240172>

- Marujo, N. (2015). Contributo do Turismo de Eventos para o Desenvolvimento Turístico de uma Região. Revista DELOS Desarrollo Local Sostenible. Consultado em 30 de Maio 2020. Vol.8 N.º. 23. Disponível em www.eumed.net/rev/delos/23
- Vieira, J. (2015). Eventos e Turismo – Planeamento e Organização – Da teoria à prática (1ª Ed.). Lisboa: Edições Sílabo.
- Wagen, L., White, L. (2010). Events Management For tourism, cultural, business and sporting events (4ª Ed.). Austrália: Pearson Frenchs Forest.

O ESTADO DA ARTE EM PORTUGAL DOS SISTEMAS DE BICICLETAS PARTILHADAS (SBP): MECANISMOS DE COMUNICAÇÃO

José Elias RAMALHO

Universidade Lusófona | Portugal

ramalho1@gmail.com

Manuel José Carvalho Almeida DAMÁSIO

Célia Maria Silvério QUICO

Objetivos: Desenvolver modelos de comunicação que promovam mudanças de comportamentos e adoção de práticas sustentáveis, através de:

- Análise dos mecanismos de comunicação utilizados nos SBP;
- Avaliação do impacto das estratégias de comunicação no desenvolvimento dos SBP;
- Identificação de estratégias de comunicação inovadoras, aplicáveis aos SBP.

Metodologia / Abordagem: A presente investigação decorre no âmbito do doutoramento em Ciências da Comunicação, e é suportada pela teoria da difusão de inovações de Everett M. Rogers, aplicada ao processo de gestão da comunicação na implementação dos Sistemas de Bicicletas Partilhadas (SBP) em Portugal.

A teoria da difusão de inovações procura explicar como, porquê e em que proporção, novas ideias e tecnologias se difundem em sociedade. Rogers define difusão como “um processo através do qual (1) uma inovação (2) é comunicada via certos canais (3) durante um período de tempo (4) junto de membros de um sistema social”.

Nesta fase inicial do estudo efetuou-se uma revisão bibliográfica de âmbito nacional com o propósito de fazer um retrato nacional no domínio dos SBP. Utilizou-se como motores de pesquisa, o Google Scholar e os Repositórios Científicos de Acesso Aberto de Portugal (RCAAP), e pesquisaram-se trabalhos académicos (teses de mestrado e doutoramento) publicados em Portugal entre 2010 e 2019, utilizando como palavras-chave: “Sistemas de Bicicletas Partilhadas” e “SBP”. Da pesquisa efetuada, foram identificados 13 trabalhos académicos sobre o tema dos SBP, comunicação e inovação, mais direcionados para questões técnicas, como: planeamento e gestão de redes, design, planeamento urbano, mobilidade, marketing, entre outros e de enquadramento ao tema.

O estudo tem um formato de estudo de caso misto, uma vez que vão ser avaliados três SBP, utilizando uma metodologia de investigação qualitativa e quantitativa. A aplicação de dois inquéritos por questionário a utilizadores e não utilizadores dos SBP permitirá recolher dados quantitativos sobre um conjunto de variáveis relacionadas com a utilização dos sistemas, modelos de comunicação, práticas sustentáveis, entre outras. A análise SWOT dos três SBP possibilitará a comparação das estratégias de comunicação utilizadas pelas entidades gestoras, bem como a análise das preferências dos utilizadores e dos aspetos a desenvolver na ótica da comunicação. O investigador enquanto utilizador dos SBP fará uma incursão empírica no contexto qualitativo que inclui informações do próprio investigador enquanto observador participante.

Conclusões / Resultados: Como resultados esperados prevê-se:

- Fazer o mapeamento dos SBP em Portugal;
- Conhecer os modelos de comunicação utilizados em três SBP e as suas falhas, e relacionar esses modelos com a utilização da bicicleta como meio de transporte;
- Desenvolver um modelo conceptual ou *framework* comunicacional para promover a implementação e utilização dos SBP em Portugal.

Implicações: O estudo contribui para a análise sobre como os mecanismos de comunicação podem intervir e promover a implementação e desenvolvimento dos SBP em Portugal, atuando nas áreas da sustentabilidade, mobilidade e contribuindo para o bem-estar e qualidade de vida das comunidades locais e para a mudança de comportamentos para novos estilos de vida nas cidades e vilas portuguesas.

Originalidade: A originalidade desta investigação é a temática investigada, a inovação na comunicação, direciona-se para o papel da comunicação na gestão dos SBP em Portugal, com destaque para os mecanismos de comunicação, assim, informar os decisores locais e a nível nacional na melhoria dos processos de SPB.

PALAVRAS-CHAVE: Sistemas de bicicletas partilhadas; Comunicação; Sustentabilidade; Mobilidade Suave; Autarquia.

REFERÊNCIAS

DeMaio, P. (2009). Bike-sharing: History, Impacts, Models of Provision, and Future. *Journal of Public Transportation*, 12(4), 41-56.

- Félix, R. M. (2012). Gestão da Mobilidade em Bicicleta Necessidades, factores de preferência e ferramentas de suporte ao planeamento e gestão de redes. O caso de Lisboa (Dissertação de Mestrado). Universidade Técnica de Lisboa, Instituto Superior Técnico, Lisboa.
- Ferreira, C. (2015). Plano de marketing para o Projecto Easy Bike Lisboa (Dissertação de Mestrado). Universidade de Lisboa, Instituto Superior de Economia e Gestão, Lisboa. Disponível em: <http://hdl.handle.net/10400.5/10785>
- Liberato, L. (2018). O potencial dos sistemas de bicicletas partilhadas: Uma contribuição para a construção do panorama português (Dissertação de Mestrado). Faculdade de Engenharia da Universidade do Porto, Porto. Disponível em: <https://hdl.handle.net/10216/111382>
- Rogers, E. M. (2003). Diffusion of Innovations (5^a ed.). Glencoe: Free Press.

GESTÃO INTEGRADA DE PESSOA SEM ABRIGO – DIMENSÕES DA SUSTENTABILIDADE E AS TIC

Leonilde REIS

Instituto Politécnico de Setúbal | Portugal

leonilde.reis@esce.ips.pt

Clara SILVEIRA

Luisa Cagica CARVALHO

Carlos MATA

Objetivos: O objetivo deste trabalho é apresentar uma Abordagem, que enquadre as estratégias de integração de Pessoa sem abrigo (Psa), (RCM, 2020), e contemple preocupações nas diversas dimensões da sustentabilidade com suporte das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC).

Metodologia / Abordagem: A metodologia de suporte ao estudo é a *Design Science Research* (Peffer et al., 2007), permitindo a identificação do problema organizacional, desenvolvimento, demonstração e avaliação da abordagem. Será efetuada a revisão da literatura designadamente o enquadramento da problemática Psa, modelação de dados nas diversas dimensões da sustentabilidade, (Becker et al., 2015), implementando preocupações no âmbito dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável (ODS), (UNDP, 2015). Assim, apresenta-se uma Abordagem multidisciplinar integrando as diversas valências no sentido de gerir habitação, saúde, bens essenciais, alimentação entre outros.

Conclusões / Resultados: As principais conclusões, centram-se no valor acrescentado da Abordagem que integra a informação de Psa, incluindo as diversas valências da sustentabilidade. A Abordagem, será implementada num pressuposto de utilização em contexto organizacional por uma equipa multidisciplinar no sentido de permitir a cooperação das diversas entidades oficiais envolvidas num processo desta natureza.

Implicações: A utilização das TIC, (Reis et al., 2020), em contexto de organizações sociais, pode constituir valor acrescentado no sentido de potenciar soluções integradoras nomeadamente para a criação de condições de trabalho e partilha de informação entre equipas multidisciplinares facilitando a resolução de problemas complexos. Assim, serão criadas as condições para que o acolhimento, acompanhamento e ajuda à prestação de apoio a Psa seja melhorada.

Originalidade: Este é um contributo para a concretização dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), como erradicar a pobreza (ODS 1) através de parcerias (ODS 17), permitindo a implementação de estratégias de mobilização de recursos, criando uma solução integradora no âmbito das comunidades sustentáveis (ODS 11), reduzindo as desigualdades (ODS 10) numa perspectiva de promoção da inovação social.

PALAVRAS-CHAVE: Análise de Requisitos; Inovação Social; Sustentabilidade em Tecnologias de Informação e Comunicação; Tecnologias de Informação e Comunicação.

REFERÊNCIAS

- Becker, C., Chitchyan, R., Duboc, L., Easterbrook, S., Penzenstadler, B., Seyff, N., & Venters, C. (2015). Sustainability Design and Software: The Karlskrona Manifesto, Proc. 37th International Conference on Software Engineering (ICSE 15).
- Howaldt, J. and Schwarz, M. (2010) Social Innovation: Concepts, research fields and international trends, IMO international monitoring.
- Peffer, K., Tuunanen, T., Rothenberger, M., Chatterjee, S., (2007), A Design Science Research Methodology for Information Systems Research, Journal of Management Information Systems, Volume 24 Issue 3, Winter 2007-8, pp. 45-78.
- RCM (2020). Altera a Estratégia Nacional para a Integração das Pessoas em Situação de Sem-Abrigo 2017-2023, Resolução do Conselho de Ministros n.º 2/2020, Diário da República n.º 14/2020, Série I de 2020-01-21.
- Reis, L., Silveira, C., Carvalho, L., Mata, C. (2020). Digitalization as a key issue of the Circular Economy to promote Sustainability: Prototyping Design for Homeless People, in S. Rodrigues, P. Almeida, N. Almeida (eds), Mapping, Managing, and Crafting Sustainable Business Strategies for the Circular Economy, USA: IGI Global.
- UNDP (2015). Sustainable Development Goals, Retrieved 2 dezembro, 2019, from United Nations Development Programme: www.undp.org/content/undp/en/home/sustainable-development-goals.html.

ARRENDAMENTO ESTUDANTIL E EVASÃO FISCAL: ESTUDO DE CASO

Paulo REIS

Universidade do Algarve | Portugal

paulo.pr.reis@gmail.com

Lurdes VARELA

Objetivos: A investigação teve como objetivos identificar e quantificar a existência ou não de evasão fiscal no arrendamento de alojamento para estudantes e das medidas adotadas pelo Estado português com vista ao seu combate.

Metodologia / Abordagem: A revisão de literatura permitiu-nos a identificação dos conceitos de fraude e evasão fiscais enunciados por Nabais, J. C. (2019) e dos esforços desenvolvidos pelo Estado português, nos últimos anos, conducentes ao combate à fraude e evasão fiscais (República Portuguesa-GSEAF. 2019). Permitiu-nos ainda sumariar as conclusões e limitações encontradas em estudos anteriores sobre esta temática de que são exemplos, entre outros, os estudos realizados por Cristo, N. Filipe, B. e Varela, L. (2007), por Poço, M. L. (2013) e por Kapapelo, J. (2018) na evidência de que existe evasão no arrendamento estudantil e da sua difícil quantificação. Razões culturais e sociológicas, perceção por parte dos contribuintes de indevida aplicação dos dinheiros públicos, um sistema fiscal injusto com elevada carga fiscal e penalizações pela infração não suficientemente dissuasoras das más práticas, são as principais explicações encontradas para a existência e permanência no tempo deste fenómeno.

A recolha de dados processou-se por inquérito que teve como população alvo os estudantes da Universidade do Algarve (UAlg) matriculados no ano letivo 2019/20, tendo obtido 766 respostas válidas.

Conclusões / Resultados: Pese embora o estudo se encontre ainda em curso o tratamento e análise dos dados já disponíveis permite concluir que: i) a maioria dos estudantes que responderam ao questionário estão alojados em quartos/casas/apartamentos arrendados; ii) persiste a evasão fiscal, com a não emissão dos recibos de renda; iii) 54% dos inquiridos respondeu que não lhe são passados recibos da renda, apenas 45% declara que os respetivos recibos são emitidos e 1% não respondeu. Os preços praticados sobem quando se tratam de estudantes estrangeiros. Estes resultados levam-nos a concluir da evidência de que apesar do incremento das ações de fiscalização neste sector por parte da Autoridade Tributária (AT) através: do cruzamento de dados do cadastro predial do registo de contribuintes com a comunicação eletrónica, de três em três meses, dos dados dos contratos de fornecimento de energia elétrica, gás, água e telecomunicações; e ainda, da disponibilidade para receber queixas e proceder a uma investigação e apuramento de responsabilidades mais célere, o mercado imobiliário no que tange o arrendamento estudantil continua a potenciar situações de evasão fiscal.

Implicações: O presente estudo possibilitou ainda um melhor conhecimento do impacto para as zonas circundantes da UAlg decorrente dos rendimentos gerados pelo arrendamento estudantil. Proporcionou evidência da necessidade de maior controlo dos contratos de arrendamento celebrados, com uma maior tomada de consciência da comunidade em paralelo com o controlo do Estado. Sensibilização dos estudantes para os benefícios fiscais decorrentes da emissão de recibo da renda. Permitirá ainda reflexão acerca da realidade concorrencial ente arrendamento estudantil versus arrendamento habitacional puro e respetivo impacto no valor das rendas praticadas.

Originalidade: Trata-se do primeiro estudo versando esta temática incidindo sobre a população alvo. Em 2007 havia sido realizado um estudo exploratório apenas para uma amostra por conveniência.

PALAVRAS-CHAVE: Arrendamento estudantil; evasão fiscal; fiscalidade; rendas.

REFERÊNCIAS

- Cristo, N., Filipe, B. & Varela, L. (2007). Fraude e Evasão Fiscais no Arrendamento Estudantil. *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, 16, 16-21.
- Kapapelo, J. (2018). O arrendamento estudantil e a fiscalidade: o caso particular dos estudantes universitários estrangeiros na cidade de Coimbra (Dissertação de mestrado). <http://hdl.handle.net/10400.26/27813>
- Nabais, J. C. (2019). *Direito Fiscal*. 11.ª ed. Almedina.
- Poço, M. L. (2013). Perceção da evasão e fraude fiscal em Portugal: um estudo sociológico (Dissertação de mestrado). <http://hdl.handle.net/10400.26/14577>
- República Portuguesa-GSEAF. (2019). Relatório de Atividades Desenvolvidas de “Combate à Fraude e Evasão Fiscais e Aduaneiras” – 2018. Gabinete do Secretário de Estado dos Assuntos Fiscais.

AUTOCARAVANISMO: TURISMO OU ESTILO DE VIDA? PROBLEMÁTICA E PERTINÊNCIA DE UMA INVESTIGAÇÃO, NA PERSPETIVA DA SOCIOLOGIA POSITIVA

Teresa RODRIGUES

Universidade do Algarve | Portugal

teresa.iac.rodrigues@gmail.com

João Filipe MARQUES

Objetivos: Esta investigação pretende:

- Aprofundar o conhecimento sobre este fenómeno e os seus impactos a nível social, económico e cultural;
- Conhecer o(s) estilo(s) de vida e as motivações intrínsecas e extrínsecas que levam as pessoas a viajar numa casa sobre rodas;
- Perceber que estados de espírito emergem; que relações de bem-estar/felicidade estão associadas a esta modalidade e até que ponto a viagem em autocaravana pode ser indutora de estados psicológicos de profunda satisfação com a vida ou *flow*;
- Obter uma caracterização (tipologia) dos autocaravanistas que viajam ao longo do ano na região do Algarve.

Metodologia / Abordagem: De acordo com os objetivos da investigação adotou-se uma metodologia qualitativa com base em entrevistas semiestruturadas – e observação etnográfica – realizadas a autocaravanistas que se encontravam em Áreas de Serviço para Autocaravanas (ASAs), bem como em diversos pontos de atração para estes viajantes. Foram ainda entrevistados outros informadores privilegiados, como proprietários de ASAs, gerentes de empresas de aluguer de autocaravanas e representantes de entidades ligadas ao autocaravanismo.

Conclusões / Resultados: No que diz respeito às motivações e comportamentos dos autocaravanistas, os dados preliminares apontam para que apesar do autocaravanismo ser considerado uma forma de turismo itinerante, na perspetiva dos participantes, trata-se, principalmente, de uma «maneira de estar na vida» que requer, à partida a aceitação de desafios e, condições de viagem completamente distintas da viagem turística «convencional».

De acordo com a revisão de literatura e com alguns dados preliminares desta investigação, esta modalidade apresenta no Algarve, semelhanças com a forma como é desenvolvida noutras regiões do globo, contudo, no contexto Algarvio apresenta uma característica particular que se prende com a diversidade de culturas em presença, uma vez que no mesmo espaço podem encontrar-se sujeitos de diferentes origens nacionais.

Implicações: Em termos regionais, de acordo com dados da CCDRALg, verifica-se um fluxo anual crescente de autocaravanas em direção ao Algarve. Também Dias & Domingues (2018) argumentam que esta forma de turismo continuará a crescer, associada, entre outros aspetos, ao envelhecimento da população ocidental e ao facto de o Algarve ser percebido como um destino seguro pelos estrangeiros que o visitam.

Logo, conhecer de forma aprofundada uma realidade social, com a dimensão e expressão que o autocaravanismo apresenta atualmente, contribui para fundamentar futuras decisões políticas para que esta forma de turismo se desenvolva de forma equilibrada e sustentável com benefícios quer para os visitantes como para os locais.

Esta forma de viajar apresenta várias potencialidades, especialmente para o Algarve, região altamente afetada pela sazonalidade do turismo, sobretudo baseado no *sun & sea*. Desde logo destacam-se: a possibilidade de constituir uma oferta turística não sazonal e um contributo para revitalizar e/ou dinamizar zonas do interior.

Originalidade: É o primeiro estudo sociológico, que procura conhecer em profundidade: o estilo de vida, a subcultura, identidade, necessidades, dificuldades, preferências, relação com a região, e perfis dos autocaravanistas que viajam no Algarve, na perspetiva da sociologia positiva, no âmbito das novas mobilidades, neonomadismo, cosmopolitismo e das teorias do envelhecimento ativo.

PALAVRAS-CHAVE: Autocaravanismo; Algarve; mobilidade; estilo de vida; sociologia positiva.

REFERÊNCIAS

Dias, J. A., & Domingues, A. (2018). Follow the sun: Retirees motorhomes' movements, meanings and practices during the winter season in the Algarve. In M. Hall & D. K. Muller (Eds.), *The Routledge Handbook of Second Home Tourism and Mobilities* (pp. 338–352).

- Duncan, Tara, Cohen, S., & Thulemark, M. (2013). *Lifestyle Mobilities: Intersections of Travel, Leisure and Migration* (T. Duncan, S. A. Cohen, & M. Thulemark, eds.). Surrey, UK: Ashgate Publishing Limited.
- Giddens, A. (2002). *Modernidade e Identidade* (Jorge Zahar Editor Ltda., ed.). Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor Ltda.
- Onyx, J., & Leonard, R. (2005). Australian grey nomads and American snowbirds : similarities and differences. *Journal of Tourism Studies*, 16(1), 61–68.
- Stebbins, R. A. (2009). *Personal Decisions in the Public Square: Beyond Problem Solving into a Positive Sociology*. London: Transaction Publishers.

André RODRIGUES

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa | Portugal

andrefilipefrodrigues@gmail.com

Leandro PEREIRA

Renato COSTA

Luís MARTINS

Rui GONÇALVES

Aims: Today's business world is characterized by its constant rapidly changing environment, facing a very competitive economic context, making it crucial for the achievement of business success to understand, timely, what drives its results, namely its performance. Organizational performance may be affected by several number of variables and the understanding of these variables are decisive for business management. This research aims to address and measure organizational performance, understanding if and how much it is influenced by organizational culture, as well as if employee work engagement mediates the mentioned relationship.

Methodology / Approach: We approach the concept of organizational culture and its evolution over time, ending up by specifically addressing it according to the competing values framework (Quinn & Rohrbaugh, 1983) and measuring it through the instrument "Focus Questionnaire" (Van Muijen et al., 1999).

Organizational performance is conceptually introduced and its strategic importance to the general success of the company is duly framed. In order to assess organizational performance, we use a measurement instrument developed by Delaney and Huselid (1996).

The literature evidences that employee work engagement effectively mediates the mentioned relationship, which within this framework we assess according to the Utrecht Work Engagement Scale (Schaufeli et al., 2002).

The assessment of the referred tripartite influential relationship is accomplished through the formulation and testing of a research question, which is "Do organizational culture types influence organizational performance and is this influence mediated by employee work engagement?", through the respective four sub research questions. For that purpose, we applied a questionnaire, composed by the three measurement instruments previously introduced, preceded by a pre-test procedure, to a sample composed by security professionals, receiving a total of 629 valid answers.

Conclusions / Results: Our results evidence that culture positively and significantly influences both organizational performance and employee work engagement, which is aligned with the results of a variety of other researches on this topic, as well as that employee work engagement partially mediates the influence of all organizational culture types on organizational performance.

Research implications: Managers who seek to achieve high levels of organizational performance shall understand and address organizational culture, being aware of the mediating effect that employee work engagement has on that influential relationship. Specifically considering a population composed by professionals that are responsible for the security of our organizations, it is critical to adapt the cultural context in which those individuals are inserted. As now known, clan culture, followed by hierarchy culture, are the cultural types that have a higher effect on organizational performance, being positively influenced by high levels of employee work engagement.

Originality: This specific interactional relationship of organizational culture effect on organizational performance, mediated by employee work engagement, applied to this specific business sector, has never been address before.

KEYWORDS: Organizational Culture; Organizational Performance; Employee Work Engagement; Security.

REFERENCES

- Delaney, J., & Huselid, M. (1996). The impact of human resource management practices on perceptions of organizational performance. *Academy of Management Journal*, 39(4): 949-969.
- Quinn, R., & Rohrbaugh, J. (1983). A Spatial Model of Effectiveness Criteria: Towards a Competing Values Approach to Organizational Analysis. *Management Science*, 29(3), 363-377.

- Rofcanin, Y., Heras, M., & Bakker, A. (2017), Family supportive supervisor behaviors and organizational culture: Effects on work engagement and performance. *Journal of Occupational Health Psychology*, 22(2): 207-217
- Schaufeli, W., Martínez, I., Pinto, A., Salanova, M., & Bakker, A. (2002). Burnout and engagement in university students: A cross-national study. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 33(5): 464-481.
- Van Muijen, J., Koopman, P., De Witte, K., De Cock, G., Susanj, Z., Lemoine, C., Bourantas, D., Papalexandris, N., Branyicski, I., Spaltro, E., Jesuino, J., Neves, J., Pitariu, H., Konrad, E., Peiró, J., González-Romá, V., & Turnipseed, D. (1999). Organizational culture: The Focus questionnaire. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8(4): 551-568.

O ANO EUROPEU DO PATRIMÓNIO CULTURAL NAS AULAS DE LÍNGUA ESTRANGEIRA: NOVOS CENÁRIOS DE APRENDIZAGEM ATIVA ATRAVÉS DA FERRAMENTA HP5

Maria Natália Perez SANTOS

Instituto Politécnico de Leiria | Portugal

natalia.santos@ipleiria.pt

Sílvia de Jesus ESTEVES

Objetivos: No âmbito da celebração do Ano Europeu do Património Cultural, em 2018, docentes de Língua Estrangeira da Escola Superior de Turismo e Tecnologias do Mar (ESTM), pertencente ao Politécnico de Leiria, propuseram aos estudantes uma maior participação, implicação e autonomia no seu próprio processo de ensino/aprendizagem, direcionando-os para novos cenários de aprendizagem ativa focada, entre outros, na competência digital.

A atividade envolveu a participação de 77 estudantes inscritos nas Unidades Curriculares de Língua Estrangeira (alemão, espanhol e inglês), matriculados em Licenciaturas na área do Turismo, Animação Turística, Gestão de Eventos e Turismo, durante o 1º Semestre do Ano letivo 2018-2019.

Os estudantes foram desafiados a pôr em prática os conhecimentos adquiridos na área específica do turismo, desenvolvendo estratégias de pesquisa e investigação, em articulação com competências e ferramentas digitais, nomeadamente o H5P.

Com esta investigação visa-se apresentar, na perspetiva do aluno, o impacto da aplicação H5P, enquanto instrumento potenciador de uma aprendizagem ativa.

Pretende-se demonstrar que o recurso a esta plataforma de criação de jogos pode conduzir ao desenvolvimento das várias competências comunicativas das línguas estrangeiras, tais como a compreensão, a expressão e interação orais e escritas. Procura-se, também evidenciar que a vertente lúdica proporcionada pelo H5P pode atuar como elemento potenciador de motivação.

Metodologia / Abordagem: A atividade proposta aos estudantes desdobrava-se em 2 momentos distintos. Consistia, por um lado, na criação, realização e edição de um vídeo e, por outro lado, na elaboração de um jogo/quiz didático (versando sobre o conteúdo do referido vídeo). Com estas duas tarefas, pretendia-se que os estudantes dessem a conhecer e divulgassem partes da diversidade do nosso património cultural, fosse ele nacional, regional ou mesmo local.

A ideia de que conjugar diversão com aprendizagem pode produzir resultados significativos não será uma ideia absolutamente inovadora. Já Ángeles e Gracia (2000) defendiam que “a relação entre o jogo e a aprendizagem é natural; os verbos “jogar” e “aprender” confluem, já que ambos vocábulos consistem em superar obstáculos, encontrar um caminho, praticar, deduzir, inventar, adivinhar e tentar ganhar... para se divertir, progredir e melhorar”. Contudo, foi o facto de introduzir a sua aplicação num trabalho prático que nos pareceu inovador, no sentido em que os estudantes seriam eles próprios os responsáveis pela criação dos seus jogos, com todo o benefício que esse processo de criação traz para as suas aprendizagens.

Após a realização da atividade, as docentes aplicaram um inquérito aos discentes, com o intuito de aferir o impacto e os benefícios da mesma, assim como as potencialidades do H5P, em particular enquanto ferramenta promotora de uma aprendizagem ativa.

O inquérito visava analisar as perceções dos estudantes no que diz respeito a aspetos como a motivação, a atenção, o envolvimento no processo de aprendizagem, e, acima de tudo, o desenvolvimento de competências linguísticas, associadas a competências digitais, tendo em conta duas perspetivas diferentes: a do criador do jogo/quiz e a do recetor/jogador.

Conclusões / Resultados: Os nossos jovens denominados de “nativos digitais”, de acordo com Piscitelli (2009), nasceram e cresceram num mundo tecnológico, vivem e convivem naturalmente com as tecnologias de informação e comunicação. Quando chegam ao ensino superior, trazem com eles um domínio já bastante alargado de competências digitais. Assim, solicitar-lhes que recorram a ferramentas digitais, ainda que não as conheçam ou não as dominem perfeitamente, para a concretização de qualquer tarefa é perfeitamente plausível e, até mesmo, encarado com uma postura bastante positiva.

Os resultados revelam que os discentes consideram que as suas aprendizagens são efetivamente beneficiadas ao fazerem uso da ferramenta H5P nos trabalhos e nas tarefas que lhes são propostas.

Estas aprendizagens convertem-se num processo mais ativo e de desenvolvimento autónomo, tanto no que respeita à consolidação de conteúdos diversos, como ao desenvolvimento de destrezas linguísticas e, mais propriamente, no caso das línguas estrangeiras alemã e espanhola.

Implicações: A combinação de diferentes estratégias e o recurso ao H5P permitem ao estudante desenvolver, por um lado, as várias competências linguísticas e, por outro lado, a capacidade de sistematizar e consolidar conteúdos/informação, com vista a sua partilha com os outros.

O H5P fomenta, simultaneamente, a criatividade, pela sua vertente dinâmica e lúdica, e a aprendizagem, promovendo o interesse, a motivação, a atenção, o envolvimento e a participação de todos os intervenientes no jogo elaborado.

Podemos, assim, afirmar que a atividade proposta resultou, de certa forma, num novo cenário de aprendizagem.

Originalidade: A originalidade reside na conjugação do processo de aprendizagem com o uso de ferramentas digitais (o H5P) que o tornam mais ativo, autónomo e, por conseguinte, mais efetivo. O estudante é levado a desenvolver competências nos vários domínios do seu conhecimento: os conteúdos próprios do currículo (ao apresentar o património cultural e a diversidade sociocultural de Portugal, Espanha e Alemanha, no âmbito da celebração do Ano Europeu do Património Cultural), as destrezas de uma língua estrangeira (Alemão ou Espanhol) e competências digitais (o H5P, desconhecido pela maioria dos estudantes).

PALAVRAS-CHAVE: Línguas e Literaturas Aplicadas ao Turismo; património cultural; aprendizagem ativa; competência digital; H5P.

REFERÊNCIAS

- Ángeles, M., García, M. (2000). Actividades lúdicas en la enseñanza de LFE: el juego didáctico. I Congreso Internacional de Español para fines Específicos (pp.121-125). Amesterdão.
- Brown, J. S. (2011). Learning in the digital age. The Internet and the University. Forum 2011 (pp. 65-91).
- Kirschner, P., Bruyckere, P. (2017). The Myths of the Digital Native and the Multitasker, Teaching and Teacher Education, Volume 67, 135-142. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com>.
- Leslie, D., Russel, H. (2006). The Importance of Foreign Language Skills in the Tourism Sector: A Comparative Study of Student Perceptions in the UK and Continental Europe. Business School Review. Caledonian University.
- Piscitelli, A. (2009). Nativos digitales: Dieta cognitiva, inteligencia colectiva y arquitecturas de la participación. Buenos Aires: Santillana.

¡YO HABLO, TÚ HABLAS, ÉL HABLA...NOSOTROS “WHATSAPPEAMOS”! EL USO DE WHATSAPP PARA EL APRENDIZAJE DE LENGUA(S) EXTRAJERA(S) EN EDUCACIÓN SUPERIOR, EN GRADOS DE TURISMO

Maria Natália Perez SANTOS

Instituto Politécnico de Leiria | Portugal

natalia.santos@ipleiria.pt

Objetivos: El objetivo de esta ponencia es presentar y compartir una actividad práctica realizada, fuera del aula, en las clases de Lengua Extranjera (LE), en Educación Superior, en Grados de Turismo, utilizando las diferentes funciones que la herramienta WhatsApp ofrece al usuario. Teniendo como principal propósito desarrollar la expresión y comprensión escrita, a través de estímulos visuales, como vídeos, imágenes, audios o textos escritos, bien como presentar las opiniones de los estudiantes sobre la realización de esta actividad, con respecto a las competencias lingüísticas desarrolladas.

Metodología / Enfoque: La metodología utilizada en este estudio se basó en un enfoque cuantitativo. La recogida de los datos se realizó mediante la aplicación de una encuesta por cuestionario, a los estudiantes finalistas del Grado de Turismo, durante los cursos 2018/2019 y 2019/2020, en la asignatura «Español para el Turismo VI».

Conclusión / Resultados: La actividad permitió trabajar directamente con cada uno de los estudiantes de forma individual y en privado, o en grupo y público en el grupo creado para ese propósito. Es de subrayar la diversidad de los temas y “el estar a gusto” por parte de los estudiantes para expresarse de forma escrita, desarrollando y consolidando sus capacidades de comprensión y producción escrita con la aplicación WhatsApp, en cualquier sitio, a cualquier hora y usando el móvil o el ordenador. Por fin, señalar también el poder que esta herramienta posee en el proceso de enseñanza/aprendizaje, desde que la propuesta de actividad esté bien organizada, estructurada y adaptada al objetivo de los contenidos de la asignatura y del nivel de los estudiantes.

Implicaciones: Con este estudio y la actividad propuesta se confirma la relevancia de incluir actividades, recurriendo al uso del móvil/smartphone y consecuentemente aplicaciones y herramientas, como el WhatsApp para desarrollar competencias lingüísticas, promocionando así, de forma autónoma y continuada, otro ambiente de aprendizaje que no sea únicamente en el aula, sino una extensión de ésta.

Originalidad: Aún hay un número reducido de estudios sobre el uso de la aplicación WhatsApp para desarrollar las diferentes competencias lingüísticas, en el proceso de enseñanza/aprendizaje de una lengua extranjera, por lo que este estudio y experiencia podrán aportar un refuerzo en la producción de la literatura específica en esta área.

PALABRAS-CLAVE: Lenguas y Literaturas Aplicadas al Turismo; enseñanza/ aprendizaje de ELE; Tecnologías de Información y Comunicación (TIC); WhatsApp; dispositivos móviles – Smartphone.

REFERENCIAS

- Awada, G. (2016). Effect of WhatsApp on critique writing proficiency and perceptions toward learning. *Cogent Education*, 3(1), 1–25.
- Bouhnik, D., & Dshen, M. (2014). Whatsapp goes to school: Mobile instant messaging between teachers and students. *Journal of Information Technology Education: Research*, 13, 217–231.
- Martínez-Parejo, R. (2016). Desarrollo de la competencia escrita en la enseñanza de lenguas extranjeras a través del uso de dispositivos móviles. *Revista Complutense de Educación*, 27(2), 779–803
- Morató-Payá, A. (2014). El WhatsApp como complemento de aprendizaje en la clase de E/LE. *Foro de Profesores de E/LE*, 10, 165–173.

XERS VS. MILLENNIALS: UM OLHAR GERACIONAL SOBRE RESPONSABILIDADE SOCIAL DAS ORGANIZAÇÕES, ATRATIVIDADE ORGANIZACIONAL E INTENÇÃO DE CANDIDATURA A UMA OFERTA DE EMPREGO

Luís SANTOS

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa | Portugal

alcss11@iscte-iul.pt

Ana Patrícia DUARTE

José NEVES

Objetivos: Neste estudo procurou-se analisar o efeito da perceção de envolvimento em práticas de responsabilidade social na atratividade organizacional e intenção de candidatura de potenciais candidatos a emprego, considerando a sua pertença geracional. Perante um mercado de trabalho global, competitivo e dinâmico, compreender os potenciais candidatos *Xers* e *Millennials* pode constituir uma alavanca para o sucesso do recrutamento e a conquista da guerra por talento” (Bhattacharya et al., 2008). Incrementar as intenções de candidatura requer uma atratividade organizacional sólida que, em parte, emerge dos modelos de gestão socialmente responsáveis ao nível do desempenho económico, social e ambiental (Duarte et al., 2014). Procurou-se neste estudo analisar a relação entre estas variáveis, comparando as respostas de membros das gerações X e Y/milénio cujas eventuais diferenças nos valores de trabalho podem ditar reações distintas aos esforços das empresas no domínio da responsabilidade social.

Metodologia / Abordagem: Para testar empiricamente o modelo de investigação proposto realizou-se um estudo de desenho experimental com a participação de potenciais candidatos das Gerações X (n=120) e Millennium (n=132). Os participantes foram aleatoriamente distribuídos por duas condições experimentais, em que se manipulava o nível de envolvimento de uma empresa fictícia em matéria de responsabilidade social (baixo vs. alto), com base no paradigma experimental de Alniacik et al. (2011). Após lerem a informação disponibilizada sobre a empresa, os participantes foram convidados a responder a questões sobre atratividade organizacional (Duarte et al., 2014), intenção de candidatura (Highhouse et al., 2003) e verificação da manipulação (Duarte, 2011). As medidas usadas apresentam bons níveis de consistência interna e a verificação da manipulação indica que esta funcionou como pretendido.

Conclusões / Resultados: A análise estatística dos dados recolhidos foi realizada via macro PROCESS para SPSS. Os resultados revelaram efeitos significativos que permitiram atestar que o envolvimento percebido em práticas socialmente responsáveis tem um efeito positivo na intenção de candidatura a um emprego por parte dos participantes, sendo esse efeito mediado pela atratividade organizacional. Quanto ao papel moderador da geração, verificou-se que a mesma condiciona efetivamente a relação entre a responsabilidade social e a atratividade organizacional, sendo a relação mais forte entre participantes da geração X. Concluiu-se que a performance social pode constituir uma fonte de vantagem competitiva na “guerra por talentos”.

Implicações: Esta pesquisa procurou acrescentar valor à comunidade académica e organizacional, reforçando o conhecimento sobre o impacto da responsabilidade social das organizações na formulação de crenças e intenções comportamentais de potenciais candidatos a emprego.

Originalidade: O uso de uma abordagem geracional no estudo dos efeitos da responsabilidade social nas respostas e reações de potenciais candidatos é relativamente inovadora e contribui para alargar conhecimento sobre como candidatos de diferentes gerações respondem aos esforços organizacionais em matéria de responsabilidade social.

PALAVRAS-CHAVE: Responsabilidade social das organizações; atratividade organizacional; intenção de candidatura; gerações; *millennials*.

REFERÊNCIAS

- Alniacik, U., Alniacik, E., & Genc, N. (2011). How Corporate social responsibility information influences stakeholders’ intention. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18, 234-245.
- Bhattacharya, C. B., Sen, S., & Korschun, D. (2008). Using corporate social responsibility to win the war for talent. *MIT – Sloan Management Review*, 49, 37-44.
- Duarte, A. P. (2011). *Corporate social responsibility from an employees’ perspective: Contributes for understanding job attitudes*. Dissertação de doutoramento não publicada. ISCTE-IUL: Lisboa.
- Duarte, A. P., Gomes, D. R., & Neves, J. (2014). Tell me your socially responsible practices, I will tell you how attractive for recruitment you are! The impact of perceived CSR on organizational attractiveness. *Tékhne – Review of Applied Management Studies*, 12, 22-29.
- Highhouse, S., Lievens, F., & Sinar, E. F. (2003). Measuring attraction to organizations. *Educational and Psychological Measurement*, 63(6), 986-1001.

A IGUALDADE DE GÉNERO NO CONSELHO DE ADMINISTRAÇÃO NAS EMPRESAS DO PSI20

Alda SILVA

Instituto Politécnico de Setúbal | Portugal

aldacsilva@gmail.com

Objetivos: Este estudo tem como principais objetivos avaliar a evolução da representação das mulheres nos conselhos de administração nos últimos três anos, verificar se a percentagem da representação feminina está próxima das metas sugeridas pela União Europeia e por último verificar o impacto da Lei nº62/2017 nas empresas cotadas em Portugal (PSI20).

Metodologia / Abordagem: Para alcançar os objetivos definidos, consideramos as empresas com cotação no PSI20 nos anos em análise (2017, 2018 e 2019) e que se mantiveram presentes ao longo desse período. Para recolha dos dados foi analisada informação de domínio público, obtida através dos sites das referidas empresas e da CMVM para o período em análise. Depois de recolhidos os dados foram utilizadas técnicas de estática descritiva para aferir se existe uma evolução positiva na presença feminina nos conselhos de administração e se a mesma está em linha quer com a proposta de Diretiva, quer com a Lei nº62/2017.

Conclusões / Resultados: Prevê-se demonstrar que houve uma evolução positiva da representação das mulheres no conselho de administração das empresas nos últimos três anos, embora ainda longe das metas definidas tanto pela União Europeia como pela Lei nº62/2017.

Implicações: A igualdade de género é um dos objetivos de desenvolvimentos sustentável definidos pelas Nações Unidas e adotado por Portugal, de modo que este estudo contribui para se perceber a que nível estamos no cumprimento desse objetivo. Por outro lado, o ano de 2020 é um marco importante, uma vez que era esta a meta definida pela União Europeia na sua proposta de Diretiva e, é também o início da segunda fase da Lei nº62/2017. É, portanto, da maior relevância perceber em que ponto nos encontramos em relação às empresas cotadas em bolsa agora que se inicia a segunda fase da referida lei, este estudo pode ajudar o legislador no sentido de serem adotadas medidas complementares ou alternativas para se atingirem as metas definidas.

Originalidade: Uma vez que atingimos a segunda fase da Lei nº62/2017, só agora temos dados que nos permitem verificar o impacto que está a ter a mesma.

PALAVRAS-CHAVE: Igualdade de Género; Mulheres nos Conselho de Administração; PSI20.

REFERÊNCIAS

- Boyd, Karen S. "GLASS CEILING." Encyclopedia of Race, Ethnicity, and Society. Ed. Thousand Oaks, CA: SAGE, 2008. 549-52. Consultado em 6 Junho 2020. Disponível em https://edge.sagepub.com/system/files/15_GlassCeiling.pdf
- DiMaggio, Paul J. & Powell, Walter W. (1983). The Iron Cage Revisited: Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48 (147-160)
- Glass, C., & Cook, A. (2016). Leading at the top: Understanding women's challenges above the glass ceiling. *Leadership Quarterly*. <https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2015.09.003>
- Lei nº 62/2017 de 1 de Agosto. Diário da República nº 147 – 1ª Série. Lisboa: Assembleia da República.
- Silva, M. (2017). Mulheres nos Conselhos de Administração e Indicadores Financeiros (Dissertação de Mestrado não editada). ISCTE Business School, Lisboa.

Luís SIMÕES

ISCTE – Instituto Universitário de Lisboa | Portugal

luissimoesvp@gmail.com

Ana Patrícia DUARTE

Aims: Recent scandals within the organizational world have brought to light ethical lapses which have discredited organizations, namely in the way they operate in the market, in the type of leaders they have, leading to a strain in the relationship and trust of their stakeholders (Voegtlin et al., 2012; Waldman & Siegel, 2008). With this in mind, a new type of leadership has been called to respond to the challenges organizations are facing - responsible leadership. This leadership type has been related to different consequents (Miska & Mendenhall, 2018), including employees' attitudes and behaviors at work (Haque et al., 2017; Voegtlin, 2011). Focusing in this relevant stakeholder group, this study aims to further analyze the relationship between responsible leadership and individual behaviors at work (individual performance and organizational citizenship behaviors) and whether employees' affective commitment to the organization mediates the former relationship.

Methodology / Approach: In order to empirically analyze the research model, a quantitative correlational approach was used. The data were collected through an online survey. 298 Portuguese employees from different organizations have answered, voluntarily and anonymously, to the survey. This included previously validated measures selected from the relevant literature (e.g. Voegtlin, 2011) and socio-professional questions.

Conclusions / Results: The data were analyzed using PROCESS macro for IBM SPSS 26. The results indicated that there is significant direct relationship between employees' perceptions of responsible leadership and their individual behaviors.

In addition, affective commitment significantly mediates the relationship between responsible leadership and individual work behaviors, both individual performance and organizational citizenship behaviors. Therefore, the findings, suggest that responsible leaders promote employee's affective bond to the organization, which reinforces individual performance and organizational citizenship behaviors.

Research implications: By having responsible leadership, organizations will be able to increase their employee's affective commitment, and consequently, increase their individual performance and organizational citizenship behaviors. These behaviors are important to improve overall company's performance and organizational success.

Originality: In this investigation, an employee-centered approach to their perspective on responsible leadership and how it influences their affective commitment and their individual work behaviors was used. With this approach, the study has answered to calls for further analysis of responsible leadership's consequents at the individual level of analysis (Haque et al., 2017; Miska & Mendenhall, 2018).

KEYWORDS: Responsible Leadership; Affective commitment; Organizational Citizenship Behaviors; Individual Performance.

REFERENCES

- Haque, A., Fernando, M., & Caputi, P. (2017). The relationship between responsible leadership and organizational commitment and the mediating effect of employee turnover intentions: An empirical study with Australian employees. *Journal of Business Ethics*, 156(3), 759-774.
- Miska, C., & Mendenhall, M. E. (2018). Responsible leadership: A mapping of extant research and future directions. *Journal of Business Ethics*, 148(1), 117-134.
- Voegtlin, C. (2011). Development of a scale measuring discursive responsible leadership. In *Responsible Leadership* (pp. 57-73). Springer, Dordrecht.
- Voegtlin, C., Patzer, M., & Scherer, A. G. (2012). Responsible leadership in global business: A new approach to leadership and its multi-level outcomes. *Journal of Business Ethics*, 105(1), 1-16.
- Waldman, D. A., & Siegel, D. (2008). Defining the socially responsible leader. *Leadership Quarterly*, 19(1), 117-131.

EL PAPEL DE LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN GEOGRÁFICA (SIG) EN EL DESARROLLO DEL TURISMO ENOLÓGICO. UNA APROXIMACIÓN

Francisca VÁZQUEZ-PALMERO

Universidad de Córdoba | España

paqui.vazquez@gmail.com

Objetivos: Los objetivos de esta comunicación se centran, en primer lugar, en realizar una aproximación a la aplicación de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC), en especial la tecnología SIG (Sistema de Información Geográfica) al análisis y planificación del turismo como actividad económica en general y al desarrollo del turismo gastronómico y enológico en particular. En segundo lugar, se desea conocer diferentes casos de éxito que pudieran ser aplicables en los sectores objeto de estudio. Finalmente, se pretende establecer futuras líneas de trabajo centradas en la aplicación de sistemas SIG en el desarrollo del turismo enológico, así como en la redefinición de rutas enológicas.

Metodología / Enfoque: En esta comunicación se presenta una revisión bibliográfica sistemática de publicaciones, considerando un amplio espacio temporal. La búsqueda bibliográfica se realizará a través de bases de datos como Dialnet, Latindex o Scopus, utilizando distintos descriptores. Se analizarán los resultados de la bibliografía más destacada para identificar casos y prácticas de éxito en el ámbito de estudio señalado.

Conclusión / Resultados: Se preve llegar a unas conclusiones que nos acerquen, entre otros, a la importancia de la aplicación de los sistemas SIG en la planificación turística en general, y en el ámbito del turismo gastronómico y enológico en particular. En concreto, se pretenden conocer los beneficios de su aplicación como una alternativa para el ordenamiento territorial, aportando una visión global y, especialmente, con capacidad de aportar conocimiento para el desarrollo sostenible de los territorios y por tanto, obtener modelos o productos turísticos sostenibles, en línea con el Pacto Verde Europeo.

Finalmente, se preve llegar a conclusiones sobre las bondades del uso de herramientas SIG para potenciar nuevos destinos, algo que se ha evidenciado ya en países como España, Nigeria y Venezuela, donde los SIG han sido utilizados para recopilar, organizar, analizar, controlar, presentar y promocionar la información turística. En muchos casos, los SIG han facilitado y mejorado la planificación turística, es decir, la implementación de un proceso racional y ordenado para alcanzar el crecimiento de la actividad en cuestión, lo que ha permitido la configuración y promoción de nuevos productos turísticos exitosos, así como la resolución de problemáticas referentes a la gestión de un territorio.

Implicaciones: Las principales contribuciones radicarán en la presentación a la comunidad científica de una amplia revisión de la literatura en el campo de estudio que aborda la comunicación que redunde, posteriormente, en una investigación más profunda de la aplicación SIG en el citado ámbito de estudio.

Originalidad: En los últimos años las empresas agroalimentarias y agroindustriales españolas, así como los organismos públicos, están apostando fuertemente por el desarrollo del turismo enológico, debido al potencial de esta actividad para estimular el desarrollo local y diversificar la actividad económica empresarial. Además, es importante destacar la necesidad actual de aplicar todo el potencial de las TIC en el desarrollo de diferentes actividades económicas. La originalidad de esta comunicación radica en el tema seleccionado: aplicar los últimos avances en tecnología SIG en el desarrollo de un sector económico en el que, hasta ahora, no tenía una presencia generalizada: el turismo en general y el enológico, en particular.

PALABRAS-CLAVE: SIG; turismo enológico; rutas turísticas; nuevas tecnologías.

REFERENCIAS

- Cerezo, A. (2011). Propuesta metodológica con SIG para la evaluación de la potencialidad del territorio respecto a actividades ecoturísticas y de turismo activo. Aplicación en la Sierra de las Nieves (Málaga, España). *Investigaciones Turísticas* n.º 1, pp. 134-147.
- García, J.I. (2015). El análisis del impacto territorial del tercer boom turístico en Canarias (España) a través de la aplicación de un Sistema de Información Geográfica (SIG). *Cuadernos de Turismo*, n.º 36; pp. 219-245.
- Valdivieso-Gutiérrez, A., Uribe-Castillo, L.F. y Ramírez, A.F. (2019). Modelando el turismo alternativo con SIG. Una propuesta para el desarrollo sostenible local con visión global. *UD y la Geomática*, 13, 76-85.
- Jenny Paola Danna-Buitrago (2016). Los Sistemas de Información Geográfica (SIG) en turismo como herramienta de desarrollo y planificación territorial en las regiones periféricas. *Ciudades, Comunidades e Territórios*, 32, pp. 18 - 39.

CONTROVÉRSIAS ACERCA DA LICITUDE DAS OPERAÇÕES TREATY SHOPPING

Débora Manke VIEIRA

Pontifícia Universidade Católica do Rio Grande do Sul | Brasil

deboramanke@gmail.com

Fabrizio Bon VECCHIO

Objetivos: Para efeito, o nosso estudo visa focar na análise de elementos normativos, especialmente sob a Ação 6 do B.E.P.S. (Regra Geral Antiabuso), que estabelece regras contra as práticas de elisão fiscal, prevenindo a utilização abusiva de acordos de bitributação e, ainda, investigar até que ponto os não residentes de um país signatário de um acordo podem ser autorizados a beneficiar-se de acordos de bitributação naquele país.

Metodologia / Abordagem: O estudo consiste em um ensaio teórico, o que nos remete à revisão bibliográfica, operando-se o confronto das ideias dos poucos autores acerca do tema e da análise de suas arguições.

Conclusões / Resultados: Defende-se que o *treaty shopping* é um dos responsáveis pela alta circulação de capitais entre os países caracterizando como meio pela necessidade de aplicar investimentos, independentemente da existência de acordos internacionais. A omissão de definição propriamente dita do termo é indiretamente proveniente da limitação de benefícios de empresas residentes de terceiros países de se utilizarem de um acordo recíproco bilateral. O benefício fiscal deve decorrer do acordo de bitributação, excluindo-se aqueles casos de simulação, afinal a vantagem não decorre do acordo, mas de mera proteção criada pelo contribuinte.

Implicações: Com a globalização da economia e o rompimento das barreiras comerciais, o uso do melhor custo benefício na gerência da arrecadação tributária passou a ser questão basilar na gestão empresarial, especialmente no âmbito internacional após o Projeto B.E.P.S. (*Base Erosion and Profit Shifting*). O planejamento fiscal focado no uso de tratados para evitar a dupla tributação à fim de beneficiar sujeito não originalmente legitimado, ganhou o nome de "*treaty shopping*". É controversa a licitude do *treaty shopping*, restando incerta se consiste em abuso de direito ou legítimo planejamento tributário.

Originalidade: O parâmetro para resolução do impasse, concentra-se na identificação de objetivos dos países adotantes de regras de coibição do *treaty shopping* – o contribuinte que não reside no país signatário do tratado internacional aproveita o acordo contra a dupla tributação, na busca pela redução dos tributos a serem recolhidos, ou seja, há uma seleção de tratados que não estariam disponíveis através de estruturas complicadas. A administração tributária classifica essas operações como artificiais e desprovidas de substância econômica, desconsiderando o negócio jurídico realizado pelo contribuinte. Considera-se que a originalidade do tema se encontra diretamente relacionada à problemática da classificação de tais operações pelo fisco, o qual sempre visa a maximização da arrecadação em todas as oportunidades.

PALAVRAS-CHAVE: Ação 6 do B.E.P.S.; planejamento tributário; abuso de direito; bitributação; acordos bilaterais.

REFERÊNCIAS

Germano, L. D.C. (2013). Planejamento tributário e seus limites para a desconsideração dos negócios jurídicos. São Paulo, SP: Saraiva.

Greco, M.A. (2019). Planejamento Tributário. (4ª ed.) São Paulo, SP: Quartier Latin.

Rocha, S.A. (2019). Planejamento Tributário na obra de Marco Aurélio Greco. Rio de Janeiro, RJ: Lumen Juris.

PRÓS E CONTRAS DA OPÇÃO PELO REGIME ESPECIAL DE TRIBUTAÇÃO DOS GRUPOS DE SOCIEDADES

Ester XAVIER

Universidade do Algarve | Portugal

esterxavier2009@gmail.com

Lurdes VARELA

Objetivos: A globalização tem-se refletido fortemente no mundo empresarial aumentando a exigência de desempenhos económicos que potenciem a competitividade. Deste modo a carga fiscal suportada pelas empresas constitui uma variável cada vez mais relevante. O Regime Especial de Tributação dos Grupos de Sociedades (RETGS) vigente em Portugal permite que as empresas, que reúnam os requisitos, optem pela sua aplicação. A investigação desenvolvida teve como objetivos identificar regimes análogos aplicados noutros países e determinar as vantagens, do ponto de vista fiscal, na opção pelo RETGS versus a permanência no regime geral de tributação.

Metodologia / Abordagem: O método adotado passou, numa primeira fase, pela revisão bibliográfica que nos permitiu uma abordagem sintética da questão fiscal internacional e dos estudos anteriores sobre o RETGS em Portugal. Foi analisado o enquadramento fiscal entre Portugal, Espanha e Reino Unido, em termos de aplicação de regimes fiscais análogos, com o intuito de tecer conclusões quanto ao país que maior poupança fiscal geraria a um grupo de sociedades (Giebels, R. (2007), Fuest, C. (2008), Martins, J. M. (2014), Figueiredo, J. (2019) entre outros). Em fase subsequente desenvolvemos estudo empírico incidente sobre um grupo de empresas, com base em amostra por conveniência, reportado aos períodos de 2015 a 2017. Por aplicação dos artigos 69.º a 71.º do Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas (CIRC) foram ensaiados cenários que permitiram aferir dos resultados fiscais decorrentes da opção pelo RETGS comparativamente com a sua não adoção.

Conclusões / Resultados: Da triangulação estabelecida entre Portugal, Espanha e Reino Unido, foi possível concluir a característica transversal que se prende com a exigência da sociedade, dita dominante, estar obrigada a deter uma participação da sociedade dependente ou dominada de, pelo menos, 75% do seu capital, sendo os regimes vigentes em Espanha e Portugal os mais semelhantes. As conclusões do estudo, para o caso português, foram de que em termos fiscais a opção pelo RETGS beneficia o grupo de empresas estudado quando comparado com a tributação pelo regime geral. No entanto, estes resultados estão diretamente associados à performance individual das empresas que integram o grupo. Estão ainda, dependentes dos resultados fiscais obtidos em anos transatos, da dimensão e do sector de atividade das empresas que constituíram inicialmente o perímetro fiscal do grupo de sociedades sob aplicação do REGTS e ou das que o venham a integrar.

Implicações: A investigação contribuiu para demonstrar que, apesar de algumas desvantagens associadas à aplicação do regime, o mesmo reveste-se de vantagens as quais podem beneficiar os grupos de empresas que optem por se constituir em grupos de sociedades com perímetros fiscais definidos, regime este que aparentemente é pouco utilizado pelas PME portuguesas, provavelmente por desconhecimento da sua existência. O presente trabalho constitui linha de orientação para as empresas estudadas e para trabalhos futuros.

Originalidade: A abordagem do RETGS não é uma temática nova pois à data de realização do estudo existiam já alguns trabalhos publicados. No entanto, esta investigação acresce valor à temática pelo facto de evidenciar as vantagens e as desvantagens, da sua aplicação no sentido de potenciar a consolidação fiscal de grupos económicos e a sua poupança fiscal.

PALAVRAS-CHAVE: RETGS; grupos de sociedades; matéria coletável; prejuízos fiscais; IRC.

REFERÊNCIAS

Decreto-Lei n.º 442-B/1988 de 30 de novembro do Ministério das Finanças. Diário da República: 1.ª série, n.º 131, com as alterações decorrentes do Decreto-Lei n.º 159/2009 de 13 de julho. Diário da República: 1.ª série, n.º 133/2009, da Lei n.º 2/2014 de 16 de janeiro. Diário da República: 1.ª série, n.º 11/2014, da Lei n.º 82.º-C/2014 de 31 de dezembro. Diário da República: 2.º suplemento, 1.ª série, n.º 252/2014, da Lei n.º 7-A/2016 de 30 de março. Diário da República: 1.º suplemento, 1.ª série, n.º 62/2016, da Lei n.º 42/2016 de 28 de dezembro. Diário da República: 1.ª série, n.º 146/2016, da Lei n.º 71/2018 de 31 de dezembro. Diário da República: 1.ª série, n.º 251/2018.

Figueiredo, J. (2019). A Tributação dos Grupos de Sociedades - O RETGS e a MCCCIS. (Dissertação de mestrado). <http://hdl.handle.net/10316/90408>

Fuest, C. (2008). The European Commission's proposal for a common consolidated corporate tax base. Oxford Review of Economic Policy, 24 (4), 720-739.

Giebels, R. (2007). Some complications of the Common Consolidated Tax Base. Trabalho de Fim de Curso. Faculty of Economics and Business Administration. Universiteit Maastricht.

Martins, J. M. (2014). (Des) Vantagens do Regime Especial de Tributação dos Grupos de Sociedades (Dissertação de mestrado). <http://hdl.handle.net/10400.22/5146>.

Faro

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

E-mail: diretoresght@ualg.pt
<https://esght.ualg.pt/pt>
Tels. 289 800 136 / 289 800 100

Campus da Penha
8005-139 Faro

Portimão

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

E-mail: coordenadorptmesght@ualg.pt
<https://esght.ualg.pt/pt>
Tels. 282 417 641 / 282 418 036

Largo Eng^o Sárrea Prado, n^o 21
8501-859 Portimão



ISCAL

INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE
E ADMINISTRAÇÃO DE LISBOA

Lisboa

Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Lisboa

E-mail: iscal@iscal.ipl.pt
<https://www.iscal.ipl.pt/>

Tel: 217 984 500

Avenida Miguel Bombarda, 20
1069 - 035 Lisboa

Apoios