



**IX** POSTGRADUATE  
**CONFERENCE**  
MANAGEMENT, HOSPITALITY & TOURISM  
**ESGHT•ISCAL2018**



**BOOK OF ABSTRACTS**

ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO

UNIVERSIDADE DO ALGARVE

CAMPUS DA PENHA- FARO | PORTUGAL | **6 JULY**



**FICHA TÉCNICA**

EVENTO:	IX Postgraduate Conference 2018
TÍTULO:	Book of Abstracts of the IX Postgraduate Conference ESGHT / ISCAL 2018
DATA DA REALIZAÇÃO:	6 de julho de 2018
COORDENADORES:	Filipa Perdigão Ribeiro Sandra Rebelo
CO-COORDENADORES:	Fernando Miguel Seabra Joaquim Contreiras Jorge Rodrigues Lurdes Varela Marisol Correia Nelson Matos Pedro Pinheiro Rosária Pereira
CAPA E PAGINAÇÃO:	Filipa Perdigão Ribeiro
EDITORA:	Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo, Universidade do Algarve, Faro, Portugal
MÊS/ANO:	Julho 2018
ISBN:	978-989-8859-36-5 [Suporte: Eletrónico]

## Bem-vindos à IX Postgraduate Conference 2018 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 e dos *posters* apresentados por ordem alfabética do nome do autor que apresenta a comunicação.

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/>).

Lembramos que iremos publicar um *Livro de Atas*, cujo prazo para submissão de trabalhos termina no dia 30 de setembro de 2018. Na página 96 deste livro, encontrará informação sobre esta publicação.

Aproveite bem o dia!

A Organização da IX Postgraduate Conference 2018



## Welcome to the IX Postgraduate Conference 2018 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 and posters listed in alphabetical order of the author's surname who is presenting the paper.

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/>).

We will publish a *Book of Abstracts*, whose deadline for submissions ends on September 30, 2018. You will find information about this publication on page 96 of this book.

Enjoy your stay in Faro!

The Organising Committee of the IX Postgraduate Conference 2018

## Comissão Organizadora | Organising Committee

Fernando Miguel Seabra  
 Filipa Perdigão  
 Joaquim Contreiras  
 Jorge Rodrigues  
 Lurdes Varela  
 Marisol Correia  
 Nelson Matos  
 Pedro Pinheiro  
 Rosária Pereira  
 Sandra Rebelo

## Comissão Científica | Scientific Board

Ana Catarina Kaizeler	Kate Torkington
Ana Isabel Martins	Lurdes Varela
Ana Isabel Renda	Margarida Santos
Ana Sotomayor	Marisol Correia
Carla Almeida	Nelson Matos
Carla Machado	Orlando Gomes
Carlos Sousa	Paula Santos
Célia Ramos	Pedro Cascada
Célia Vicente	Pedro Pinheiro
Fábio Albuquerque	Rita Baleiro
Fernanda Matias	Rosária Pereira
Fernando Miguel Seabra	Rui Almeida
Filipa Perdigão	Sandra Rebelo
Francisco Domingos	Sílvia Quinteiro
Georgette Andraz	Tânia Jesus
Joaquim Contreiras	Telma Correia
Jorge Rodrigues	Virgílio Machado

## Design web | Website design

Pedro Cascada | Marisol B. Correia

## Logótipo | Logo

Bruno Andrade



## Conferencistas convidados | Keynote speakers

---



**PEDRO FERRAZ DE ABREU** é atualmente Professor Catedrático convidado da Universidade de Aveiro, sendo Doutorado em Urban & Regional Planning pelo Massachusetts Institute of Technology (MIT), EUA, Mestre em Intelligent Computer Human Interface na mesma instituição e Licenciado em Engenharia Informática pela Universidade Nova de Lisboa. Os seus interesses de investigação e áreas de intervenção estão centrados no domínio das Tecnologias de Informação e Comunicação e os seus impactos sociais, institucionais e de cidadania participativa, nomeadamente na inclusão social.

É coordenador do “Consortium e-Planning” informal ([www.e-planning.org](http://www.e-planning.org)), articulando o estudo das Engenharias com as Ciências Sociais, para melhorar o e-governo, a e-governança, a e-cidadania, que inclui um programa doutoral conjunto, e o e-Planning Lab, cuja equipa internacional dirige ([www.labtec-ts.net](http://www.labtec-ts.net)). É, igualmente, Research Associate do Departamento of Urban Studies and Planning (DUSP) no MIT, com o qual mantém afiliação desde 1986. Fundou e preside, desde 1996, ao CITIDEP – Centro de Investigação de Tecnologias de Informação para Uma Democracia Participativa ([www.citidep.net](http://www.citidep.net)).

Foi Professor Catedrático convidado na Faculdade de Ciências da Universidade de Lisboa (2013-14) e Professor Catedrático Convidado no

Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas da Universidade Técnica de Lisboa. Foi fundador do Forum Internacinal de Investigadores Portugueses (1998).



Antigo líder estudantil e político, foi expulso da universidade pela Ditadura portuguesa e obrigado à clandestinidade por mandato de captura (1972-1974). Deixou a intervenção partidária (mas nunca cívica) em 1975, após a revolução de 25 de Abril, iniciando a vida profissional como operário metalúrgico e químico e prosseguindo os estudos à noite.

**PEDRO FERRAZ DE ABREU** is currently a Guest Professor at the University of Aveiro (Portugal). He holds a PhD in Urban & Regional Planning from the Massachusetts Institute of Technology (MIT), USA, a Master's in Intelligent Computer Human Interface and a first degree in Computer Engineering from the Universidade Nova de Lisboa. His research interests are focused on the area of Information and Communication Technologies and their social, institutional and participatory citizenship impacts, particularly social inclusion.

He is the coordinator of the informal “e-Planning Consortium” ([www.e-planning.org](http://www.e-planning.org)), articulating the study of Engineering with the Social Sciences, to improve e-government, e-governance, and e-citizenship, which includes a PhD program, and the e-Planning Lab, whose international team he supervises ([www.labtec-ts.net](http://www.labtec-ts.net)). He is also a Research Associate of the Department of Urban Studies and Planning (DUSP) at MIT, to which he has been affiliated since 1986. He founded CITIDEP - Information Technology Research Center for Participative Democracy ([citidep.net](http://citidep.net)) and has been its president since 1996.

He was a Guest Professor at the Faculty of Sciences of the University of Lisbon (2013-14) and a Guest Professor at the Higher Institute of Social and Political Sciences of the Technical University of Lisbon. He was the founder of the International Forum of Portuguese Researchers (1998).

As a former student and political leader, he was expelled from the university by the Portuguese dictatorship and forced into hiding by arrest warrant (1972-1974). He abandoned political (but never civic) intervention in 1975 after the revolution of 25 April 1974, starting his professional life as a metal and chemical worker and continuing his studies at night school.





**LUÍS NOBRE PEREIRA** é professor de métodos quantitativos aplicados na Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo da Universidade do Algarve. É investigador integrado no Centro de Investigação sobre o Espaço e as Organizações (CIEO) e desempenha o cargo de subdiretor da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo desde 2016.

É licenciado em Matemática Aplicada à Economia e à Gestão pelo ISEG - Universidade de Lisboa (2000) e mestre em Estatística e Gestão de Informação pela NOVA IMS - Universidade Nova de Lisboa (2005). Depois concluiu em 2009 o seu doutoramento em Métodos Quantitativos Aplicados à Economia e à Gestão na Universidade do Algarve. Finalmente, obteve a sua agregação em Sondagens e Estudos de Mercado na Universidade Nova de Lisboa em 2017.

Os atuais interesses de investigação do Luís Pereira estão orientados para a aplicação de Técnicas da Ciência dos Dados às Ciências Sociais (economia e gestão). Atualmente está a investigar nas áreas da Gestão Turística (turismo sustentável, competitividade turística, modelação e previsão da procura turística, segmentação, sistemas de apoio à decisão), Gestão Hoteleira (previsão da procura do hotel, gestão da receita, fixação dinâmica de preços, segmentação), Economia da Saúde (medição da qualidade de vida relacionada com a saúde, valoração e modelação em saúde, modelação de dados de preferências, utilidade de estados de saúde) e Estudos de

Mercado (comportamento do consumidor, medição de preferências declaradas, modelos quantitativos para resolver problemas de marketing).


É autor ou co-autor de cerca de 35 artigos científicos publicados em revistas académicas com arbitragem científica e de um livro sobre Sondagens. Ele também trabalhou em 20 projetos de Investigação & Desenvolvimento, tendo sido coordenador de três projetos cofinanciados por programas da União Europeia. É revisor de revistas internacionais, incluindo as prestigiadas *Tourism Management*, *International Journal of Hospitality Management*, *Journal of Applied Statistics* and *Value in Health*. Ele também lecionou cursos de curta duração na área das Sondagens para o Instituto Nacional de Estatística de Portugal, o Banco de Portugal, o EUROSTAT e outros produtores de Estatísticas Oficiais.

**LUÍS NOBRE PEREIRA** is Professor of Applied Quantitative Methods at School of Management, Hospitality and Tourism of the University of Algarve. He is an integrated researcher at Research Centre for Spatial and Organizational Dynamics (CIEO) and is serving as Deputy Director of the School of Management, Hospitality and Tourism since 2016.

He holds an undergraduate degree in Mathematics Applied to Economics and Management from the ISEG – University of Lisbon (2000), and a Master’s degree in Statistics and Information Management from the NOVA IMS – New University of Lisbon (2005). He completed his PhD in Quantitative Methods Applied to Economics and Management at the University of Algarve in 2009. Finally, he got his “Agregação” in Survey Sampling and Marketing Research from the New University of Lisbon in 2017.

Luís Nobre Pereira’s current research interests include Data Science Techniques applied to Social Sciences (economics and management). Currently he is conducting research in Tourism Management (sustainable tourism, tourism competitiveness, tourism demand modelling and forecasting, segmentation, decision support system), Hospitality Management (hotel demand forecasting, revenue management, dynamic pricing, segmentation), Health Economics (measurement of health related quality of life, valuing and modelling health, modelling stated preference data, health state utilities) and Marketing Research (consumer behaviour, measuring stated preferences, quantitative models to solve marketing problems).

He is the author or co-author of about 35 scientific papers published in academic journals with scientific refereeing and a book about Survey Sampling. He has also worked in 20 Research & Development projects,

 coordinating three projects co-financed by European Union programmes. He is also a reviewer of several international journals, including the prestigious *Tourism Management*, *International Journal of Hospitality Management*, *Journal of Applied Statistics and Value in Health*. He has also taught short courses in the field of Survey Sampling for the Portuguese Statistical Office, Bank of Portugal, EUROSTAT and other producers of Official Statistics.



### **CITIZEN & CAPITAL MOBILITY TODAY: THE E-PLANNING FRAMEWORK**

Pedro FERRAZ DE ABREU  
Universidade de Aveiro | Portugal  
MIT | USA  
[pfa@mit.edu](mailto:pfa@mit.edu)

Information & Communication Technology (ICT) and Information Economy is facilitating, to a degree that never existed before, the mobility of capital (finance and economy); but while it brings with it the potential for a qualitative jump in citizen mobility as well, the current dominant superstructure is resisting and restraining such mobility. This contradiction questions the validity of the mainstream "Globalization model" framework, put forward in "Fora" like Davos, G7, WB, FMI, etc.

In this presentation I introduce the e-Planning framework to tackle this issue. e-Planning is a new scientific area of inquiry that is emerging to address a substantive part of these issues. Its focus is to study and develop the interaction between ICT and Planning, which requires in-depth research and development on both ICT and Planning domains.

With this framework, I illustrate a) the nature of the Information Technology revolution and its potential; b) the "market failures" in bringing world wide access to new IT; c) The capital - labor contradictory trends on mobility and globalization restrictions. In consequence, we can consider a more consistent model, that integrates the new realities of the Information Technology revolution, and the need for citizen mobility to go together with capital mobility, unlike today's reality.

## HOW TO PREPARE A COMPETITIVE PROPOSAL AND MANAGE A RESEARCH PROJECT: BASIC PRINCIPLES AND PRACTICES

Luís Nobre PEREIRA

Universidade do Algarve, ESGHT & CIEO | Portugal

[lmper@ualg.pt](mailto:lmper@ualg.pt)

A growing number of researchers have been participating in national and European funded research and innovation projects. These type of projects are very important for both researchers and their institutions. On the one hand, the participation of university researchers in these projects allows them to strengthen their skills, widen their horizons of knowledge and value their curriculum. On the other hand, involvement of higher education institutions in research projects contributes to their mission of both expanding knowledge and providing social benefits through problem solving, while strengthening their reputation, budget and links with society. However, there is neither a common methodology for preparing a project proposal nor to effectively manage an approved project. For these reasons, calls for proposals are increasingly competitive and the success rate of both project applications and project execution are lower than desired.

Within this framework, the aim of my talk is two-fold: to give some insights on how to prepare a competitive proposal and how to manage a research project. It is not about offering details of specific calls, but about providing the necessary and practical basic knowledge to develop a coherent and reliable proposal as well as about implementing and managing a project successfully. This talk will cover topics for preparing a project and formalising an application, how to start writing a proposal and all the in-between stages until how to submit a proposal. In addition, topics on how to develop ideas, how to find partners, how to create networks and form a consortium will also be discussed.

, once a project has been approved, it is necessary to be able to efficiently manage different activities, coordinate the partners and prepare numerous required reports and deliverables. Several aspects concerning the implementation stage of a project will be further discussed: from financial management to performance monitoring and from partnership management to the preparation of reports to be submitted to the national or European authority.

### INDICADORES DE EMPREENDEDORISMO NA ECONOMIA ANGOLANA, NO CONTEXTO DAS ECONOMIAS EMERGENTES, TENDO COMO BASE A INFORMAÇÃO DO GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR

Aldair Ferreira de ALMEIDA  
Instituto Politécnico de Bragança | Portugal  
[almeidaaldair1993@gmail.com](mailto:almeidaaldair1993@gmail.com)

Alcina NUNES

**Objetivos:** Identificar e quantificar os fatores que vêm influenciando a taxa da atividade empreendedora (TEA), medo de falhar, as expectativas de crescimento da atividade empreendedora e a orientação internacional dessa atividade, em Angola e num conjunto de outras economias emergentes selecionadas - África do Sul, Brasil, China, Coreia do Sul, Filipinas, Índia, Indonésia, México, Nigéria, Singapura, Turquia.

**Metodologia / Abordagem:** Para atingir os objetivos propostos, utilizou-se como fonte estatística, no processo do estudo empírico, a base de dados internacional *Global Entrepreneurship Monitor* (GEM) que disponibiliza publicamente, informação relativa ao empreendedorismo, no período de 2007 a 2015. Os dados estão devidamente tratados para serem utilizados em trabalhos de investigação científica. Para o presente trabalho, utilizou-se a metodologia econométrica de dados em painel, também chamados de dados longitudinais – é uma metodologia que envolve observações repetidas sobre os mesmos indivíduos (Andreß, Golsch & Schmidt, 2013) – quanto aos indivíduos, pode-se estar a referir a pessoas, empresas, etc. Neste caso, são as economias em análise. Durante a análise dos dados, os dois modelos de dados em painel utilizados foram os de efeitos fixos (FE) e os modelos de efeitos aleatórios (RE), onde o teste utilizado foi o de Hausman. As variáveis em estudo são aquelas referentes as atitudes e comportamentos do empreendedor, a seleção foi com base em dois critérios: (i) a mais estudada - como é o caso da TEA; (ii) as outras foram selecionadas de forma aleatória.

**Conclusões / Resultados:** Os resultados sugerem a existência de um conjunto de fatores estruturais que influenciam fortemente as variáveis em estudo e, no final do trabalho, depreende-se que os resultados são consistentes com os objetivos do trabalho. Por exemplo, no caso da TEA, que, aliás, é o principal indicador do GEM, conclui-se que com exceção da incorporação de formação e educação no ensino não superior todos os outros fatores são capazes de influenciar positivamente esta variável. A taxa indiciadora do medo de falhar na criação de uma empresa, verificou-se

que as políticas governamentais e as infraestruturas são capazes de aumentar o medo de falhar em indivíduos que tencionam criar um negócio. Quanto à expectativa de crescimento, os programas governamentais podem ajudar a criar novas empresas, mas não ajudam a que as empresas perspetivem empregar mais funcionários nos próximos anos. Por último, a orientação internacional demonstrou-se influenciável positivamente pelas políticas governamentais, relativas a impostos, que apoiam o empreendedorismo.

**Implicações:** A investigação proporciona resultados sobre quais os fatores estruturais que merecem mais atenção para a melhoria do ambiente de negócios nos países emergentes.

**Originalidade:** A originalidade desta investigação assenta no facto de que, pela primeira vez, se fez um trabalho em que se cruza a metodologia econométrica de dados em painel e o estudo de alguns indicadores de empreendedorismo na economia angolana, utilizando os dados do Global Entrepreneurship Monitor.

**PALAVRAS-CHAVE:** Empreendedorismo; TEA; Global Entrepreneurship Monitor; Angola; economias emergentes.

#### REFERÊNCIAS

Amit, R., Glosten, L., & Muller, E. (1993). Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Journal of Management Studies*, 30(5), 815-834. DOI: 10.1111/j.1467-6486.1993.tb00327.x.

Andreas, H. J., Golsch, K., & Schmidt, A. W. (2013). *Applied panel data analysis for economic and social surveys*. Springer Science & Business Media.

Bahmani, S., Galindo, M. Á., & Méndez, M. T. (2012). Non-profit organizations, entrepreneurship, social capital and economic growth. *Small Business Economics*, 38(3), 271-281. DOI: 10.1007/s11187-010-9274-7.

Chingala, A. (2012). *O Empreendedorismo em Angola: Experiências de Angola*. Luanda - Angola: Inefop -Mapess.

Wooldridge, J. (2002). *Econometric Analysis of Cross Section and Panel Data*. London: The MIT Press.



## GESTÃO CORPORATIVA NO SÉCULO XVIII: O CASO DA COMPANHIA GERAL DE COMÉRCIO DE PERNAMBUCO E PARAÍBA

Álvaro Pereira de ANDRADE

Universidade Federal de Pernambuco | Brasil

[professoralvaro2000@yahoo.com.br](mailto:professoralvaro2000@yahoo.com.br)

**Objetivos:** Os objetivos deste estudo foram analisar o funcionamento da gestão das atividades operacionais e institucionais da Companhia Geral de Comércio de Pernambuco e Paraíba - CGCPP, criada em 1759, na administração do Marquês de Pombal, identificar elementos estruturais de gestão de negócios, utilizados nessa corporação, e demonstrar suas características com base nas atuais ferramentas da contabilidade gerencial.

**Metodologia / Abordagem:** Utilizou-se o método histórico de pesquisa arquivística (Marconi & Lakatos, 2006; Luft, 2007), para as fontes históricas primárias e os livros contábeis da CGCPP, na forma de estudo de caso. Contextualizou-se os aspectos políticos, econômicos, administrativos e legislativos para compreensão do ambiente institucional da corporação. Em seguida, analisou-se a sua estrutura societária, sob a ótica da sua organização jurídica e operacional, tanto para o reino português, como para as colônias, onde a CGCPP manteve atividades comerciais. Com base nos achados, foi efetuada análise comparativa sobre as formas de governança corporativa apresentadas pela teoria contemporânea da contabilidade gerencial (Monks & Minow, 1995; Andrade & Rosseti, 2000). Essa abordagem sobre a governança, na segunda metade do século XVIII, tornou-se sustentável, tomando-se por base a afirmação de Garrison e Noreen (1997) que, em se tratando de contabilidade gerencial, o controle rígido adotado pelos administradores, no período da revolução industrial, já demonstrava uso sofisticado dessa ferramenta contábil. Em relação ao reino português, esse argumento foi corroborado por estudos realizados sobre o modelo de produção da Fábrica das Sedas de Portugal, que constataram o uso de sistemas estruturados de custos dos produtos, de 1747-1748 (Carvalho, Rodrigues & Craig, 2007) e (Carvalho, Cochicho, Rodrigues & Paixão, 2016), semelhantes às técnicas hodiernas. O estudo realizado sobre as fontes históricas primárias e os livros societários e contábeis da CGCPP, com foco no seu governo (Cardim, 2005), permitiu elaborar quadro demonstrativo da sua estrutura operacional, utilizando o modelo de Stoner e Freeman (1999), evidenciar o fluxo da negociação comercial com seus clientes e fornecedores em forma de cadeia de circulação de mercadorias, explicitando-se os níveis de responsabilidades. Complementarmente, desenvolveu-se abordagem detalhada sobre os sistemas de controles internos contábeis da CGCPP, enfocando os livros contábeis e a forma de escrituração feita pelo método das partidas dobradas, conforme determinava o seu estatuto social.

**Conclusões / Resultados:** Concluiu-se que a corporação já adotava modelo de gestão com grau de sofisticação considerável, tanto no aspecto institucional, quanto nas relações de negócios, e ainda que o fluxo de suas operações era funcional, dentro dos níveis de controles adotados. Acrescenta-se que os controles internos operacionais e contábeis utilizados traziam características das inovações consolidadas com a revolução industrial.

**Implicações:** A constatação da existência de controles estruturados e sofisticados de gestão, no período de pré-revolução industrial, e a possibilidade da utilização de ferramentas atuais gestão em empresas do século XVIII, contribuem com o campo da teoria-histórica e futuros estudos da contabilidade gerencial.

**Originalidade:** Justifica-se este trabalho pela escassez, na literatura contábil gerencial, de estudos sobre a abordagem da estrutura de gestão de companhias de comércio do século XVIII, com o apoio das ferramentas da contabilidade gerencial, em especial as privilegiadas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Contabilidade gerencial; Custos; Controle interno; Gestão; Companhia de Comércio.

#### REFERÊNCIAS

Andrade, A., & Rosseti, J. P., (2009). *Governança corporativa: fundamentos, desenvolvimento e tendências*. (2ª ed.). São Paulo: Atlas.

Cardim, P. (2005). Administração e governo: uma reflexão sobre o vocabulário do Antigo Regime. In M. F. Bicalho & V. L. A. Ferlini(eds), *Modos de governar – idéias e práticas no império português – séculos XVI a XIX* (pp 52- 65). São Paulo: Alameda.

Carreira, A. (1983). *As companhias pombalinas*. Lisboa: Editorial Presença.

Carvalho, J. M.; Rodrigues, L.; & Craig, R. (2007). Early cost accounting practices and private ownership: the Silk Factory Company of Portugal, 1745-1747. *Accounting Historians Journal*. Academy of Accounting Historians. HighBeam Research. Disponível em <https://www.highbeam.com>.

Garrison, R. H., & Noreen, E. W. (1997). *Managerial accounting*. (8ª ed.). Chicago: Irwin.

## O REGIME FISCAL DO CONTRATO DE CESSÃO DE EXPLORAÇÃO TURÍSTICA NO DIREITO PORTUGUÊS

Maria do Rosário ANJOS

Instituto Politécnico da Maia; ULP; Instituto Jurídico Portucalense | Portugal & Brasil

[rosario.anjos@socadvog.com](mailto:rosario.anjos@socadvog.com)

Natacha Jesus SILVA

**Objetivos:** Considerando a relevância e crescente importância do contrato de cessão de exploração turística no desenvolvimento e captação do investimento estrangeiro no turismo em Portugal, com destaque para região do Algarve, o objetivo do presente estudo é o de contribuir para uma melhor percepção das implicações fiscais decorrentes da opção por esta modalidade de contrato, particularmente utilizado em empreendimentos turísticos algarvios. Contribuir para a reflexão sobre a problemática da qualificação do rendimento auferido (categoria B ou F do IRS). A este objetivo acresce o de refletir sobre a controvérsia jurisprudencial em torno do regime fiscal aplicável, com impacto no investimento turístico em Portugal e em especial, no Algarve. De salientar que o tema será tratado à luz do direito fiscal português.

**Metodologia / Abordagem:** Dada a importância do tema, a sua complexidade e a controvérsia de posições defendidas pela Autoridade tributária e pelos Tribunais arbitrais e judiciais sobre a matéria, a metodologia utilizada baseia-se na análise de jurisprudência e doutrina de referência sobre a questão em apreço. Nesta conformidade a reflexão desenvolve-se em torno da análise do regime jurídico resultante da lei fiscal, determinando o seu alcance e, consequentemente, as implicações jurídicas e económicas. Será, em particular, analisado o impacto sobre o investimento no turismo na região do Algarve, onde o recurso ao contrato de gestão de exploração turística é frequente, tendo surgido casos judiciais em discussão sobre esse tema, alguns dos quais objeto de decisão arbitral recente. Para aprofundar o estudo do tema será abordada exaustivamente a jurisprudência tributária mais recente, com destaque para a jurisprudência arbitral do CAAD – Centro de Arbitragem Administrativa.

**Conclusões / Resultados:** As conclusões do presente estudo demonstrarão as correntes jurisprudenciais e controvérsia subjacente; a tendência da jurisprudência dominante; as consequências fiscais decorrentes das posições em confronto quanto à classificação do rendimento auferido (categoria B ou F do IRS) e seu impacto sobre o investimento no setor do turismo através desta modalidade de contrato de cessão de exploração turística; por último, procura-se encontrar a resposta mais eficaz e adequada à luz do regime jurídico fiscal em vigor, bem assim como ao crescente desenvolvimento do Turismo em Portugal.

**Implicações:** O presente trabalho pretende analisar as implicações jurídicas do regime jurídico aplicável ao contrato de cessão de exploração turística, procurando evidenciar as implicações fiscais para o investidor e o impacto sobre a captação de investimento estrangeiro nos empreendimentos turísticos em Portugal, com destaque para a região algarvia, onde o recurso a este tipo de contrato tem vindo a ser usual.

**Originalidade:** A emergência do tema, a sua importância e atualidade, a controvérsia doutrinal e jurisprudencial e o impacto no investimento turístico justificam o presente estudo e evidenciam a sua originalidade e a oportunidade da realização do presente estudo. A atualidade do tema decorre da controvérsia sobre a qualificação dos rendimentos auferidos como resultado do CGT e respetivo regime fiscal; Metodologia: confronto entre o entendimento da Autoridade Tributária, a Doutrina e a Jurisprudência sobre a questão.

**PALAVRAS-CHAVE:** Contrato de cessão de exploração turística; Tributação; Imposto sobre Rendimento.

#### REFERÊNCIAS

Catarino, J.R.& Guimarães, V. B. (2014). *Lições de Fiscalidade*, Vol. I , 3ª Edição, Almedina

Ferreira de Almeida, C. (2014). *Contratos*, Vol I – IV, Almedina

Morais, R. M. (2015). *Sobre o IRS*, Almedina

Telles, I. G. (2010). *Manual dos Contratos em Geral*, 4.ª Edição, Coimbra Editora

Vasques, S. (2015). *Manual de Direito Fiscal*, Almedina

Jurisprudência Tributária. CAAD, in [www.caad.pt](http://www.caad.pt); STA. Disponível em [www.dgsi.pt](http://www.dgsi.pt).

## CLIENTE MISTÉRIO COMO FERRAMENTA DE MEDIDA PARA MELHORIA DA GESTÃO DA QUALIDADE NA PRESTAÇÃO DOS SERVIÇOS DE TELECOMUNICAÇÕES

Luana Cunha ARAÚJO  
Universidade de Aveiro, ISCA | Portugal  
[luanacunhaa@gmail.com](mailto:luanacunhaa@gmail.com)

Ana ESTIMA

**Objetivos:** Este estudo teve como objetivo aplicar o cliente mistério em uma empresa de telecomunicações de Portugal, que por motivos de confidencialidade não será explicitada, e o critério de escolha da empresa deu-se por motivos de realização de estágio realizado na operadora em questão. A pesquisa foi aplicada em dois períodos distintos, afim de poder utilizar os dados recolhidos da primeira aplicação em comparação com os da segunda, identificar mudanças que ocorreram entre os períodos e assim auxiliar na perceção do contributo da utilização desta técnica. Este estudo também propõe que as organizações que buscam avaliar a qualidade dos serviços prestados recorram mais frequentemente a esta ferramenta de investigação.

**Metodologia / Abordagem:** Foi elaborado um estudo de caso em uma empresa de telecomunicações de Portugal onde foi aplicada a técnica qualitativa de cliente mistério, sendo realizada visitas a nível nacional. A pesquisa decorreu em dois momentos distintos, a primeira no período de abril a junho de 2017 e a segunda de outubro de 2017 a maio de 2018. Como instrumento de recolha de dados foi desenvolvido um guião, previamente discutido com a empresa. A problemática para a gestão trata-se da identificação nas falhas dos protocolos exigidos pela organização em relação aos seus vendedores, por isto a aplicação de questionários não foi considerada, pois acredita-se ser difícil de obter respostas que apontem exatamente a identificação dos problemas através deste instrumento. Foi escolhido este método de pesquisa qualitativa, para que haja maior aprofundamento nas respostas, sendo possível perceber com maior precisão os pontos em que há falhas no atendimento. Algumas teorias de base utilizadas foram os 4Ps do mix de marketing, de Kotler (2012); os 3Ps do mix de serviços de Lovelock (2011); e o modelo SERVQUAL, tratado por Fitzsimmons e Fitzsimmons (2000).

**Conclusões / Resultados:** Este trabalho pretendeu apresentar como resultados obtidos a aparente diferenciação regional de padrões de atendimento nas lojas do centro-norte do país, e nas lojas do sul de Portugal, bem como detetar falhas não identificadas anteriormente ou que poderiam justificar a sua presença nos relatórios da ANACOM, como falhas na agressividade de vendas, e na falta de perceção e interesse aos reais objetivos e perfil dos clientes, o que reforça a necessidade de formações e treinamentos, tendo em vista minimizar possíveis perdas de clientes em um segmento muito competitivo e agressivo.

**Implicações:** Este estudo pretendeu contribuir para investigações nas áreas do marketing research e da qualidade e colaborar com a sociedade fornecendo informações mais aprofundadas relativamente ao atendimento realizado no setor de telecomunicações em Portugal. Por tratar-se de uma investigação bastante aprofundada a técnica qualitativa de cliente mistério deve ser aplicada conforme as regras e parâmetros encontrados na literatura para obter dados mais próximos da realidade.

**Originalidade:** O cliente mistério e a gestão da qualidade encontram-se em um ambiente com grande gama de literatura a respeito de seus conceitos e aplicações, porém nada foi encontrado acerca de sua aplicação no setor de telecomunicações em Portugal, além de que pouco foi encontrado acerca da metodologia que deve ser utilizada na aplicação do cliente mistério.

**PALAVRAS-CHAVE:** Cliente mistério; Gestão da qualidade; Marketing de serviços; Marketing research.

#### REFERÊNCIAS

Bauer, M. W., Gaskell, G., & Allum, N. C. (2017). Qualidade, quantidade e interesses do conhecimento. In *Pesquisa Qualitativa com texto, imagem e som. Um manual prático*. (Vozes). Rio de Janeiro.

Davis, C., Jiang, L., Williams, P., Drolet, A., & Gibbs, B. J. (2017). Predisposing Customers to Be More Satisfied by Inducing Empathy in Them. *Cornell Hospitality Quarterly*, 58(3), 229–239. <https://doi.org/10.1177/1938965517704373>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2012). *Princípios do Marketing* (14a). São Paulo: Pearson Education Limited.

Lovelock, C., Wirtz, J., & Hemzo, M. A. (2011). *Marketing de serviços* (7a). São Paulo: Pearson Education.

Oliveira, J. V. (2014). *Marketing Research - Volume II - Análises Multivariadas e Técnicas Especializadas*, (1a). Lisboa: Edições Sílabo.

## GESTÃO DE RISCO OPERACIONAL EM SAÚDE

Vítor Massena BAPTISTA

ISCAL- Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

[vmbatista@iscal.ipl.pt](mailto:vmbatista@iscal.ipl.pt)

**Objetivos:** Os objetivos da nossa investigação consistem em verificar a existência de uma relação de causa-efeito entre os recursos financeiros consumidos pelas Empresas públicas não financeiras do sector da Saúde e os respetivos resultados do desempenho assistencial das entidades.

**Metodologia / Abordagem:** Adotaremos como metodologia a análise, do ponto de vista do risco operacional, de todos os Hospitais EPE e procuraremos verificar, dentro dos domínios de comparabilidade que se afigurem razoáveis, como se (co) relacionam os indicadores tradicionais (por exemplo o grau de alavanca operacional) e não tradicionais de risco operacional (por exemplo o OperationalVaR) com o desempenho assistencial das entidades ao nível do acesso, da qualidade, eficiência e dimensão económica-financeira. O quadro teórico de referência será o modelo de gestão de riscos Basel III e Solvency II, bem como a utilização de abordagens estocásticas e determinísticas na determinação do OperationalValueatRisk. O instrumento utilizado para recolha da informação será o Portal da Saúde e o SABI, neste contexto, tentaremos estudar a performance das entidades, entre 2013-2016. Caso tenhamos resultados disponíveis tentaremos ampliar o estudo para 2013-2017. A análise de dados será realizada tendo por base técnicas de estatística multivariada, tendo em vista a aferição empírica do modelo.

**Conclusões / Resultados:** Concluiremos da existência, ou não, de um racional de value for money numa área tão importante para Portugal, ou seja, verificaremos se um maior esforço financeiro significa um melhor desempenho assistencial nos vários domínios supra referidos.

**Implicações:** Esta investigação pretende ser um elemento útil para a gestão hospitalar, bem como um elemento objetivo que permita à sociedade verificar factualmente qual a mais-valia da atividade assistencial numa ótica de value for money. Isto implicará verificar se a estratégia na área da Saúde, a existir, está mais focada no interesse das Pessoas, enquanto financiadores e potenciais utentes, ou nos interesses corporativos, claramente mais focados em defender as classes profissionais que representam, do que o fim a que se destina o Sector da Saúde em Portugal. Esta questão coloca-se porque estratégia implica médio/longo prazo e as medidas dos vários governos que tutelam esta área são por vezes antagónicas ao longo dos anos o que resulta num conjunto de avanços e recuos, essencialmente nefastos para uma boa gestão dos recursos disponíveis, tendencialmente escassos e, no contexto da inovação em saúde, cada vez mais dispendiosos. Essa estratégia deverá depois ser objeto de monitorização contínua e periódica numa base técnica e racional, tendo em vista avaliar o rácio de

custo/benefício da atividade assistencial realizada, face aos recursos financeiros disponíveis.

**Originalidade:** Os objetivos da nossa investigação consistem em verificar a existência de uma relação de causa-efeito entre os recursos financeiros consumidos pelas Empresas públicas não financeiras do sector da Saúde e os respetivos resultados do desempenho assistencial das entidades.

**PALAVRAS-CHAVE:** Saúde; Estratégia; Gestão de Risco; Ética; Responsabilidade Social.

#### REFERÊNCIAS

Aas, E. Iversen, T & Rosenqvist, G. (2012). *Cost measurement and estimation of cost functions*. Helsinki: Eurohope.

Berwic, D.M., & Hackbarth, A.D. (2012). Eliminating waste in US Healthcare. *Journal of the American Medical Association*

Nassery, N.Segal, J.B., Chang, E & Bridges, J.F.P. (2015). Systematic overuse of Healthcare Services: a conceptual model, applied Health Economics and Health Policy School of Medicine Bloomberg School of Public Health

OECD (2014). *Geographic variations in Healthcare: What do we know and what can be done to improve Health System performance?* Paris: OECD Publishing.

Sakellarides, C., Reis, V., Escoval, A., Conceição, C., Barbosa, P. (2015). *Estudo sobre o futuro do sistema de saúde*. Escola Nacional de Saúde Publica, Universidade Nova de Lisboa.



## TRIBUTAÇÃO DO RENDIMENTO E CRIAÇÃO DE VALOR ECONÓMICO – O CASO EMPRESARIAL PORTUGUÊS

Sandra C. F. Santos CAPITÃO  
ISCAL- Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal  
[santoscapitao@hotmail.com](mailto:santoscapitao@hotmail.com)

Arménio F. BREIA  
Cândido J. PERES M.

**Objetivos:** Nos últimos anos, Segundo Peres e Antão (2017), o mundo financeiro, tornou-se muito diferente do que tinha sido desde a recuperação da Grande Depressão de 1929. Em 2007, uma nova crise financeira fez com que a economia mundial voltasse a bater no fundo. Na origem, daquela que foi apelidada de crise do subprime, encontra-se a facilidade das instituições financeiras na aprovação de créditos de pouca qualidade e de forma pouco rigorosa, como os de tipo NINJA (No Income, No Job, and no Assets). Provocando uma contração económica profunda, afetando todos os setores de atividade e países. A crise da dívida soberana grega, os resgates a outros países europeus e o apoio de liquidez prestado a bancos e outras instituições financeiras em todo o mundo evidenciaram a necessidade de antecipar e prever medidas de contingência atempadas, ou pelo menos possibilitar mitigar os efeitos adversos. Sendo os tributos (impostos e taxas) uma importante componente na vida de qualquer empresa, mais do que um simples custo, também estes devem ser acautelados, uma vez que influenciam a tesouraria e planificação financeira estando no centro das preocupações do gestor. A instabilidade provocada pelas constantes alterações de normativo, provocando flutuações quer na forma de aplicação, no tipo de tributos existentes e no valor dos mesmos, reflete-se muitas vezes não só na operação a curto prazo, mas também no investimento, pois as empresas recebem que as “regras do jogo” alterem a qualquer momento, e vejam goradas as expectativas, fazendo perigar a sua evolução e crescimento. Para o desenvolvimento da economia do país, e melhoria das condições de vida das pessoas, é necessária uma atividade empresarial em expansão e crescimento, mas muitas são os entraves ao desenvolvimento das empresas, com as conhecidas consequências a nível social que afetam as famílias, em particular, e o país, em geral. Como refere o Jornal de Notícias (2011) “Segundo Artur Laffer, um aumento nas taxas de impostos a partir do seu valor crítico maximizador das receitas fiscais reduz as receitas do Estado”. Sendo os impostos e taxas a principal fonte de receita do Estado, para fazer face quer às suas necessidades de operação, como às coletivas da população, além destes constituírem um instrumento para uma maior equidade de rendimentos através da redistribuição dos mesmos, a sua existência e cobrança tem um peso significativo na vida de particulares e empresas, tornando assim relevante a tomada de consciência e observação. Importa assim perceber, mais do que o simples peso da carga fiscal a que estas últimas estão expostas vs a sua capacidade de criação de valor económico ou resultados sustentáveis, também qual o momento em que

atingem o “break-even point”, ou seja, quando deixam, em sentido lato, de trabalhar para pagar impostos e passam realmente a gerar riqueza para a sua sustentabilidade, sobrevivência e remuneração dos stakeholders, por forma a conseguirem investir, crescer, e evoluir financeiramente, visando a continuidade.

**Metodologia / Abordagem:** Seleção de uma amostra de médias e grandes empresas, de acordo com o critério de definição estabelecido na recomendação da comissão 2003/361/CE, com sede em Portugal, sujeitas a certificação legal de contas, de acordo com o estipulado no artigo n.º 272º n.º 2 e com o artigo 278º do Código das Sociedades Comerciais, numa base multisectorial, ficando excluídas desta análise as entidades do Sector Financeiro (banca e seguros), Público, Sociedades Gestoras de Participações Sociais (SGPS's) não lucrativo e desportivas. Por recurso à central de balanços do Banco de Portugal e a base de dados SABI da Bureau Van Dijk, determinar e analisar:

a) A “carga fiscal” que para o presente trabalho se entende com *focus* na tributação do rendimento das empresas em todas as suas componentes e diretas e indiretas (Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Coletivas (IRC), Derrama Municipal e Estadual, Tributações Autónomas, etc.) bem como nos demais elementos dedutíveis ou não em sede de IRC que sejam sujeitos a qualquer tipo de encargo fiscal ou notarial. b) O valor económico ou resultados sustentáveis criados pelas entidades indicadas com recurso às técnicas mais comumente revistas pela literatura.

**Conclusões / Resultados:** Analisar a “carga fiscal”, e valor económico criado das entidades e as repercussões de ambos na sustentabilidade e também na continuidade das empresas. Perceber a influência que a “carga fiscal” a que as empresas estão sujeitas, influencia natalidade e mortalidade empresarial.

**Implicações:** Procurar identificar se a política fiscal sobre o rendimento das empresas está a tributar rendimento ou ao invés, a limitar o seu crescimento. Repensar a forma de tributação, no sentido de que os impostos poderão ser um entrave ao crescimento das empresas, e por sinal, da economia, bem como se esta ocorresse pela aplicação das taxas de IRC e derramas a uma matéria coletável determinada com recurso ao conceito de valor económico criado, ao invés de ao resultado fiscal do modo que atualmente é obtido, quais as repercussões para empresas, e quais as repercussões para o Estado ao nível de receita fiscal.

**Originalidade:** Correlacionar a criação de valor económico e tributação de rendimentos empresariais, que à data não foi identificado na literatura existente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Previsão; Carga Fiscal; Rentabilidade; Impostos.

## REFERÊNCIAS

Gomes, D. de O.G. *A economia paralela em Portugal - uma análise com utilização do modelo MIMIC*. Porto: Faculdade de Economia da Universidade do Porto, 2015. Dissertação de Mestrado em Finanças e Fiscalidade.

Laffer, A.; Winegarden, W. & Childs, J. (2011) *The Economic Burden Caused by Tax Code Complexity*.

Machado, J. E.M.; Nogueira da Costa, P. (2016). *Manuel de Direito Fiscal*. Coimbra: Edições Almedina, SA

Maia, A.; Sousa, B.; Pimenta, C.. (2017). *Fraude em Portugal – Causas e Contextos*. Coimbra: Edições Almedina, S.A. ISBN 978-972-40-6976-0

Peres, C.J.; Antão, M.A. (2017) The use of multivariate discriminant analysis to predict corporate bankruptcy: A review. *AEstimatio, The IEB International Journal of Finance*, 14, 108-131.



## OS INTERESSES DOS TRABALHADORES E DO EMPREGADOR NAS RECENTES ALTERAÇÕES INTRODUZIDAS NO REGIME JURÍDICO DA TRANSMISSÃO DE EMPRESA E ESTABELECIMENTO... AS DUAS FACES DE JANO

Sónia de CARVALHO

Universidade Portucalense Infante D. Henrique e IJP -Instituto Jurídico Portucalense | Portugal  
[scarvalho@upt.pt](mailto:scarvalho@upt.pt)

**Objetivos:** A transmissão da empresa assume particular relevância no setor do turismo e da hotelaria, na sequência do dinamismo que caracteriza este setor. No passado dia 19 de março, foi publicada a Lei n.º 14/2018, que procedeu à alteração do regime jurídico aplicável à transmissão de empresa ou estabelecimento previsto no Código do Trabalho. O referido diploma assume como desiderato "reforçar os direitos dos trabalhadores", através da introdução de um conjunto de disposições legais destinadas a salvaguardar os trabalhadores nos casos de transmissão de empresa ou estabelecimento, que vão desde o aumento, para dois anos, da duração da responsabilidade solidária do transmitente ao reforço do dever de informação e consulta, o reconhecimento, condicionado a certos requisitos, de um direito de oposição do trabalhador à transmissão da posição do empregador no contrato de trabalho, incumbindo à ACT acompanhar o cumprimento destas normas, sujeito a um regime contraordenacional também agravado. Na nossa comunicação, pretendemos analisar se estas alterações legislativas contribuem para um efetivo reforço dos direitos dos trabalhadores. Tendo presente que este regime também assegura interesses do transmitente e do adquirente, desde logo, a liberdade do empresário celebrar os negócios que considerar relevantes sobre a sua empresa ou a parte dela, será igualmente avaliado o efeito que estas alterações possam ter no exercício pelo empregador do direito de transmitir a empresa ou estabelecimento. A investigação pretende assim verificar se as alterações legislativas da Lei n.º 14/2018 contribuem para um reforço dos direitos dos trabalhadores e apurar o respetivo efeito na transmissão de empresa ou estabelecimento no exercício do direito constitucional de livre iniciativa económica (art. 61.º da CRP).

**Metodologia / Abordagem:** Utilizamos como metodologia a comparação do regime previsto no Código do Trabalho com o da Lei n.º 14/2018, de 19 de março, bem como a análise da Lei n.º 14/2018 em face da Diretiva n.º 2001/23/CE e a jurisprudência do TJUE.

**Conclusões / Resultados:** É previsível que a investigação conclua que houve um reforço da proteção dos direitos dos trabalhadores dos direitos dos trabalhadores, muito embora o direito de oposição previsto no art.º 286º-A, em articulação com o art.º 394º, n.º 3, d) do Código do Trabalho possa vir a ter um efeito reduzido, em face do regime anterior, se a interpretação do conceito prejuízo serio se mantiver associada a

uma situação insolvabilidade ou dificuldades financeiras do adquirente do estabelecimento. Esta investigação provavelmente irá concluir que as obrigações emergentes da Lei n.º 14/2018 poderão cercear o direito de o empregador, no exercício do direito constitucional de livre iniciativa económica, transmitir o estabelecimento e a empresa, com reflexo no dinamismo **da atividade económica, em especial a hotelaria e turismo**.

**Implicações:** A investigação visa contribuir para o estudo das alterações legislativas introduzidas pela Lei n.º 14/2018, de dia 19 de março, no reforço da proteção dos direitos dos trabalhadores e para o efeito que este regime possa vir a ter no exercício lícito pelo empregador do direito a transmitir a empresa ou o estabelecimento.

**Originalidade:** O tema incide sobre as alterações legislativas introduzidas pela Lei n.º 14/2018, do dia 19 de março, não sendo ainda conhecidas publicações sobre o tema.

**PALAVRAS-CHAVE:** Lei n.º 14/2018, de 19.03; Transmissão de Estabelecimento; Contratos de Trabalho; Diretiva n.º 2001/23/CE.

#### REFERÊNCIAS

Blanpain, R (2014). *European Labour Law*, 14th revision. Alphen aan den Rijn: Wolters Kluwer.

Carvalho, S. (2015). Analysis of the Portuguese legal framework concerning the safeguarding of employees' rights in the event of the transfer of an undertaking or an establishment compliance with the directive 2001/23/CE of 12 march 2001. *Juridical Tribune*,5 (2), 106-123.

Gomes, J. (2010) Novas, novíssimas e não tão novas questões sobre a transmissão da unidade económica em Direito do Trabalho. *Novos Estudos de Direito do Trabalho*. Coimbra: Coimbra Editora.

Martinez, P. (2017). *Direito do Trabalho*. 8.ª Ed. Coimbra: Almedina.

Ramalho, M. (2016). *Tratado de Direito do Trabalho, Parte II - Situações Laborais Individuais*. 6.ª Edição. Coimbra: Almedina.

## O IMPACTO DA CONSULTORIA DE GESTÃO AO NÍVEL DOS TRABALHOS REALIZADOS EM PME EM PORTUGAL

Renato Lopes da COSTA  
ISCTE | Portugal  
[renatojlc@gmail.com](mailto:renatojlc@gmail.com)

Nelson ANTÓNIO  
Marta Correia SAMPAIO  
António Luís DIONÍSIO

**Objetivos:** Muito embora a consultoria de gestão seja interpretada por muitos autores por constituir um processo interativo que funciona como agente de mudança e que proporciona a um conjunto de empresas a obtenção ou consolidação de vantagens competitivas duradoras, na verdade estas afirmações não vêm acompanhadas por um número de estudos académicos que realcem a importância do trabalho efetivo dos consultores de gestão. Para combater a falta de estudos nesta área emergente, este artigo tem como objetivo geral garantir a pertinência destas afirmações a partir da perspetiva de análise de consultores e clientes em Portugal, procurando explorar o nível de impacto da consultoria de gestão relativamente aos trabalhos realizados nas PME (pequenas e médias empresas). Neste sentido, apresentará três objetivos específicos: a) aferir a avaliação dos inquiridos na amostra relativamente aos benefícios versus prejuízos que os consultores trazem para as organizações (do ponto de vista de consultores vs. clientes); b) identificar os respetivos níveis de satisfação; c) e aferir respetivas sugestões de melhoria que permitam beneficiar futuros projetos a desenvolver.

**Metodologia / Abordagem:** Todavia, tendo em conta que o interesse desta investigação se centrou em descobrir o significado e representar vivências de múltiplas realidades, foi utilizado como método qualitativo de análise a realização de 17 entrevistas a 9 consultores de gestão seniores e a 8 gestores de PME em Portugal, sendo que a amostra ao nível das entrevistas realizadas, teve um caráter intencional, pois foram selecionados os participantes que melhor representavam o fenómeno investigado em termos de conhecimento. Em termos da técnica de análise qualitativa utilizada para interpretação dos dados reproduzidos das entrevistas esta traduziu-se numa análise de conteúdo (posterior a um período de um mês sobre o qual decorreram as entrevistas) tentando relacionar as estruturas semânticas (significantes) com as estruturas sociológicas (significados) dos enunciados, de forma a articular a superfície dos textos com os fatores que determinam as suas características (variáveis psicossociais, contexto cultural e, contexto, processos e reprodução da mensagem).

**Conclusões / Resultados:** Conclui-se nesta investigação que o sucesso dos projetos em consultoria de gestão devem acima de tudo ser alavancados a partir de fatores avaliativos, ligados aos meios técnicos que os consultores colocam ao dispor dos

clientes, mas também a partir de fatores qualitativos, ligados a compromissos, esforço, competência, perícia, experiência e estabelecimento de relacionamentos eficientes (tal como constatado em estudos como os de Tilles, 1961; Carlile, 2002; Karantinou e Hogg, 2009), mesmo aqueles que possam implicar ligações de longa-duração. Ainda, os resultados da análise empírica sob a forma de entrevistas semiestruturadas e questionários aplicados a consultores de gestão e gestores de PME em Portugal, vêm desta forma aferir a avaliação dos inquiridos relativamente aos benefícios versus prejuízos que os consultores trazem para as organizações, níveis de satisfação e, respetivas sugestões de melhoria que permitam beneficiar futuros projetos a desenvolver, como os apresentados na figura infra.

**Implicações:** Dado que as micro PME e as PME denominadas de regulares são ainda muitas vezes fechadas relativamente ao papel do consultor e, dado que a grande proporção de consultoras do nosso país são constituídas por estruturas ainda mais pequenas que não se podem dar ao luxo de falhar naquilo que são os seus propósitos, aconselha-se por isso que se auto avaliem condignamente e que façam uma leitura e interpretação cuidada das sugestões sugeridas pelo artigo, sob pena de um erro e um trabalho menos conseguido poder validar um negócio destruído.

**Originalidade:** De forma a garantir a pertinência do problema aqui formulado face à escassez de estudos e informação relativamente a este setor e nomeadamente ao nível do impacto da consultoria de gestão ao nível dos trabalhos realizados nas PME (pequenas e médias empresas), este estudo visa contribuir para aferir a avaliação dos inquiridos relativamente aos benefícios versus prejuízos que os consultores trazem para as organizações, aos seus níveis de satisfação e, respetivas sugestões de melhoria que permitam beneficiar futuros projetos a desenvolver entre consultores e respetivas empresas-cliente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Consultoria de Gestão; PME.

## REFERÊNCIAS

Fincham, R. e T. Clark (2002a), Preface: management consultancy – issues, perspectives and agendas, *International Studies of management and Organization*, 32 (4), 3-18.

Fincham, R. e T. Clark (2002b). Introduction: The emergence of critical perspectives on consulting, em Clark e Fincham (eds), *Critical Consulting: New Perspectives on the Management Advice Industry*, Blackwell Publishers: Oxford, 1-20.

Kieser, A. (2002), Managers as marionettes? Using fashion theories to explain the success of consultancies, em Kipping e Engwall (eds), *Management Consulting - Emergence and Dynamics of a Knowledge Industry*, Oxford University Press: New York, Oxford.



Kürb, M. (2002), *Management Consulting: A Guide to the Profession*, International Labour Office, 4ª Edição (rev): Geneva.

Lundgren, M. e M. Blom (2009), *The Practice of Strategy Consultants*, 25th Egos Colloquium, Barcelona (Julho 2-4).



## A INFLUÊNCIA DA EXPOSIÇÃO AO CELE NO RELATO FINANCEIRO “VOLUNTÁRIO”

Ana Isabel DIAS

ISCAL, Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

[aidias@iscal.ipl.pt](mailto:aidias@iscal.ipl.pt)

Joaquín Texeira QUIRÓS

Patrícia Milanés MONTERO

**Objetivos:** Considerando a lacuna regulatória criada pelo International Accounting Standards Board (IASB) no que respeita ao relato financeiro relativo à exposição das entidades aos comércios de emissões de GEE, surge a questão se o relato efetuado é influenciado pela exposição ao Comércio Europeu de Licenças de Emissão (CELE). Com o presente estudo pretendemos obter evidência empírica da influência do desempenho relacionado com a gestão das emissões de GEE no relato financeiro, no âmbito das teorias económicas.

**Metodologia / Abordagem:** Para as entidades portuguesas, espanholas e francesas pertencentes ao Plano Nacional de Atribuição de licenças de emissão que disponibilizam as suas demonstrações financeiras online, foram identificadas as práticas contabilísticas em relação a licenças de emissão e emissões de GEE através de uma análise de conteúdo às notas, o que serviu de base à construção de um índice de relato financeiro, tida como variável dependente. Definiram-se duas variáveis explicativas que expressam o desempenho das emissões de GEE: o logaritmo das emissões de GEE e a eficácia ambiental medida pelo rácio EBIT/emissões de GEE. A técnica de dados em painel foi utilizada de forma a examinar se o relato financeiro pelas normas do IASB é influenciado pelo desempenho das emissões de GEE no período 2008-2014.

**Conclusões / Resultados:** Os resultados obtidos sugerem a falta de materialidade no que diz respeito à influência das variáveis explicativas no relato financeiro uma vez que os coeficientes obtidos são muito reduzidos. Verificamos, contudo, uma associação positiva e estatisticamente significativa entre as emissões de GEE e a informação financeira divulgada, pelo que se conclui que entidades que emitem mais GEE introduzem essa informação nas suas práticas contabilísticas. Não obstante, o coeficiente obtido para a eficácia das medidas de controlo de emissões de GEE permite-nos concluir que as práticas contabilísticas relativas a licenças de emissão e das emissões de GEE no âmbito do CELE não estão a ser internalizadas nas contas das entidades. Argumentamos que os resultados obtidos se devem ao facto da exposição ao CELE ser entendida pelos órgãos de gestão como algo que não influência de forma relevante a posição financeira ou o desempenho da entidade até que esteja a ser reconhecido um passivo por emissões de GEE acima do limite atribuído e/ou por ativos adquiridos para efeitos de cumprimento com as regras do mercado. Estes resultados

estão em conformidade com estudos descritivos prévios que indicam uma elevada percentagem de não divulgação de informação.

**Implicações:** A falta de tratamento contabilístico regulatório para as transações decorrentes do CELE leva à falta de transparência no relato financeiro. Contudo, os valores transacionados no CELE (Giner, 2014) sugerem materialidade nas transações. O relato financeiro das emissões de GEE parece requerer mais pressão dos utilizadores da informação ou um tratamento regulatório específico. Entretanto parece-nos que os preparadores da informação e os utilizadores devem considerar de forma prudente a falta de divulgação e desenvolver as necessárias competências para divulgar e avaliar a exposição das entidades ao CELE, seja na perspetiva de cumprimento com o limite de emissões atribuído gratuitamente seja na perspetiva de não cumprimento daquele limite.

**Originalidade:** O presente estudo distingue-se pelo foco nas divulgações relacionadas com licenças de emissão e emissões de GEE, utilizando a metodologia de dados de painel.

**PALAVRAS-CHAVE:** Licenças de Emissão; Emissões de GEE; Práticas Contabilísticas; Relato Financeiro; Dados em Painel.

#### REFERÊNCIAS

Gallego-Alvarez, I., Martínez-Ferrero, J., & Cuadrado-Ballesteros, B. (2016). Accounting Treatment for Carbon Emission Rights. *Systems*, 4(1), 12. <https://doi.org/10.3390/systems4010012>

Giner, B. (2014). Accounting for Emission Trading Schemes: A Still Open Debate. *Social and Environmental Accountability Journal*, 34(1), 45–51. <https://doi.org/10.1080/0969160X.2014.885670>

Inchausti, B. G. (1997). The influence of company characteristics and accounting regulation on information disclosed by Spanish firms. *European Accounting Review*, 6(1), 45–68. <https://doi.org/10.1080/096381897336863>

Qian, W., & Schaltegger, S. (2017). Revisiting carbon disclosure and performance: Legitimacy and management views. *British Accounting Review*, 49(4), 365–379. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2017.05.005>

Steenkamp, N., Rahman, A., & Kashyap, V. (2011). *Recognition, measurement and disclosure of carbon emission allowances under the EU ETS - An exploratory study*. CSEAR 2011 Australasian Conference.

## MUDANÇA DE PARADIGMAS ORGANIZACIONAIS: GESTÃO DE TRABALHO EM REDES MÍNIMAS

António Luís DIONÍSIO  
Universidade de Évora | Portugal  
[anevedionisio@gmail.com](mailto:anevedionisio@gmail.com)

Renato Lopes da COSTA  
Marta Correia SAMPAIO

**Objetivos:** A evolução tecnológica tem vindo a transformar a vida das pessoas e das empresas sem exceção. A era da comunicação e informação, configurou as empresas numa nova forma de gerir, aprender e desenvolver conhecimento (Sequeira, 2008). É com este pensamento estratégico que se pretende obter uma reflexão sobre a importância que este vetor estratégico tem na sustentabilidade das organizações e, como se encontra associado ao próprio desenvolvimento tecnológico. A estrutura conceptual deste resumo, pretende ilustrar a tendência da gestão em desenvolver estratégias assentes no trabalho em redes mínimas e de funções multidisciplinares, reconfigurando as suas dinâmicas em sistemas colaborativos e cooperativos.

**Metodologia / Abordagem:** Este resumo, de carácter teórico, encontra-se baseado numa revisão bibliográfica focada em conceitos e tipologias de análise ao domínio do tema, centrada numa abordagem estratégica em contexto de inovação e num conceito organizacional multidisciplinar. Para atingir os objetivos, foi utilizado um método de pesquisa teórica de ampla cobertura; onde são investigados diversos fatores contextuais da organização, que se relacionam com as formas de trabalho: Estratégia Organizacional (Tidd et al., 2005; Thompsom et al., 2008); Inovação no Trabalho (Hooper e Potter, 2007; Bessant e Tidd, 2015); Comunicação (Neatby et al., 2013; Taylor e Kent, 2014); Trabalho em Rede (Wageman et al., 2012; Wegner et al., 2016); Redes Mínimas (Rocha, 2016); Trabalho em Equipa (Pina e Cunha et al., 2017; Katzenbach e Smith, 2017); Funções Multidisciplinares (Pina e Cunha, 2014; Rodríguez, 2018) e Flexibilidade no Trabalho (Lasierra, 2007; Archive, 2014).

**Conclusões / Resultados:** Embora a teoria reconheça que a organização do trabalho em rede minimista, possibilite às empresas retirarem os excessos das suas rotinas, proporcionando valor aos profissionais para desenvolver outras atividades diferenciadoras (Rocha, 2016), também reconhece a necessidade de dotar os colaboradores com altos níveis de competências e conhecimentos (Pina e Cunha et al., 2014; Archive, 2014). Este desenvolvimento teórico apresenta vários contributos: primeiro, a estratégia que as organizações adotam na organização do trabalho que de forma generalizada, criam ambientes organizacionais competitivos e diferenciadores,

mantendo a sua sustentabilidade na redução de custos assente no desenvolvimento tecnológico e na inovação (Bravo e Egaña, 2016). Por outro lado, a mudança de paradigma vem redefinir comportamentos e atitudes numa estratégia mais cooperativa e flexível nas formas de trabalho (Rodríguez, 2015; Gama, 2016).

**Implicações:** As organizações estão a ser afetadas com novas tendências que obrigam a gestão a se reinventar e a redefinir o alinhamento da sua estratégia. Perante este cenário, a investigação pretende sobretudo contribuir para o desenvolvimento de conhecimentos sobre trabalho em rede minimista num conceito organizacional multidisciplinar e em contexto de inovação. É importante perceber o seu papel e entender as suas repercussões no desenvolvimento dos colaboradores envolvidos nestas dinâmicas e perceber do ponto de vista estratégico, quais as principais orientações e preocupações na sua implementação.

**Originalidade:** As redes mínimas emergem das divisões do trabalho e desenvolvem amplas áreas que interagem e criam dinâmicas sustentadas num posicionamento cooperativo, autónomo e de confiança. Pretende-se verificar que variáveis podem implicar esta dinâmica e assim poder contribuir para a identificação dos riscos que as organizações correm na utilização desta estratégia.

**PALAVRAS-CHAVE:** Estratégia; Inovação; Redes Mínimas; Funções Multidisciplinares.

#### REFERÊNCIAS

Gama, J. (2016). O papel da inteligência emocional (traço) na previsão do comportamento em rede. *RBGN Review of Business Management* V.19, n.63, 30-47.

Kamoche, K., & Pina e Cunha, M. (2001). Minimal Structures: From Jazz Improvisation to Product Innovation. *Organization Studies*, 733-764.

Pina e Cunha, Cunha, J. V., & Caixeirinho, J. (2001). Processos de Controlo nas Organizações: do controlo da flexibilidade à flexibilidade do controlo. *Análise Psicológica*, v. 2, n 19, 261-278.

Wageman, R., Gardner, H., & Mortensen, M. (2012). The changing ecology os teams: New directions for teams research. *Journal of Organizational Behavior*, 301-315.

Wegner, D., Bortolaso, I., & Zonatto, P. (2016). Redes de pequenas empresas e estratégias de consolidação: evidências do contexto brasileiro. *Revista Brasileira de Gestão Negócios*, 525-544.

## DESENVOLVIMENTO DE COMPETÊNCIAS GERAIS E ESPECÍFICAS EM AMBIENTE ACADÉMICO: UM ESTUDO EM CURSOS DE CONTABILIDADE DO 1.º CICLO DO ENSINO SUPERIOR PORTUGUÊS

Alexandra DOMINGOS

ISCAL | Portugal

[amrodrigues@iscal.ipl.pt](mailto:amrodrigues@iscal.ipl.pt)

Manuela SARMENTO

Manuela DUARTE

**Objetivos:** Desenvolver profissionais competentes é um dos objectivos da educação em Contabilidade. Para a International Federation of Accountants (2011), por meio do International Accounting Education Standards Board (IAESB), a competência é explicada como a capacidade de desempenhar um papel obedecendo a um determinado padrão de referência. Para demonstrar a sua competência, um contabilista deve possuir o conhecimento e a qualificação profissional necessários, além de valores e atitudes éticas (IFAC, 2011). Actualmente, a Contabilidade, vai muito para além da preparação e apresentação das demonstrações contabilísticas, ou relato financeiro, transformando a informação em conhecimento aplicável à tomada de decisão, aproximando o contabilista da figura do accountant dos países anglo-saxónicos em que este é parte integrante da tomada de decisão ao mais alto nível nas organizações (Jones, 2010). Nesta perspectiva, são exigidas, aos profissionais de Contabilidade, competências que vão para além dos tradicionais conhecimentos teóricos e habilitações superiores. A destreza, a capacidade para resolver problemas, a iniciativa e a criatividade, articuladas aos conhecimentos de nível superior, são factores que cada vez mais são privilegiados pelas entidades empregadoras (Kavanagh e Drennan, 2008). O objectivo deste estudo consiste em identificar, na percepção dos estudantes finalistas, em que medida as práticas dos cursos de Contabilidade do 1.º ciclo de ensino superior encontram-se alinhadas às competências exigidas pela actual sociedade do conhecimento.

**Metodologia / Abordagem:** A metodologia científica utilizada, baseou-se numa abordagem quantitativa, na medida em que assentou 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. A opção metodológica tomada baseou-se no facto de, segundo Sarmento (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, a capacidade de raciocínio e a capacidade de aprendizagem ao longo da vida, têm sido as competências gerais menos desenvolvidas. Em relação às competências específicas na formação de um contabilista certificado, identificou-se que a capacidade de cumprir com prazos e regras e a capacidade de estruturar um painel de gestão com informação útil para a tomada de decisão representam as competências menos desenvolvidas.

**Implicações:** Nesta investigação procurou-se acrescentar evidência científica que contribuirá para ajudar as instituições de ensino superior portuguesas a traçarem perfis curriculares que alinhem a formação superior de Contabilidade com as actuais 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:** Contabilidade; Ensino Superior; Competências; Estudantes Finalistas.

#### REFERÊNCIAS

Ceitel, M. (2016). *Gestão e desenvolvimento de competências* (2.<sup>a</sup> ed.). Lisboa: Edições Sílabo.

International Federation of Accountants. (2011). *Competent and versatile*. Consultado em 2 de julho de 2016. Disponível em <https://www.ifac.org/publications-resources/competent-and-versatile-how-professional-accountants-business-drive-sustainab>

Jones, A. (2010). Generic attributes in accounting: The significance of the disciplinary context. *Accounting Education*, 19(1), 5-21. doi: 10.1080/09639280902875523.

Kavanagh, M. H. & Drennan, L. (2008). What skills and attributes does an accounting graduate need? Evidence from student perceptions and employer expectations. *Accounting & Finance*, 48(2), 279-300. doi:10.1111/j.1467-629x.2007.00245.x.

Laranjeiro, A. (2017). *A procura de competências e práticas de recursos humanos*. Tese de doutoramento. ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa, Lisboa.



## A TRIBUTAÇÃO TURÍSTICA DO MUNICÍPIO DE LISBOA: UMA «TAXA» BILATERAL?

Francisco Nicolau DOMINGOS

ISCAL, Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

[fjdomingos@iscal.ipl.pt](mailto:fjdomingos@iscal.ipl.pt)

Vanessa MENDES

**Objetivos:** A tributação turística não é um fenómeno nacional, pelo contrário, assume uma dimensão mundial, visto que é necessário que as cidades promovam investimento nos seus recursos turísticos, como são disso exemplo, o património arquitetónico, o património cultural e os eventos turísticos. Só assim é possível promover a procura turística. Mas coloca-se logo uma questão: terão os municípios recursos financeiros para assegurar esta atribuição? Em Portugal, a Constituição da República Portuguesa no seu art. 238.º, n.º 1 reconhece autonomia financeira às autarquias, na qual cabe, nomeadamente, a autonomia tributária. Ou seja, a possibilidade de lançar tributos. No quadro de receitas de origem fiscal cabem, a criação de impostos autónomos por via da atribuição dos poderes tributários aos municípios; as participações nas receitas do IRS, do IRC e do IVA; as derramas e as taxas locais. A taxa é assim um mecanismo que permite a realização das atribuições municipais, pelo que importa perceber se a «taxa» municipal turística referente à cidade de Lisboa assume essa natureza.

**Metodologia / Abordagem:** A determinação da natureza jurídica de um tributo constitui um verdadeiro imperativo, na medida em que as regras para a positivação de um instituto são distintas, consoante estejamos perante um imposto ou uma taxa, pelo que, caso não seja uma verdadeira taxa, o seu regime jurídico é inconstitucional.

**Conclusões / Resultados:** Pretende-se apurar se a «taxa» municipal turística obedece a todos os cânones normativos.

**Implicações:** O trabalho pretende não só enquadrar a tributação turística no município de Lisboa, no quadro da autonomia financeira, como também perceber a natureza jurídica da «taxa» municipal turística.

**Originalidade:** O trabalho utiliza a metodologia analítica e dedutiva.

**PALAVRAS-CHAVE:** Autonomia Financeira; Imposto; Taxa; Turismo e contraprestação.

### REFERÊNCIAS

Catarino, J. R. (2014). *Finanças Públicas e Direito Financeiro*, Coimbra: Almedina.

Machado, J.E. & Costa, P.N. (2016). *Direito Fiscal: perspetiva multinível*, Coimbra: Almedina.

Saldanha Sanches, J. L. (2010). *Justiça Fiscal*, Lisboa: Almedina.

Vasques, S. (2008). *O Princípio da Equivalência como Critério de Igualdade Tributária*, Coimbra: Almedina.

## ACESSIBILIDADE E INFORMAÇÃO: UM DESAFIO PARA A QUALIDADE DOS SERVIÇOS DOS HOTÉIS

Susana Cristina DUARTE

ISCAL, Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

[scduarte@iscal.ipl.pt](mailto:scduarte@iscal.ipl.pt)

Joaquín Teixeira QUIRÓS

Maria do Rosário JUSTINO

**Objetivos:** O objectivo deste estudo consiste em apresentar uma proposta de modelo de investigação que possa contribuir para reforçar a compreensão de quais as variáveis que, de acordo com a percepção dos clientes, melhor explicam a qualidade dos serviços dos hotéis.

**Metodologia / Abordagem:** Para alcançar o objectivo proposto, a metodologia utilizada assenta na recolha bibliográfica de referência e conversas informais com especialistas em acessibilidade.

**Conclusões / Resultados:** Relativamente à qualidade dos serviços os autores focam-se em diferentes aspectos, como por exemplo: fiabilidade, segurança, higiene e limpeza, simpatia e competência dos empregados, localização e instalações físicas; para perceber qual, ou quais, explicam melhor a qualidade dos mesmos. Todavia, de uma maneira geral, os autores defendem que a ênfase deve ser dada aos clientes (Grönroos (1984), Parasuraman et al. (1985) e Parasuraman et al. (1988)).

**Implicações:** A crescente globalização da economia determinou um aumento da competitividade nos mercados levando os responsáveis das empresas a procurar soluções alternativas para garantir a sobrevivência e crescimento das mesmas, respondendo assim às exigências do mercado. Uma resposta que melhores resultados tem proporcionado é a implementação de uma gestão baseada na qualidade. O conceito de qualidade tem vindo a ser valorizado no meio empresarial, pelo que tem existido uma crescente preocupação com a qualidade e a certificação da qualidade dos produtos e serviços. De acordo com Parasuraman et al. (1985), a substância e os determinantes da qualidade podem ser indefinidos mas a sua importância para as empresas e para os consumidores é inequívoca. A qualidade é um assunto complexo, surgindo diversos modelos de gestão de qualidade que serviram de base a distintos estudos empíricos que procuravam avaliar a qualidade e perceber quais as variáveis com maior impacto na sua melhoria. Para além disso, em 1987, foi publicado pela International Organization for Standardization (ISO) um conjunto harmonizado de normas que têm como objectivo assegurar a qualidade dos modelos de gestão de qualidade, chamadas ISO9000. Nos últimos anos, o turismo acessível, surgiu como novo paradigma no que diz respeito ao desenvolvimento do turismo baseado na qualidade, competitividade e sustentabilidade. A acessibilidade é uma qualidade essencial na apreciação de um

destino turístico acessível. Por outro lado, qualquer cliente deverá ter acesso à informação independentemente das suas capacidades, limitações ou necessidades. Neste sentido, surgiu regulamentação específica para promover serviços turísticos de qualidade em matéria de atendimento inclusivo e de acessibilidade através da Norma Portuguesa 4523: Turismo Acessível em Estabelecimentos Hoteleiros que “define o referencial para que o estabelecimento hoteleiro proporcione idêntica qualidade de serviço aos clientes com necessidades específicas” (NP4523, 2014:4). A questão que se coloca é “será que as empresas apenas se preocupam em cumprir os requisitos para obter a certificação de qualidade ou a qualidade passa, também, por fazer chegar o serviço a todos?”.

**Originalidade:** O turismo é uma área de negócio estratégica em Portugal e o turismo acessível tem vindo a ganhar especial destaque na estratégia de desenvolvimento turístico. Existem poucos estudos efetuados em Portugal no que diz respeito à qualidade dos serviços dos hotéis, pelo que este estudo pretende contribuir para o reforço desta temática.

**PALAVRAS-CHAVE:** Competitividade; Qualidade dos Serviços; Sector Hoteleiro; Acessibilidade e Informação.

#### REFERÊNCIAS

Grönroos, C. (1984). A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18(4), 36-44.

Norma Portuguesa 4523 (2014). *Turismo Acessível em Estabelecimentos Hoteleiros*. Parasuraman, A.,

Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *Journal of Marketing*, 49(4), 41. <https://doi.org/10.2307/1251430>. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., &

Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring customer perceptions of service quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 14-40.

## MOTIVAÇÕES DOS CONSUMIDORES PORTUGUESES PARA O TURISMO DE AVENTURA

Sandra FILIPE

Universidade de Aveiro, ISCA | Portugal

[sandrafilipe@ua.pt](mailto:sandrafilipe@ua.pt)

Bruno SILVA

Anabela ROCHA

**Objetivos:** O presente estudo visa investigar as motivações dos consumidores Portugueses para a prática de turismo de aventura e identificar possíveis critérios de segmentação do mercado.

**Metodologia / Abordagem:** Na atualidade a procura por atividades outdoor centradas no terreno natural do destino tem crescido ao longo dos anos, sendo estimado que o mercado de turismo de aventura cresça, em todo o mundo, aproximadamente 44% em 2018 (Adventure Travel Trade Association, 2018). A designação de turismo aventura é relativamente recente e está relacionada com o turismo na natureza (Buckley, 2010). Em Portugal, esta vertente do turismo também tem prosperado, quer ao nível da oferta de novos produtos turísticos, quer ao nível da procura por parte do consumidor Português. Contudo, ainda existe uma lacuna no conhecimento sobre os fatores motivadores dos Portugueses para o turismo aventura. Para analisar o comportamento do turista são frequentemente estudados os fatores push and pull (e.g., Chen & Chen, 2015; Sato et al., 2016). Os fatores push, ou fatores intrínsecos, contêm desejos como escape, descanso, relaxamento, saúde, enquanto os fatores pull, ou fatores extrínsecos, resultam da atratividade de um destino percebido por aqueles que possuem propensão para viajar. No que diz respeito ao turismo aventura, Giddy e Webb (2018) estudaram algumas motivações no contexto de África do Sul (e.g., apreciação da natureza, educação ambiental, novidade, emoção, escape, desafio físico, socialização), enquanto Sato et al. (2016) utilizaram turistas japoneses no seu estudo sobre as motivações para o turismo aventura (e.g., interação social, escape, família, excitação, recursos naturais, cultura). Face ao exposto, torna-se importante identificar e analisar os fatores push e pull dos Portugueses para o turismo de aventura, no sentido de encontrar possíveis critérios de segmentação do mercado. Para o alcance dos objetivos definidos foi utilizada uma metodologia quantitativa, por via da aplicação de um inquérito por questionário a uma amostra por conveniência de adultos Portugueses. Os dados recolhidos foram analisados quantitativamente por recurso ao SPSS.

**Conclusões / Resultados:** Com o estudo dos motivos push/pull para o turismo de aventura, prevê-se concluir que a novidade, a emoção, a interação social, o desafio físico, a interação com a natureza influenciem positivamente a opção pelo turismo de aventura, enquanto o fator risco possa influenciar negativamente essa escolha. Para

além disso, também se prevê encontrar dois segmentos de turistas de aventura: um segmento constituído por indivíduos mais jovens, com emoções fortes que desejam uma vertente mais hard de turismo aventura; um segmento constituído por indivíduos mais maduros que desejam uma vertente mais *soft*.

**Implicações:** Esta investigação, ao analisar os fatores *push/pull* que impulsionam os consumidores Portugueses para a prática do turismo aventura, propõe um modelo científico incidindo em critérios sociodemográficos e atitudinais. Para além disso, apresenta relevantes contributos aos gestores das organizações de turismo de aventura nacionais, permitindo-lhes perceber melhor os comportamentos dos seus praticantes e fornecendo-lhes pistas úteis para que os seus serviços sejam mais aprimorados, atrativos e eficazes.

**Originalidade:** Em Portugal não existem estudos em profundidade à escala nacional sobre o comportamento do consumidor português no turismo de aventura, nomeadamente focados nas motivações dos turistas e na análise dos seus perfis.

**PALAVRAS-CHAVE:** Turismo de Aventura; Comportamento do Consumidor; Marketing Turístico; Motivações do Turista; Fatores *Push/Pull*.

#### REFERÊNCIAS

Adventure Travel Trade Association. (2018). *Adventure tourism market study 2018*. Retrieved from [https://www.technavio.com/report/global-adventure-tourism-market-analysis-share-2018?gclid=Cj0KCQjw5-TXBRCARIsANLixNx7qL6sZ-L-FEPDF\\_3kMaf13UQQC00Iq0sgBLoV5TjENBgpbtgpxtoaAhxUEALw\\_wcB](https://www.technavio.com/report/global-adventure-tourism-market-analysis-share-2018?gclid=Cj0KCQjw5-TXBRCARIsANLixNx7qL6sZ-L-FEPDF_3kMaf13UQQC00Iq0sgBLoV5TjENBgpbtgpxtoaAhxUEALw_wcB). 2018, May 1

Buckley, R. (2010). *Adventure tourism management*. London: Butterworth-Heinemann.

Chen, L.-J., & Chen, W.-P. (2015). Push-pull factors in international birders' travel. *Tourism management*, 48, 416-425.

Giddy, J. K., & Webb, N. L. (2018). Environmental attitudes and adventure tourism motivations. *Geojournal*, 83(2), 275-287.

Sato, S., Kim, H., Buning, R. J., & Harada, M. (2016). Adventure tourism motivation and destination loyalty: A comparison of decision and non-decision makers. *Journal of Destination Marketing & Management*.

## AVALIAÇÃO DO CONTRIBUTO DO MARKETING EDITORIAL EM CAMPANHAS DE MARKETING DE CAUSAS

Sandra FILIPE

Universidade de Aveiro, ISCA | Portugal

[sandrafilipe@ua.pt](mailto:sandrafilipe@ua.pt)

Lúcia MACHADO

**Objetivos:** O estudo tem como objetivo explorar as contribuições do marketing editorial em campanhas de marketing relacionado com causas. Concretamente, visa perceber a resposta do consumidor a campanhas marketing de causas analisando a influência dos diferentes tipos de edição e as suas nuances no sucesso ou insucesso do marketing de causas.

**Metodologia / Abordagem:** Os consumidores geralmente assumem atitudes favoráveis para marketing relacionado com causas (Vilela, 2006) e denota-se na atualidade uma preocupação crescente com causas sociais (Klein, 2011). O marketing relacionado com causas consiste no comprometimento de uma marca com uma instituição de caridade ou uma causa como parte da sua estratégia de marketing (Pringle e Thompson, 1999). Por outro lado, o marketing editorial foca-se na edição dos conteúdos e na forma de edição (e.g. Bowles, 2008; Greco, Wharton. & Rodríguez, 2007). O âmbito específico da edição de conteúdos e do marketing editorial pode revelar-se de grande importância no contexto do marketing relacionado com causas, uma vez que pode potenciar o sucesso ou insucesso das campanhas. Contudo, ainda existe uma lacuna no conhecimento sobre o possível contributo do marketing editorial em campanhas de marketing de causas, pelo que este estudo visa colmatar esta lacuna. Para o alcance dos objetivos definidos foi utilizada uma metodologia qualitativa, por via da realização de entrevistas individuais semi-estruturadas a uma amostra de adultos portugueses. Alguns cuidados foram tidos na seleção dos participantes para obter uma amostra diversificada no que respeita às características sociodemográficas. Todas as entrevistas foram gravadas para transcrição e os dados foram tratados através de uma análise temática de conteúdo.

**Conclusões / Resultados:** Tendo em conta a crescente evolução da tecnologia na atualidade e o interesse de grande parte da população pelas campanhas online, prevê-se que se encontrem melhores e/ ou mais abrangentes resultados no marketing digital de causas, quer em termos de eficácia de alcance do público-alvo, quer em termos do impacto na sociedade em geral. Por outro lado, considerando que uma parte da população adere ainda aos meios tradicionais de edição de livros, é possível que se encontrem resultados favoráveis no segmento de mercado constituídos por indivíduos com gosto e hábitos de leitura. Relativamente à edição de panfletos, não se prevê uma

resposta tão significativa do comportamento efetivo do consumidor em resposta às campanhas de marketing relacionado com causas.

**Implicações:** Com base na literatura científica existente e no estudo empírico realizado podem ser fornecidas pistas interessantes aos gestores de marketing editorial para campanhas de marketing relacionado com causas. Aliar de forma diferenciadora o marketing de causas à edição permite encontrar e perceber novos caminhos para todos os *players* envolvidos e assim potenciar o crescimento e vantagem numa relação *win-win* para as empresas, as instituições e a sociedade em geral.

**Originalidade:** Este campo de investigação, muito atual e pertinente, tem ainda muito por explorar. Num mundo onde a edição é essencialmente ligada à tecnologia, tem um papel cada vez mais preponderante entender a forma como a mesma contribui para a vantagem competitiva no concerne a marketing de causas, especialmente numa sociedade onde as causas são cada vez mais emergentes, tal como a necessidade da sua resolução eficaz e eficiente.

**PALAVRAS-CHAVE:** Marketing editorial, publicação, edição, marketing relacionado a causas, marketing digital.

#### REFERÊNCIAS

- Bowles, D. A. (2008). *Creative editing*, 5<sup>th</sup> ed. Australia: Thomson Wadsworth.
- Greco, A. N., Wharton, R. M. & Rodríguez, C. E. (2007). *The culture and commerce of publishing in the 21st century*, Stanford (CA), USA: Stanford University Press.
- Klein, K. (2011). *Fundraising for social change*, 6<sup>th</sup> ed. San Francisco (CA), USA: Jossey-Bass.
- Pringle, H. & Thompson, M. (1999). *Brand Spirit: how cause related marketing builds brands*, 1<sup>st</sup> ed., New York: Wiley.
- Vilela, A. M. (2006). *Exploring the relationship between gender and cause in consumer processing of cause-related marketing*. Thesis PHD. New York: University of Winsconsin-Madison.



## AS ESTRATÉGIAS E OS EFEITOS DO PATROCÍNIO DE eSPORTS

Bruno Abreu FREITAS  
Universitat de Vic | España  
[bruno22duarte@gmail.com](mailto:bruno22duarte@gmail.com)

Ruth C. ESPINOSA  
Pedro P. CORREIA

**Objetivos:** Esta investigação procurará: (1<sup>o</sup>) Identificar as oportunidades e ameaças do patrocínio de eSports; (2<sup>o</sup>) Avaliar as estratégias de patrocínio; e (3<sup>o</sup>) Compreender a visão da comunidade geral de gamers sobre os eSports.

**Metodologia / Abordagem:** Será adotada uma metodologia exploratória de métodos mistos, focada em estudos transversais e num cenário não artificial. Existirão três amostras, estando todas sujeitas a uma amostragem voluntária e não-probabilística. A amostra 1 focar-se-á na audiência de eSports, a amostra 2 nos patrocinadores de eSports e a amostra 3 na comunidade gamer em geral. As amostras 1 e 2 fornecerão dados relativos ao 1<sup>o</sup> e 2<sup>o</sup> objetivo e a amostra 3 fornecerá dados relativos ao 3<sup>o</sup> objetivo. A ferramenta de colheita de dados será o questionário. Especificamente, a audiência de eSports e a comunidade gamer serão inquiridas via questionários online e os patrocinadores serão inquiridos através de entrevistas face-a-face, ou questionários online, com um responsável pelo patrocínio dos eSports.

**Conclusões / Resultados:** A literatura tem indicado que os principais benefícios do patrocínio de eSports são: melhoria da imagem, aumento do brand awareness (Shabir, 2017), baixos custos de patrocínio (Winnan, 2016), elevado ROI (Shabir, 2017) e a exposição da marca a uma audiência elusiva (Winnan, 2016), mas que aceita patrocínios nesta área, tanto de marcas endémicas como não endémicas, é composta por ávidos compradores (Shabir, 2017) e influenciadores tecnológicos (CGC Europe, 2015) e cujo tamanho de 389 milhões de fãs (Ströh, 2017) já rivaliza a audiência da NFL (Winnan, 2016) e da NBA (Mooney, 2018). De forma a tirar partido destas oportunidades, as empresas têm patrocinado torneios, equipas e jogadores profissionais, canais de streaming e até os próprios videojogos em si, através de in-game branding (Ströh, 2017). Ademais, as marcas têm procurado apresentar-se como apoiantes da indústria (Shabir, 2017) e desenvolver estratégias adaptadas aos interesses particulares deste público (Ströh, 2017) de forma a conectarem-se com esta audiência singular (Shabir, 2017). Os maiores riscos são: mercado desconhecido (Mooney, 2018), volátil e pouco regulamentado (Shabir, 2017), corrupção (Ströh, 2017), incluindo fraude e doping (Mooney, 2018), e estereótipos nocivos sobre os videojogos (Shabir, 2017). Considerando que estes aspetos ameaçam a imagem dos patrocinadores (Ströh, 2017), as empresas têm colocado peritos em videojogos a desenvolverem as suas estratégias de patrocínio, vários órgãos têm sido criados para estabelecer um quadro legal para a indústria (Shabir, 2017), várias ligas agora realizam testes antidoping (Mooney, 2018) e as perceções negativas têm sido atenuadas graças

à influência dos patrocinadores e de algumas media (Shabir, 2017). Por fim, com 1.7 mil milhões de gamers (Winnan, 2016) e 1.3 mil milhões de pessoas tendo conhecimento sobre os eSports (Shabir, 2017), podemos concluir que nem todos os gamers têm conhecimento desta área competitiva.

**Implicações:** Sendo uma indústria jovem, esta investigação irá expandir a pequena base de conhecimentos da área dos eSports e apresentar dados pertinentes para as empresas interessadas em patrociná-los.

**Originalidade:** Além de focar-se numa área que tem recebido muito pouca atenção académica, a temática específica deste estudo irá expor novos dados sobre o estado atual do mercado dos eSports.

**PALAVRAS-CHAVE:** eSports; Patrocínio; Marketing; Publicidade; Comportamento do Consumidor.

#### REFERÊNCIAS

CGC Europe. (2015). *Marketing Channel eSports – How to get the attention of young adults?* Retrieved 19 January, 2018, from <http://docplayer.net/12867287-Marketing-channel-esports-how-to-get-the-attention-of-young-adults.html>

Mooney, C. (2018). *Inside the E-Sports Industry*. North Mankato, MN: Norwood House Press.

Shabir, N. (2017). *Esports: The Complete Guide 17/18: A guide for gamers, teams, organisations and other entities in, or looking to get into the space*. Wrocław: Independently published.

Ströh, J. H. A. (2017). *The eSports Market and eSports Sponsoring*. Marburg: Tectum Verlag.

Winnan, C. D. (2016). *An Entrepreneur's Guide to the Exploding World of eSports: Understanding the Commercial Significance of Counter-Strike, League of Legends and Dota 2*. Kindle eBook: The Borderland Press.

## ESTUDIO DE LAS CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS Y PERSONALES DEL ADOPTADOR DE LA CALEFACCIÓN BASADA EN BIOMASA EN EL ÁMBITO DOMÉSTICO

Diego GÓMEZ-CARMONA  
Universidad de Cádiz | España  
[diego.gomezcarmona@uca.es](mailto:diego.gomezcarmona@uca.es)

Inmaculada GARCÍA-MAROTO  
Francisco MUÑOZ-LEIVA

**Objetivos:** El objetivo es analizar el efecto de las variables sociodemográficas de los propietarios de viviendas sobre la adopción de una caldera de biomasa. Los análisis cruzados permitirán caracterizar al potencial adoptador.

**Metodología / Enfoque:** Se presenta un análisis descriptivo para caracterizar al adoptador potencial de un sistema de calefacción con caldera de biomasa en España. En particular, nos centramos en el análisis de la importancia de los atributos de la calefacción, la actitud del propietario hacia este tipo de calefacción y la intención de compra de la misma, así como el posible efecto que las características sociodemográficas de los propietarios de viviendas pueden tener en esta adopción. Planteamos una serie de hipótesis de investigación relacionadas con las variables sociodemográficas del potencial adoptador como son el género, la edad y el nivel de ingresos (adaptado de Mahapatra y Gustavsson, 2010; Sopha et al., 2011; Michelsen y Madlener, 2012), el tamaño o número de personas en el hogar (adaptado de Lillemo et al., 2013) y el lugar de residencia (adaptado de Sopha et al., 2011; Rouvinen y Matero, 2013).

**Conclusión / Resultados:** La percepción favorable de ciertos atributos de estos sistemas y el grado de conocimiento del propietario con la caldera y el combustible (la biomasa) pueden considerarse como aspectos de motivación en la decisión de adopción (Michelsen y Madlener, 2016). Los resultados descubren que el coste anual derivado del consumo de la caldera es crucial y existen variables de clasificación como las características sociodemográficas y económicas que han jugado un papel importante en esta adopción y en la importancia que dan a los atributos de la calefacción. Además, el perfil del adoptador potencial más proclive a estos sistemas sería un propietario de género femenino, con nivel de ingresos superior y residente en zonas rurales.

**Implicaciones:** Las empresas deben difundir el uso de la calefacción de biomasa bajo una promoción eficaz basándose en las fortalezas que presentan. Se deben centrar, por un lado, en el diseño de mensajes que hagan hincapié en los beneficios económicos como el ahorro en los costes motivado por el menor consumo energético y menor coste de instalación; y por otro, difundir argumentos sobre los beneficios medioambientales

y personales que aporta la biomasa. Además, hoy en día, Internet es una de las fuentes más consultadas, de ahí que sea fundamental disponer de un sitio web con contenidos informativos sobre las características técnicas y los pasos para la implantación de una calefacción de biomasa que sirva de consulta. A su vez, la Administración debería promover subvenciones para influir en la intención de adopción de los propietarios potenciales y divulgar las ventajas y condiciones de ayudas a través de campañas de comunicación.

**Originalidad:** Contribuye al campo de la investigación de adopción de la calefacción doméstica. Descubre factores motivadores sobre la decisión de una energía renovable de los propietarios de viviendas residenciales. Caracteriza el perfil del adoptador potencial en el ámbito doméstico. Cataloga y analiza la importancia de los atributos de la calefacción de biomasa. Conclusiones valiosas para adaptar los sistemas a diferentes perfiles sociodemográficos.

**PALABRAS CLAVE:** Adopción calefacción, biomasa, eficiencia energética, propietarios de viviendas, características sociodemográficas

#### REFERENCIAS

Lillemo, S.C., Alfnes, F., Halvorsen, B. Wik, M., 2013. Households' heating investments: The effect of motives and attitudes on choice of equipment. *Biomass and Bioenergy* 57(10), 4-12.

Mahapatra, K., Gustavsson, L., 2010. Adoption of innovative heating systems-needs and attitudes of Swedish homeowners. *Energy Efficiency*, 3, 1-18.

Michelsen, C.C., Madlener, R., 2012. Homeowners' preferences for adopting innovative residential heating systems: A discrete choice analysis for Germany. *Energy Economics* 34(5), 1271-1283.

Michelsen, C.C., Madlener, R., 2016. Switching from fossil fuel to renewables in residential heating systems: An empirical study of homeowners' decisions in Germany. *Energy Policy* 89, 95-105.

Rouvinen, S., Matero, J., 2013. Stated preferences of Finnish private homeowners for residential heating systems: A discrete choice experiment. *Biomass and Bioenergy*, 57, 22-32.

Sopha, B.M., Klöckner, C.A., Hertwick, E.G., 2011. Adopters and non-adopters of wood pellet heating in Norwegian households. *Biomass and Bioenergy* 35, 652-662.

## PROJETOS DE INCLUSÃO FINANCEIRA NA BANCA PORTUGUESA. IMPACTOS E DESAFIOS DE PROJETOS DE LITERACIA FINANCEIRA, SERVIÇOS MÍNIMOS BANCÁRIOS E MICROCRÉDITO

Larysa GREKH

ISCAL, Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

[Larysagrekh1@gmail.com](mailto:Larysagrekh1@gmail.com)

Fernando Miguel SEABRA

**Objetivos:** Esta investigação centra-se no estudo da eficácia e dos impactos de três mecanismos de inclusão para a população em geral e para as instituições financeiras em particular (Literacia Financeira, Serviços Mínimos Bancários e Microcrédito). Com o estudo da operacionalização de projetos de Literacia Financeira, dos Serviços Mínimos Bancários e do Microcrédito perspetiva-se também conhecer os resultados provenientes da prática e da promoção destas ações de inclusão financeira.

**Metodologia / Abordagem:** A metodologia aplicada baseou-se em três vertentes:

- Pesquisa e análise documental;
- Realização de entrevistas a seis entidades pertencentes a duas categorias (“partes interessadas” e “intervenientes no mercado”);
- Participação em eventos.

**Conclusões / Resultados:** Apesar de existência destes mecanismos promotores de inclusão, ainda existe um caminho longo a percorrer, sendo que há pouca divulgação por parte dos bancos e falta de articulação entre entidades. As entidades bancárias, supervisores financeiros e instituições governamentais devem criar estratégias conjuntas, desenvolver soluções e promover ações junto dos públicos vulneráveis com o intuito de atingir um nível elevado de inclusão financeira na sociedade.

**Implicações:** A prática destes projetos é indispensável numa instituição bancária, sendo que o acesso da população a produtos e serviços financeiros é reconhecido como fator gerador de desenvolvimento económico e como componente da inclusão e responsabilidade social. A inclusão de maior número de clientes no sistema bancário propicia benefícios para todas as partes integrantes na atividade económica, ou seja, por um lado possibilita uma gestão mais eficiente das finanças pessoais no dia-a-dia de cada cidadão e, por outro, contribui para uma maior eficácia das Instituições Financeiras, promovendo o crescimento e estabilidade económica do país.

**Originalidade:** A análise a três mecanismos de inclusão: Literacia Financeira, Serviços Mínimos Bancários e Microcrédito, oferece a possibilidade de analisar de uma forma integrada a situação portuguesa no que respeita à resposta das instituições financeiras ao desafio da inclusão. Crê-se que a integração neste trabalho destes três domínios constitui um aspeto de originalidade, potenciando uma visão mais clara sobre a situação portuguesa.

PALAVRAS-CHAVE: Literacia Financeira; Serviços Mínimos Bancários; Microcrédito; Instituições Financeiras; Inclusão Financeira.

#### REFERÊNCIAS

Banco de Portugal. (2010). *Relatório do Inquérito à Literacia Financeira da População Portuguesa*. Ed. Departamento de Supervisão Comportamental. Pp. 1-20

Caiado, A.C.& Caiado, J. (2006). *Gestão das Instituições Financeiras*. 1.ªed. Lisboa: Edições Sílabo, pp. 26- 92.

OCDE. (2006). Improving Financial Literacy: Analysis of Issues and Policies. *Financial Market Trends*,(2).

OECD. (2011). *Princípios do G20 para a proteção do consumidor de produtos financeiros*. Ed. Organisation for Economic Co-operation and Development. França

Rodrigues, J. (2012). *Gestão Estratégica das Instituições Financeiras*. Lisboa: Escolar Editora, pp. 94-159.

## A ÁRVORE DA VIDA E AS SUAS RELAÇÕES COM O PATRIMÔNIO IMATERIAL E O TURISMO NA REGIÃO MEIO-NORTE DO PIAUÍ, BRASIL

Heidi Gracielle KANITZ

Universidade Federal do Piauí |Brasil & Universidade Católica Portuguesa | Portugal

[heidikanitz@ufpi.edu.br](mailto:heidikanitz@ufpi.edu.br)

Henrique Manuel PEREIRA

**Originalidade:** A investigação busca analisar quais os contributos do patrimônio imaterial para a dinamização do turismo na região Meio-Norte do Piauí, que compreende os municípios de Ilha Grande, parnaíba, Luís Correia e Cajueiro da Praia, a partir do estudo da Carnaúba, considerada a Árvore da Vida.

**Metodologia / Abordagem:** A abordagem que fundamenta esta pesquisa é a qualitativa. Quanto aos fins caracteriza-se como exploratória, quanto aos meios define-se como bibliográfica e documental. No tocante à definição do universo e abrangência da pesquisa, será utilizado o critério não probabilístico do tipo intencional. A coleta de dados tem aporte nas pesquisas bibliográficas e documentais, em entrevistas semi estruturadas compostas por perguntas norteadoras provenientes dos objetivos específicos, acompanhada de registro fotográfico e de vídeo, incluindo a observação participante. Já a análise dos dados será fundamentada na análise de conteúdo, com pré-definição das categorias de análise a partir dos objetivos específicos. Os pressupostos teóricos estão centrados em dois capítulos: um que trata da conceituação e evolução do patrimônio cultural, com maior profundidade nos estudos do patrimônio imaterial, identidade e memória. O outro trata do turismo com sua caracterização, segmentação e interface com o patrimonio cultural.

**Conclusões / Resultados:** Dentre os resultados esperados para essa investigação, estão o levantamento das imaterialidades a partir da carnaúba com o registro das atividades e vivências da região, discutindo propostas de valorização e reconhecimento por parte da população. Espera-se desenvolver um repositório de imaterialidades centradas na carnaúba, além de descrever possibilidades de uso desse patrimônio pelo turismo a partir da criação de uma cartilha de experiências baseada nos diversos saberes provenientes da carnaúba, dando ênfase ao turismo experiencial, literário, criativo e pedagógico. Esta diversificação pode dinamizar o turismo da região, sendo agregada aos roteiros já existentes ou proporcionando o surgimento de novas rotas complementares ao turismo de sol e praia.

**Implicações:** Considerando a importância da carnaúba na composição da dinâmica econômica, histórica e social do estado do Piauí, torna-se relevante estudar as relações que compõem a teia do patrimônio cultural dessa região, enfatizando as imaterialidades existentes provenientes desse diálogo entre a Árvore da Vida e as múltiplas vidas que dela nascem e se desenvolvem. A investigação reveste-se de

importância para os estudos do patrimônio e para os estudos do turismo posto que, a partir de algumas questões norteadoras, pretende-se explorar como o território se desenvolveu a partir da carnaúba, destacando seus usos atuais, bem como suas fortalezas e fraquezas. A partir do levantamento de como a carnaúba tem sido estudada pelas diversas áreas, essa investigação tenciona ressaltar os seus valores artísticos e culturais, a sua importância na paisagem e a sua representatividade para os habitantes da região, enquanto símbolo, memória e identidade do povo piauiense. O registro das vivências provenientes dessa relação entre a carnaúba e o povo, e como se dá a sua representatividade nas mais diversas artes (literatura, música, dança, artesanato) trará um contributo para a valorização desse componente, o que pode auxiliar em estudos futuros e no desenvolvimento de novos nichos de mercado, a exemplo do turismo, a fim de contribuir não só cultural e socialmente como também economicamente com o fortalecimento da região.

**Originalidade:** Há diversas áreas que estudam a carnaúba, seus usos, efeitos e impactos: meio-ambiente, economia, engenharia de produção, engenharia de alimentos, arquitetura, construção civil, geografia, administração. No entanto, não há produções que vinculem o conhecimento acerca da árvore ao patrimônio imaterial, tampouco estudos que a relacionem com o turismo. Portanto, o ineditismo dessa proposta está na ênfase dada às imaterialidades vinculadas à carnaúba, bem como na possibilidade de utilização e conhecimento desse patrimônio por diferentes nichos de turismo, nomeadamente o experiencial, o pedagógico e o literário.

**PALAVRAS-CHAVE:** Carnaúba; Patrimônio Imaterial; Turismo de Experiências; Piauí.

#### REFERÊNCIAS

Barranha, H. (Org.) (2016). *Patrimônio cultural – conceitos e critérios fundamentais*. Lisboa: IST Press e ICOMOS-Portugal.

Cabral, C. B. (2011). *Patrimônio cultural imaterial – convenção da Unesco e seus contextos*. Lisboa: Edições 70.

Gaeta, C.; Panosso Netto, A. (2011). *Turismo de experiências*. São Paulo: SENAC.

Richards, G.; Wilson, J. (2007). *Tourism, creativity and development*. Oxon: Routledge,

Santos, F. (2007). *Turismo mosaico de sonhos: incursões sociológicas pela cultura turística*. Lisboa: Edições Colibri.



## A PERFORMANCE DA LOGÍSTICA E DA GESTÃO DA CADEIA DE ABASTECIMENTO NAS PEQUENAS EMPRESAS FAMILIARES – UM CONTRIBUTO PARA O ESTUDO

Rui MANSIDÃO

Escola Superior de Tecnologia de Setúbal, Instituto Politécnico de Setúbal | Portugal

[rui.mansidao@estsetubal.ips.pt](mailto:rui.mansidao@estsetubal.ips.pt)

**Objetivos:** Para fazer face aos novos paradigmas de mercado, os decisores procuram nas funções empresariais alicerces estratégicos capazes de fazer a adaptação dos produtos ou serviços às realidades ou necessidades do mercado, nomeadamente ao nível de custos, qualidade e disponibilidade, incrementando a competitividade face à concorrência. Vários investigadores, consideram que uma empresa altamente organizada, eficiente e estrategicamente perfilada para o mercado, ao nível dos seus processos intra-organizacionais, terá vantagens concorrenciais com o intuito de responder mais rapidamente e efetivamente ao mercado. Neste contexto, uma das funções organizacionais que se destaca é indubitavelmente a logística (Bagchi & Virum, 2000), constatando-se a sua presença na agenda da investigação na área das ciências empresarias e não só. Os trabalhos publicados debruçam-se sobre a análise das diversas intervenções e dimensões ao nível empresarial a logística, ou de uma forma inter-organizacional a designada *supply chain management* (Koh et al., 2007). Porém, uma das lacunas identificadas na literatura foi que a maior parte das investigações são delineadas ou orientadas para os estudos das cadeias logísticas de grandes empresas (Spillan et al., 2010), sendo escassas as investigações que se enquadram no ambiente específico das pequenas empresas familiares. O presente trabalho pretende efetuar uma abordagem sobre a Gestão Logística e da Cadeia de Abastecimento no universo das pequenas empresas familiares de forma a identificar as principais práticas logísticas que podem contribuir para a competitividade e desempenho organizacional de pequenas empresas familiares na região de Setúbal.

**Metodologia / Abordagem:** O modelo desenvolvido foi baseado na literatura existente, procurando-se identificar os principais constructos baseados em fatores que caracterizam a gestão logística e que tenham surgido como influenciadores do desempenho logístico (Mentzer et al., 1991) e da performance financeira das empresas de menor dimensão (Töyli et al., 2008). Com este cenário de fundo foi desenvolvido um quadro conceptual onde se definiram três eixos de análise, que são o desempenho logístico, definido como o grau de eficiência, eficácia e nível de serviço associado com a realização das atividades logísticas, a Competitividade, que representa a perceção do valor da logística face à concorrência e o Desempenho empresarial que representa a rentabilidade para os detentores do capital social da empresa. Para a parte empírica da investigação foram recolhidos dados num conjunto de três dezenas de empresas na região de Setúbal e Zona Metropolitana de Lisboa, recorrendo a um questionário

desenvolvido para o efeito. Os dados obtidos foram tratados com recursos ao software SPSS e à análise de equações estruturais.

**Conclusões / Resultados:** Os resultados obtidos permitirão responder às questões de investigação colocadas, nas quais serão testadas empiricamente as hipóteses subjacentes ao modelo concetual. Pretende-se que os resultados confirmem a importância do desempenho da função logística no desenvolvimento de vantagens concorrenciais e da performance organizacional das pequenas empresas de cariz familiar.

**Implicações:** Alicerçado nas componentes enunciadas anteriormente é proposto um modelo conceptual que permite preencher um campo onde existe uma carência de instrumentos metodológicos de pesquisa nesta área ao nível das pequenas e médias empresas. Com a parte empírica pretende-se compreender como a gestão do processo logístico pode influenciar o nível concorrencial e o desempenho organizacional nas empresas familiares da amostra em estudo.

**Originalidade:** Este trabalho encontra-se num campo de investigação onde são escassas as pesquisas que abordem a função logística num contexto de empresas de menor dimensão. O seu contributo é fornecer dados e conhecimento sobre a função logística nas pequenas e médias empresas familiares.

**PALAVRAS-CHAVE:** Logística; Competitividade; Performance Organizacional e Pequenas Empresas Familiares.

#### REFERÊNCIAS

Bagchi, P. K. & Virum, H. (2000). Logistics Competences in SME: The Norwegian Experience. *Supply Chain Forum: An International Journal* 1: 46-55.

Koh, S.C.L, Demirbag,M., Bayraktar,E., Tatoglu, E. & Zaim, S. (2007). The impact of supply chain management practices on performance of SMEs. *Industrial Management & Data Systems* 107: 103 – 124.

Mentzer, J.T. & Konrad, B.P. (1991). The efficiency/effectiveness Approach to Logistics Performance. *Journal of Business Logistics* 12: 33-62.

Spillan, J.E., Koh, J.W. & McGinnis, M.A. (2010). A Study of Logistics Strategies in Small versus Large U.S. Manufacturing Firms. *Journal of Transportation Management* Spring.

Töyli, J., Häkkinen, L., Ojala, L. and Naula, T. (2008). Logistics and financial performance: An analysis of 424 Finnish small and medium-sized enterprises. *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management* 38: 57-80.

## A PROTEÇÃO JURÍDICA DAS VIAGENS ORGANIZADAS E SERVIÇOS CONEXOS

Maria João MIMOSO

Universidade Portucalense, Instituto Jurídico Portucalense | Portugal  
[mjmarbitragem@gmail.com](mailto:mjmarbitragem@gmail.com)

André Melo de ALMEIDA

Daniela CASTRO

**Objetivos:** Em virtude do papel fulcral que o sector do Turismo assume na economia nacional e da escassa reflexão por parte da doutrina Portuguesa, propomo-nos analisar jurídica e criticamente a nova Diretiva 2015/2302 do Parlamento Europeu e do Conselho de 25 de novembro relativa às viagens organizadas e aos serviços de viagem conexos (transposta a 8 de março de 2018), discorrendo sobre o seu âmbito de proteção ao consumidor e suas principais inovações.

**Metodologia / Abordagem:** Dado tratar-se de um novo texto legal disciplinador das relações entre viajantes e empresas organizadoras de viagens, importará a utilização de uma metodologia jurídica, no caso uma análise semiótica, capaz de explicitar as estruturas significantes dos elementos do texto, determinando o seu alcance e, conseqüentemente, as implicações jurídicas para as partes envolvidas. Para uma maior explicitação recorrer-se-á, sempre que se achar conveniente, à elaboração de uma comparação jurídica ente a nova diretiva e a anterior (Diretiva 90/314/CEE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 13 de Junho, reguladora das viagens organizadas) de modo a evidenciar as limitações desta última e a superação das respetivas lacunas pelo novo regime jurídico.

**Conclusões / Resultados:** Perante o défice de proteção do consumidor viajante, a nova diretiva apresenta um leque de novas soluções, de extrema relevância, para o consumidor deste tipo de serviços. Por um lado, os direitos dos viajantes serão melhor tutelados, nomeadamente em sede de indemnização por incumprimento por parte dos operadores de turismo, cancelamento, assistência, de entre outras situações. Por outro, verificamos uma uniformização do conceito de viagens organizadas pondo fim às divergências da doutrina e da jurisprudência. Com a entrada em vigor da diretiva de 2015, passaremos a ter uma resposta mais eficaz e adequada ao crescente desenvolvimento do Turismo na Europa.

**Implicações:** O presente trabalho pretende analisar as implicações jurídicas do novo regime jurídico traçado pela Diretiva 2015/2302, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 25 de novembro de 2015, procurando evidenciar as mudanças e os direitos reconhecidos ao consumidor viajante, contribuindo para uma melhor interpretação do seu texto.

**Originalidade:** Em virtude da transposição da diretiva datar de março do corrente ano, evidencia-se a oportunidade da sua apresentação e respetiva interpretação,

demonstrando as suas implicações jurídicas, contribuindo para um profícuo diálogo entre os analistas da diretiva que provêm de diferentes áreas do conhecimento.

PALAVRAS-CHAVE: Diretiva; Viagem Organizada; Viajante; Operador; Turismo.

#### REFERÊNCIAS

Berenguer, C.A. (2016). Luces y sombras de la nueva directiva (ue) 2015/2302 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados. *International Journal of Scientific Management Tourism*. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5665890.pdf>

Bermúdez, M.S.B. (2012). El derecho de desistimiento en materia de viajes combinados. *Revista CESCO de Derecho de Consumo*. Disponível em <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/4042331.pdf>

Camacho, C.P. (2016). La información precontractual en el ámbito de los viajes combinados tras la directiva UE) 2015/2302 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de noviembre de 2015, relativa a los viajes combinados y a los servicios de viaje vinculados. *Revista de Derecho UNE*. Disponível em <http://e-spacio.uned.es/fez/view/bibliuned:RDUNED-2016-19-7190>

Machado, V., Vidal, J.A. & Café, A.P.R. (2017). A diretiva (ue) 2015/2302 do Parlamento Europeu e do Conselho na integração em rede da união europeia no setor do turismo. *Revista Internacional de Derecho del Turismo*. Disponível em <http://www.uco.es/ucopress/ojs/index.php/ridetur/article/view/6482/6070>

Mason, S. & Gatenby, M. (2016). The new package travel directive: the definition of package and assisted travel arrangement. *Travel Law Quarterly*. Disponível em <https://www.travellawquarterly.co.uk/wp-content/uploads/2017/01/gatenby-and-mason-1-final-with-page-numbers-tlq-online-2106-pdf.pdf>

## IS THE EUROPEAN STOCK MARKET ASYMMETRIC? EVIDENCE FROM THE EURONEXT 100 RETURNS

Raúl Daniel NAVAS  
ISCAL (IPL), NECE | Portugal  
[rdnavas@iscal.ipl.pt](mailto:rdnavas@iscal.ipl.pt)

Sónia R. BENTES  
Ana M. GAMA

**Aims:** We examine the temporal dependence of the returns to the EURONEXT 100, a representative European market, to determine if index returns volatility is asymmetric and, if so, which model describes this asymmetry best. This question is highly relevant because of the likely distinct responses to positive and negative shocks in markets. Our database spans from December 3, 2000 to December 18, 2015 totalling 4166 observations. Next, we compute the daily returns of the EURONEXT 100 as the log difference between prices  $t$  and  $t-1$  and use the standard deviation as a proxy to volatility.

**Methodology / Approach:** We employ the most widely used asymmetric conditional heteroskedasticity formulations: EGARCH, GJR/TGARCH, and the standard GARCH specifications in order to compare the results. While the GARCH model is symmetric and do not account for any asymmetric response to volatility shocks the EGARCH model introduced by Nelson (1991) and the GJR-GARCH model from Glosten et al. (1993) accommodate this characteristic of the data. Following two different approaches, these models try to capture the asymmetric nature of volatility. Thus, while EGARCH mainly relies on the non-negativity of the conditional variance by constraining it to a logarithmic function in order to capture asymmetries, the TGARCH/GJR-GARCH novelty arises from the inclusion of an extra term for negative lagged residuals. To discriminate between models we based on the information criteria.

**Conclusions / Results:** The results show that the stock index returns of EURONEXT 100 exhibit asymmetry. Moreover, the information criteria indicate that the best model to describe the data is EGARCH, followed by TGARCH and finally GARCH. This is in line with previous research on this subject which found evidence of asymmetries in stock market volatility for the Chinese stock markets, FTSE 100 spot and futures, IND (Jakarta Stock Exchange Index), and S&P 500, as well.

**Research implications:** Asymmetric effects are fundamental to stock market volatility. Considering their relevance, this study therefore examines the conditional volatility of returns to the EURONEXT 100, with a particular focus on the asymmetric properties of this market. This is important to understand the risk associated to stock

markets and can help managers to develop hedging policies or speculative strategies to cope with risk levels and the asymmetries associated with it.

**Originality:** This paper adds to the existing literature in three different ways: (i) it updates early researches on the subject; (ii) it focuses on an indice where there is some lack of studies on this topic; (iii) it presents a detailed comparative analysis between the EGARCH and GJR-GARCH approaches.

**KEYWORDS:** Asymmetry, EGARCH, T-GARCH, Stock Market Volatility

#### REFERENCES

Engle, R. F. (1982). Autoregressive Conditional Heteroscedasticity with Estimates of the Variance of United Kingdom Inflation. *Econometrica* 50 (4), pp. 987-1007.

Ferreira, N., Menezes, R., & Mendes, D. (2007). Asymmetric conditional volatility in international stock markets. *Physica A*, 382, pp. 73-80.

Nelson, D. (1991). Conditional heteroskedasticity in asset returns: A new approach. *Econometrica*, 59, pp. 347-370.

Glosten, L. Jagannathan, R. & Runke, D. (1993) Relationship between the expected value and the volatility of the nominal excess return on stocks, *Journal of Finance*, 48, pp. 1779-1801.

Zakoian, J. (1994). Threshold heteroskedastic models. *Journal of Economic Dynamics and Control*, 18, pp. 931-955.

## ELEMENTOS PATRIMONIAIS SEDEADOS EM *OFFSHORE*: UM ESTUDO DE CASO

Carla PEREIRA

Universidade do Algarve | Portugal

[carla.sf.pereira@gmail.com](mailto:carla.sf.pereira@gmail.com)

Lurdes VARELA

Eugénia FERREIRA

**Objetivos:** O interesse do presente trabalho é explicado no panorama internacional pelo caso Panamá Papers e a nível nacional pela reforma do Código do Imposto sobre o Rendimento das Pessoas Singulares, que veio clarificar o tratamento tributário dos rendimentos provenientes de estruturas fiduciárias no momento da sua extinção. Os principais objetivos passam por aferir a legitimidade do Estado português para a liquidação de imposto sobre o beneficiário efetivo de uma offshore e em caso afirmativo proceder à subsequente estimativa do valor devido. Tendo ainda como objetivos complementares o apuramento de eventuais implicações penais e do enquadramento em termos de sistemas de troca automática de informações atualmente em vigor.

**Metodologia / Abordagem:** Tomando como referência o enquadramento jurídico legal e tributário nacional e internacional e revisão de literatura sobre a temática adotamos a metodologia de Estudo de Caso para analisar a existência de rendimentos provenientes de uma offshore sediada no Panamá obtidos por um indivíduo de nacionalidade portuguesa residente no Brasil o qual dispõe da propriedade de um imóvel situado em Portugal sem que, no entanto, aqui habite com carácter de regularidade. O horizonte temporal estudado encontra-se compreendido entre os anos de 2005 e 2015. Respeitando o que refere Morais R. D. (2005, p.289) sobre o “princípio da personalidade jurídica dos entes coletivos criados por força da lei de outros estados”, não se trata de forçar uma tributação direta sobre as *offshores*, mas sim, testar a aplicação sobre o beneficiário efetivo da norma geral anti abuso constante no art.º 20.º do CIRS em conformidade com o art.º 66.º do CIRC, admitindo para o efeito a existência de um Trust normalmente utilizado, segundo Marty-Nelson, E. (1996, p.400), para ocultar o verdadeiro beneficiário. O pressuposto de residência num país terceiro permite uma abordagem ao mais recente mecanismo de troca automática de informação à escala global, o *Common Reporting Standard*.

**Conclusões / Resultados:** Concluímos que embora o beneficiário da entidade esteja registado como residente no Brasil, de acordo com o conceito de residência constante na legislação portuguesa e pela convenção existente entre os dois países, Portugal tem legitimidade para tributar os rendimentos obtidos através da estrutura fiduciária por aplicação do Código sobre o Rendimento das Pessoas Singulares e do Código do Imposto do Selo, tendo sido possível determinar o seu quantitativo. Outra das conclusões foi a de que a regularização fora do prazo dos rendimentos apurados

sujeitos a tributo é punível como crime de Fraude Fiscal Qualificada. Podendo, no entanto, esta ficar suspensa não obstante a obrigação de entrega do imposto devido. Concluiu-se ainda que mantendo-se o beneficiário registado como não residente em Portugal não existem mecanismos de troca de informação internos ou externos que denunciem a legitimidade do Estado português em arrecadar o imposto estimado neste trabalho.

**Implicações:** Dada a escassa investigação aplicada existente versando o tema estudado, e com idênticos pressupostos, pode constituir base para trabalhos futuros e ou comparados com outras jurisdições. De igual modo, pode constituir um modelo de referência para situações similares.

**Originalidade:** O trabalho sendo original procura complementar o enquadramento jurídico-tributário com a quantificação dos tributos e demais obrigações devidas.

**PALAVRAS-CHAVE:** Fiscalidade; *Offshores*; Paraísos Fiscais; Trusts; Estruturas fiduciárias.

#### REFERÊNCIAS

Cordeiro, A. (2016). *Do Trust no Direito Civil*. 2.<sup>a</sup> ed. Coimbra: Almedina. ISBN 9789724053301. 1314 p.

Knobel, A., & Meinzer, M. (2014). "The End of Bank Secrecy"? Bridging the Gap to Effective Automatic Information Exchange. (Novembro, 2014). Disponível em: <https://ssrn.com/abstract=2943979>

Marty-Nelson, E. (1996). Taxing Offshore Asset Protection Trusts: Icing on the cake? *Virginia Tax Review* 15(3). 399-446. Disponível em: [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1120902](http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1120902)

Morais, R. D. (2005). *Imputação de Lucros de Sociedades não Residentes Sujeitas a um Regime Fiscal Privilegiado*. Porto: Universidade Católica, 2005. ISBN 972-8069-60-X. 669 p.

OECD (2015), *Model Tax Convention on Income and on Capital 2014* (Full Version), OECD Publishing, Paris, <http://dx.doi.org/10.1787/9789264239081-en>.



## EL IMPACTO DEL INTERNET DE LAS COSAS EN EL MARKETING DIGITAL

José RAMÓN-SAURA

Universidad Rey Juan Carlos | España

[joseramon.saura@urjc.es](mailto:joseramon.saura@urjc.es)

Ana REYES-MENÉNDEZ

Pedro PALOS-SÁNCHEZ

**Objetivos:** El Internet de las cosas es una tecnología omnipresente que está creciendo rápidamente a pesar de que muchos la consideran todavía en su infancia (Deloitte, 2014). Otros autores como Gubbi et al. (2013) y Yan et al. (2008) defienden que esta tecnología está dando forma a Internet del Futuro, un Internet totalmente integrado (Mattern y Floerkemeier, 2010; Maney, 2015). El objetivo de esta investigación es ampliar el conocimiento de Internet de las cosas, discutiendo sus ventajas y desventajas y sus implicaciones para las empresas, instituciones, usuarios y sociedad en general. Se pretende proporcionar información sustancial sobre el alcance de los dispositivos interconectados para apoyar a los ejecutivos interesados en la gestión estratégica y práctica del marketing digital.

**Metodología / Enfoque:** La metodología utilizada en la investigación ha sido una revisión sistemática de la literatura. Para ello se han consultado las principales bases de datos científicas: Scopus, PubMed, PsYINFO, ScienceDirect y Web of Science. En las búsquedas se han utilizado operadores booleanos AND o OR, y viceversa. Se han seleccionado aquellas obras que contenían las palabras clave “Internet de las cosas” “Digital marketing” y también “M2M” y “Iot” en el título y el resumen. El proceso de revisión sistemática de literatura ha permitido obtener una visión sobre el Internet de las cosas y su aplicación al Marketing digital desde una perspectiva generalizada atendiendo a las principales obras que han tratado esta temática.

**Conclusión / Resultados:** Esta tecnología ofrece múltiples oportunidades para el marketing digital. Las comunicaciones integradas de marketing se han visto mejoradas a través del Internet de las cosas combinado con el uso de las Redes Sociales. Igualmente, la forma en que se recopilan los datos ha cambiado. Debe existir una mayor concienciación sobre seguridad por ambas partes. Los profesionales de marketing digital deben asegurar la confidencialidad de los datos y aumentar su concienciación sobre la ciber seguridad y posibles amenazas. Los consumidores deben informarse de lo que las empresas harán con esos datos. El Internet de las cosas se convertirá en una herramienta poderosa para las estrategias de marketing digital de las empresas.

**Implicaciones:** Los responsables de formular políticas regulatorias pueden considerar las conclusiones para anticiparse a las consecuencias del uso del Internet de las Cosas para el Marketing Digital y así evitar daños a empresas, instituciones, usuarios y la sociedad en general. Los profesionales de marketing pueden encontrar

utilidad en los resultados de la investigación para desarrollar sus estrategias e integración del Internet de las cosas en sus prácticas de marketing digital.

**Originalidad:** El Internet de las cosas y su combinación con el marketing digital son dos fenómenos que han recibido atención por parte de la comunidad científica recientemente pero su rápida evolución requiere de investigaciones que revisen las publicaciones previas y lo combinen con los últimos hallazgos para comprenderlo de forma global y así llenar ese research gap existente en la literatura.

**PALABRAS-CLAVE:** Internet of things; Digital marketing; Technology; Iot; M2M.

#### REFERENCIAS

Deloitte (2014). *How the technologies become harmful for individual, society, nation and global humanity*. Deloitte AG.

Gubbi, J., Buyya, R., Marusic, S., and Palaniswami, M. (2013). Internet of Things (IoT): A Vision, Architectural Elements, and Future Directions. *Future Generation Computer Systems*, 29(7), 1645-1660. DOI:10.1016/j.future.2013.01.010

Maney, K. (2015). *Meet Kevin Ashton, Father of the Internet of Things*, available at <http://www.newsweek.com/2015/03/06/meet-kevin-ashton-father-internet-things-308763.html> (accessed 18 February 2015)

Mattern, F., and Floerkemeier C. (2010). From the Internet of Computers to the Internet of Things. In: Sachs K., Petrov I., Guerrero P. (eds) *From Active Data Management to Event-Based Systems and More. Lecture Notes in Computer Science*, 242--259. Springer, Berlin, Heidelberg. DOI:10.1007/978-3-642-17226-7\_15

Yan, L., Zhang, Y., Yang, L.T., and Ning, H. (2008). *The Internet of Things: From RFID to the Next Generation Pervasive Networked Systems* (Hardback) – Routledge.

## EL IMPACTO DE LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA FINANCIACIÓN DEL TURISMO CULTURAL: LAS REDES SOCIALES Y EL CROWDFUNDING

Ana REYES-MENÉNDEZ

Universidad Rey Juan Carlos | España

[Ana.reyes@urjc.es](mailto:Ana.reyes@urjc.es)

José RAMÓN-SAURA

Pedro PALOS-SÁNCHEZ

**Objetivos:** Los avances tecnológicos han cambiado la forma en que se financian los proyectos empresariales. La economía de las plataformas y las redes sociales han creado nuevas oportunidades para obtener capital cuando las fuentes tradicionales de financiación no son suficientes. El objetivo de esta investigación es ampliar el conocimiento del Crowdfunding como nueva tecnología al servicio de la sostenibilidad del Turismo cultural y las Redes Sociales como medio de difusión, discutiendo sus ventajas, desventajas y sus implicaciones para las empresas, instituciones, usuarios y sociedad en general.

**Metodología / Enfoque:** La metodología utilizada en la investigación ha sido una revisión sistemática de la literatura. Para ello se han consultado las principales bases de datos científicas: Scopus, PubMed, PsyINFO, ScienceDirect y Web of Science. En las búsquedas se han utilizado operadores booleanos AND o OR, y viceversa. Se han seleccionado aquellas obras que contenían las palabras clave “Cultural tourism”, “Crowdfunding” y también “Heritage” y “Sustainable” en el título y el resumen. El proceso de revisión sistemática de literatura ha permitido obtener una visión sobre el Crowdfunding y su aplicación al Turismo cultural desde una perspectiva generalizada atendiendo a las principales obras que han tratado esta temática a través de un análisis exploratorio.

**Conclusión / Resultados:** La tecnología está jugando un papel importante para en la sociedad, ofreciendo múltiples oportunidades para el turismo. A su vez existe un creciente interés por parte de la sociedad hacia el crowdfunding que se presenta como una alternativa a la financiación público-privada tradicional puesto que son los usuarios los que tienen el poder de decidir dónde destinan sus donaciones. En este contexto, las redes sociales son una fuente de tráfico importante para la financiación sostenible del turismo cultural a través del Crowdfunding. Justamente dicho tráfico recibido a la página del proyecto de crowdfunding o el número de seguidores que tenga el proyecto en Redes Sociales van a ser elementos clave que determinen el éxito del proyecto. También se presentan como factores de éxito, la resolución de las imágenes, la calidad de la descripción, el enfoque caritativo del proyecto y un objetivo poco ambicioso son claves a la hora de conseguir la financiación esperada en redes sociales.

**Implicaciones:** Para garantizar la sostenibilidad en el largo plazo del patrimonio y del turismo cultural es necesario que su financiación sea sostenible, es decir que pueda

estar disponible para las generaciones futuras. El crowdfunding se presenta por lo tanto como una opción a ser tenida en cuenta por los profesionales del marketing digital, los responsables de crear la legislación que lo regule, los propietarios (públicos o privados), los ciudadanos y la sociedad en general. Todos ellos pueden apoyarse en los resultados de la investigación para utilizar la tecnología a través de las Redes sociales y el crowdfunding en favor de la sostenibilidad del turismo cultural.

**Originalidad:** Las nuevas tecnologías han recibido atención destacable por parte del Sector turístico. A pesar de ello, son muchas las tecnologías disponibles y múltiples sus aplicaciones siendo necesario combinar los últimos avances tecnológicos con las publicaciones previas. En esta investigación se han incluido ambos aspectos de forma original para llenar el vacío existente en la literatura previa sobre Redes sociales y Crowdfunding.

**PALABRAS-CLAVE:** Crowdfunding; Redes Sociales; Turismo Cultural; Patrimonio; Sostenibilidad.

#### REFERENCIAS

Beier, M., Wagner, K., (2015) *Crowdfunding Success: A Perspective from Social Media and E-Commerce*. Thirty Sixth International Conference on Information Systems, Fort Worth 2015

Li, H., Wang, Z., Fang, B., and Liu, Y. (2016) Factors Affecting the Performance of Tourism Crowdfunding Projects: An Empirical Study. *Information and Communication Technologies in Tourism*, pp. 143-156. doi:10.1007/978-3-319-28231-2\_11

Saura, J.R., Palos-Sánchez, P. and Reyes-Menendez, A. (2017) *Marketing a través de Aplicaciones*

Móviles de Turismo (Mtourism). Un estudio exploratorio. *International Journal of World of Tourism*, 4 (8), pp. 45-46

Wang, Z., Li, H. and Law, R. (2017) Determinants of Tourism Crowdfunding Performance: An Empirical Study. *Tourism Analysis*, 22 (3) pp. 323-336 <https://doi.org/10.3727/108354217X14955605216078>

Zvilichovsky, D., Danziger, S., and Steinhart, Y. (2017) Making-The-Product-Happen: A Driver of Crowdfunding Participation. *SSRN Electronic Journal*. doi:10.2139/ssrn.3080233

## PAISAGEM URBANA EDIFICADA NOS PERCURSOS TURÍSTICOS PEDONAIS DAS CIDADES DE PORTIMÃO E LOULÉ: IDENTIDADE E DIVERSIDADE CULTURAL DE ESPAÇOS HISTÓRICOS

Ana RODRIGUES

FE Universidade do Algarve | Portugal

[a51489@ualg.pt](mailto:a51489@ualg.pt)

Manuela ROSA

Éfigénio REBELO

**Objetivos:** O objetivo deste estudo consiste na caracterização da paisagem urbana edificada de dois percursos pedonais: percurso pedonal Rota Acessível de Portimão e os percursos pedonais “Património” e “Comércio” da cidade de Loulé.

**Metodologia / Abordagem:** Este estudo desenvolve-se no âmbito de um doutoramento em turismo, tendo como tema o turismo cultural acessível nas cidades de Portimão e de Loulé. Cada vez mais, as rotas culturais são consideradas elementos inovadores, competitivos para o desenvolvimento do património cultural e do turismo (UNTWO, 2015; Oikonomopoulou et al., 2017; Roders & van Oers, 2011). As rotas ou itinerários culturais consistem em produtos turísticos desenvolvidos em função dos recursos territoriais de um determinado local (Carmona et al., 2017). A metodologia aplicada consiste primeiramente, numa base teórica de revisão de literatura em temáticas interdisciplinares alusivas a arquitetura urbana, ao planeamento urbano, ao património, ao turismo e ao turismo cultural. Posteriormente, para a obtenção de dados caracterizadores efetuaram-se visitas de estudo aos percursos em causa. Estas foram efetuadas em função da observação exploratória não participativa, relativamente ao edificado dos dois percursos. Os dados são de proveniência qualitativa e quantitativa. Em relação às tipologias arquitetónicas recorre-se à proposta desenvolvida por Isabel Raposo (2007) para a cidade de Loulé. Com esta informação qualitativa procedeu-se à inventariação do edificado com valor patrimonial existente ao longo das duas rotas objeto de estudo.

**Conclusões / Resultados:** Com este trabalho pode-se concluir que é possível caracterizar a paisagem urbana de uma área histórica a partir de percursos pré-estabelecidos, como são os casos das rotas de caráter turístico. Os resultados apresentados revelam que estas rotas turísticas têm ambientes arquitetónicos e urbanos de grande valor patrimonial, tendo conseqüentemente um papel importante na divulgação do património cultural material e imaterial, bem como da identidade e diversidade da cultura local. Os processos de implementação de percursos pedonais de caráter turístico, e de preservação dos ambientes arquitetónicos e urbanos podem ser considerados instrumentos de desenvolvimento do turismo cultural e acessível com qualidade.

**Implicações:** Este estudo poderá contribuir para o entendimento da importância das rotas turísticas na preservação do património arquitetónico e urbano de um determinado espaço histórico. Sendo fundamental para o desenvolvimento urbano sustentável a articulação com o turismo cultural: interligação de conceitos cultura, acessibilidade, planeamento urbano, património, arquitetura, turismo e economia.

**Originalidade:** A originalidade deste estudo está na análise de rotas pedonais segundo uma abordagem interdisciplinar que concilia diferentes áreas, nomeadamente, a arquitetura, o planeamento urbano e o turismo. Assim, se contribui para a análise de medidas inovadoras, implementadas para um desenvolvimento local sustentável.

**PALAVRAS-CHAVE:** Património Arquitetónico; Paisagem Urbana; Património; Sustentabilidade; Turismo Cultural e Acessível.

#### REFERÊNCIAS

Carmona, F.; Tabales, J., & Ocerín, J. (2017). La informacion de un producto turístico la Ruta de La Batalla de Munda. *International Journal of Scientific Management and Tourism*, 3(2), 175-190.

Oikonomopoulou, E.; Delegou, E.; Saya, J., & Moropoulou, A. (2017). An innovative approach to the protection of cultural heritage: the case of cultural routes in Chios island, Greece. *Journal of Archaeological Science Reports*, 14, 742-757

Raposo, I. (coord.) (2007). *Guia da reabilitação e construção. Cidade de Loulé*. Loulé. Faculdade de Arquitectura da Universidade Técnica de Lisboa, Câmara Municipal de Loulé.

Roders, A. & van Oers, R. (2011). Editorial: bridging cultural heritage and sustainable development. *Journal of Cultural Heritage Management and Sustainable Development*, 1 (1), 5-14.

UNTWO (2015). Cultural Routes and Itineraries. *World Tourism Organization*, Madrid, Espanha.

## GAMIFICATION: UMA FERRAMENTA PARA A CRIATIVIDADE EM CONTEXTO ORGANIZACIONAL

Marta Correia SAMPAIO  
ISLA Santarém | Portugal  
[martamotasampaio@gmail.com](mailto:martamotasampaio@gmail.com)

Renato Lopes da COSTA  
António Luís DIONÍSIO

**Objetivos:** O presente artigo tem como objetivo apresentar uma consistente revisão de literatura sobre as práticas organizacionais, especialmente as de gestão de recursos humanos, alavancadoras da criatividade na organização, fornecendo ainda um referencial teórico que explique e sumarie o conceito de Gamification explorando esta dinâmica organizacional como ferramenta potenciadora de criatividade, pretende-se também apresentar sugestões para futuras investigações sobre o tema num contexto empírico de estudos de caso, entre outros desígnios.

**Metodologia / Abordagem:** O artigo reflete sobre as temáticas da Criatividade na organização e Gamification e o seu estado de arte, fazendo uma ligação a um caso prático investigado por Kappen et al (2016) que traduz uma situação organizacional que ilustra os principais elementos discutidos. Abordando as práticas organizacionais, especialmente as de gestão de recursos humanos e fazendo a sua interligação à Gamification enquanto “ferramenta para transformação do ambiente organizacional” (Maan, 2013), através das dinâmicas de jogos aplicadas nas empresas. O caso prático ilustrativo desta situação é o da aplicação do CLEVER, um sistema de Gestão do Conhecimento “gamificado”, na Neusta Software Development, GmbH, empresa alemã da área das tecnologias de informação.

**Conclusões / Recomendações:** Este trabalho contribuiu para aprofundar o conhecimento acerca das práticas estratégicas de gestão de recursos humanos para a criatividade e inovação e também para um melhor entendimento do que é a Gamification e do papel que esta pode ter nas empresas enquanto plataforma facilitadora de práticas organizacionais. Na sequência da análise ao artigo de Kappen et al (2016) e do seu relacionamento com a revisão de literatura efetuada, fica explícito que para algumas das práticas de gestão de recursos humanos com vista à criatividade para a inovação mencionadas por Binyamin e Carmeli (2010) a Gamification dos sistemas parecer ser uma ferramenta a considerar, a motivação para dar contributos relativamente ao conhecimento e o estreitamento de laços relacionais dentro da organização foi percecionada pelos jogadores que participaram no focus group como uma vantagem da utilização do jogo, o que, paralelamente à sensação de autorrealização e diversão que sentiram pode ser entendido como um sinal positivo da utilização deste tipo de ferramentas quando se buscam contributos criativos por parte dos elementos da organização.

**Implicações:** Para além da tremenda atualidade do tema da Gamification, este trabalho traz uma nova abordagem à temática, demonstrando que a utilização do jogo em contexto de não jogo poderá ser um aliado poderoso para a gestão de recursos humanos ao nível da motivação individual e do estabelecimento de uma cultura para a criatividade e inovação. Este estudo vem demonstrar a necessidade de se aprofundar a investigação relativamente à utilização da Gamification enquanto prática organizacional ligada à gestão de pessoas bem como à utilização desta ferramenta na gestão do conhecimento das organizações.

**Originalidade:** A Gamification, apesar de cada vez mais utilizada pelas empresas, é um tema de investigação ainda muito recente especialmente no que às práticas de gestão de recursos humanos diz respeito, este trabalho permite identificar caminhos para trabalhos futuros nesta área, especialmente em Portugal onde ainda não existem muitas investigações nesta área.

**PALAVRAS-CHAVE:** Criatividade; Gamification; Inovação

#### REFERÊNCIAS

Binyamin, G., & Carmeli, A. (2010). Does structuring of human resource management processes enhance employee creativity? The mediating role of psychological availability. *Human Resource Management*, 49(6), 999-1024.

Kappen, D.L, Elm, D., Nacke E. L. & Todello, F.G. (2016). *CLEVER: Gamification and Enterprise Knowledge Learning*. *Actas da CHI PLAY'16*, October 16-19, 2016, Austin, Texas, USA. ACM 978-1-4503-4458-6/16/10. <http://dx.doi.org/10.1145/2968120.2987745>, acedido em 10/01/2017.

Maan, J. (2013). Social Business Transformation through Gamification. *International Journal of Managing Information Technology (IJMIT)*, Vol.5, No.3, Agosto 2013. ISS2278-5612. DOI 10.512/ijmit.2013.5302

Wang, Y., & Wang, L. (2016). Self-construal and creativity: the moderator effect of self-esteem. *Personality and Individual Differences*, 99, 184-189. Doi: 10.1016/j.paid.2016.04.086

Zehir, C., Gurol, Y., Karaboga, T., & Kole, M. (2016). Strategic human resource management and firm performance: the mediating role of entrepreneurial orientation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235, 372-381. Doi: 10.1016/j.sbspro.2016.11.045



## LIDERANÇA E COMPROMETIMENTO – A INFLUÊNCIA DA LIDERANÇA NO COMPROMETIMENTO NA UALG

Ana Cristina SANTOS

Universidade do Algarve, ESGHT | Portugal

[acsantos@ualg.pt](mailto:acsantos@ualg.pt)

Ileana MONTEIRO

**Objetivos:** O objetivo deste estudo foi evidenciar a existência de diferentes percepções sobre os estilos de liderança e de comprometimento dos trabalhadores da UALG, docentes e não docentes, e como a liderança pode influenciar o seu grau de comprometimento com a instituição.

**Metodologia / Abordagem:** Foi construído um questionário que congregou a adaptação de quatro escalas previamente validadas para avaliar quatro constructos: A liderança e o bem-estar, a relação LMX (Leader-Member Exchange) e o comprometimento. Teve como alvo todos os trabalhadores, docentes e não docentes, da Universidade do Algarve, Penha, Gambelas e Portimão, que se traduziu em 850 questionários enviados via eletrónica e 54 efetuados presencialmente (cantinas, bares e residências). Foram validados 241 questionários, distribuídos por 174 (72,2%) trabalhadores do género feminino e por 67 (27,8%) do género masculino, dos quais 40% são docentes e 60% não docentes. Os dados foram tratados em SPSS (Versão 21) e recorreu-se ao software AMOS para realizar a *path analysis* que permitiu construir de dois modelos: Modelo A (Relação entre a liderança e comprometimento-docentes) e Modelo B (Relação entre a liderança e comprometimento-não docentes).

**Conclusões / Resultados:** As quatro hipóteses formuladas foram todas aceites e permitiram confirmar a existência de diferentes percepções de estilos de liderança, pelos trabalhadores da Universidade do Algarve, independentemente do grupo profissional ou local de trabalho; foi também evidenciada a existência de diferentes formas de comprometimento e a sua dependência da percepção do estilo de liderança. Com os resultados obtidos, através da aplicação do Modelo A, podemos afirmar que para o grupo de trabalhadores docentes são as dimensões transparência e processamento equilibrado, mediadas pela variável LMX, as que influenciam o grau de comprometimento afetivo, revelando assim a importância da qualidade da relação entre o líder e o liderado e a sua influência no grau de comprometimento com a instituição. Com os resultados obtidos, através da aplicação do Modelo B, é possível afirmar que para o grupo de trabalhadores não docentes são as dimensões moral/ética, processamento equilibrado e autoconsciência, mediadas pela variável tarefa, que influenciam o grau de comprometimento afetivo, no entanto, para este grupo profissional é a qualidade da tarefa que lhe é atribuída, a principal responsável pelo comprometimento com a instituição. Podemos ainda afirmar que, quando avaliado o grau de comprometimento afetivo tendo em conta o local de trabalho (unidade

orgânica universitária/politécnica/serviços), os trabalhadores das unidades orgânicas universitárias dão maior importância à dimensão autoconsciência enquanto que para os trabalhadores das unidades orgânicas politécnicas e os Serviços é a qualidade da relação LMX que maior relevância possui.

**Implicações:** Este é um estudo que aborda um tema atual e de suma importância para a gestão de qualquer empresa ou instituição, mas principalmente a gestão das instituições de ensino superior público, pelo que acredito que possa contribuir e incentivar novos estudos. Este estudo contribuirá para alertar os dirigentes, em particular da Universidade do Algarve, para a necessidade de “olhar” para a liderança de uma forma mais atenta, fomentando uma atitude de maior participação de todos os grupos profissionais e, conseqüentemente, o compromisso com a unidade orgânica, serviço, em suma com a Instituição, encontrando formas de premiar quem “veste a camisola” e contribui para o reconhecimento e sucesso da Instituição.

**Originalidade:** Este estudo vem preencher uma lacuna encontrada aquando da pesquisa bibliográfica, não tendo sido identificados estudos na Universidade do Algarve com os mesmos constructos, Liderança e Comprometimento e a sua influência, aplicados ao corpo docente e não docente, em simultâneo. Não foram igualmente encontrados estudos com os referidos constructos e grupo de trabalhadores, em simultâneo, noutras instituições de ensino superior público.

**PALAVRAS-CHAVE:** Liderança; Comprometimento; Universidade do Algarve; Docentes; Não Docentes.

#### REFERÊNCIAS

Cunha, M.P., Rego, A., Cunha, R.C., Cabral-Cardoso, C. (2007). *Manual de comportamento organizacional*. Revisto e atualizada. Lisboa: Editora RH.

Graen, G. B. (2006). *Sharing Network Leadership*. Volume 4 in LMX Leadership. University of Louisiana. Greenwich, Connecticut. George B. Graen & Joni A. Graen Associates. IAP Information Age Publishing.

Jago, A. G. (1982). Leadership: Perspectives in theory and research. *Management Science*. 28(3): 315-336.

Marques, C.A.; Pina e Cunha, M. (1996). *Comportamento organizacional e gestão de empresas*. Lisboa: Publicações Dom Quixote.

Monteiro, I.P. (2005). Percepção do comportamento do líder inovador pelos seus subordinados. *Revista Encontros Científicos*. Disponível em: <http://sapiencia.ualg.pt/handle/10400.1/1452>.

## COM HANS CHRISTIAN ANDERSEN NA SUA «VISITA A PORTUGAL»

Ana Cláudia SILVA

Associação Portuguesa de Literatura Comparada-ICLA & Universidade de Évora, CEL- | Portugal

[anabssilva@gmail.com](mailto:anabssilva@gmail.com)

**Objetivos:** Conceber um itinerário baseado n' Uma Visita a Portugal em 1866 do escritor dinamarquês Hans Christian Andersen (1805-1875), a fim de evidenciar a importância da conexão entre turismo e literatura, nomeadamente, através da exploração de lugares referenciados na obra e que promovem a valorização do património cultural português.

**Metodologia / Abordagem:** Partindo da análise do trajeto efetuado por Hans Christian Andersen que parte de Bordéus e passa por Madrid até chegar à capital portuguesa, esta comunicação visa reproduzir a passagem do autor por Portugal, através das diferentes localidades que visitou e que descreve: Lisboa, Setúbal, Aveiro, Coimbra e Sintra. Constituídos lugares literários, estes locais promovem a conceção de um itinerário que alia a leitura à experiência turística e cuja relação decorre da motivação inerente ao conceito de turismo literário em que é possível interligar a visita a locais relacionados com o interesse pela literatura.

**Conclusões / Resultados:** Mediante uma bolsa destinada à escrita, Hans Christian torna-se um dos maiores viajantes do século XIX, sendo um dos primeiros turistas a visitar Portugal, que considera um “[...] país longínquo e belo, onde [se] tinha sentido tão bem como na [sua] pátria [...]” (Andersen, 2015, p. 103). Os lugares, descritos neste diário de viagem e enriquecidos com detalhes visuais, acontecimentos, impressões e estados de alma, potenciam o mapeamento de visitas turísticas, acompanhadas por apontamentos históricos, antropológicos e filosóficos que o autor vai fazendo e que contextualizam a experiência dos leitores-turistas. A proposta do itinerário alia, por conseguinte, a descrição literária que Andersen faz da sua estadia em Portugal com a sua implicação turística, ao proporcionar a descoberta de lugares enunciados na narração, deixando o convite para que os mesmos sejam visitados.

**Implicações:** Esta investigação contribui, por um lado, para a valorização do património cultural português, designadamente, a sua história, tradições, monumentos e também a sua paisagem e, por outro, favorece o melhor conhecimento de um autor, mundialmente reconhecido e que está associado ao Dia Internacional do Livro Infantil, devido ao contributo dado à literatura infanto juvenil.

**Originalidade:** Articulando literatura e turismo, “[...] que transportam transitoriamente o indivíduo para fora da sua realidade habitual, criando oportunidades para conhecer e viver outras vidas, noutros espaços [...]” (Quinteiro & Baleiro, 2017, p. 20), este estudo propõe o delinear de um passeio turístico singular e variado, alicerçado no relato de Hans Christian Andersen e que é marcado por

encontros e reencontros, os quais unem leitores e turistas na descoberta de lugares numa Visita a Portugal.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo e Literatura; Passeio Turístico; Lugares Literários.

#### REFERÊNCIAS

Andersen, H. C. (2015). *Uma visita a Portugal em 1866*. Sintra: Feitoria dos Livros.

Barros, V. (2015). *Turismo em Portugal*. Lisboa: Fundação Francisco Manuel dos Santos.

Duarte, S. (1995). *Andersen e a sua obra*. Lisboa: Livros Horizonte.

Quinteiro, S. & Baleiro, R. (2017). *Estudos em literatura e turismo: Conceitos fundamentais*. Lisboa: Faculdade de Letras da Universidade de Lisboa.



## BUILDING BRIDGES BETWEEN RESOURCE-BASED THEORY AND INTERNATIONAL MARKETING RESEARCH

António Nunes da SILVA

University of Évora, CEFAGE | Portugal

[ansylva@fa.uevora.pt](mailto:ansylva@fa.uevora.pt)

**Aims:** The aim of the conceptual paper is to provide a better understanding about the link between Resource-Based Theory (RBT)<sup>1</sup> and International Marketing. RBT has increased in the last decade and it has provided a theoretical foundation to examine the role of marketing resources and capabilities as crucial drivers of a firm's business strategy in building a competitive advantage in foreign markets. IM activities has been an issue concern firms due to the fact that it offers profit and growth opportunities, economies of scale, diversify business risks, gain expertise and know-how and improve competitive advantage. We set out the main marketing resources available to a firm<sup>2</sup> and capabilities<sup>3</sup>, that potentially have influence in internationalization. Barney noted that RBT and marketing have enjoyed a "rich conversation". We extend this conversation to apply RBT to a review of the contemporary IM literature. This paper focuses on the application of RBT in IM, underlining its importance in order to explain the achievement of CA<sup>4</sup> and better firm performance.

**Methodology / Approach:** The paper presents results of an exploratory research analysis of RBT and IM articles published in the international journals on different databases (Scopus, Scholar Google, Emerald, Direct Elsevier). We conduct a literature review of the application of RBT in IM research, analysing works where RBT and IM approach overlap.

**Conclusions / Results:** This paper reinforces the role of the RBT in IM research verifying whether MktR and DC can be a source of competitive advantage in foreign choice and entry mode that is one of the most critical decisions in firms' internationalization strategy. A firm's ability to develop relationship network can be salient for enhancing performance when entering new markets<sup>5</sup>; Market knowledge and knowledge transfer are fundamental to internationalization<sup>6 7</sup>; MktR to export: scales, experiential and structural resources<sup>8</sup>; MktC help firms achieve higher international performance<sup>9</sup>. Managerial Capabilities (vision and leadership)<sup>10</sup>; Reputational Capabilities (corporate reputation and brand equity)<sup>11</sup>; Innovation Capabilities (processes, products or R&D).<sup>12</sup>

**Research implications:** This analysis tries to offer insights on how to improve the use of RBT in IM and suggests research directions to advance in-depth analysis and empirical testing of RBT in the future.

**Originality:** Generally, RBT has been applicated in IB<sup>13</sup> through strategic management. The RBT literature in marketing is fragmented. The connection between RBT and IM

can explain holistically the achievement of competitive advantage and better firm performance in foreign markets.

**KEYWORDS:** Resource-Based Theory; Resources; Dynamic Capabilities; International Marketing

#### REFERENCES

Barrales-Molina, V., Martínez-López, F. J., & Gázquez-Abad, J. C. (2014). Dynamic Marketing Capabilities: Toward an Integrative Framework. *International Journal of Management Reviews*, 16(4), 397-416.

Davcik, N. & Sharma, P. (2016). Marketing resources, performance, and competitive advantage: A review and future research directions. *Journal of Business Research*, 69(12), 5547-5552.

Feng, H., Morgan, N. A., & Rego, L. L. (2017). Firm capabilities and growth: the moderating role of market conditions. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 45(1), 76-92.

Kozlenkova, I. V., Samaha, S. A., & Palmatier, R. W. (2014). Resource-based theory in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 42(1), 1-21.

Tan, Q., & Sousa, C. M. P. (2015). Leveraging marketing capabilities into competitive advantage and export performance. *International Marketing Review*, 32(1), 78-102.

---

<sup>1</sup> As an alternative to RBV, we use the term RBT following Barney et al. (2011) that “there are strong indications that RBT has reached maturity as a theory” as well the Kozlenkova et al. (2014) research and the credentials of Crook et al., (2008). Consistent with this evidence, we use the term RBT to describe the contemporary theoretical framework.

<sup>2</sup> Market knowledge, relational, reputational, intellectual and network resources.

<sup>3</sup> Marketing, technological, innovation, relational and managerial capabilities.

<sup>4</sup> Competitive advantage

<sup>5</sup> Zhou et al. (2010)

<sup>6</sup> Mudambi et al. (2014)

<sup>7</sup> Riviere & Suder (2016)

<sup>8</sup> Ruzzo et al. (2011)

<sup>9</sup> Tan & Sousa (2015)

<sup>10</sup> Katsikeas et al. (2016)

<sup>11</sup> Fombrun et al. (2015)

<sup>12</sup> Feng et al. (2016).

<sup>13</sup> International Business

## AS CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS PRINCIPAIS DA INFORMAÇÃO FINANCEIRA – A PERCEÇÃO DOS CONTABILISTAS CERTIFICADOS

José Luís M. da SILVA

ISCAL, Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

[jlsilva@iscal.ipl.pt](mailto:jlsilva@iscal.ipl.pt)

Manuela SARMENTO

Manuela DUARTE

**Objetivos:** Considerando a relevância da temática em estudo, o objeto de estudo deste trabalho de investigação foca-se nos preparadores da informação financeira (Contabilistas Certificados) em concreto a sua perceção relativamente às características qualitativas da informação financeira. Dada a relevância desta questão e tendo presente a importância que o relato financeiro tem, não só para o desenvolvimento estratégico interno da empresa, como também para os investidores, o presente estudo tem como objetivo geral verificar a perceção dos Contabilistas Certificados, relativamente às características Qualitativas da Informação Financeira. Por conseguinte esta investigação tem os seguintes objetivos específicos:

- (1) Conhecer a influência das características de reforço sobre a Relevância e a Representação Fidedigna;
- (2) Verificar a perceção que os Contabilistas Certificados têm sobre as características Qualitativas principais da informação financeira.

**Metodologia / Abordagem:** No que diz respeito à Metodologia, inicialmente procedemos à análise documental de artigos, revistas científicas, obras de referência, monografias, dissertações, teses e bases de dados, nos quais assenta a conceção desta investigação. Nesta fase exploratória, procedemos à recolha de informação que sustentasse de forma fidedigna a temática em estudo. Na etapa seguinte, mais direcionada para a investigação empírica, procedemos à construção do instrumento de recolha de dados, inquérito, a aplicar aos Contabilistas Certificados (CC) afim de obter a sua perceção relativamente às características qualitativas da informação financeira. A opção pela construção deste instrumento deveu-se ao facto da inexistência de uma ferramenta standardizada, que permitisse recolher os dados na forma e nos conteúdos pretendidos. Este questionário foi aplicado presencialmente a cerca de 1.500 participantes nas ações de formação eventual da OCC dedicada ao Orçamento de Estado, que decorreram entre os dias 20 e 23 de janeiro de 2015 na antiga FIL de Lisboa. Foi também apresentado via email, a 300 participantes, cuja resposta foi dada através do link disponibilizado, entre 19 janeiro e 30 de junho de 2015. Após a recolha de todos os questionários, foram considerados válidos 826. 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 verifica-se a existência de uma influência positiva das Características Qualitativas de Reforço sobre as Características Qualitativas Principais das Demonstrações Financeiras. Verifica-se ainda que apesar do impacto ser positivo em ambas as Características Qualitativas Principais, este é maior sobre a Relevância em comparação com os dados verificados para a Representação Fidedigna. Deste modo, podemos concluir que a percepção das Características Qualitativas de Reforço tem um efeito positivo sobre a percepção da Relevância e da Representação Fidedigna da Informação Financeira. De acordo com os dados obtidos, verificamos que os preparadores da informação financeira percebem positivamente tanto a Representação Fidedigna como a Relevância enquanto Características Qualitativas Principais da Informação Financeira. Contudo, verifica-se que existem diferenças na percepção que as mulheres e os homens (enquanto preparadores da informação financeira) possuem tanto da Relevância como da Representação Fidedigna. Deste modo, os dados recolhidos parecem evidenciar que são as mulheres o género que percebe de uma forma mais positiva estas Características Qualitativas Principais. Deste modo, os dados obtidos parecem-nos indicar que informação contida nas demonstrações financeiras é vista de um modo mais positivo pelo género feminino ao contrário do género masculino que parece evidenciar uma percepção não tão positiva.

**Implicações:** Tendo presente que as características qualitativas são os atributos que tornam a informação financeira contida nas demonstrações financeiras útil aos seus utilizadores, a realização de um estudo que vise analisar e investigar as referidas características qualitativas da informação financeira, nomeadamente em relação à percepção dos preparadores da informação financeira (contabilistas certificados) reveste-se de elevada importância. Assim, este estudo pretende acrescentar evidência científica relativamente a esta temática de extrema importância para a comunidade académica e profissionais da área da contabilidade.

**Originalidade:** Não existindo em Portugal nenhum estudo realizado que tenha tido como objetivo conhecer a influência das características de reforço sobre a Relevância e a Representação Fidedigna e, que vise verificar a percepção que os Contabilistas Certificados têm sobre as características Qualitativas principais da informação financeira, verifica-se que este estudo é assim pioneiro e que se reveste da maior relevância para a comunidade académica e profissionais da área da contabilidade.

**PALAVRAS-CHAVE:** Características Qualitativas; Utilidade; Qualidade; Informação financeira.

## REFERÊNCIAS

Ahmed, A., Neel, M. & Wang, D. (2012). Does mandatory adoption of IFRS improve accounting quality? Preliminary evidence. *Contemporary Accounting Research*. 30 (4), 1344-1372.



Barth, M., Landsman, W. & Lang, M. (2008). International accounting standards and accounting quality. *Journal of Accounting Research*. 46 (3), 467-498.

Chen, H., Tang, Q., Jiang, Y. and Lin, Z. (2010). The role of international financial reporting standards in accounting quality: Evidence from the European Union. *Journal of International Financial Management & Accounting*. 21 (3), 220-278.

Khanagha, J. B. (2011). International financial reporting standards (IFRS) and value relevance of accounting information: Evidence from Bahrain and United Arab Emirates stock markets. *African Journal of Social Sciences*. 1 (1), 101-114.

Rostami, V. & Salehi, M. (2010). Necessity for reengineering the qualitative characteristics of financial reporting arrangement in the reduction of information asymmetry: An evidence of Iran. *African Journal of Business Management*. 5 (8), 3274-3288.



## IMPACTO DOS ACORDOS DE BASILÉIA NO CRESCIMENTO E NA ESTRUTURA DE CAPITAL DE EMPRESAS BRASILEIRAS

José Maria da SILVA

UFPE – Universidade Federal de Pernambuco | Brasil

[jose.msilva@ufpe.br](mailto:jose.msilva@ufpe.br)

**Objetivos:** O objetivo deste trabalho consiste em analisar a Estrutura de Capital, o endividamento e crescimento de empresas brasileiras, à medida que são implantadas as normativas contidas nos Acordos de Basiléia, as quais visam manter a estabilidade do sistema financeiro internacional. Nestas normas existem recomendações aos bancos para que mantenham determinados níveis elevados de capital, o que poderá contribuir para o encarecimento do crédito bancário e, em consequência, impactar negativamente o resultado das empresas, ocasionando um possível comprometimento do crescimento das mesmas. Assim, com as empresas obtendo financiamentos com custos mais elevados, nos surge o seguinte questionamento para a pesquisa: o nível de endividamento está afetando negativamente o crescimento de empresas brasileiras à medida que são implantadas as normativas dos Acordos de Basiléia?

**Metodologia / Abordagem:** Estudos de Palacin e Ramirez (2010) e Zambrano e Acuña (2011), atestam que apesar das muitas contribuições à literatura das finanças, não é possível que se tire conclusões claras sobre qual deve ser o nível ideal de endividamento na estrutura financeira das empresas. Segundo esses autores, não existe uma única teoria universal, nem se espera que venha a existir. Para o desenvolvimento deste estudo foi adotado nesta investigação o método indutivo, pois é o método mais adequado para investigar as ciências sociais (Gil, 2011), sendo adotado um enfoque quantitativo. Tomou-se por base a taxonomia dos tipos de investigação proposto por Vergara (2010) que sugere dois critérios de classificação: em relação aos fins – uma investigação exploratória, descritiva e aplicada – e quanto aos meios, uma investigação documental. Foi levada a cabo uma análise da metodologia para a relação entre o endividamento e as principais variáveis explicativas e determinantes da captação de recursos financeiros pelas empresas como análise do endividamento, da liquidez e da rentabilidade. Para tanto, foi analisada uma amostra de 40 empresas, obtida nos bancos de dados de ECONOMÁTICA, referente às companhias que compõem o índice BOVESPA, da Bolsa de Valores de São Paulo, com demonstrações financeiras elaboradas trimestralmente no período de 2008 a 2012.

**Conclusões / Resultados:** Os resultados encontrados comprovam que a maioria das empresas da amostra estudada possui capacidade de endividamento, pois, mesmo fazendo uso de elevados valores de capitais de terceiros para financiar seus ativos, apresentaram índices satisfatórios de rentabilidade e crescimento, ademais de não ter prejudicada a sua liquidez. Resta aguardar que investigações futuras, quando da conclusão da implantação do Basiléia III, aprofundem o estudo com dados atualizados.

**Implicações:** A Estrutura de Capital é um dos temas mais instigantes das finanças corporativas, pois já passadas seis décadas desde as proposições de Modigliani e Miller (1958), que defendiam sua irrelevância no valor das empresas, muito já se estudou a seu respeito e continua sendo um assunto atual e muito controverso, não havendo um consenso na proporcionalidade ideal entre recursos próprios e recursos de terceiros, para as empresas financiarem seus investimentos. Este estudo contribui encontrando resultados compatíveis com outras investigações já desenvolvidas dentro desta temática.

**Originalidade:** Elaborado a partir da Tese Doutoral do autor, foi estudado o efeito das normas dos Acordos de Basiléia, na estrutura de capital de empresas brasileiras.

**PALAVRAS-CHAVE:** Acordos de Basiléia; Crescimento, Endividamento; Estrutura de Capital; Empresas Brasileiras.

## REFERÊNCIAS

Gil, A. C. (2011), *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*, São Paulo, Atlas.

Modigliani, F. e Miller, M. H. (1958), The Cost of Capital: Corporate Finance, and the Theory of Investment, *The American Economic Review*, v. 48, pp. 261-297.

Palacín, M. J. e Ramírez, L. M. (2010), *Factores determinantes de la deuda de las pymes andaluzas: un análisis de panel*, XXI Jornadas Hispano-Lusas de Gestión Científica.

Vergara, S. C. (2010), *Projetos e Relatórios de Pesquisa em Administração*, São Paulo, Atlas.

Zambrano, S. e Acuña, G. (2011), Estructura de capital: Evolución teórica, *Critério Libre*. 9(15), pp. 81-102.

## A CONTABILIDADE GERENCIAL COMO FERRAMENTA DE REVIGORAMENTO DA CULTURA ORGANIZACIONAL NO CONTEXTO DA PEQUENA E MEDIA EMPRESA

José Maria da SILVA

UFPE – Universidade Federal de Pernambuco | Brasil

[jose.msilva@ufpe.br](mailto:jose.msilva@ufpe.br)

Allana C. SILVA

**Objetivos:** A formação cultural das instituições no Brasil é explicada pela trajetória do país e de seus indivíduos, sendo irrelevante ao propósito deste artigo explicar peculiaridades próprias da cultura brasileira. Entretanto é importante compreender certos traços culturais e suas consequências nas estruturas organizacionais das empresas pertencentes a esta realidade. Interpretado por antropólogos como de sociedade paternalista, o Brasil tem expressiva composição de empresas familiares de pequeno e médio porte, de cultura centrada em seu sócio-fundador e, não raro, utilizando a experiência de poucos profissionais. No cerne da questão está a qualidade da tomada de decisão em contexto da ausência de informações econômicas ou da incompreensão destas pelos gestores. Estes pequenos empresários deixam de se beneficiar das informações geradas pela contabilidade, as quais poderão ser de grande utilidade na gestão do negócio. Procuram tomar decisões baseadas apenas na experiência que acreditam ter e, na maioria das vezes, os resultados ficam aquém do esperado, o que quase sempre leva os empreendimentos ao fracasso logo em seus primeiros anos de existência. Desta forma, neste trabalho se tem o objetivo de investigar a contabilidade gerencial como ferramenta transformadora da cultura organizacional no contexto brasileiro, de maneira que os tomadores de decisões possam se conscientizar de sua importância para a boa gestão corporativa, independentemente do porte da empresa.

**Metodologia / Abordagem:** Desenvolve-se uma pesquisa bibliográfica em diversas áreas das ciências empresariais, articulando conceitos numa abordagem multidisciplinar sobre o assunto. Assim, o desenvolvimento deste trabalho ocorre por meio de uma pesquisa bibliográfica e de publicações já existentes. É, portanto, uma pesquisa descritiva efetuada em livros e em trabalhos como monografias, dissertações de mestrado e tese de doutorado, onde foi possível recolher, selecionar e interpretar as contribuições teóricas já existentes sobre o assunto, com uma abordagem das pequenas e médias empresas, mostrando a importância da contabilidade gerencial para esse tipo de organização, que na maioria das vezes não a utiliza.

**Conclusões / Resultados:** Ratifica-se a importância da contabilidade como instrumento de apoio à gestão, fornecendo informações necessárias para a tomada de decisão. A carência sistemática de valores culturais em prol da profissionalização das estruturas e gestão das empresas brasileiras, de pequeno e médio porte, demanda soluções que impulsionem a transformação organizacional. Uma vez assimilada à

cultura, a contabilidade gerencial pode proporcionar ganhos de racionalidade nas decisões e consequentemente base sólida para o planejamento estratégico, contribuindo para uma trajetória de profissionalização e para a sustentabilidade do negócio.

**Implicações:** Estimular os gestores de pequenas e médias empresas brasileiras a fazerem uso da contabilidade gerencial como ferramenta de apoio em seu processo de tomada de decisões, aumentando as chances de que seus negócios sejam exitosos, passando a adotar métodos modernos de gestão corporativa.

**Originalidade:** Trabalho de conclusão de curso de graduação em Administração pela segunda autora, e subsequente capacitação para cursar o Mestrado. sob a orientação do primeiro autor.

**PALAVRAS-CHAVE:** Contabilidade Gerencial; Gestão Empresarial; Planejamento Estratégico; Pequenas e Médias Empresas.

#### REFERÊNCIAS

Atkinson, A. et al. (2015). *Contabilidade Gerencial – Informação para a Tomada de Decisão e Execução da Estratégia*. Tradução: Ailton Bomfim Brandão; revisão: Rubens Famá - 4ª Ed. São Paulo: Atlas.

Ferronato, Airto João (2011). *Gestão Contábil – Financeira de Micro e Pequenas Empresas sobrevivência e sustentabilidade*. São Paulo: Atlas.

Gil, Antônio Carlos (2010). *Como Elaborar Projetos de Pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas.

## TURISMO COM RESPONSABILIDADE SOCIAL PARA A SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL E TERRITORIAL

Maria Luísa SILVA  
[mlfcsilva@gmail.com](mailto:mlfcsilva@gmail.com)

Marc JACQUINET

**Objetivos:** Identificar a relação entre o que é Responsabilidade Social (RS) e Sustentabilidade; Reconhecer as motivações e vantagens da adopção de práticas de Responsabilidade Social pelas empresas; Compreender a evolução da RS no Turismo; Entender a ligação de práticas de RS à Sustentabilidade Territorial; Identificar práticas de RS em empresas turísticas.

**Metodologia / Abordagem:** Apresenta-se neste artigo uma revisão crítica da literatura. Através de pesquisa bibliográfica procuramos “explicar o problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos” (Cervo e Bervian, 1983: 55). Identificaram-se os principais autores relevantes sobre as temáticas abordadas e iniciou-se a pesquisa descritiva, que possibilita “observar, registar, analisar e correlacionar factos ou fenómenos (variáveis) sem manipulá-los” (Cervo e Bervian, 1983: 55).

**Conclusões / Resultados:** Descrição de práticas de Responsabilidade Social e a sua ligação a estratégias de sustentabilidade empresarial e territorial.

**Implicações:** Espera-se que este artigo possa influenciar e constituir-se como um instrumento que reúna informação sobre as empresas no turismo, capaz de dar pistas para a continuidade da construção da sua sustentabilidade e do território em que se inscrevem, assim como outras organizações e sua envolvente.

**Originalidade:** A actualidade do tema, a novidade dos ângulos de análise que se pretende adoptar, justificam o interesse pelo estudo de práticas de Responsabilidade Social e a sua ligação às dimensões económica, social, cultural e ambiental do turismo numa perspectiva sustentável.

**PALAVRAS-CHAVE:** Responsabilidade Social Empresarial; Responsabilidade Social Territorial; Turismo.

### REFERÊNCIAS

Capello, R., Nijkamp, P. (2009). Revisitar as teorias de desenvolvimento regional. *Compêndio de Economia Regional*, pp. 287 – 317. Principia, Cascais.

Cervo, A., Bervian, P. (1983). *Metodologia científica para uso dos estudantes universitários*. 3.ª Edição. McGraw-HILL, São Paulo, Brasil.

Ferrão, J., (2013). *Responsabilidade social territorial e localismo ético. Bloco Temático*. Instituto de Ciências Sociais da Universidade de Lisboa. Lisboa.

Figueira, V., Dias, R. (2011). *A Responsabilidade Social no Turismo*. Escolar Editora. Lisboa.

Hopkins, M., (2008). *Corporate Social Responsibility, uma nova estratégia organizacional. Sustentabilidade, Competitividade e Equidade Ambiental e Social*, pp. 87-93. Edições Almedina. Coimbra.





## BEM-ESTAR NUMA EMPRESA- UM DESAFIO

Judite de SOUSA

Universidade do Algarve, FCHS/ESGHT | Portugal

[jutr Sousa@hotmail.com](mailto:jutr Sousa@hotmail.com)

Manuela NETO

Ileana MONTEIRO

**Objetivos:** Conhecer a qualidade de vida no trabalho numa empresa de diversão onde a preservação do reino animal e ambiental são pilares estruturantes. Assume-se que a qualidade de vida no trabalho contribui para o aumento do envolvimento, da satisfação, dos sentimentos positivos e de felicidade dos colaboradores na organização. De forma global pretende-se compreender de que forma os colaboradores são afetados a nível da saúde e do bem-estar no desempenho das suas funções na empresa.

**Metodologia / Abordagem:** Foram realizadas 16 entrevistas semiestruturadas, sendo oito a diretores e chefias intermédias e oito a trabalhadores de vários departamentos da empresa. As questões pretenderam recolher informação sobre as condições indutoras de stresse. As questões foram construídas tendo por base a adaptação do modelo de Sutherland e Cooper (2000, citado por Serra, 2011). Este modelo refere como dimensões salientes o papel na organização; carreira; condições intrínsecas do trabalho; fatores específicos do indivíduo; estrutura organizacional; clima organizacional; relações dentro da organização e as relações com o exterior. As entrevistas foram realizadas na organização num espaço privado sendo gravadas com a autorização dos respondentes. As entrevistas foram tratadas por análise de conteúdo (Bardin, 2011). Esta metodologia é comumente usada em outros estudos qualitativos.

**Conclusões / Resultados:** A análise das entrevistas com base no modelo em estudo, permitiu mostrar que os trabalhadores consideram ter boas condições intrínsecas de trabalho; referem ter boas condições físicas e ambientais, mencionam a preocupação da empresa com a sua satisfação e conforto, embora, devido à sazonalidade surjam ciclos de excesso de trabalho. Nas relações com o exterior; pode-se concluir que a empresa tem políticas amigas da família, respeita os interesses e necessidades pessoais. Na carreira; existem políticas de progressão na carreira havendo exemplos de colaboradores que iniciaram com estágio curricular e hoje são diretores. Nas dimensões do indivíduo; relações dentro da organização; estrutura e clima na organização; referem alguma autonomia na gestão de problemas sendo que esta é menor nos níveis hierárquicos mais baixos. Os superiores hierárquicos concebem um ambiente que promove a colaboração, a ajuda e a responsabilidade dos trabalhadores; incrementa-se uma política positiva e o trabalho de grupo. No papel na organização; há protocolos emergentes no que respeita a planificação do trabalho, no entanto referem que “todos os dias é um desafio”, existindo uma abertura para resolução de conflitos quer com os colegas, ou os clientes. Estes resultados corroboram os trabalhos de Rego

et al., (2009), que salientam o papel fundamental do trabalho e do bem-estar dos indivíduos ao nível social, psicológicos e emocionais. As conclusões preliminares globais a que se pode chegar, e segundo os entrevistados, os novos colaboradores têm oportunidades de aprendizagem e desenvolvimento pessoal na organização; no entanto, a elevada sazonalidade, é uma ameaça para a qualificação dos colaboradores.

**Implicações:** Contribuir para o conhecimento prático e empírico das perceções e atitudes dos trabalhadores sobre a forma como o trabalho compromete a qualidade de vida e saúde das pessoas.

**Originalidade:** Através de um estudo exploratório por entrevista semiestruturada clarificar as perceções contrastantes consoante o nível hierárquico sobre a saúde e bem-estar na organização.

**PALAVRAS-CHAVE:** Bem-Estar; Saúde; Condições de trabalho; Satisfação no trabalho.

#### REFERÊNCIAS

Bardin, L. (2011). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.

Cunha, M. P., Rego, A. & Cunha, R. (2007). *Organizações Positivas*. Lisboa: Dom Quixote.

Gonçalves, S. P. (2014). *Psicossociologia do Trabalho e das Organizações*. Lisboa: Edição Pactor.

Rego, A., Souto, S. & Cunha, M. P. (2009). Does the need to belong moderate the relationship between perceptions of spirit of camaraderie and employees happiness? *Journal of Occupational Health Psychology*, 14 (2), 148-164.

Serra, A. V. (2011). *O stress na vida de todos os dias*. Coimbra: Editora Dinalivro.

## O PRINCÍPIO DA EXCLUSIVIDADE DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO NA ORGANIZAÇÃO E VENDA DE VIAGENS ORGANIZADAS E FACILITAÇÃO DE SERVIÇOS CONEXOS E SUA ILEGALIDADE FACE AO DIREITO COMUNITÁRIO

João de Almeida VIDAL  
Universidade do Algarve | Portugal  
[jvidal@ualg.pt](mailto:jvidal@ualg.pt)

Virgílio M. MACHADO  
Afonso P. R. CAFÉ

**Objetivos:** Aferir a legalidade/ilegalidade da transposição da Diretiva comunitária 2015/2302 de 25.11.2015 operada recentemente pelo Estado Português através do D.L. 17/2018, de 08.03.2018 face ao princípio da exclusividade que é conferido às agências de viagens e turismo relativamente a certas atividades.

**Metodologia / Abordagem:** O quadro teórico de referência é a Teoria e Política do Direito, dos Sistemas de Turismo, procurando-se a deteção de índices, pelo Direito, de constrangimentos, faculdades, vantagens que manifestam adjudicações vinculativas de poder nas relações entre União Europeia e Estados- Membros, por um lado, e, por outro, entre os ofertantes/ facilitadores de viagens e serviços turísticos e os consumidores. Pesquisa sistemática, dedutiva e teleológica da análise e interpretação do Direito, com revisão bibliográfica, das relações entre Direito Comunitário e Direito Interno e dos instrumentos normativos em conflito, à luz de uma oferta e venda de serviços e viagens turísticas no espaço da União Europeia e proteção dos direitos do consumidor.

**Conclusões / Resultados:** As conclusões/ resultados apontam para a existência de distorções entre o Direito Internacional Comunitário e o Direito Interno Português na organização da oferta e venda de viagens organizadas e serviços turísticos, verificando-se problemas de ilegalidade na transposição da Diretiva Comunitária 2015/2302 da União Europeia operada pelo D.L 17/2018, de 08.03.2018.

**Implicações:** A existência de ilegalidades no quadro jurídico português da oferta na organização e venda de viagens e serviços turísticos causa graves distorções no plano da segurança e certeza na aplicação do Direito, na competitividade interna dos agentes económicos no sector e na estabilidade nas relações entre Portugal e a União Europeia, por um lado, e entre agentes económicos portugueses e europeus, com graves prejuízos para a harmonização do Direito Comunitário e para a protecção uniforme dos direitos do consumidor na União Europeia.

**Originalidade:** A investigação aborda um tema muito recente, de atualidade e importância significativa na organização e venda de viagens e serviços turísticos em Portugal na sua relação com a União Europeia.

PALAVRAS-CHAVE: Viagens Organizadas, Serviços Conexos, Exclusividade, Harmonização, Ilegalidade.

#### REFERÊNCIAS

Machado, V.; Vidal, J.; Café, A. (2017), A Diretiva (UE) 2015/2302 do Parlamento Europeu e do Conselho na integração em rede da união europeia no setor do turismo; in *Revista Internacional de Derecho del Turismo* (1), 19-55.

Machado, V. (2017), The Directive 2015/2302: New challenges to package travel and tourism law concepts, in Vincenzo Franceschelli, Francesco Morandi & Carlos Torres(eds). *The New Package Travel Directive*, pp.389-400, ESHTe, INATEL (ISBN:978-989-99955-0-5).

Café, A. (2017), Package Travel Directive: Contractual parties and level of harmonization in Vincenzo Franceschelli, Francesco Morandi & Carlos Torres (eds). *The New Package Travel Directive*, pp.345-364, ESHTe, INATEL (ISBN: 978-989-99955-0-5).

Torres, C. (2017), A new paradigm in the protection of travellers in digital age in Vincenzo Franceschelli, Francesco Morandi & Carlos Torres (eds). *The New Package Travel Directive*, pp.307-330, ESHTe, INATEL (ISBN: 978-989-99955-0-5).

D.L. 17/2018, de 08.03.2018, que estabelece o regime de acesso e de exercício da atividade das agências de viagens e turismo, transpondo a Diretiva (UE) 2015/2302 acessível em <https://dre.pt/home/-/dre/114832293/details/maximized>.

## DO MORE RESPONSIBLE COMPANIES ATTRACT MORE CANDIDATES? THE ROLE OF INDIVIDUAL PERCEPTIONS IN THE INTENTION TO APPLY FOR A JOB VACANCY

Ana Patrícia DUARTE

ISCTE-Instituto Universitário de Lisboa | Portugal

[Patricia.duarte@iscte-iul.pt](mailto:Patricia.duarte@iscte-iul.pt)

Jessica ALVES

José NEVES

**Objetivos:** This study sought to understand how applicants evaluate the corporate social responsibility (CSR) of organizations and develop their intention to apply for a job vacancy (IAJV). A theoretical model proposing person-organization fit (P-O fit) as a mediator variable and perception of job opportunities as moderator variable of the relationship between CSR and IAJV was empirically tested.

**Metodologia / Abordagem:** Using an experimental design, the level of engagement in CSR practices of a fictitious organization was manipulated (high vs low engagement). One hundred and fifty-nine participants were randomly assigned to one of the two conditions. After reading the corresponding scenario, respondents were asked to evaluate to what extent the company values and practices were similar to their own and what would be their intention to apply for a job vacancy. Respondents answered also to questions regarding job opportunities and sociodemographic characteristics.

**Conclusões / Resultados:** The results showed that IAJV is explained by the level of CSR and this relationship is mediated by P-O fit perceptions. The perception of job opportunities did not reveal a significant moderating effect in the above-mentioned relationship, emphasizing that CSR is important for the attractiveness of organizations as future employers regardless of the job opportunities the individual has.

**Implicações:** This study is an important contribution to both CSR and recruitment literatures. In practical terms, it shows that organizations can use their CSR performance for recruitment matters.

**Originalidade:** The study has explored the role of individual perceptions in the relationship between CSR and IAJV, thus helping to advance current knowledge about CSR outcomes.

**PALAVRAS-CHAVE:** Corporate Social Responsibility; Intention to Apply For a Job Vacancy; Person-Organization Fit; Perceived Job Opportunities.

## REFERÊNCIAS

Albinger, H., & Freeman, S. (2000). Corporate social performance and attractiveness as an employer to different job seeking populations. *Journal of Business Ethics*, 28, 243-253.

Cable, D., & Judge, T. (1996). Person-organization fit, job choice decisions, and organizational entry. *Organizational behavior and human decision processes*, 67, 294-311.

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. *Tékhnē – Review of Applied Management Studies*, 12, 22-29.

## EMPIRICAL EFFECT OF INDEPENDENT DIRECTORS ON OUTCOMES IN BANKS: THE PORTUGUESE CASE

Vítor PEREIRA

ISCAL, Instituto Politécnico de Lisboa | Portugal

[vmpereira@iscal.ipl.pt](mailto:vmpereira@iscal.ipl.pt)

**Objetivos:** The present research wants to study the possible empirical effects of independent directors in terms of banks' outcomes. Our objective is to analyse the "quality" of independent directors considering aspects like experience, network, age/tenure and other relevant personal characteristics.

**Metodologia / Abordagem:** Our research question derived from one of the main directions for future research on corporate governance in banks highlighted by John, De Masi, and Paci (2016). The previous authors argued that the empirical effect of independent directors on outcomes in banks is not well established. Therefore, it is suggested to analyse the "quality" of independent directors. This research involves all Portuguese banks operating in 2018. All available information of boards of directors is hand-collected from annual reports, interim reports and press releases in the period between 2013 and 2015. Financial data is obtained from Orbis Bank Focus database and is complemented by banks annual reports in the period 2014-2016. In order to test the possible effects of independent directors "quality" in terms of banks' financial performance it will be considered the following generic model:

"ROAE" and "ROAA" =  $\beta_0 + \beta_1$ "Experience" +  $\beta_2$ "Network" +  $\beta_3$ "Age" +  $\beta_4$ "Gender" +  $\beta_5$ "Banksize" +  $\beta_6$ "Audit quality" +  $\beta_7$ "Family-owned firms" +  $\beta_8$ "Tier 1 ratio" +  $\beta_9$ "Risk1" +  $\beta_{10}$ "Public Traded Ownership" +  $\beta_{11}$ "ROAE Crisis" +  $\beta_{12}$ "ROAA Crisis"

Our research will include several robustness tests like: endogeneity effects, control variables driven by theory, normality of the data, data imperfections (outliers/missing data) and lagged designs.

**Conclusões / Resultados:** We expect that the present research revealed which aspects are more relevant when considering the selection of banks' board independent members.

**Implicações:** The present research will help regulators (e.g. Banco de Portugal and European Central Bank) and policymakers (e.g. Instituto Português de Corporate Governance) to define how relevant are independent directors in terms of banks' financial performance. Therefore, the results obtained will help to improve future modifications in terms of regulation.

**Originalidade:** As far as we know this is the first research to consider the analysis of "quality" of independent directors in the Portuguese banking system.

**PALAVRAS-CHAVE:** Corporate Governance; Banks; Financial Performance; Independent Directors.

## REFERÊNCIAS

De Masi, S., & Paci, A. (2016). Corporate governance in banks. *Corporate Governance: An International Review*, 24(3), 303-321.

### **Acknowledgements**

The author acknowledges financial support from Instituto Politécnico de Lisboa, research project IPL/2017/CGB/ISCAL.



## DETERMINANTES FINANCEIROS DA ESTRUTURA DE CAPITAL DAS EMPRESAS HOTELEIRAS PORTUGUESAS

Sandra REBELO

Universidade do Algarve. ESGHT e CiTUR | Portugal

[srebelo@ualg.pt](mailto:srebelo@ualg.pt)

Fernanda MATIAS

Paulo CARRASCO

**Objetivos:** O presente estudo visa identificar e analisar os determinantes financeiros da estrutura de capital das empresas hoteleiras de Portugal.

**Metodologia / Abordagem:** Com base em informação económica e financeira extraída da base de dados Amadeus, para o período de 2007-2013, relativa a uma amostra de 686 empresas hoteleiras portuguesas, testou-se o poder explicativo dos determinantes sugeridos pelas principais teorias financeiras da estrutura de capital – teoria do *trade-off* e teoria da *pecking order*, através da estimação de um modelo de regressão tobit, com dupla limitação [0,1], dado que a variável a explicar, ou seja, o nível de endividamento, apresentar valores compreendidos entre 0 e 1. Como variáveis explicativas, o modelo integrou o crescimento, a dimensão, a rentabilidade, o free cash-flow, a idade, o valor colateral dos ativos e o risco.

**Conclusões / Resultados:** Os resultados obtidos permitem concluir que o nível de endividamento das empresas hoteleiras portuguesas é tanto maior quanto maior for o crescimento, a dimensão, o nível de ativos tangíveis e de risco e quanto menor a rentabilidade, o free cash-flow e a idade da empresa. A evidência reforça o poder explicativo da teoria da *pecking order* e não exclui completamente a abordagem da teoria *trade-off*.

**Implicações:** O presente estudo facilita a tomada de decisões a nível da estrutura de capital, uma vez que mostra aos gestores das empresas hoteleiras portuguesas não só as variáveis que afetam o nível de endividamento, mas também que efeito exercem sobre o mesmo.

**Originalidade:** A investigação aplicada sobre os determinantes da estrutura de capital das empresas hoteleiras é escassa. Em Portugal, só se conhecem três estudos: Serrasqueiro e Nunes (2014) sobre as pequenas e médias empresas hoteleiras, Baptista (1997) sobre as sociedades anónimas hoteleiras e Matias e Baptista (1998) sobre as empresas hoteleiras do Algarve. O presente trabalho empírico distingue-se dos restantes não só pelo seu objeto de estudo, como também pela metodologia aplicada. Neste sector, tanto quanto se sabe, é o primeiro a utilizar modelos de regressão tobit para analisar os determinantes da estrutura de capital. Além disso, analisa não só o impacto direto dos determinantes como também o indireto, através do recurso a variáveis transformadas.

PALAVRAS-CHAVE: Estrutura de Capital; Determinantes da Estrutura de Capital; Empresas Hoteleiras; Regressão tobit.

#### REFERÊNCIAS

Baptista, C. (1997). *Determinantes da estrutura financeira das empresas hoteleiras portuguesas*. Dissertação de Mestrado não publicada, Universidade do Algarve/Universidade Técnica de Lisboa.

Matias, F. e Baptista, C. (1998). Determinantes da estrutura de capital da indústria hoteleira algarvia: O caso dos hotéis. *Revista Dos Algarves*, 3, 17-24.

Serrasqueiro, Z. e Nunes, P. M. (2014). Financing behaviour of Portuguese SMEs in hotel industry. *International Journal of Hospitality Management*, 43, 98-107.



### **Faro**

Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo

E-mail: [diretoresght@ualg.pt](mailto: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](mailto:coordenadorptmesght@ualg.pt)

<https://esght.ualg.pt/pt>

Tels. 282 417 641 / 282 418 036

Largo Engº Sárrea Prado, nº 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](mailto:iscal@iscal.ipl.pt)

<https://www.iscal.ipl.pt/>

Tel: 217 984 500

Avenida Miguel Bombarda, 20

1069 - 035 Lisboa