

A INFLUÊNCIA DO NÚMERO DE DELEGADOS SOBRE O LOCAL DAS REUNIÕES ASSOCIATIVAS INTERNACIONAIS, A NÍVEL NACIONAL: UMA ANÁLISE EXPLORATÓRIA DA ÚLTIMA DÉCADA

Pedro Miguel Carvalho*
Miguel Ángel Márquez**
Montserrat Díaz-Méndez***

Resumo

Este artigo visa analisar a evolução das reuniões associativas internacionais e do número de delegados das reuniões associativas internacionais, assim como compreender, de forma exploratória, se os planeadores de reuniões, tendem a ir de encontro aos requisitos esperados pelos principais intervenientes numa reunião internacional. Para efeitos da realização do estudo, foi desenvolvida uma análise exploratória de dados, no período de 2002 a 2009, provenientes da *International Congress and Convention Association* (ICCA). Os resultados mostram que, os Estados Unidos e a Alemanha lideraram ininterruptamente o ranking de países com maior número de reuniões associativas e delegados e, indiciam fortemente que, os planeadores de reuniões tomam em consideração os interesses dos executivos das associações e dos respetivos participantes, no processo de escolha do local da reunião associativa internacional. Os resultados têm implicações importantes na postura a adotar pelos delegados e executivos das associações, assim como no desenvolvimento de políticas públicas.

Palavras Chave: Turismo de negócios; Reuniões associativas; MICE; Planeamento turístico.

THE INFLUENCE OF THE NUMBER OF DELEGATES ON THE PLACE OF INTERNATIONAL ASSOCIATION MEETINGS, AT NATIONAL LEVEL: AN EXPLORATORY ANALYSIS OF THE LAST DECADE

Abstract

The purpose of this article is to analyze the evolution of international association meetings and the number of delegates of the international association meetings, as well as an exploratory understanding of meeting planners, tend to meet the requirements expected by key stakeholders at an international meeting. For the purposes of the study, an exploratory data analysis was developed, between 2002 and 2009, from the International Congress and Convention Association (ICCA). The results show that the United States and Germany uninterruptedly led the ranking of countries with the highest number of associative meetings and delegates, and strongly suggest that meeting planners take into account the interests of the executives of the associations and their participants, in the process of choosing the venue of the international association meeting. The results have important implications in the attitude to be adopted by the delegates and executives of the associations, as well as in the development of public policies.

Keywords: Business tourism; Associative meetings; MICE; Tourism planning.

LA INFLUENCIA DEL NÚMERO DE DELEGADOS SOBRE EL LOCAL DE LAS REUNIONES ASOCIATIVAS INTERNACIONALES, A NIVEL NACIONAL: UN ANÁLISIS EXPLORATORIO DE LA ÚLTIMA DÉCADA

Resumen

Este artículo tiene por objeto analizar la evolución de las reuniones asociativas internacionales y del número de delegados de las reuniones asociativas internacionales, así como comprender de forma exploratoria si los planificadores de reuniones tienden a cumplir los requisitos esperados por los principales participantes en una reunión internacional. Para la realización del estudio, se desarrolló un análisis exploratorio de datos, en el período 2002 a 2009, provenientes de la *International Congress and Convention Association* (ICCA). Los resultados muestran que, Estados Unidos y Alemania lideraron ininterrumpidamente el ranking de países con mayor número de reuniones asociativas y delegados, e indican fuertemente que los planificadores de reuniones toman en consideración los intereses de los ejecutivos de las asociaciones y de los respectivos participantes en el proceso de elección del lugar de la reunión asociativa internacional. Los resultados tienen implicaciones importantes en la postura a adoptar por los delegados y ejecutivos de las asociaciones, así como en el desarrollo de políticas públicas.

Palabras clave: Turismo de negocios; Reuniones asociativas; MICE; Planificación turística.



Licenciada por Creative Commons
Atribuição Não Comercial / Sem
Derivações/ 4.0 / Internacional

* Doutor em Administração de Empresas, mestre em Marketing e licenciado em Organização e Gestão de Empresas. Professor de Marketing ao nível da licenciatura e mestrado no Instituto Politécnico de Viana do Castelo (Portugal). A sua investigação envolve tópicos relacionados com o marketing turístico e marketing relacional. [pc@estg.ipv.pt]

** Doutor em Ciências Económicas e Empresariais. Diretor do Departamento de Economia na Universidade da Extremadura (Espanha). Secretário Científico da Associação Espanhola de Ciência Regional (AEER). Investigador Afilhado no Regional Economics Applications Laboratory (University of Illinois, USA). O seu principal trabalho de investigação tem envolvido uma variedade de tópicos relacionados com a economia regional e crescimento económico. [mmarquezunex@gmail.com]

*** Doutora em Administração de Empresas e licenciada em Administração e Direção de Empresas. Professora de Comunicação e Ética Comercial na Faculdade de Ciências Económicas e Empresariais na Universidade da Extremadura. Realizou estâncias de investigação na Universidade de Estocolmo com o Professor Evert Gummesson e na Universidade de Leicester com o Professor Michael Saren. [mdmendez@unex.es]

1 INTRODUÇÃO

A *World Travel and Tourism Council* revela que, em 2009, as receitas provenientes do turismo de negócios ao nível mundial totalizaram 865,78 milhares de milhões de dólares americanos, representando, no final da década passada, cerca de 30% das receitas resultantes do turismo de lazer¹. Em conformidade com esta organização, na última década, o segmento do turismo de negócios teve também um crescimento significativo, apontando-se para um crescimento médio anual próximo dos 3% ao ano.

A comunidade científica tem ainda realçado a multiplicidade de benefícios de natureza económica, social e cultural, proporcionado por este segmento turístico (CROUCH; LOUVIERE, 2004; Haven-Tang, Jones & Webb, 2007; Bernini, 2009). No entanto, o estudo do turismo no âmbito do segmento de negócios não tem merecido, do mesmo interesse, por parte do meio académico e científico, do turismo de lazer. Deste modo, destacam-se vários investigadores que manifestaram a necessidade de se desenvolverem mais estudos no âmbito do turismo de negócios (Cf.: OPPERMANN, 1996; KULENDRAN; WITT, 2003; HANKINSON, 2005; PIKE, 2008; JUDITH; THOMPSON, 2009; BERNINI, 2009). A propósito, Davidson e Rogers (2006) explicam que é mesmo essencial uma compreensão dos fatores e critérios que influenciam os compradores quando estão a selecionar um destino ou um local de reunião.

Ora, este artigo tem como objetivo compreender como, na última década, evoluíram as reuniões associativas realizadas à escala mundial por países e regiões, assim como compreender se, na escolha do local para a realização de uma reunião associativa internacional, os planeadores de reuniões tendem a ir de encontro aos critérios esperados pelos executivos das associações e delegados que participam nas reuniões.

Para o desenvolvimento deste estudo, recorreu-se a séries temporais disponibilizadas pela *International Congress and Convention Association* (ICCA), no período de 2002 a 2009, e com base nos dados obtidos, é desenvolvida uma análise da evolução do *número de reuniões associativas internacionais* e do *número de delegados das reuniões associativas internacionais* por países e regiões. Nesta investigação, ainda é realizada uma análise de correlações das referidas variáveis.

Os resultados obtidos mostram que, os Estados Unidos e a Alemanha lideraram o *ranking* de países com maior número de reuniões associativas e de participantes, assim como uma forte correlação entre

o *número de reuniões associativas internacionais* e o *número de delegados das reuniões associativas internacionais*, sugerindo que, os planeadores de reuniões desenvolvem um esforço de tomar em consideração os interesses dos executivos das associações e respetivos delegados, no processo de escolha do local da reunião associativa internacional.

Este artigo apresenta assim a seguinte estrutura: Na próxima secção, é apresentada uma revisão teórica de literatura, na subsequente secção é exposta a metodologia utilizada, na secção seguinte é desenvolvida uma análise exploratória de dados com discussão de resultados e, na secção final, são apresentadas as conclusões do estudo realizado.

2 REVISÃO DE LITERATURA

As motivações que justificam a procura turística são múltiplas, nomeadamente, de ócio, recreio, férias, visitas a amigos, familiares, tratamentos de saúde, razões religiosas, negócios e razões profissionais. No entanto, as razões profissionais e de negócios têm tido uma importância significativa, representando, no final da década passada, cerca de 15% das motivações para a realização do turismo internacional (OMT, 2010).

Segundo Cunha (1997), este fenómeno de deslocamentos profissionais e de realização de negócios, pode conduzir ao aproveitamento do tempo livre, durante o período de permanência no país visitado, para a realização de atividades culturais, comerciais e de lazer. Por isso, as viagens de negócios convertem-se frequentemente num dos vários tipos de turismo. A propósito, Mill (2010) designa viagens “híbridas” quando o viajante combina negócios com lazer. Neste sentido, este autor destaca que o viajante pode ficar, no destino de negócios, mais dias do que os necessários para a reunião e pode trazer elementos da família, nomeadamente, a esposa, o marido e/ou os filhos.

Todavia, a comunidade científica não revela uma clara unanimidade quando menciona os conceitos viagens de negócios e turismo de negócios². Aliás, tem revelado concepções diferentes acerca do conceito de turismo de negócios, embora

¹ Disponível em: <http://www.wttc.org/datagateway/>

² Kellerman (2010) referiu-se às viagens de negócios como experiências de viagens não rotineiras de pessoas de negócios, com o fim de realizarem reuniões de negócios, cuja atividade principal, na sua rotina de trabalho, é realizada no seu escritório doméstico. Por seu turno, Wootton e Stevens (1995) apresentaram o turismo de negócios como as “atividades de pessoas que viajam e ficam em locais fora do seu ambiente normal para fins de negócios. Inclui todas as atividades de viagem no mesmo dia e a dormida, e a principal razão de estar fora do ambiente normal é a realização de negócios” (p. 306).

seja de destacar que, entre alguns investigadores, existem algumas visões consensuais. Assim, Cunha (1997), Davidson e Cope (2003), Correia e Pereira (2010) e Fernandes e Carvalho (2017) identificaram duas perspetivas fundamentais de turismo de negócios, isto é, uma perspetiva individual constituída pelos “homens de negócios” e uma perspetiva grupal ou coletiva designada por indústria MI – *Meetings Industry*.³ De acordo com estes autores, o turismo de negócios agrega as viagens individuais (que compreendem as viagens feitas por pessoas em que o emprego exige viajar de forma a ser possível realizar o seu trabalho) e as viagens coletivas (que envolvem simultaneamente a presença de várias pessoas) que visam realizar encontros de negócios, exposições ou viagens de incentivo⁴.

Segundo Davidson e Cope (2003), as **reuniões coletivas** (compõem a *Meetings Industry*) incluem as seguintes tipologias:

- As reuniões de grupo, que incluem uma enorme diversidade de eventos, nomeadamente conferências, seminários de formação, lançamento de produtos e reuniões gerais anuais realizadas por empresas;
- Exposições, também conhecidas como feiras para profissionais e para o público, em geral;
- Viagens de incentivo, que compreendem as viagens obtidas pelos funcionários da empresa sob a forma de prémio associado ao seu desempenho;
- Hospitalidade corporativa, que consiste no entretenimento que muitas empresas concedem, por exemplo, aos seus clientes ou potenciais clientes, geralmente associadas a eventos desportivos e culturais.

Prestando uma particular atenção às reuniões de grupo, somos conduzidos a refletir numa distinção apresentada a aproximadamente três décadas por Lawson (1982), num artigo puramente conceptual, manifestando que as reuniões de grupo podem ser categorizadas em duas tipologias, designadamente: i) **reuniões empresariais**, que se caracterizam como reuniões de gestão, reuniões de força de vendas, lançamento de produtos, reuniões de formação/treinamento e viagens de incentivo; ii) **reuniões associativas**, que se podem caracterizar como convenções ou conferências para todos os

membros da associação, reuniões de quadro ou comité, workshops, seminários e conferências.

Importa, porém, salientar que, nas reuniões associativas, a “liberdade de escolha” aparenta ser a principal distinção em relação às reuniões corporativas (OPPERMANN; CHON, 1997).

Por outro lado, o local para realização de reuniões, no caso das reuniões associativas, depende bastante dos executivos das associações e das perceções dos planeadores de reuniões acerca do destino (WEBER, 2001).

Todavia, para Davidson e Rogers (2006), uma reunião representa para as associações uma fonte de fundos (através da cobrança aos delegados por participarem) que poderá ser determinante para a sobrevivência da própria associação (pagamento de salários, aluguer da sede, entre outros aspectos...). Isto significa que, a escolha do local da reunião, poderá depender de um esforço conciliador de interesses dos planeadores de reuniões em relação aos executivos das associações e aos delegados que participam na reunião.

Aliás, esta realidade leva-nos a constatar que a comunidade científica tem focado a sua atenção em dois grupos de motivações distintos. Em primeiro lugar, nas razões que influenciam a tomada de decisão individual (delegados) numa reunião coletiva de negócios e, em segundo lugar, nas razões que justificam a escolha do país ou cidade para efeitos de realização de uma reunião.

Inúmeros estudos têm vindo a ser desenvolvidos sobre a compreensão do processo de tomada de decisão individual numa reunião coletiva, como é o caso dos trabalhos desenvolvidos por Oppermann e Chon (1997), Lee e Park (2002), Severt et al. (2007), Zhang, Leung e Qu (2007). Ainda em sintonia com as contribuições de Oppermann e Chon (1997), outros trabalhos foram desenvolvidos (JUDITH; THOMPSON, 2009) e pequenos novos contributos foram sendo agregados às motivações pessoais dos participantes nas reuniões (SHIN, 2009; YOO; ZHAO, 2010; WHITFIELD ET AL., 2014; JUNG; TANFORD, 2017; LIANG; LATIP, 2018). Numa perspetiva diferente, é de destacar um estudo que destaca a importância das práticas da sustentabilidade desenvolvidas pelos centros de convenções (SOX et al., 2013).

Relativamente ao grupo de investigadores que têm centrado a sua atenção na compreensão das razões da escolha do local para a realização de uma reunião por iniciativa de uma associação, é de considerar a existência de autores que procuram compreender estes determinantes numa perspetiva puramente comportamental (micro), estudando os atributos específicos valorizados na escolha do local para a realização de uma reunião, assim como é de

³ Segundo Ladkin (2006), é a indústria responsável pela realização de eventos tais como reuniões, conferências, convenções, congressos, exposições e viagens de incentivo.

⁴ É de mencionar que outros investigadores (cf. Falk e Pizam, 1991; Oppermann, 1996; Gets, 2008) encararam o mercado de reuniões de negócios numa perspetiva meramente coletiva ou grupal.

relevante que, outros investigadores seguem uma abordagem estritamente agregada (macro), procurando identificar categorias de dimensões ou variáveis macroeconómicas que influenciam a procura do local.

Numa perspetiva comportamental (micro), entre os vários estudos desenvolvidos (CHEN, 2006; HAVEN-TANG et al., 2007; DIPIETRO et al., 2008; DRAGIČEVIĆ et al., 2012; PARK et al., 2014; JUNG et al., 2018) realçam-se dois trabalhos de três prestigiados investigadores - Oppermann (1996 b) e Crouch e Louviere (2004).

Seguindo uma perspetiva agregada (macro), diferentes técnicas de investigação foram empregues. Partindo de uma abordagem puramente conceptual, realçam-se as categorias de dimensões desenvolvidas por Crouch e Ritchie (1998) e Bradley, Hall e Harrison (2002). Recorrendo a desenvolvimentos empíricos puramente econométricos, salientam-se os trabalhos realizados por Var, Cesario e Mauser (1985), Kulendran e Witt (2003). Ainda, no mesmo enfoque de análise e envolvendo estudos exploratórios, destaca-se a investigação apresentada por Hankinson (2005). Mais recentemente, seguindo uma perspectiva complementar, que combina os (micro e macro) determinantes da escolha do local de reunião, salienta-se os trabalhos desenvolvidos por Carvalho, Márquez e Díaz-Méndez (2016 a, 2016 b, 2018), destacando-se, no último estudo, a importância dos atores políticos dos países para criarem condições de atração do investimento estrangeiro direto e do investimento privado em capital fixo turístico.

A comunidade científica revela assim que, existe uma multiplicidade de fatores que contribuem para a escolha do local da reunião por iniciativa dos planeadores de reuniões (e conseqüente decisão dos executivos das associações) e para a participação individual numa reunião (por iniciativa dos delegados). Com efeito, este artigo visa compreender como evoluíram, na última década, as reuniões associativas realizadas à escala mundial por países e regiões, assim como encontrar indícios da existência de um esforço dos planeadores de reuniões, de conciliar interesses entre os principais intervenientes (executivos das associações e delegados). Deste modo, somos conduzidos à formulação das seguintes questões de investigação:

1. Quais são os países e regiões do mundo que, na última década, sediaram um maior número de reuniões associativas internacionais e acolheram um maior nível de participação de delegados?
2. Será que, na última década, se verificou uma relação entre a evolução do número de reuniões internacionais organizadas pelos planeadores de reuniões e a evolução do número de delegados participantes?

3 METODOLOGIA

Para o desenvolvimento deste estudo, recorreu-se a séries temporais associadas ao número de reuniões associativas no país (NAM) e número de participantes nas reuniões associativas por país (NAD) que foram fornecidas pela *International Congress and Convention Association* (ICCA), a partir de um relatório publicado anualmente (ICCA, 2011)⁵, relativo aos anos de 2001 a 2010⁶. Importa salientar que, atendendo ao elevado número de *missing values*, foram excluídos da amostra os dados referentes ao ano 2001 e, uma vez que o enfoque do estudo é relativo à última década, foram também excluídos da amostra os dados do ano 2010. Por outro lado, é de referir que, os dados fornecidos pela ICCA (2011) resultam de uma base de dados onde constam informações sobre as reuniões associativas que cumprem os seguintes critérios:

- a) Estão presentes pelo menos 50 participantes nas reuniões;
- b) As reuniões são organizadas numa base regular (por exemplo, não se incluem eventos realizados apenas uma vez);
- c) Os eventos já foram realizados em pelo menos 3 países diferentes.

Para efeitos da análise exploratória do *número de reuniões associativas internacionais* e do *número de delegados das reuniões associativas internacionais*, foram realizadas e comparadas várias tabelas de frequência e gráficos ilustrativos, realizados no *software Excel do Microsoft Office 2010*, para um período compreendido entre os anos 2002 e 2009. Mas é de referir que, a análise exploratória inicial, envolveu observações de 52 países mundiais para o número de reuniões associativas internacionais e número de delegados das reuniões associativas internacionais, respetivamente.

⁵ International Congress and Convention Association (ICCA, 2011). *The International Association Meetings Market* (Statistics Report 2001–2010). Retirado de <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1264>.

⁶ Conforme apresentado no texto, importa referir que, para além de terem sido excluídos da amostra os dados referentes ao ano 2001 e 2010, foram também excluídos da amostra 5 países que apresentavam dados omissos, no período de 2002 a 2009. Deste modo, os países considerados na análise são os seguintes: Argentina, Áustria, Bélgica, Brasil, Canadá, China, Chile, Colômbia, Costa Rica, Dinamarca, Equador, Egito, Irlanda, República Checa, Finlândia, França, Alemanha, Grécia, Croácia, Hungria, Indonésia, Índia, Israel, Itália, Japão, Quênia, Coreia do Sul, Marrocos, Malta, México, Malásia, Holanda, Noruega, Nova Zelândia, Peru, Polónia, Portugal, Filipinas, Rússia, África do Sul, Eslovénia, Espanha, Suécia, Suíça, Emiratos Árabes Unidos, Tailândia, Turquia, Uganda, Reino Unido, Estados Unidos, Uruguai, Vietnam.

Seguidamente foram desenvolvidas análises de correlações de Bravais-Pearson entre o número de reuniões associativas internacionais e o número de delegados das reuniões associativas internacionais, relativas aos anos 2005, 2009 e à taxa de crescimento destas duas variáveis, nesse período de 5 anos.

Para efeitos de análise, foi utilizado o *software Excel do Microsoft Office 2010* e o *software SPSS 17.0*. A análise de correlações de Bravais-Pearson implicou a criação de duas amostras homogêneas, isto é, com as mesmas dimensões amostrais para as duas variáveis em análise (n=52). Para se proceder à homogeneização amostral, excluíram-se da amostra os países que apresentavam *missing values* no ano de referência.

Segundo Maroco (2003, p.33), o coeficiente de correlação de Pearson, “mede a intensidade e a direção da associação de tipo linear entre duas variáveis contínuas com distribuição normal bivariada”. De acordo com esta constatação, é necessária a observação dos seguintes pressupostos (Pereira, 2008):

- As variáveis devem ser naturalmente numéricas, como uma escala contínua;
- Os resultados devem seguir uma distribuição normal.

Ora, a análise de correlações desenvolvida, foi de encontro aos requisitos apresentados e revela-se de “bom senso” a utilização da correlação de Bravais-Pearson, conforme se mostra:

- As variáveis envolvidas são métricas ou contínuas;
- A análise de correlações implicou a constituição de amostras homogêneas para as variáveis explicativas e explicadas com dimensões claramente superiores a 30 observações (n>30). Com efeito, as amostras em estudo são consideradas grandes amostras e a observação da obrigatoriedade dos resultados seguirem uma distribuição normal é ultrapassada, na medida em que, de acordo com o teorema do limite central, a distribuição

da média amostral aproxima-se satisfatoriamente da distribuição normal, independentemente do tipo de distribuição da variável em estudo (MAROCO, 2003; GUJARATI, 2004).

Por outro lado, importa destacar que o grau de associação entre as variáveis em estudo também é medido. De acordo com Cohen (1998), a magnitude das correlações que existem entre as variáveis poderá ser avaliada. Com efeito, a relação entre as variáveis poderá ser pequena, média ou grande, em função dos valores que se apresentam (Tabela 2):

Tabela 2. Magnitude das correlações.

Dimensão do efeito	Correlação
Pequeno	0,1
Médio	0,3
Grande	0,5

Fonte: Cohen (1998).

4 ANÁLISE EXPLORATÓRIA DE DADOS

Tendo em vista responder às questões inicialmente formuladas, é desenvolvida uma análise exploratória de dados, na qual é realizada, primeiramente, uma análise da evolução do *número de reuniões associativas internacionais* e do *número de delegados das reuniões associativas internacionais por países e regiões*. Posteriormente é efetuada uma análise de correlações de Bravais-Pearson para as duas variáveis referidas.

4.1 Número de Reuniões Associativas Internacionais

No período de 2002 a 2009, a *International Congress and Convention Association* (ICCA, 2011), divulgou que o número total de eventos ligados a reuniões associativas internacionais cresceu em mais de 3000, revelando um crescimento médio anual de aproximadamente 6,4% ao ano (a partir de 2002), conforme se poderá visualizar na tabela 3.

Tabela 3. Número de reuniões associativas internacionais.

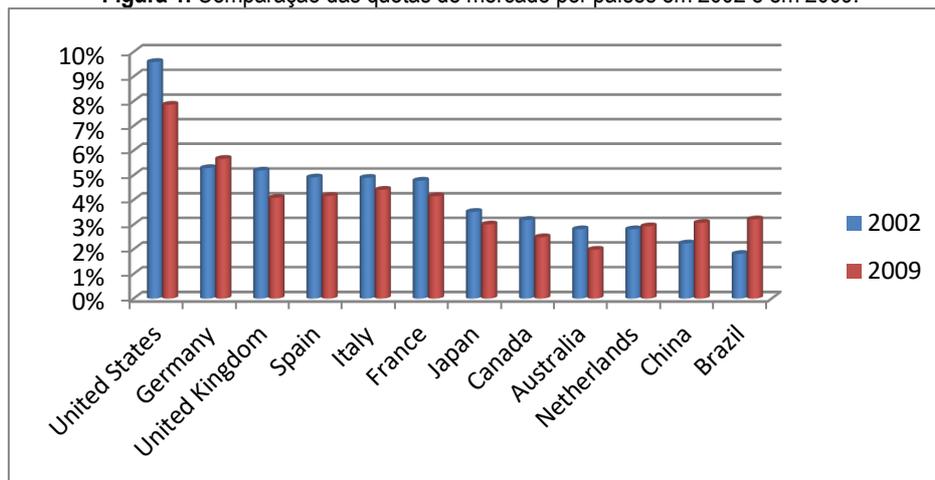
Year	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
World	6090	6294	7524	7825	8549	9036	9610	9255

Fonte: ICCA (2011).

Para uma melhor compreensão do crescimento do número de reuniões associativas internacionais, é efetuada uma análise do número de reuniões associativas internacionais, por países e por regiões mundiais. Deste modo, de acordo com a (ICCA,

2011), durante o período de 2002 a 2009, os Estados Unidos e a Alemanha foram o primeiro e o segundo país, respetivamente, a liderar a tabela do TOP 10 das quotas de mercado das reuniões associativas internacionais (Figura 1).

Figura 1. Comparação das quotas de mercado por países em 2002 e em 2009.



Fonte: Elaboração própria a partir da ICCA (2011).

Para além destes dois países, o Reino Unido, a França, a Itália e a Espanha mantiveram-se nos 6 países que lideraram mundialmente a realização de reuniões associativas. Conforme melhor se poderá compreender na figura 1, a China, a partir de 2004, surgiu como um dos 10 países mundiais que mais realizaram reuniões associativas. Mas é de salientar

que, as diferenças nas quotas de mercado entre países, no período apresentado, foram-se esbatendo à medida que os anos avançaram. Segundo a ICCA (2011), o número de reuniões associativas internacionais por regiões mundiais tem vindo genericamente a crescer, no período de 2002 a 2009, como é possível verificar na tabela 4.

Tabela 4. TOP 10 das reuniões associativas por regiões mundiais entre 2002 e 2009.

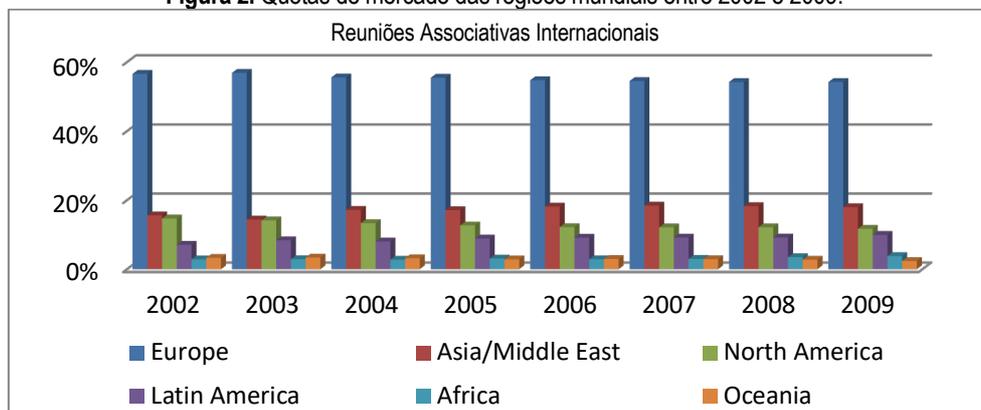
Region	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Europe	3445	3579	4180	4340	4680	4924	5210	5018
Asia/Middle East	949	905	1292	1337	1550	1663	1755	1664
North America	893	888	1003	992	1042	1092	1167	1082
Latin America	431	528	604	695	780	827	881	920
Africa	173	182	206	239	245	269	334	352
Oceania	199	212	239	222	252	261	263	219
Totals	6090	6294	7524	7825	8549	9036	9610	9255

Fonte: ICCA (2011).

Pelos dados apresentados, é possível confirmar que a Europa foi claramente o destino mais popular ao longo dos 8 anos referidos. No entanto, a quota de mercado europeia declinou gradualmente durante este período, assim como a quota de mercado da região da

América do Norte, devido à crescente atratividade da Ásia/Médio Oriente e da América Latina. Ao nível da organização de reuniões associativas internacionais, as regiões da África e da Oceânia permaneceram mais ou menos estáveis (Figura 2).

Figura 2. Quotas de mercado das regiões mundiais entre 2002 e 2009.



Fonte: Elaboração própria a partir da ICCA (2011).

4.2 Número de Delegados em Reuniões Associativas Internacionais

A ICCA (2011) destaca que, no período analisado, se verificou uma tendência crescente no número de delegados que participaram em reuniões associativas realizadas internacionalmente (Tabela 5).

No período de 2002 a 2009, segundo a ICCA (2011), os Estados Unidos mantiveram firmemente a primeira posição no ranking do número de delegados que participaram em reuniões associativas internacionais. No TOP 5, é possível também encontrar ininterruptamente a Alemanha, França e Itália (Tabela 6).

Tabela 5. Número de delegados em reuniões associativas entre 2002 e 2009.

Year	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
World	4.155.991	4.078.545	4.941.002	4.798.583	5.561.448	5.348.496	5.832.421	5.551.464

Fonte: ICCA (2011).

Tabela 6. Número de delegados em reuniões associativas internacionais por países (2002 a 2009).

Country	2002	Country	2003	Country	2004	Country	2005
U.S.A.	626,957	U.S.A.	406,257	U.S.A.	634,672	U.S.A.	536,836
Germany	293,521	France	323,833	France	382,944	France	295,266
France	285,283	Germany	280,278	Germany	318,951	Italy	257,364
Spain	253,76	Italy	223,846	Italy	264,463	Germany	243,159
Italy	218,053	Spain	219,739	United Kingdom	259,612	Canada	217,343
Country	2006	Country	2007	Country	2008	Country	2009
U.S.A.	504,956	U.S.A.	562,594	U.S.A.	664,083	U.S.A.	621,597
Spain	354,46	Italy	412,484	Italy	411,219	Germany	438,212
Italy	276,349	Germany	361,967	Germany	393,659	Italy	348,131
France	264,353	Spain	319,979	Spain	314,11	Spain	245,323
Germany	264,332	France	228,498	France	296,197	France	229,529

Fonte: ICCA (2011).

Ao nível das reuniões associativas internacionais por regiões, a estabilidade existente na alocação de reuniões nas várias regiões mundiais contribuiu, favoravelmente, para a estabilidade das

quotas de mercado associadas ao número de delegados por regiões, no período de 2002 a 2009. Assim, de acordo com os dados da ICCA (2011), foi a Europa que liderou o ranking das regiões que mais receberam delegados (Tabela 7).

Tabela 7. Quotas de mercado do número de delegados por regiões entre 2002 e 2009⁷.

Region	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Europe	52,24%	52,15%	49,65%	51,75%	51,21%	53,49%	50,86%	51,05%
Asia/Middle East	15,27%	13,15%	17,07%	15,25%	18,58%	17,76%	17,14%	16,22%
North America	19,30%	16,34%	20,00%	17,64%	15,83%	14,39%	16,90%	16,87%
Latin America	8,04%	10,80%	8,67%	9,34%	8,81%	8,81%	9,92%	9,76%
Oceania	2,98%	4,42%	2,56%	2,43%	2,21%	2,54%	2,20%	2,09%
Africa	2,17%	3,13%	2,04%	3,59%	3,36%	3,02%	2,98%	4,01%
Totals	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Fonte: Elaboração própria a partir da ICCA (2011).

4.3 Análise de Correlações de Bravais-Pearson

Tendo em vista perceber o grau de relação entre o número de reuniões associativas internacionais (NAM) e o número de delegados das reuniões associativas internacionais (NAD), é desenvolvida uma análise de correlações de Bravais-Pearson (Tabela 8). Para o ano 2005, é possível compreender que **existe uma forte relação positiva (quase perfeita) entre o número de reuniões associativas**

internacionais e o número de delegados das reuniões associativas internacionais ($r_{=,935}$; $p < 0,01$). Relativamente ao ano 2009, também é possível compreender que, os valores obtidos nas correlações, não são muito diferentes do ano 2005. Por consequência, também se apura uma elevadíssima correlação positiva entre o número de reuniões associativas internacionais e o número de delegados das reuniões associativas internacionais ($r_{=,956}$; $p < 0,01$).

⁷ Valores estimados pela ICCA (2011).

Ora, os resultados obtidos permitem-nos compreender que, do ponto de vista económico, as 2 variáveis apresentadas são reveladoras de uma forte relação positiva.

Tabela 8. Correlação entre as 2 variáveis (ano 2005 e 2009).

		Ano 2005		Ano 2009	
		NAM5	NAD5	NAM9	NAD9
NAM	Pearson Correlation	1	,935**	1	,956**
	Sig. (2-tailed)		,000		,000
	N	52	52	52	52
NAD	Pearson Correlation	,935**	1	,956**	1
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	
	N	52	52	52	52

Fonte: Elaboração própria.

Para uma melhor compreensão do grau de relação existente, no curto e médio prazo, entre as 2 variáveis referidas, é ainda determinada a taxa de crescimento entre o ano de 2005 e 2009, de cada uma das variáveis e, conseqüentemente, desenvolvida uma análise de correlações. Assim, na tabela 9, é possível verificar que permanece uma **elevada correlação positiva entre a taxa de crescimento do número de reuniões associativas internacionais e o número de delegados das reuniões associativas internacionais** ($r=.843$; $p<.01$), conforme se poderá visualizar.

Tabela 9. Correlação entre a taxa de crescimento das 2 variáveis (crescimento – 2005 a 2009).

		NAM5_9	NAD5_9
NAM	Pearson Correlation	1	,843**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	52	52
NAD	Pearson Correlation	,843**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	52	52

Fonte: Elaboração própria.

De acordo com a análise desenvolvida, verifica-se a existência de relações fortemente positivas entre as variáveis *número de reuniões associativas internacionais* e *o número de delegados das reuniões associativas internacionais*, para os anos 2005, 2009 e respetiva taxa de crescimento (no curto e médio prazo).

Apesar de existirem uma multiplicidade de fatores, de natureza distinta, que contribuem para a escolha do local da reunião pelos planeadores de reuniões (VAR et al., 1985; OPPERMANN, 1996 b;

CROUCH; RITCHIE, 1998; BRADLEY et al., 2002; KULENDRAN; WITT, 2003; CROUCH; LOUVIERE, 2004; HANKINSON, 2005; CHEN, 2006; HAVENTANG et al., 2007; DIPIETRO et al., 2008; DRAGIČEVIĆ, et al., 2012; PARK et al., 2014; CARVALHO et al., 2016 A, 2018; JUNG et al., 2018) e para a participação individual numa reunião pelos delegados (OPPERMANN; CHON, 1997; SEVERT et al., 2007; ZHANG et al.; 2007; JUDITH; THOMPSON, 2009; SHIN, 2009; YOO; ZHAO, 2010; WHITFIELD et al., 2014; JUNG; TANFORD, 2017; LIANG; LATIP, 2018), raros têm sido os estudos que procuram compreender se os fatores valorizados nas reuniões de negócios são os mesmos entre os planeadores de reuniões e os respetivos delegados (LEE; PARK, 2002; SOX et al., 2013).

Curiosamente, em alguns atributos avaliados, Lee e Park (2002) e Sox et al. (2013) identificaram diferenças significativas entre grupos, contrastando, com efeito, com os resultados exploratórios obtidos no presente estudo. Embora seja de considerar as diferentes abordagens metodológicas dos estudos, foi possível apurar que, os resultados das correlações nesta investigação indiciam que, a escolha do local da reunião e a respetiva participação pelos delegados foi, no período analisado, tendencialmente convergente.

Assim, sem descurar a relevância dos exíguos estudos desenvolvidos pela comunidade científica sobre esta matéria, ficará certamente por justificar, no contexto de uma futura análise confirmatória: (i) a correlação quase perfeita entre o número de reuniões associativas, e o número de delegados, justificando um crescimento quase proporcional, quando as condições de acolhimento das reuniões (ex. salas de reunião, hotéis, etc...) dentro dos países e entre os países são muito distintas; (ii) a elevada relação existente entre a taxa de crescimento do número de reuniões associativas e a taxa de crescimento do número de delegados ($r=.843$; $p<.01$), reveladora de uma progressividade muito semelhante em ambas as taxas de crescimento. Esta constatação leva-nos a induzir que, numa abordagem meramente exploratória, indiciam ser convergentes os fatores mais valorizados, ligados ao processo de tomada de decisão na escolha de um país para a organização de uma reunião (pelos planeadores) ou respetiva participação (pelos delegados). Ora, como os planeadores de reuniões são mandatados pelos executivos das associações (que possuem o papel de tomada de decisão final), sugere-se a existência de um esforço conciliador de interesses dos planeadores de reuniões, face aos executivos das associações e aos delegados que participam nas reuniões.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo negócios foi um segmento turístico que cresceu significativamente na última década, a nível mundial, e que tem contribuído para os países com vários benefícios de natureza económica, social e cultural. Todavia, este segmento turístico ainda não tem despertado o mesmo interesse do turismo de lazer, da parte da comunidade científica. Embora vários investigadores tenham manifestado a importância de se desenvolverem mais estudos nesta área de conhecimento.

A compreensão dos determinantes da escolha do local da reunião, tem sido um dos raros tópicos de investigação que tem alinhado o meio académico e científico, designadamente sobre a compreensão dos critérios da escolha do local da reunião pelos planeadores de reuniões e da participação individual numa reunião pelos delegados. Porém, escassos têm sido os estudos (LEE; PARK, 2002; SOX et al., 2013) que visam compreender se os critérios de decisão valorizados por cada grupo de atores (planeadores de reuniões e delegados) são semelhantes.

Como o local para a realização de uma reunião associativa internacional é escolhido pelo planeador de reuniões, com o consentimento dos executivos da associação, e como o sucesso de uma reunião associativa internacional depende fortemente do número de delegados participantes, significa que, a escolha do local da reunião, deverá depender de um esforço conciliador de interesses da parte dos planeadores de reuniões, procurando satisfazer os critérios esperados pelos executivos das associações e pelos delegados que participam na reunião.

Assim, este estudo teve como objetivo compreender como evoluíram as reuniões associativas realizadas à escala mundial por países e regiões, na última década, assim como, averiguar, de forma exploratória, se existiu um esforço de conciliação de interesses dos principais intervenientes (executivos das associações e respetivos delegados), aquando o processo de escolha do local da reunião pelos planeadores de reuniões.

Para efeitos de realização do estudo, foi desenvolvida uma análise exploratória de dados que permitiu compreender que, no âmbito das reuniões associativas, entre 2002 e 2009, foram os Estados Unidos e a Alemanha que lideraram a tabela do TOP 10 das quotas de mercado. Neste *ranking* e depois destes 2 países, destacaram-se entre os 6 primeiros, o Reino Unido, a França, a Itália e a Espanha. No TOP 10 ainda apareceu o Japão, o Canadá, a Austrália, a Holanda, a China e o Brasil. Quando se analisou o mercado das reuniões associativas numa perspetiva de regiões mundiais, sobressaiu claramente

a Europa, seguida da Ásia/Médio Oriente, América do Norte, América Latina, África e, por último, Oceânia.

No domínio do número de delegados de reuniões associativas internacionais por países, no período de 2002 a 2009, salientou-se que estiveram no TOP 10 e de forma ininterrupta os Estados Unidos, a Alemanha, a França, a Itália, a Espanha, o Reino Unido e o Canadá. A Europa também liderou o *ranking* das regiões mundiais que mais receberam delegados e, o segundo lugar, foi disputado sucessivamente pela América do Norte e pela Ásia/Médio Oriente. Conforme foi possível verificar, as regiões da América Latina, Oceânia e África assumiram uma posição menos competitiva.

O estudo desenvolvido permitiu identificar a presença de relações fortemente positivas entre as *variáveis número de reuniões associativas internacionais* e o *número de delegados das reuniões associativas internacionais*, para os anos 2005, 2009 e respetiva taxa de crescimento (no curto e médio prazo).

Embora, à primeira vista, estas correlações não sejam surpreendentes, é difícil justificar a relação quase perfeita entre as duas variáveis nos anos 2005 e 2009, e ainda a elevada correlação entre a taxa de crescimento das duas variáveis. Assim, é de afirmar que, os resultados desta análise exploratória são fortes indicadores de um esforço conciliador de interesses relativamente aos principais intervenientes nas reuniões associativas internacionais, na última década.

Apesar da análise empírica ser meramente exploratória, carecendo os resultados obtidos, com efeito, de serem corroborados a partir de uma análise confirmatória, não deverão ser descurados pelos vários atores envolvidos nas reuniões associativas internacionais.

Desde logo, é fundamental considerar que, os delegados que participam nas reuniões internacionais devem procurar ter uma atitude de confiança em relação ao local da reunião organizada, na medida em que os atores ligados à associação (planeadores e executivos) tendem a procurar ir de encontro às expectativas dos participantes. Por outro lado, os executivos das associações podem igualmente confiar no trabalho desenvolvido pelos seus planeadores de reuniões, uma vez que existem sinais de procurarem otimizar a participação dos delegados na reunião e, deste modo, contribuir para a sobrevivência da associação, através das fees cobradas aos delegados por participarem.

Por último, os decisores políticos, para além de não deverem negligenciar a importância de desenvolverem políticas que estimulem o investimento privado em capital fixo turístico, nomeadamente em centros de reuniões, equipamentos de alojamento e transporte, assim como em equipamentos culturais e

de entretenimento (CARVALHO et al., 2018), devem dotar as organizações de marketing de destinos e os *convention and visitor bureaux* dos recursos necessários (financeiros, humanos e comerciais), para que haja uma promoção no exterior clara e consistente com as condições de acolhimento que o país oferece, não defraudando consequentemente, os planeadores de reuniões, em relação à capacidade do destino (local da reunião) responder às necessidades da associação.

A investigação desenvolvida apresenta limitações, desde logo, pela amostra obtida ser representativa dos países mais desenvolvidos, negligenciando, por isso, um grande número de países em vias de desenvolvimento. Por outro lado, o enfoque de pesquisa neste estudo foi exploratório, não permitindo corroborar resultados a partir de um modelo explicativo estimado. Os resultados mostraram apenas o grau de associação entre as variáveis em estudo (COHEN, 1998). Com efeito, em estudos futuros, sugere-se, desde logo, que sejam incorporados na amostra, países representativos de economias menos desenvolvidas. Mas, mais relevante ainda, destaca-se a importância da realização de uma análise confirmatória, visando atestar os resultados obtidos neste trabalho, por exemplo, a partir de um inquérito junto dos principais intervenientes numa reunião internacional, procurando compreender os atributos valorizados na reunião e, consequentemente, clarificando as semelhanças e diferenças entre grupos.

REFERÊNCIAS

- BERNINI, C. Convention industry and destination clusters: evidence from Italy. *Tourism Management*, 30(6), 878–889, 2009.
- BRADLEY, A., HALL, T.; HARRISON, M. *Selling cities: promoting new images for meetings tourism*. *Cities*, 19(1), 61–70, 2002.
- CARVALHO, P., MÁRQUEZ, M. A.; DÍAZ-MÉNDEZ, M. Determinantes do turismo de negócios internacionais: uma análise confirmatória de dados. *Anais Brasileiros de Estudos Turísticos*, 6(2), 49–57, 2016a.
- CARVALHO, P., MÁRQUEZ, M. A.; DÍAZ-MÉNDEZ, M. Do neighbouring countries encourage the demand of international business tourism? *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, 7 (3), 146 – 157, 2016b.
- CARVALHO, P., MÁRQUEZ, M. A.; DÍAZ-MÉNDEZ, M. Policies to increase business tourism income: a dynamic panel data model. *Journal of Convention & Event Tourism*, 19(1), 63 – 82, 2018.
- CHEN, C.-F. Applying the analytical hierarchy process (AHP) approach to convention site selection. *Journal of Travel Research*, 45(2), 167–174, 2006.
- COHEN, J. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd edition). New Jersey: Lawrence Erlbaum, 1988.
- CORREIA, M. R.; PEREIRA, R. Turismo de Negócios: Viabilidade e Potencial. *Dos Algarves*, 19, 60–78, 2010.
- CROUCH, G.; LOUVIERE, J. *Convention site selection: determinants of destination choice in the Australian domestic conventions sector*. Australia: CRC for Sustainable Tourism Pty Ltd, 2004.
- CROUCH, G.; RITCHIE, J. R. B. Convention site selection research: A review, conceptual model and propositional framework. *Journal of Convention and Exhibition Management*, 1, 49–69, 1998.
- CUNHA, L. *Economia e Política do Turismo*. Amadora: McGraw-Hill, 1997.
- DAVIDSON, R.; COPE, B. *Business Travel: Conferences, Incentive Travel, Exhibitions, Corporate Hospitality and Corporate Travel*. Essex: Pearson Education, 2003.
- DAVIDSON, R.; ROGERS, T. *Marketing Destinations and Venues for Conferences, Conventions and Business Events*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2006.
- DIPIETRO, R. B., BREITNER, D., ROMPF, P.; GODLEWSKA, M. An exploratory study of differences among meeting and exhibition planners in their destination selection criteria. *Journal of Convention & Event Tourism*, 9 (4), 258–276, 2008.
- DRAGIČEVIĆ, V., JOVIČEVIĆ, D., BELŠIĆ, I., STANKOV, U.; BOŠKOVIĆ, D. Business tourism destination competitiveness: a case of Vojvodina Province (Serbia). *Economic Research – Ekonomska Istraživanja*, 25(2), 311–332, 2012.
- FALK, E. T.; PIZAM, A. The United States' Meetings Market. *International Journal of Hospitality Management*, 10 (2), 111 – 118, 1991.
- FERNANDES, C.; CARVALHO, P. Turismo de negócios. In: F. SILVA; J. UMBELINO (Eds.), *Planeamento e desenvolvimento turístico* (pp. 245–257). Lisboa: Lidel Editora, 2017.
- GETZ, D. Event Tourism: Definition, Evolution and Research. *Tourism Management*, 29, 403–428, 2008.
- GUJARATI, D. *Econometria* (4^{Ed.}). México: McGraw-Hill, 2004.
- HANKINSON, G. Destination brand images: a business tourism perspective. *Journal of Services Marketing*. 19(1), 24–32, 2005.
- HAVEN-TANG, C., JONES, E.; WEBB, C. Critical success factors for business tourism destination. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 22(3/4), 109–120, 2007.
- INTERNATIONAL CONGRESS AND CONVENTION ASSOCIATION (ICCA, 2011). *The International Association Meetings Market* (Statistics Report 2001 – 2010). Retirado de <https://www.iccaworld.org/dcps/doc.cfm?docid=1264>
- JUDITH, M.; THOMPSON, K. The UK association conference attendance decision-making process. *Tourism Management*, 30(3), 400–409, 2009.
- JUNG, S.; TANFORD, S. What contributes to convention attendee satisfaction and loyalty? A meta-analysis. *Journal of Convention & Event Tourism*, 18 (2), 118–134, 2017.

- JUNG, S.; TANFORD, S.; KIM, Y.-S.; RAAB, C. A comparison of planners' site-selection intentions towards a sustainability reward program, location, and overall costs. *Journal of Convention & Event Tourism*, 19(3), 286-312, 2018.
- KELLERMAN, A. Business travel and leisure tourism: comparative trends in a globalizing world. In: J. BEAVERSTOCK, B. DERUDER, J. R. FAULCONBRIDGE; F. WITLOX (eds.), *International business travel in the global economy* (pp. 165-175). Surrey: Ashgate, 2010.
- KULENDRAN, N.; WITT, S. Forecasting the demand for international business tourism. *Journal of Travel Research*, 41(3), 265-271, 2003.
- LADKIN, A. Conference Tourism – MICE Market and Business Tourism. In D. BUHALIS; C. COSTA (eds.), *Tourism Business Frontiers – Consumers, Products and Industry* (pp. 56-66). Oxford: Elsevier., 2006.
- LAWSON, F. R. Trends in Business Tourism Management. *Tourism Management*, 3 (4), 298 – 302, 1982.
- LEE, T. H.; PARK, J.-Y. Study on the degree of importance of convention service factors: focusing on the differences in perception between convention planners and participants. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 3(4), 69-85, 2002.
- LIANG, H. C. K.; LATIP, H. A Factors Affecting Attendees' Decision-Making in Convention Tourism Industry. *Journal of Computational and Theoretical Nanoscience*, 24(6), 4414 – 4420, 2018.
- MAROCO, J. *Análise Estatística - Com Utilização de SPSS* (2ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo, 2003.
- MILL, R. C. *Tourism the International Business*. Zurich: Jacobs Foundation, 2010.
- OPPERMANN, M. Convention Cities – Images and Changing Fortunes. *The Journal of Tourism Studies*, 7 (1), 10 – 17, 1996a.
- OPPERMANN, M. Convention destination images: analysis of association meeting planners' perceptions. *Tourism Management*, 17(3), 175-182, 1996b.
- OPPERMANN, M.; CHON, K.-S. Convention participation decision-making process. *Annals of Tourism Research*, 24 (1), 178-191, 1997.
- OMT - ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Panorama OMT del Turismo Internacional: Edición 2010*, Madrid: Autor, 2010.
- PARK, J., WU, B., SHEN, Y., MORRISON, A.; KONG, Y. The great halls of China? Meeting planners' perceptions of Beijing as an international convention destination. *Journal of Convention & Event Tourism*, 15, 244-270, 2014.
- PIKE, S. *Destination Marketing: an integrated marketing communication approach*. New York: Routledge, 2008.
- PEREIRA, A. *Guia Prático de Utilização do SPSS – Análise de Dados para Ciências Sociais e Psicologia* (7ª ed.). Lisboa: Edições Sílabo, 2008.
- SEVERT, D., WANG, Y., CHEN, P.; BREITER, D. Examining the motivation, perceived performance and behavioral intentions of conventions attendees: evidence from a regional conference. *Tourism Management*, 28, 399-408, 2007.
- SHIN, Y. Examining the link between visitors' motivations and convention destination image, *Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism*, 4(2), 29-45, 2009.
- SOX, C. B., BENJAMIN, S., CARPENTER, J.; STRICK, S. An exploratory study of meeting planner and conference attendees' perceptions of sustainable issues in convention centers. *Journal of Convention and Event Tourism*, 14 (2), 144-161, 2013.
- VAR, T., CESARIO, F.; MAUSER, G. Convention tourism modelling. *Tourism Management*, 6(3), 195-204, 1985.
- WEBER, K. Meeting planners' and Evaluation of Convention and Visitor Bureaus. *Tourism Management*, 22, 599 – 606, 2001.
- WHITFIELD, J., DIKO, L., WEBBER, D.; ZHANG, L. Attracting Convention and Exhibition Attendance to Complex MICE Venues: Emerging Data from Macao. *International Journal of Tourism Research*, 16, 169 – 179, 2014.
- WOOTTON, G. & STEVENS, T. Business tourism: a study of the market for hotel-based meetings and its contribution to Wales's tourism. *Tourism Management* 16 (4), 305-313, 1995.
- YOO, J. J.; ZHAO, X. Revisiting determinants of convention participation decision making. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 27 (2), 179-192, 2010.
- ZHANG, H. Q., LEUNG, V.; QU, H. A refined model of factors affecting convention participation decision-making. *Tourism Management*, 28 (4), 1123-1127, 2007.

Processo Editorial / Editorial Process

Editor Chefe/Editor-in-chief: PhD Thiago D. Pimentel (UFJF).

Recebido em 12 de Julho de 2018; aceito em 23 de Agosto de 2018; publicado online em 30 de Setembro de 2018.

Received on July 12, 2018; accepted on August 23, 2018, published online on September 30, 2018.

Artigo original / Original article. Seção revisada por pares / Double blind review section.