



Vencontro  
de  
jovens  
investigadores

29 de novembro de 2017



**V Encontro de Jovens Investigadores  
do Instituto Politécnico de Bragança**  
Livro de resumos



---

**Título:** V Encontro de Jovens Investigadores do Instituto Politécnico de Bragança: livro de resumos

**Coordenação:** Anabela Martins

**Edição:** Instituto Politécnico de Bragança · 2018  
5300-253 Bragança · Portugal  
Tel. (+351) 273 303 200 · Fax (+351) 273 325 405

**Design:** Serviços de Imagem do Instituto Politécnico de Bragança

**ISBN:** 978-972-745-235-4

**Editor:** Instituto Politécnico de Bragança · 2017

**Disponível em:** <http://hdl.handle.net/10198/14463>

---



---

### Comissão Organizadora:

Anabela Martins (IPB)  
Adília Fernandes (GIAPE)  
Ana Pereira (GIAPE)  
Cristina Mesquita (GIAPE)  
Elsa Esteves (GIAPE)  
Paula Rodrigues (GIAPE)  
Felícia Fonseca (GIAPE)  
Jacinta Costa (GIAPE)  
Ana Azevedo (GIAPE)  
Manuel Brás (GIAPE)  
Carla Sofia Fernandes (GIAPE)  
Olga Ferreira (GIAPE)  
Mário Cardoso (ESE)  
Elisabete Silva (ESE)  
Carlos Costa (EsACT)  
Luísa Lopes (EsACT)  
José Rufino (ESTiG)  
Ana Paula Monte (ESTiG)  
Juliana Souza (ESSa)  
António Peres (ESA)  
Manuel Feliciano (ESA)

---



---

### Comissão Científica:

Mário Cardoso (ESE)

Elisabete Silva (ESE)

Jesus Valero Matas (Universidad de Valladolid, Facultad de Educación)

M<sup>a</sup> Mercedes López Aguado (Universidad de León, Facultad de Educación)

Rui Lima (Universidade do Minho)

Amélia Pires (ESTiG)

Elza Fonseca (ESTiG)

Leonel São Romão Preto (ESSa)

Vera Alexandra Ferro Lebres (ESSa)

Emília Carvalho Coutinho (Escola Superior de Saúde de Viseu IPV)

Elsa Ramalhosa (ESA)

Tomás Figueiredo (ESA)

Pablo Garcia (Universidad de Salamanca)

Cristiane Kreutz (UTFPR Campo Mourão)

Catarina Fernandes (EsACT)

Elisabete Morais (EsACT)

---

<b>Sistema de Gestão Ambiental em Marcenaria: princípios para a sustentabilidade.</b>	<b>132</b>
Passos, Felipe F. C.; Godoi, Emiliano L.	
<b>Environmental Management System in Woodwork: principles for sustainability..</b>	<b>132</b>
Passos, Felipe F. C.; Godoi, Emiliano L.	

## PRÉMIOS

<b>Idosos institucionalizados: avaliação do bem-estar subjetivo.....</b>	<b>134</b>
Fernandes, Luciana; Galvão, Ana; Brás, Manuel; Martins, Sofia	
<b>Institutionalised elderly: evaluation of subjective wellbeing .....</b>	<b>134</b>
Fernandes, Luciana; Galvão, Ana; Brás, Manuel; Martins, Sofia	
<b>Estratégia de marketing aplicada a um empreendimento turístico .....</b>	<b>135</b>
Lénia Fernandes; Ricardo Correia	
<b>Marketing strategy applied to a tourism enterprise .....</b>	<b>135</b>
Lénia Fernandes; Ricardo Correia	
<b>Estudo de leveduras provenientes de frutos do cerrado da região de Grão Mogol, Minas Gerais, Brasil.....</b>	<b>136</b>
Wêudson Alves Mendes; Jaqueline Silva Vieira; Luane Stefane Miranda Santos; Marcos de Oliveira	
<b>Study of yeasts from fruits of the cerrado of the region of Grão Mogol, Minas Gerais, Brazil .....</b>	<b>136</b>
Wêudson Alves Mendes; Jaqueline Silva Vieira; Luane Stefane Miranda Santos; Marcos de Oliveira	
<b>Comportamento termomecânico de arcos metálicos circulares .....</b>	<b>137</b>
Gomes, Margarida; Mesquita, Luís	
<b>Thermomechanical behavior of circular steel arches .....</b>	<b>137</b>
Gomes, Margarida; Mesquita, Luís	
<b>Solução integrada para 802.1x em rede cablada .....</b>	<b>138</b>
Gonçalo, Rui; Ferreira, Paulo; Pedrosa, Tiago	
<b>Integrated solution for 802.1x in wired network .....</b>	<b>138</b>
Gonçalo, Rui; Ferreira, Paulo; Pedrosa, Tiago	

## Estratégia de marketing aplicada a um empreendimento turístico

Lénia Fernandes<sup>1</sup>; Ricardo Correia<sup>2</sup>

<sup>1</sup> a32175@alunos.ipb.pt, Instituto Politécnico de Bragança, ESACT, Portugal

<sup>2</sup> ricardojorge@ipb.pt, Instituto Politécnico de Bragança, ESACT, Portugal

### Resumo

O turismo em Portugal tem vindo a ganhar uma crescente notoriedade nos últimos anos, com particular destaque para o setor da hotelaria. Devido ao aumento da procura neste setor, surgiram novas infraestruturas associadas à atividade turística. Desta forma, verifica-se o alargamento do interesse dos consumidores turísticos a diferentes tipos de alojamentos, entre os quais o turismo de habitação. Por outro lado, o aumento da competitividade neste setor reflete a importância de conhecer as necessidades dos clientes. Neste âmbito, a aplicação do marketing ao setor turístico, permite aproximar os proprietários aos seus clientes, direcionando os canais de distribuição de modo a atrair clientes motivados pela oferta, promovendo a fidelização e recomendação do serviço. Com o dinamismo concorrencial do mercado, a estratégia de marketing mostra-se fundamental para melhorar a performance das empresas. Assim, o objetivo deste trabalho foca-se na análise estratégica de marketing aplicada a uma unidade de alojamento de Turismo de Habitação, no sentido de identificar e potenciar vantagens competitivas que vão ao encontro dos seus valores enquanto agente económico. As principais conclusões resultantes deste estudo enfatizam a falta de profissionais ligados ao marketing na empresa, de modo a desenvolver uma estratégia adequada e potencializar os recursos disponíveis. Foi possível verificar um conjunto de debilidades ao nível da definição da missão e da visão da empresa, da gestão da informação sobre os vários stakeholders, bem como uma desadequada política de promoção e comunicação da empresa. Finalmente, foi definido um plano com propostas de ação que permitam a mitigação dos problemas identificados.

**Palavras-chave:** Turismo; Turismo de habitação; Marketing turístico; Marketing estratégico; Comunicação em marketing.

## Marketing strategy applied to a tourism enterprise

Lénia Fernandes<sup>1</sup>; Ricardo Correia<sup>2</sup>

<sup>1</sup> a32175@alunos.ipb.pt, Instituto Politécnico de Bragança, ESACT, Portugal

<sup>2</sup> ricardojorge@ipb.pt, Instituto Politécnico de Bragança, ESACT, Portugal

### Abstract

Tourism in Portugal has been increasing in recent years, particularly in the hotel industry. Due to the demand increase in this industry, new infrastructures have emerged related with tourist activity. In this way, there is a major interest of tourist consumers to different types of accommodation, including housing tourism. On the other hand, the grow of competitiveness in this industry reflects the importance of knowing the customer's needs. In this context, the marketing application to the tourism, allows owners to approach their customers, directing the distribution channels in order to attract motivated customers by the offer, promoting the loyalty and the service recommendation. With the competitive dynamism of the market, the marketing strategy is central to improve the firm's performance. Therefore, the purpose of this study is focused on a strategic marketing analysis applied to a housing accommodation unit, in order to identify and enhance competitive advantages that meet their values as an economic agent. The main conclusions of this study emphasize the lack of marketing professionals in the firm, in order to develop an appropriate strategy and leverage the available resources. It was possible to verify a set of weaknesses in the firm mission and vision definition, the management of stakeholders information, as well an incorrect policy of promotion and communication of the firm. Finally, we defined a plan with action proposals that allows the mitigation of the identified problems.

**Keywords:** Tourism; Housing tourism; Tourist marketing; Strategic marketing; Marketing communication.