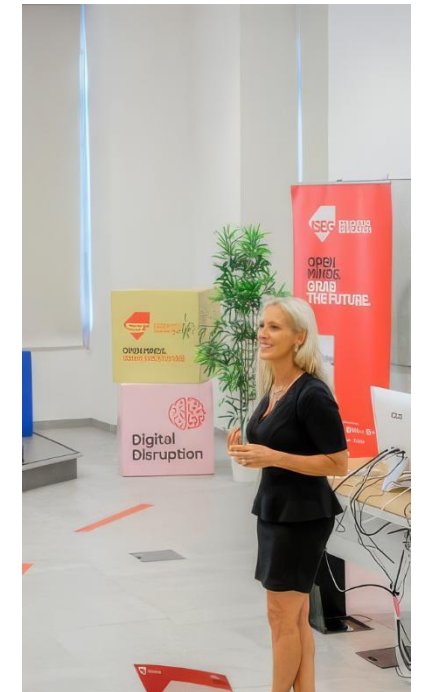




# Análise Quantitativa de Dados em Marketing

## Mestrado em Marketing



Ana Brochado  
Ana.brochado@iseg-ulisboa.pt

# Trabalho de Grupo (Parte II)

deadline: 2 de dezembro 2025

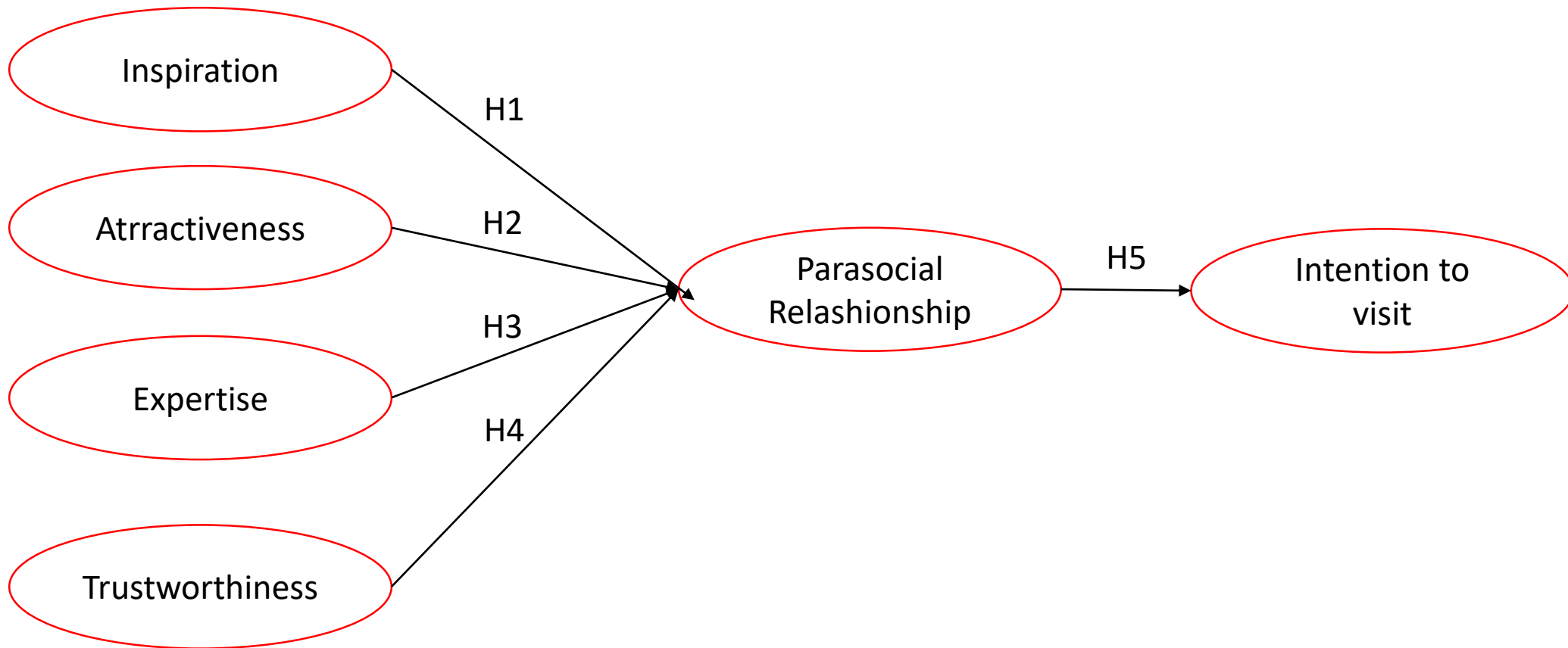
# Influenciadores Digitais de Viagens e Intenções de Visita: O Papel Mediador das Relações Parasociais na Geração Z em Portugal

# Objetivo

Analisar de que forma as características dos influenciadores digitais de viagens — inspiração, atratividade, expertise e confiabilidade — influenciam as relações parasociais estabelecidas pela Geração Z portuguesa, e como estas relações, por sua vez, afetam a intenção de visitar os destinos promovidos pelos influenciadores.

Estimar o modelo usando método Partial Least Squares Path Modeling (PLS-PM) e o software Smart PLS

# Modelo conceptual e hipóteses



# Modelo conceptual e hipóteses

- H1: A inspiração transmitida pelo influenciador de viagens influencia positivamente a força da relação parassocial.
- H2: A atratividade do influenciador de viagens influencia positivamente a força da relação parassocial.
- H3: A expertise do influenciador de viagens influencia positivamente a força da relação parassocial.
- H4: A confiabilidade do influenciador de viagens influencia positivamente a força da relação parassocial.
- H5: A força da relação parassocial influencia positivamente a intenção de visitar um destino.

# Relatório final

## **Índice sugerido do Relatório Final**

- 1. Análise do Modelo de Medida**
- 2. Análise do Modelo Estrutural**

- Anexo digital
  - Outputs do Smart PLS

# Critérios de avaliação

| Dimensão                                         | Descrição / Critérios                                                                                                                                                                             | Peso |
|--------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 1. Análise do Modelo de Medida (Outer Model)     | Fiabilidade individual (loadings).• Fiabilidade composta e Alpha de Cronbach. • AVE e validade convergente. • Validade discriminante (Fornell-Larcker, HTMT). • Discussão crítica dos resultados. | 30%  |
| 2. Análise do Modelo Estrutural (Inner Model)    | • Coeficientes e coerência teórica. • Significância (bootstrapping). • Qualidade do modelo (e.g., $R^2$ , $f^2$ , $Q^2$ ) • Multicolinearidade (VIF). • Interpretação crítica.                    | 30%  |
| 3. Outputs do Modelo de Medida no Texto          | • Qualidade e clareza das tabelas e figuras. • Integração dos resultados na narrativa.                                                                                                            | 15%  |
| 4. Outputs do Modelo Estrutural no Texto         | • Qualidade visual das tabelas e gráficos. • Integração dos resultados na narrativa.                                                                                                              | 15%  |
| 5. Anexos (Outputs Técnicos) e organização geral | • Organização geral                                                                                                                                                                               | 10%  |