

O papel das associações na dinâmica de indústrias: Serviços ou lobby?

The role of **associations** in the **dynamics of industries**: Services or lobby?

ANDREIA CRISTO * [andriacristo@ua.pt]

CELESTE AMORIM VARUM ** [camorim@ua.pt]

Resumo | Este artigo analisa o papel desempenhado pelas associações empresariais e Confederação do Turismo Português (CTP) no processo de influência política, à luz de um caso específico de decisão legislativa de redução do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA) nos serviços de alimentação e bebidas. Utilizando uma metodologia qualitativa, os resultados das entrevistas permitem concluir que, tal como evidenciado na literatura, as associações podem assumir uma “lógica de influência”, que pode ser condicionada pela fragmentação existente ao nível do associativismo, visto que a capacidade de influência política por parte das associações será tanto mais forte quanto os níveis de representatividade e consenso existentes. Várias são as estratégias adotadas pelas associações, que vão desde propostas à Assembleia da República, a contactos com os partidos políticos do governo, sendo a principal missão da CTP exercer lobby.

Palavras-chave | Associações industriais, associações empresariais, função, legislação, lobbying.

Abstract | This study analyzes the role played by business associations and the Portuguese Tourism Confederation (CTP) to influence public policies, specifically in a legislative agenda to reduce the Value Added Tax (VAT) on food and beverage services. Using a qualitative methodology, the results obtained in the interviews allow us to conclude that, as evidenced in the literature, associations can assume an important role influencing the public sector, which can be conditioned by the fragmentation of associativism, since the political influence of associations will be as stronger as its representation and consensus capacity. There are several strategies adopted by the associations, such as National Assembly proposals or contacts with political parties, being the lobby the CTP main mission.

Keywords | Industry associations, business associations, role, legislation, lobbying.

* **Doutoranda** em Turismo pela Universidade de Aveiro

** **Doutora** em Economia pela University of Reading (UK). Professora Auxiliar da Universidade de Aveiro, Departamento de Economia, Gestão, Engenharia Industrial e Turismo - DEGEIT

1. Introdução

Este artigo tem como objetivo compreender o papel das associações na dinâmica de indústrias, refletindo sobre o caso concreto das associações empresariais que operam no setor do turismo.

Partindo da identificação de bibliografia relevante na base de dados SCOPUS, delimita-se o conceito de associação empresarial e analisa-se o papel de influência política que as associações podem assumir junto do governo na definição de medidas legislativas com impacto para as empresas e os principais fatores que podem condicionar essa influência.

Esta hipótese é analisada à luz de um caso específico de descida do Imposto sobre o Valor Acrescentado (IVA) nos serviços de alimentação e bebidas, de uma taxa de 23%, para a taxa intermédia de 13%, pelo Orçamento do Estado para 2016, considerando as estratégias utilizadas pela Confederação do Turismo Português (CTP) e pelas associações empresariais ligadas à restauração, no contexto desta medida de política fiscal.

Este estudo vem corroborar o papel relevante que as associações podem assumir na representação dos seus associados junto do poder político, contribuindo para compreender as estratégias utilizadas no sentido de exercer influência política relativamente a medidas legislativas com impacto significativo para a vida das empresas. Permite ainda conhecer os diferentes papéis assumidos pela CTP e associações empresariais e os fatores determinantes para a sua influência política. No final deste artigo, apresentam-se as principais conclusões e limitações, sugerindo-se áreas de pesquisa futura.

2. As associações na dinâmica de indústrias

Para a identificação da literatura académica mais relevante sobre o tema fez-se uma pesquisa na base de dados científica SCOPUS com as pa-

lavras *'industry associations'*, *'business associations'*, *'role'*, *'legislation'* e *'lobbying'*, pesquisando nos campos *'Article Title, Abstract, Keywords'*, em todas as áreas disponíveis e sem quaisquer limitações relativamente ao ano de publicação. Admitiu-se ainda a leitura de outros artigos que surgiram indiretamente da análise aos estudos encontrados e alguns livros específicos sobre políticas públicas em Turismo. Nesta secção, analisa-se a literatura existente tendo como objetivo delimitar a definição de associação empresarial, compreender a relação que estabelecem com a comunidade empresarial e o governo e conhecer os principais fatores que podem condicionar a sua capacidade de influência política.

2.1. O que são?

Os estudos analisados versam, na sua esmagadora maioria, acerca de dois tipos de associações, as *'industry associations'* e as *'business associations'*, sendo que neste último caso se inclui, muitas vezes, tanto o setor da indústria, como o do comércio.

Verifica-se que a terminologia utilizada por alguns autores para caracterizar determinadas associações nem sempre é rigorosa e, dependendo do país onde o estudo se desenvolve, associações com o mesmo tipo de associados podem apresentar designações distintas, sendo que, genericamente, as *'business associations'* são organizações formais que têm membros e disponibilizam serviços (Pyle, 2005), representando um conceito mais vasto que pode abranger um leque de entidades bastante diversificado e que abarca diferentes setores (Battisti & Perry, 2015; Bennett, 1998; Bennett & Ramsden, 2007; Pyle, 2005).

A este propósito, por vezes incluem-se no conceito de *'business associations'* as associações profissionais, as associações comerciais, as associações de comerciantes em nome individual e as câmaras de comércio (Bennett, 1998) ou ainda as

confederações, federações, institutos, fóruns privados e clubes de empresas (Bennett & Ramsden, 2007).

Na verdade, os diferentes tipos de associações devem refletir membros distintos e assumir estruturas de tomada de decisão diferenciadas (Bennett, 1999). As associações comerciais assumem uma natureza distinta das associações profissionais ou das confederações, situação que deve ser tida em consideração no desenvolvimento da sua atividade. Para Pyle (2005), as associações comerciais são genericamente entendidas como um subconjunto das associações empresariais e que representam predominantemente um setor económico particular. Já no que se refere às associações industriais estas reportam-se a associações que representam interesses de uma determinada indústria (Watkins, Papaioannou, Mugwagwa & Kale, 2015).

No âmbito deste estudo usar-se-á a expressão associação empresarial, contemplando especificamente as associações de empregadores previstas e reguladas no âmbito da Lei n.º 7/2009, de 12/02, no sentido de associação permanente de pessoas, singulares ou coletivas, de direito privado, titulares de uma empresa, que têm habitualmente trabalhadores ao seu serviço.

2.2. Relação com a comunidade empresarial e com o governo

A literatura destaca diferentes motivos que levam as empresas a afiliarem-se numa associação, que vão desde os serviços prestados, ao apoio individualizado e às vantagens de escala obtidas (Bennett & Ramsden, 2007). Num estudo de Battisti e Perry (2015), as ações salientadas pelas empresas como mais importantes para o incremento da atratividade em pertencer a uma associação foram o aumento do lobby junto do governo e um maior foco nas pequenas empresas.

Segundo estes autores os níveis de afiliação têm-se revelado elevados. O estudo de Bennett e

Ramsden (2007), na Grã-Bretanha, destacou que das 381 empresas participantes, 98% eram membros de pelo menos uma associação, sendo que a média de afiliação era de 1,77 associações, ou seja, muitas pertenciam a mais do que uma associação, aumentando este número de acordo com o tamanho da empresa. Também no estudo de Battisti e Perry (2015), desenvolvido na Nova Zelândia, 60,4% das 1838 Pequenas e Médias Empresas (PMEs) participantes pertenciam a uma associação.

Acresce que o tipo de associação, principalmente no que tange ao setor ou à localização, parecem ser influências importantes sobre os níveis de afiliação e os motivos para a manutenção da adesão, constatando-se que muitas empresas mantêm uma relação de longo prazo com as associações (Battisti & Perry, 2015; Bennett, 1999; Bennett & Ramsden, 2007). Muitos autores destacam ainda o papel intermediário crucial que as associações empresariais desempenham na relação entre o estado e o setor privado (Yu, Yashima & Shen, 2014; Nguyen, 2014). Estas recolhem informações e necessidades dos seus membros e articulam-nas com o governo, servindo de intermediários institucionais, influenciando a política e a formulação e implementação de regulamentos, ajudando ao networking e funcionando com uma organização de cúpula que partilha as visões do grupo (Papaioannou, Watkins, Mugwagwa & Kale, 2016; Watkins et al., 2015).

Na verdade, os atores estatais dependem muitas vezes do setor privado para informação e suporte político, incorporando os representantes das empresas nas negociações, através das suas associações empresariais (Martínez & Schneider, 2001). Se, por um lado, as associações fornecem informação ao Estado sobre o setor privado, por outro, proporcionam às empresas um outro canal de interação com o Estado (Yu et al., 2014). No estudo empírico realizado por Yu e Zhou (2013) é realçado o papel ativo de uma associação empresarial chinesa na governança pública que, apesar do con-

trolado imposto pelo governo, assumiu importantes funções de representação, coordenação, autodisciplina e serviços.

Esta possível construção de relações entre sociedade e governo baseia-se sobretudo na institucionalização do acesso de associações na esfera de atividades governamentais e numa cooperação mais ativa entre estes, transformando o governo em governança (Smorgunov, 2014). Para tal, é importante não só a existência de novos espaços de governança dentro do estado, como também que se criem mecanismos de interação entre o governo e as empresas e se potencie o envolvimento deliberativo entre os atores estatais e não estatais (Nguyen, 2014).

A participação ativa das associações empresariais num modelo de governança depende, entre outros aspetos, da sua capacidade e vontade. Aspetos estes que, por sua vez, são influenciados pelas diferentes 'lógicas' subjacentes às associações. Segundo alguns autores, as associações dividem-se entre uma 'lógica de serviços' e uma 'lógica de influência' (Bennett, 1999; Dixon, 2006; Svendsen, 2014). No primeiro caso, estão mais vocacionadas para a disponibilização de serviços e, no segundo, para atividades de representação dos seus membros.

Assim verifica-se que as associações podem funcionar como plataformas de interação importantes entre o Estado e a comunidade empresarial. Por um lado, influenciando a definição de medidas de política pública e fazendo chegar aos decisores as principais exigências e preocupações das empresas (Atli, 2011) e, por outro, sendo uma fonte de informação das medidas de política para os membros e ajudando à sua aplicação no mundo empresarial, funcionando muitas vezes como parceiros no cumprimento de metas (Park, 2009).

A título de exemplo, refira-se o estudo de Papaioannou et al. (2016) na área da saúde, onde se concluiu que as associações desempenharam, por um lado, um papel político, e por outro, funcionaram como agentes de inovação e desenvolvi-

mento, atuando não apenas a jusante, através da difusão de conhecimentos, como também a montante, junto do governo, para codesenvolver políticas e regulamentos com impacto na inovação em saúde.

Acrescem ainda alguns casos ligados à área do ambiente, onde se ressalta esta importante ligação entre associação empresarial e Estado. Nalguns casos, as associações assumem um papel de coordenação fundamental, agregando pontos de vista dos seus membros e fornecendo conhecimentos regulamentares e técnicos (Bailey & Rupp, 2006), noutros atuam na qualidade de coordenadores de uma série de atividades técnicas, educacionais, políticas e de segurança (Barrett, 2010; Yi, 2014). Nesta área, os estudos demonstram, por exemplo, que as associações podem ajudar na implementação de programas de gestão ambiental, negociando com o governo as políticas da indústria e encorajando para níveis de ambientalismo empresarial mais fortes através da implementação de melhores práticas no seio dos seus membros e incentivando a adoção de certificações (Chaddad, 2010; Montiel & Husted, 2009; Shah & Rivera, 2013).

2.3. Fatores que condicionam a influência política

A estrutura, papel e força das associações empresariais pode diferir significativamente entre países, passando da sua quase inexistência, à atuação enquanto grupo de pressão, dependendo, muitas vezes, da influência dos diferentes modelos políticos ou económicos existentes (Erkuş-Ozturk & Terhorst, 2012; Greaves, 2008). Em termos políticos, existem associações com uma maior autonomia fruto do crescente pluralismo (McBeath, 1998) e, outras, com maiores limitações na capacidade de agir nas reformas políticas motivadas por fatores externos (Bayer & Oniş, 2010), pela sua própria fragmentação, ou ainda pela sua excessiva dependência do governo (Kumar, 2016).

Um estudo desenvolvido por Goldsmith (2002) realça o bom trabalho desempenhado por algumas associações, em África, consideradas como pedras basilares para o progresso futuro na governação e uma contribuição útil para o debate acerca das políticas públicas.

Especificamente no âmbito do turismo, os autores Hall e Jenkins (1995) destacam o papel das associações empresariais enquanto legítimas representantes dos seus membros e que funcionam como grupos de interesse, de pressão ou de lobby. Existindo muitas vezes um conflito eminente entre estes grupos e as próprias políticas que colidem, de forma direta ou indireta, com a indústria do turismo (Hall 1994).

Na atuação enquanto grupos de interesse, as associações reivindicam junto do governo de modo a influenciar a política pública (Matthews, 1980). A sua abrangência e grau de institucionalização é influenciado pelo nível de recursos que possuem e o grau de estabilidade dos seus membros, podendo esta situação influenciar a sua eficácia no processo de formulação de políticas (Hall & Jenkins 1995).

A participação das associações no processo de formulação de políticas públicas não se verifica apenas no plano estritamente nacional, mas também supranacional. Ao nível da União Europeia, por exemplo, as associações são centrais no processo de formulação de políticas, canalizando as exigências de interesses específicos e funcionando muitas vezes como o primeiro ponto de contacto com os responsáveis políticos (Poletti, De Bièvre & Hanegraaff, 2016). Conhecem-se exemplos de participação ativa na preparação de diretivas comunitárias (Kautto, 2007) e envolvimento em lobby na União Europeia, cada vez mais especializado (Poletti et al., 2016). Sendo que, uma vez mais, o nível e tipo de recursos que dispõem (Dür & Mateo, 2012), bem como a coesão da indústria que representam e a capacidade de falar numa só voz (Papaioannou et al., 2016) são destacados como relevantes para o seu sucesso.

Existem também algumas empresas, sobretudo

multinacionais, que se envolvem diretamente em lobbying, de forma independente das associações empresariais e apresentam uma capacidade política sofisticada que lhes permite o desenvolvimento de alianças políticas ad hoc e um conhecimento privilegiado da atuação das próprias associações (Coen, 1998).

Várias são as estratégias utilizadas por estes grupos de interesse no sentido de influenciar a política pública, que vão desde o contacto direto com os decisores políticos, a campanhas públicas para mobilização do público em geral. Segundo Dür e Mateo (2013), o tipo de grupo em causa é um dos fatores que afeta a escolha da estratégia de influência política a utilizar. Sendo que, as formas de representação de interesses e as estratégias desenvolvidas pelas associações têm sucesso quando são aceites, numa primeira fase, pelos seus membros, e em seguida pelo público em geral, situação que é afetada pela natureza da relação que a associação mantém com o Estado (Bugra, 1998).

Tal como evidencia Postigo (2016), as associações com maior capacidade técnica e que conseguem alcançar uma ação coletiva, evidenciando posições concertadas, têm maior oportunidade de serem atendidas pelo governo.

Importa no entanto realçar que pela proliferação do próprio associativismo, no seio das próprias associações e no relacionamento entre elas, estas atuam muitas vezes como rivais, mais do que como parceiras, existindo uma relação multifacetada que gravita num misto de conflito e cooperação (Baroudi, 2001), o que também pode determinar a sua potencial influência e condicionar o seu sucesso.

No fundo, é visível a importância do papel das associações na influência política junto do governo, podendo funcionar como grupos de interesse ou de lobby, existindo, no entanto, diferentes fatores que podem contribuir ou condicionar o sucesso dessa influência.

3. Enquadramento empírico

Nesta secção explicita-se o caso específico de decisão legislativa que serviu de base a este estudo e analisam-se as principais entidades envolvidas, fazendo-se um enquadramento justificativo tendo por base a Lei das Políticas Públicas de Turismo (LBPPT) e os diferentes níveis de intervenção existentes na estrutura da administração do turismo.

3.1. Problemática: Alteração da taxa fiscal

Com a entrada em vigor do Orçamento de Estado para 2012, o IVA no âmbito da restauração e bebidas sobe da taxa intermédia de 13% para a taxa de 23%. Esse aumento trouxe um descontentamento geral no setor do turismo, com especial incidência no ramo da restauração. Após anos de combate e reivindicações públicas, a Lei do Orçamento do Estado para 2016 veio proceder a nova alteração do Código do IVA, repondo a taxa de IVA intermédia nas refeições prontas a consumir, nos regimes de pronto a comer e levar ou com entrega ao domicílio (verba 1.8 da Lista II anexa ao Código do IVA) e nas prestações de serviços de alimentação e bebidas, com exclusão das bebidas alcoólicas, refrigerantes, sumos, néctares e águas gaseificadas ou adicionadas de gás carbónico ou outras substâncias (verbas 3.1 da lista II anexa ao Código do IVA), as quais permanecem tributadas à taxa normal, alterações estas que entraram em vigor a 1 de Julho de 2016.

Este estudo analisa o papel da CTP e das duas

associações de empregadores ligadas ao ramo da restauração no contexto desta medida específica de política fiscal.

3.2. Caracterização das entidades envolvidas no estudo

A Lei das Políticas Públicas de Turismo exalta a transversalidade do setor do turismo, clamando a necessidade de articulação das várias políticas setoriais e pugnando pela participação dos interessados na definição das políticas públicas.

Se é certo que um dos objetivos da Política Nacional do Turismo é precisamente estimular a concretização de parcerias público-privadas na prossecução da política de turismo e no seu financiamento, enaltecendo-se o papel das associações empresariais da área do turismo enquanto parceiros fundamentais na definição e prossecução das políticas públicas (artigos 9.º e 21.º da LBPPT), a verdade é que esta política é marcada por uma organização centralizadora, importando perceber como se operacionaliza esta parceria estratégica com as associações (Machado, 2011) e em que medida estas podem contribuir ou influenciar a formulação de políticas.

Existem diversos atores, públicos e privados, que participam de forma direta ou indireta na estrutura de administração do turismo em Portugal, verificando-se, tal como em muitos outros países, a existência de três níveis de intervenção (Burkart & Medlik, 1981).

Figura 1 | Níveis de intervenção na estrutura de administração do turismo



Fonte: Elaboração Própria

Tendo por base os diferentes níveis de intervenção, representados na figura 1, este estudo reflete a visão nacional do setor público, pela participação do Instituto do Turismo de Portugal (TP), e também do setor privado, tendo sido ouvida a entidade cúpula do movimento associativo e as duas associações do setor da restauração de âmbito nacional.

O Instituto do Turismo de Portugal encontra-se na superintendência e tutela do respetivo Ministro da Economia, sendo uma das suas atribuições apoiar o ministério da Economia na formulação e execução da política de turismo, a nível nacional, comunitário e internacional (artigo 15.º da Lei Orgânica do Instituto do Turismo de Portugal).

Sabemos, no entanto, que a transversalidade da atividade turística requer, necessariamente, uma integração de iniciativas e agentes, podendo as associações assumir um papel essencial na de-

finição de políticas comuns e contribuir para uma visão aprofundada da comunidade empresarial. Assim, tendo em consideração a especial posição assumida pela CTP, importa analisar a sua relação com as associações e também o seu papel na promoção da cooperação e coordenação de interesses por vezes distintos (Abrantes, 2004).

O quadro 1 apresenta um resumo comparativo das três entidades envolvidas no estudo e que representam o movimento associativo: a CTP e as duas associações de âmbito nacional que intervêm de forma direta no ramo da restauração (a Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP) e a Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo (APHORT)), destacando-se os principais objetivos e atribuições com relevo para este estudo.

Quadro 1 | Resumo comparativo da CTP, AHRESP e APHORT

	CTP	AHRESP	APHORT
Enquadramento legal	- Organização nacional de associações de empregadores	- Associação de Empregadores	- Associação de Empregadores
Âmbito Territorial	- Nacional	- Nacional	- Nacional
Associados	- Federações, União, Associações da atividade económica do Turismo e empregadores	- Entidades privadas singulares ou colectivas que exerçam uma das atividades previstas nos Estatutos	- Pessoas singulares e colectivas que explorem atividades previstas nos Estatutos
Objetivos	- Promover o estudo e debate de temas que interessem à atividade económica do Turismo, contribuir para o diagnóstico e medidas adequadas à prossecução dessa estratégia, com vista à defesa dos interesses comuns dos seus associados	- Defesa e promoção dos interesses das entidades singulares ou colectivas, que representa nas atividades económicas do turismo, nomeadamente da restauração e bebidas	- Promover a defesa dos interesses comuns dos seus associados, nos planos económico, social e técnico e a defesa da sua reputação e bom nome
Atribuições junto de entidades públicas/ privadas	- Representar os interesses comuns dos seus associados, em colaboração com os mesmos, junto de todas as entidades públicas e privadas, nacionais, estrangeiras ou internacionais - Contribuir para a formação de políticas e estabelecimento de quadros de apoio favoráveis ao desenvolvimento da atividade turística e da economia nacional	- Cooperar com o Estado e outras entidades públicas e privadas, tendo em vista ações destinadas a incrementar, no âmbito dos seus sectores de atividade, o progresso económico e social	- Representar as atividades associadas junto do Estado Português, das instituições da União Europeia, das autarquias locais, dos organismos oficiais e para oficiais, outras associações de empregadores e empresariais, dos sindicatos e do público em geral.
Assento político	- Assento na Comissão Permanente de Concertação Social	- Não tem	- Não tem

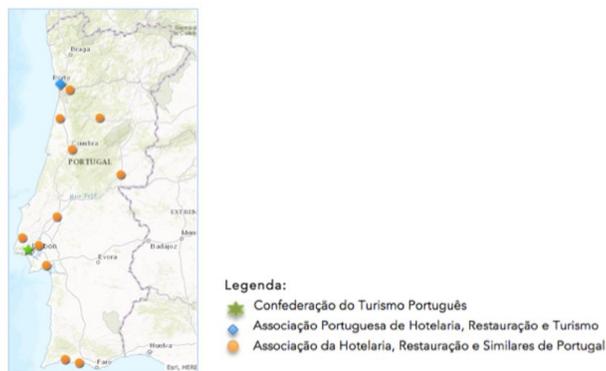
Fonte: Elaboração própria, com base na análise dos estatutos

A CTP é a única entidade que tem assento na Comissão Permanente de Concertação Social (CPCS), onde são apreciados projetos de legislação e elaborados estudos, pareceres, relatórios e informações a pedido de outros órgãos do Conselho Económico Social (CES) ou mesmo por sua iniciativa e contribuindo para a definição das políticas de rendimentos e preços, de emprego e formação profissional (artigos 4.º, 6.º e 7.º do Regulamento

Interno da CPCS).

Apesar das três entidades possuírem uma abrangência nacional, a CTP tem a sua sede em Lisboa, a APHORT está sediada no Porto, e a AHRESP em Lisboa (mas com onze delegações físicas espalhadas por Portugal Continental e também em Ponta Delgada), conforme figura 2.

Figura 2. Representação geográfica da CTP, APHORT e AHRESP



Fonte: Elaboração Própria

Enquanto a CTP assume uma posição de cúpula, abarcando as associações empregadoras suas associadas, as duas associações de empregadores têm como associados entidades privadas, singulares e coletivas que exerçam qualquer das atividades que estejam por estas previstas estatutariamente.

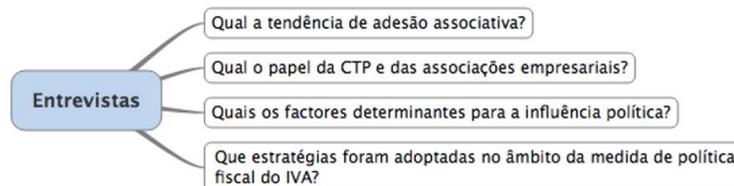
4. Metodologia

Neste estudo utilizou-se uma metodologia qualitativa, de caráter indutivo, através de constatações particulares da realidade e incorporando neste processo os dados empíricos que permitiram fazer considerações acerca do papel de influência política das associações empresariais do setor da

restauração e bebidas, bem como da CTP, aproveitando o caso específico da reposição da taxa do IVA, dos 23% para os 13%, nos serviços de alimentação e bebidas, refletido no Orçamento do Estado para 2016.

Assim, partindo das pistas e principais conclusões extraídas da revisão da literatura, definiram-se alguns aspetos a ter em consideração no âmbito das entrevistas, conforme quadro 2, e que procurariam dar resposta ao objetivo central do estudo, compreender se as associações empresariais do setor da restauração e bebidas e a CTP assumiram um papel de influência política, representando os seus membros nesta alteração de medida fiscal, quais as estratégias utilizadas e que fatores contribuíram para o sucesso desta influência.

Quadro 2. Aspetos a considerar no âmbito das entrevistas



Fonte: Elaboração Própria, com base na revisão da literatura

Tendo por base estes tópicos, formularam-se as questões finais por forma a compreender o fenómeno que se pretendia estudar e procurando ter em consideração o ponto de vista de diferentes intervenientes (Flick, 2005). Seguidamente, seleccionou-se a amostra entendida como mais adequada e representativa da população que se pretendia analisar, incluindo-se todas as associações empregadoras de âmbito nacional que atuam no ramo da restauração, a CTP (enquanto entidade cúpula) e o TP (em representação do setor público).

Usou-se uma técnica de amostragem não probabilística criterial ou por seleção racional, tendo em consideração que os elementos da população

foram escolhidos em virtude da sua relevância para o objetivo do estudo, técnica muito usual nas abordagens qualitativas (Coutinho, 2015; Freixo, 2011).

Optou-se pela realização de entrevistas, de tipo semiestruturado, através de um conjunto de onze perguntas guia sobre a temática em questão. Procedeu-se à transcrição das entrevistas e, após verificação da informação, à análise de conteúdo, desenvolvendo-se uma codificação por forma a transformar os dados brutos numa representação de conteúdo (Bardin, 1991). Como suporte, para análise da informação usou-se o software *Interface de R pour les Analyses Multidimen-*

sionnelles de textes et de questionnaires (IRAMUTEQ), que está ancorado no software R e na linguagem de programação *python* e que permitiu o uso de nuvem de palavras.

5. Resultados

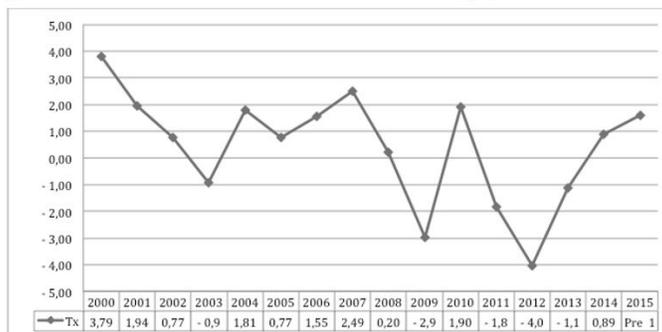
5.1. Tendência de adesão associativa

De acordo com os dados recolhidos, e tal como verificado na literatura (Bennett & Ramsden, 2007; Battisti & Perry, 2015), têm existido níveis elevados de afiliação associativa. Tendo por base os números disponibilizados pela CTP, entre os anos 2006 e 2015, constata-se que apesar de al-

guas subidas e descidas pontuais, os números se mantêm estáveis. Apesar das oscilações existentes não serem muito acentuadas, é possível verificar que os níveis de afiliação tendem a reforçar-se em momentos de alguma recuperação económica e a sentir uma maior quebra, em momentos de recessão.

Se fizermos uma análise da taxa de crescimento real do Produto Interno Bruto (PIB) nos últimos quinze anos, por forma a avaliar o desempenho da economia portuguesa, verifica-se, conforme figura 4, que os anos de 2003, 2009 e 2012 apresentam períodos de recessão económica, com taxas de crescimento negativo de -0,93, -2,98 e -4,03 respetivamente, ainda que também se verifiquem números negativos nos anos de 2011 e 2013.

Figura 4. Taxa de crescimento real do PIB em Portugal, entre 2000-2015

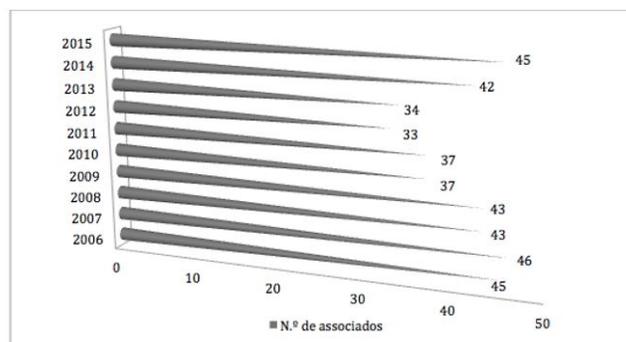


Fonte: Adaptado de Instituto Nacional de Estatística e PORDATA

Quando comparados estes dados com a evolução do número de associados da CTP, conforme figura 5, constata-se que nos 10 anos em análise se verificam quebras do número de associados no ano seguinte a uma recessão económica. Em 2010 (-6 que o ano anterior), situação que volta a ocorrer em 2012 (-4), ano este que apresenta uma recessão económica com taxas de crescimento do

PIB acentuadamente negativas, que já vinham do ano anterior e que se mantiveram no ano seguinte, ainda que com elevada recuperação. O ano de 2014 demonstra uma clara recuperação do número de associados (+8 que o ano anterior), evolução positiva que acompanha os dados económicos que apresentam uma taxa de crescimento real do PIB de 0,89.

Figura 5. Evolução do número de associados da CTP entre 2006-2015



Fonte: Elaboração Própria, com base nos dados fornecidos pela CTP

Também no que respeita às associações empresariais, e de acordo com os dados fornecidos durante as entrevistas, tem existido uma entrada contínua de novos associados, mas também várias saídas, motivadas essencialmente por situações de alguma dificuldade económica e subsequentemente extinção da atividade por parte dos associados.

Foi ainda destacado pelos entrevistados que existe uma maior exigência na avaliação da adesão por parte dos empresários e uma maior dificuldade de fidelização. Os novos empresários são cada vez mais ativos e participativos nas atividades das associações empregadoras, conseguindo retirar daí mais benefícios.

5.2. Papel da CTP e das associações empresariais

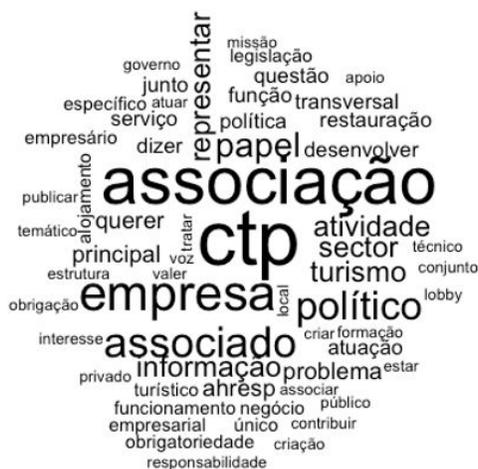
Os dados revelam, tal como descrito na literatura (Bennett, 1999; Dixon, 2006; Svendsen, 2014), que as associações se dividem entre uma 'lógica de serviços' e uma 'lógica de influência'. Por um lado, e numa lógica de influência, desenvolvem um trabalho político ao nível dos seus

principais dossiers. Por outro lado, numa 'lógica de serviços', apoiam diretamente a atividade do associado através da disponibilização de informação e um conjunto de produtos e serviços.

No que respeita à CTP, os resultados evidenciam que a sua missão é exercer lobby, funcionando como um órgão de pressão junto do governo para que este desenvolva medidas de políticas públicas que favoreçam o desenvolvimento do turismo. Esta desempenha um papel supletivo relativamente às associações que representa, constituindo uma força nas questões públicas e políticas no âmbito das temáticas que são transversais a toda a atividade turística, dando voz às associações e deixando um espaço de atuação e de reserva às associadas naquilo que são temáticas próprias de um determinado ramo turístico.

Através do método de análise de texto 'Nuvem de palavras' foi possível organizar graficamente e em função da sua frequência as palavras mais utilizadas pelos entrevistados, quando perguntados acerca do papel das associações, tal como representado na figura 3.

Figura 3. Resultados da nuvem de palavras



Fonte: Elaboração Própria, através do software IRAMUTEQ

As palavras associação/CTP e empresa/associado foram as mais utilizadas, encontrando-se em destaque, assim como o verbo “representar”, o que denota, desde logo, um papel comum no movimento associativo que se prende com a representação dos interesses dos associados. No caso específico das associações, as empresas; e no caso da CTP, o conjunto das associações que representa. Destaca-se ainda o termo “político”, que remete, tal como descrito da literatura (Matthews, 1980), para a lógica de influência no âmbito das políticas públicas, sobretudo no que se refere à CTP.

Tal como realçado nos estudos analisados (Yu et al., 2014; Nguyen, 2014), os resultados empíricos revelam que as associações podem desempenhar um papel importante na ligação entre o setor público e privado, existindo uma articulação que se desenvolve fundamentalmente a dois níveis. Formalmente, e no que à CTP diz respeito, para além do assento na CPCS, encontra-se presente num conjunto de comissões, grupos de trabalho e órgãos para as mais diversas áreas.

Em termos informais, a articulação é feita

através de audiências, entrevistas e reuniões com diferentes atores, onde é desenvolvido um caminho que converge, designadamente, em reuniões formais. Assiste-se a um processo de total abertura e diálogo permanente.

Os resultados das entrevistas demonstram ainda que, aquando da articulação com o governo, todas as matérias são previamente tratadas e discutidas com o maior consenso possível dentro da CTP, fazendo-se sempre uma articulação prévia entre esta e os seus associados.

A este nível realça-se um primeiro patamar de articulação institucional, nos próprios órgãos sociais, nomeadamente através do seu conselho diretivo (composto por treze associadas) e existindo ainda, reuniões formais e estatutárias, previamente calendarizadas e outras casuísticas. Um segundo patamar de articulação num espaço de diálogo e troca de informação permanente, através das reuniões gerais de associados ou da emissão de circulares, acerca de diplomas legais submetidos à CTP para pronuncia prévia dos membros. E por último a existência de um terceiro espaço, mais junto ao terreno, que se prende com o tratamento

de questões puramente técnicas, onde se formam grupos de trabalho, sempre integrados por representantes de associações, ao longo de todo o ano, em função da premência das matérias que há a discutir.

No caso particular das associações empresariais, a articulação com os membros pode ser feita através de nomeação de um representante, por parte da empresa associada, para fazer parte dos órgãos da associação e assim participar regularmente nas reuniões, ou ainda, através de contactos efetuados por meios electrónicos, por e-mail, telefone ou consultas nos atendimentos físicos.

Especificamente no que se refere à ligação com o Turismo de Portugal, a articulação com as associações e com a CTP é feita em contínuo, numa interação bastante aprofundada no âmbito de diferentes temáticas, que vão desde a promoção

turística, ao quadro de estratégia para o turismo, num processo de ação conjunto, através da realização de workshops, conferências públicas e reuniões bilaterais. Verifica-se que, por vezes, são as próprias associações que se ligam diretamente ao TP, e outras, apenas de forma indireta, através da CTP.

5.3. Fatores determinantes para a influência política

Os resultados das entrevistas permitiram destacar nove fatores considerados determinantes pelos entrevistados para a influência política por parte das associações e que são apresentados na figura 7.

Figura 7. Fatores determinantes para a influência política das associações



Fonte: Elaboração Própria, com base nas entrevistas

Verifica-se, tal como descrito na literatura (Papaioannou et al., 2016; Postigo, 2016), que a capacidade de falarem numa só voz e numa visão de “consenso” podem constituir fatores determinantes para o sucesso da influência política por parte das associações. Também a “representatividade” foi destacada como um fator relevante, questão esta que se encontra intrinsecamente ligada com os níveis de afiliação existentes e com o grau de estabilidade dos membros (Hall & Jenkins, 1995).

Ou ainda, com a questão, também debatida na literatura (Baroudi, 2001), da proliferação do associativismo, que por si só pode condicionar o sucesso da influência política, sobretudo se as várias associações existentes apresentarem posições distintas e opostas, dificultando a sua capacidade de mobilização junto do governo e a possibilidade de constituírem uma “voz de consenso”.

É amplamente defendido pelos entrevistados que o relacionamento entre associações deveria ser

de solidariedade e reforço, ou seja, trabalharem numa lógica de cooperação mais do que concorrência, de maior concertação e de menor competitividade e competição. No entanto, no seio do associativismo encontramos visões opostas no que respeita à coexistência de mais do que uma associação a representar o mesmo setor de atividade. Por um lado, a ideia de que sendo o turismo uma atividade territorial, as próprias associações deveriam organizar-se em função do território e não apenas em função do setor que representam e, por outro lado, que trabalhando para o mesmo e atuando no mesmo território faz sentido a agregação de associações, através de uma incorporação, tendo em consideração o seu ramo de atuação.

5.4. Estratégias adotadas na redução da taxa do IVA

De acordo com os dados do estudo, as estratégias adotadas no sentido de influenciar a decisão política de redução da taxa do IVA nos serviços de alimentação e bebidas iniciaram-se na base e foram desenvolvidas através das associações empresariais que representam a restauração, tanto

junto das empresas e público em geral (através de inquéritos, sessões de esclarecimento e organização de debates), como do próprio governo (através de contactos com partidos do governo e oposição e levando à Assembleia da República catorze propostas no âmbito desta problemática).

Situação esta que evidencia que, por um lado, tal como descrito na literatura (Atli, 2011; Papaiouannou et al., 2016; Watkins et al., 2015), que as associações recolhem informações e necessidades dos seus membros e articulam-nas com o governo, influenciando a definição de medidas de política (Matthews, 1980) e, por outro lado, que as estratégias desenvolvidas têm sucesso quando são aceites pelos seus membros e também pelo público em geral (Buğra, 1998).

Tal como representado na figura 6, os dados recolhidos revelam ainda que foram feitos pedidos à CTP para atuar junto do governo, tendo esta funcionado essencialmente como um resguardo de ordem política, por forma a não deixar cair o assunto, atuando em parceria com as associações diretamente junto do governo e apoiando nas mais diversas iniciativas, nos vários fóruns em que esteve presente.

Figura 6. Estratégias adotadas pela CTP e pelas associações



Fonte: Elaboração Própria, com base nas entrevistas realizadas

Verifica-se assim que a CTP atuou enquanto grupo de pressão ou de lobby, fazendo valer os seus pontos de vista, nomeadamente em sede de concertação social, ainda que a grande sustentação de ordem técnica e o combate diário e político

tenha sido feito pelas associações.

6. Conclusões, limitações e pistas para pesquisa futura

Este estudo pretende fazer uma análise do papel das associações na dinâmica de indústrias, particularmente no que se refere ao seu papel de influência no contexto de uma medida de política fiscal, sendo que a hipótese colocada foi confirmada pelos resultados obtidos através da realização de entrevistas.

Os dados recolhidos permitem concluir que, tal como evidenciado na literatura, as associações desempenham um papel importante na ligação entre as empresas e o setor público.

Para além da representação dos seus associados, papel comum desempenhado tanto por associações como pela própria CTP, os resultados revelam uma importante função de influência política por parte da CTP, sendo visível nas associações um misto entre lógica de “serviços” e de “influência”. Para essa lógica de influência utilizam diferentes estratégias, passando a atuação da CTP por estratégias de pressão e de lobby ao mais alto nível, ainda que as associações também o tenham procurado fazer individualmente, através dos diferentes meios que têm ao seu dispor, nomeadamente dirigindo propostas à Assembleia da República e realizando contactos com os partidos políticos.

Assim, considera-se que as associações atuam enquanto grupos de interesse, que reivindicam junto do governo, por forma a influenciar as decisões políticas e respetiva legislação, existindo uma articulação direta com os seus membros, não apenas a um nível institucional, como também junto ao terreno em ações mais informais.

À luz do defendido na literatura, fatores como ser uma “voz de consenso” ou ter “representatividade” podem ser determinantes na influência política das associações. Aspetos estes que também podem ser influenciados pela dispersão existente ao nível do associativismo, visto que, por si só, pode condicionar os níveis de coesão, exigindo-se, cada vez mais, um cenário de cooperação, reforço

e solidariedade entre as associações.

Como principais limitações a este estudo, destaca-se o facto de o mesmo se basear nas entrevistas realizadas, de acordo com a amostra descrita, não tendo sido possível recolher algumas evidências físicas das estratégias descritas pelos entrevistados, e sendo que num dos casos foi enviado guião e obtiveram-se as respostas por escrito. Acresce ainda que, em trabalhos futuros, se deverão contrapor os resultados obtidos com a percepção dos próprios associados e do governo quanto às questões aqui tratadas, compreendendo outros fatores que podem influenciar o processo de influência política.

Termina-se identificando algumas questões que se encontram pouco exploradas na literatura e que poderiam constituir aspetos relevantes para pesquisa futura, nomeadamente estudos que avaliem o nível de interação e coesão existentes entre as associações de um determinado setor e ainda os fatores que condicionam os níveis de cooperação existentes, aspetos que, como vimos, podem ser determinantes para o sucesso do associativismo no processo de influência política.

Referências bibliográficas

- Abrantes, A. (2004). A CTP – Confederação do Turismo Português. As preocupações de Hoje e os Desafios de Amanhã. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1(2), 103-104.
- Atli, A. (2011). Businessmen as diplomats: The role of business associations in turkey's foreign economic policy. *Insight Turkey*, 13(1), 109-128.
- Bailey, I. & Rupp, S. (2006). The evolving role of trade associations in negotiated environmental agreements: The case of United Kingdom climate change agreements. *Business Strategy and the Environment*, 15(1), 40-54.
- Bardin, L. (1991). *Análise de Conteúdo*. Lisboa: Edições 70.
- Baroudi, S. E. (2001). Conflict and co-operation within lebanon's business community: Relations between merchants' and industrialists' associations. *Middle Eastern Studies*, 37(4), 71-100.

- Barrett, S. (2010). Associations provide industry coordination and outreach in north america. *Fuel Cells Bulletin*, 2010(8), 12-15.
- Battisti, M. & Perry, M. (2015). Small enterprise affiliations to business associations and the collective action problem revisited. *Small Business Economics*, 44(3), 559-576.
- Bayer, R. & Öniş, Z. (2010). Turkish big business in the age of democratic consolidation: The nature and limits of its influence. *South European Society and Politics*, 15(2), 181-201.
- Bennett, R. & Ramsden, M. (2007). The contribution of business associations to SMEs: Strategy, bundling or reassurance?. *International Small Business Journal*, 25 (1), pp.49-76.
- Bennett, R. J. (1998). Business associations and their potential to contribute to economic development: Reexploring an interface between the state and market. *Environment and Planning A*, 30(8), 1367-1387.
- Bennett, R. J. (1999). Explaining the membership of sectoral business associations. *Environment and Planning A*, 31(5), 877-898.
- Buğra, A. (1998). Class, culture, and state: An analysis of interest representation by two turkish business associations. *International Journal of Middle East Studies*, 30(4), 521-539.
- Burkart, A. J. & Medlik, S. (1981). *Tourism – past, present and future*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Chaddad, F. R. (2010). UNICA: Challenges to deliver sustainability in the brazilian sugarcane industry. *International Food and Agribusiness Management Review*, 13(4), 173-192.
- Coen, D. (1998). The European business interest and the nation state: Large-firm lobbying in the European Union and Member States. *Journal of Public Policy* 18(1), 75-100.
- Coutinho, C. P. (2015). *Metodologias de Investigação em Ciências Sociais e Humanas: Teoria e Prática*. Coimbra: Almedina.
- Decreto- Lei n.º 191/2009, de 17 de Agosto. Lei das Políticas Públicas de Turismo. *Diário da República*, I Série, n.º 158. Lisboa.
- Decreto- Lei n.º 129/2012, de 22 de Junho. Lei Orgânica do Instituto do Turismo de Portugal. *Diário da República*, I Série, n.º 120. Lisboa.
- Dixon, L. (2006). The representative role of regional business associations: The engineering employers' federation northern association in north east England. *Regional and Federal Studies*, 16(2), 179-196.
- Dür, A. & Mateo, G. (2012). Who lobbies the european union? national interest groups in a multilevel polity. *Journal of European Public Policy*, 19(7), 969-987.
- Dür, A. & Mateo, G. (2013). Gaining access or going public? Interest group strategies in five European countries. *European Journal of Political Research*, 52, 660-686.
- Erkuş-Ozturk, H. & Terhorst, P. (2012). Two micro-models of tourism capitalism and the (re)scaling of state-business relations. *Tourism Geographies*, 14 (3), 494-523.
- Estatutos da Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (AHRESP). *Boletim de Trabalho e Emprego*, n.º 7, de 22/2/2009.
- Estatutos da Associação Portuguesa de Hotelaria, Restauração e Turismo (APHORT). *Boletim de Trabalho e Emprego*, n.º 1, de 8 de janeiro de 2008.
- Estatutos da Confederação do Turismo de Portugal. *Boletim de Trabalho e Emprego*, 1ª série, n.º 4, de 29 de janeiro de 2004 e *Boletim de Trabalho e Emprego*, nº1, de 8 de janeiro de 2010.
- Flick, U. (2005). *Métodos Qualitativos na Investigação Científica*. Lisboa: Monitor.
- Freixo, M. J. V. (2011). *Metodologia Científica – Fundamentos, Métodos e Técnicas*. Lisboa: Instituto Piaget.
- Goldsmith, A. (2002). Business Associations and Better Governance in Africa. *Public Administration and Development*, 22, 39-49.
- Greaves, J. (2008). Continuity or change in business representation in Britain? An assessment of the heseltine initiatives of the 1990s. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 26(5), 998-1015.
- Hall, C. M. (1994). *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. John Wiley, Chichester.
- Hall, C. M. & Jenkins, J. M. (1995). *Tourism and Public Policy*. London: Routledge.
- Kautto, P. (2007). Industry-government interaction in the preparation of a new directive: Nokia, industry associations and EuP. *European Environment*, 17(2), 79-91.
- Kumar, R. (2016). Role of business in India's foreign policy. *India Review*, 15(1), 98-111.
- Lei n.º 7/2009, de 12 de fevereiro. Revisão do Código de Trabalho. *Diário da República*, I Série, n.º 30. Lisboa.

- Lei n.º 64-B/2011 de 30 de dezembro. Orçamento do Estado para 2016. *Diário da República*, I Série, n.º 250. Lisboa.
- Lei n.º 7-A/2016 de 30 de março. Orçamento do Estado para 2016, *Diário da República*, I Série, n.º 62. Lisboa.
- Lei n.º 108/91, de 17 de agosto. Regulamento interno da Comissão Permanente de Concertação Social. *Diário da República*, II Série, n.º 204. Lisboa.
- Machado, V. (2011). J.S. Santos, F. Perdigão, P. Águas & K. TorKington (Ed.), *Dimensões do Direito do Turismo: Enquadramento na Lei das Políticas Públicas de Turismo*. (Proceedings of the International Conference on Tourism & Management Studies, Special Issue, I, pp. 91-104). Algarve.
- Martínez, L., & Schneider, B. R. (2001). Gatekeeper of influence: The mexican state and agro-industry in the nafta negotiations. *Canadian Journal of Latin American and Caribbean Studies*, 26(51), 83-119.
- Matthews, T. (1980). Australian pressure groups. In H. Mayer e H. Nelson (Ed.), *Australian Politics A Fifth Reader*. Melbourne: Longman Cheshire.
- McBeath, G. A. (1998). The changing role of business associations in democratizing Taiwan. *Journal of Contemporary China*, 7(18), 303-320.
- Montiel, I. & Husted, B. W. (2009). The adoption of voluntary environmental management programs in Mexico: First movers as institutional entrepreneurs. *Journal of Business Ethics*, 88(2), 349-363.
- Nguyen, T. P. (2014). Rethinking state-society relations in vietnam: The case of business associations in Ho Chi Minh city. *Asian Studies Review*, 38(1), 87-106.
- Papaioannou, T., Watkins, A., Mugwagwa, J., & Kale, D. (2016). To lobby or to partner? investigating the shifting political strategies of biopharmaceutical industry associations in innovation systems of south Africa and India. *World Development*, 78, 66-79.
- Park, S. (2009). Cooperation between business associations and the government in the korean cotton industry, 1950-70. *Business History*, 51(6), 835-853.
- Poletti, A., De Bièvre, D. & Hanegraaff, M. (2016). WTO Judicial Politics and EU Trade Policy: Business Associations as Vessels of Special Interest?. *The British Journal Of Politics and International Relations*, 18(1), 196-215.
- Postigo, A. (2016). Institutional spillovers from the negotiation and formulation of East Asian free trade agreements. *Review of International Political Economy*, 1-39.
- Pyle, W. (2005). Contractual disputes and the channels for interfirm communication. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 21(2), 547-575.
- Shah, K. U. & Rivera, J. E. (2013). Do industry associations influence corporate environmentalism in developing countries? evidence from Trinidad and Tobago. *Policy Sciences*, 46(1), 39-62.
- Smorgunov, L. (2014). *Institutional learning for government-society relations: Russian case of 'open government'*. (Paper presented at the ACM International Conference Proceeding Series, 2014-November 101-108).
- Svendsen, G. (2014). Associational autonomy or political influence? The case of the cooperation between the Danish Dairies' Buttermark Association and the Danish state, 1900-1912. *Business History*, 56(7), 1084-1110.
- Watkins, A., Papaioannou, T., Mugwagwa, J. & Kale, D. (2015). National innovation systems and the intermediary role of industry associations in building institutional capacities for innovation in developing countries: A critical review of the literature. *Research Policy*, 44(8), 1407-1418.
- Yi, H. (2014). Green businesses in a clean energy economy: Analyzing drivers of green business growth in U.S. states. *Energy*, 68, 922-929.
- Yu, J., Yashima, K. & Shen, Y. (2014) Autonomy or Privilege? Lobbying Intensity of Local Business Associations in China. *Journal of Chinese Political Science*, 19, 315-333.
- Yu, J. & Zhou, J. (2013). Local governance and business associations in wenzhou: A model for the road to civil society in china? *Journal of Contemporary China*, 22(81), 394-408.