

Universidade da Maia

Departamento de Ciências Empresariais



Teoria Institucional aplicada à utilização das aplicações online para a entrega de refeições

Joana Catarina dos Santos Silva

Gestão de Empresas

Orientador Institucional

Carla Sofia Pires de Carvalho Oliveira Silva

julho de 2022 

Universidade da Maia
Departamento de Ciências Empresariais

Teoria Institucional aplicada à utilização das aplicações online para a entrega de refeições

Nome: Joana Catarina dos Santos Silva

Dissertação de Mestrado em Gestão de Empresas

Orientadora:

Doutora Carla Sofia Pires de Carvalho Oliveira Silva

julho de 2022

Joana Catarina dos Santos Silva

A033663

Teoria Institucional aplicada à utilização das aplicações online para a entrega de refeições

Dissertação de Mestrado em Gestão de Empresas

Trabalho realizado sob a orientação da
Doutora Carla Sofia Pires de Carvalho Oliveira Silva
Universidade da Maia

julho de 2022

Dedicatória

Dedico esta dissertação de mestrado à minha família, ao meu namorado e aos meus amigos mais próximos que muito me apoiaram.

Agradecimentos

“Quem caminha sozinho pode até chegar mais rápido, mas aquele que vai acompanhado, com certeza vai mais longe”

Clarice Lispector

A realização desta dissertação de mestrado não seria possível sem o apoio, direto ou indireto, de diversas pessoas às quais estou extremamente grata.

À orientadora desta dissertação, a Doutora Professora Carla Silva, pela disponibilidade, mas sobretudo por todo o apoio que me prestou e por nunca me deixar desistir. A si, fico eternamente grata por tudo ao longo destes meses de trabalho.

Às co-orientadoras, Doutora Professora Paula Moutinho e Doutora Professora Ângela Malcata, pela disponibilidade e também apoio prestado na elaboração desta dissertação.

À minha família, em especial, aos meus pais, por todo o apoio económico para a realização deste mestrado, pela força que me deram ao longo da minha vida académica, mas principalmente, nestes últimos dois anos de mestrado.

Ao meu namorado, por ter estado sempre ao meu lado, nos bons e maus momentos, pela compreensão e, em especial, pela notável paciência que teve nestes longos meses e também por nunca me ter deixado desistir.

A todos os meus amigos, que direta ou indiretamente, me ajudaram na concretização do presente estudo, pela paciência e força que me deram nos momentos mais difíceis e que estiveram sempre presentes em todo este percurso.

Agradeço, também, a todos aqueles que perderam um pouco do seu tempo a responder ao inquérito. Sem a vossa disponibilidade, a recolha dos dados não seria possível, assim sendo, um muito obrigada.

Por fim, e não menos importante, queria agradecer à Universidade da Maia, por me ter acolhido e me ter proporcionado momentos que nunca irei esquecer. Vou levar, sempre, esta instituição no coração como um “Amor Azul-Turquesa”.

A todos, o meu mais sincero e profundo obrigada!

Teoria Institucional aplicada à utilização das aplicações online para a entrega de refeições

RESUMO

Este estudo tem como principal objetivo avaliar se, em Portugal, os proprietários / gestores dos restaurantes, são sujeitos a pressões de natureza coerciva, mimética e normativa, à luz da Teoria Institucional, para aderirem à utilização das plataformas online de entrega de refeições, designadamente Uber Eats / Glovo. Para o efeito recorreu-se a um instrumento utilizado em 2020, na Indonésia. A amostra obtida é composta por 200 restaurantes localizados em território português, que recorrem aos serviços das plataformas. Os resultados obtidos apoiam a existência de pressões de natureza coerciva e normativa, mas não mostram evidências estatisticamente significativas de pressões miméticas. Ao avaliar a existência de diferenças resultantes da gama do restaurante, baixa e alta, apenas na gama baixa foram encontradas evidências de pressões, e unicamente de natureza normativa.

Palavras-chave: Restaurantes; plataformas online de entrega de refeições; teoria institucional

Institutional Theory applied to the use of online apps for food delivery

ABSTRACT

The main objective of this study is to assess whether, in Portugal, restaurant owners / managers are subject to coercive, mimetic and normative pressures, in light of the Institutional Theory, to adhere to the use of online meal delivery platforms, namely Uber Eats / Glovo. For this purpose, an instrument used in 2020, in Indonesia, was used. The sample obtained is composed of 200 restaurants located in portuguese territory, which use the services of these platforms. The results obtained support the existence of pressures of a coercive and normative nature, but they do not find significant statistical evidence to support the presence of mimetic pressures. When assessing the existence of differences resulting from the restaurant's range, low and high, only in the low range was evidence of pressures found, and solely of a normative nature.

Keywords: Restaurants; delivery platforms; institutional theory

Índice

RESUMO.....	V
ABSTRACT	VI
Índice	VII
Índice de Tabelas	IX
Índice de Figuras	X
Lista de Acrónimos	XI
INTRODUÇÃO.....	1
REVISÃO DA LITERATURA	3
Caracterização do setor de atividade da restauração em Portugal	3
Economia partilhada.....	9
Plataformas online de entregas de refeições.....	10
A Teoria Institucional aplicada às plataformas online de entrega de refeições	12
METODOLOGIA.....	18
Técnica de análise estatística	18
APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	19
<i>Resultados</i>	19
CONCLUSÃO.....	27
REFERÊNCIAS	28
ANEXOS.....	36
Anexo I – Questionário aplicado.....	36
Anexo II – Output do modelo de análise de equações estruturais simples	38
Structural Equation Modeling	38
Additional fit measures	38

Parameter estimates	39
Covariance tables	41
Modification indices	41
Path diagram	41
Anexo III – Output do modelo de análise de equações estruturais da análise multigrupo com a variável dummy.....	42
Results – multigrupos dummy.....	42
Structural Equation Modeling	42
Additional fit measures	42
Parameter estimates	44
Path diagram	47

Índice de Tabelas

Tabela 1 – Estatísticas Descritivas, correlações (Pearson) e coeficientes de fiabilidade ^a (N=200)	19
Tabela 2 - Comparação das médias aritméticas dos construtos entre segmentos de restaurante - teste de Kruskal Wallis.....	19
Tabela 3 - Resultados do Modelo de Equações Estruturais - índices de ajuste do modelo de medição	20
Tabela 4 - Resultados da Análise Fatorial Confirmatória - resumo da avaliação do modelo de medição	21
Tabela 5 – Resumo do teste de validade discriminante ^a	22
Tabela 6 – Resultados obtidos com a análise multigrupos	23

Índice de Figuras

Figura 1 - Empresas do setor da restauração (CAE 561) Fonte: adaptado de GEE (2021)	3
Figura 2 - Classificação das empresas do setor da restauração de acordo com o número de colaboradores. Fonte: adaptado de GEE (2021)	4
Figura 3 – Produto Interno Bruto (PIB) e Valor Acrescentado Bruto (VAB) de Portugal, em preços reais. Fonte: Eurostat	4
Figura 4 – Volume de negócios e Valor Acrescentado Bruto (VAB) para a CAE 561. Fonte: adaptado de GEE (2021)	5
Figura 5 – População ativa no setor da restauração em Portugal. Fonte: Eurostat	6
Figura 6 - Número de colaboradores da CAE 561. Fonte: adaptado de GEE (2021)	6
Figura 7 - Distribuição geográfica dos restaurantes no ano de 2019. Fonte: adaptado de GEE (2021)	7
Figura 8 - Distribuição geográfica dos restaurantes no ano de 2019. Fonte: adaptado de GEE (2021)	8
Figura 9 - Distribuição geográfica dos colaboradores dos restaurantes no ano de 2019. Fonte: adaptado de GEE (2021)	9
Figura 10 - Modelo teórico das influências das pressões coerciva, mimética e normativa nas atitudes dos proprietários / gestores de estabelecimentos de restauração face às plataformas online de entrega de refeições.	17
Figura 11 - Modelo estrutural das influências das pressões coerciva, mimética e normativa nas atitudes dos proprietários / gestores de estabelecimentos de restauração.	22
Figura 12 - Modelo estrutural das influências das pressões coerciva, mimética e normativa nas atitudes dos proprietários / gestores de estabelecimentos de restauração de baixa gama.	24
Figura 13 - Modelo estrutural das influências das pressões coerciva, mimética e normativa nas atitudes dos proprietários / gestores de estabelecimentos de restauração de alta gama.	24

Lista de Acrónimos

PIB – Produto Interno Bruto

VAB – Valor Acrescentado Bruto

INTRODUÇÃO

A economia partilhada é um modelo de negócio relativamente recente, que permite a troca de informações e recursos por meio de plataformas online (Acquier et al., 2017; Frenken & Schor, 2017; Zvolska et al., 2019). De acordo com Schor (2016), ela apresenta quatro grandes categorias: recirculação de bens, aumento da utilização de ativos duráveis, troca de serviços e partilha de ativos produtivos.

A expressividade do setor da restauração em Portugal, resultante do elevado número de empresas em atividade, do emprego por elas criado, e do significativo volume de negócios, favoreceu o florescimento de pontes com a economia partilhada.

Durante a pandemia do COVID-19, as plataformas online de entrega de refeições assumiram um papel fulcral junto deste setor, ao contribuir para minimizar o contacto entre os colaboradores dos restaurantes e os seus clientes (Rotariu et al., 2020).

Os restaurantes são organizações, e tal como quaisquer outras organizações, estão sujeitos a interações várias com fornecedores, clientes, parceiros, concorrentes, estado e serviços públicos. Estas interações assumem, muitas vezes, a forma de pressões.

De acordo com a Teoria Institucional, as organizações estão sujeitas a pressões de natureza coerciva, mimética e normativa (DiMaggio & Powell, 1983). As pressões de natureza coerciva são aplicadas por instituições mais fortes, que pelo poder que exercem sobre as restantes, as “obrigam” a determinados comportamentos. As pressões miméticas resultam de as organizações procurarem imitar as suas congéneres, copiando comportamentos e adotando estratégias semelhantes, tomando decisões equivalentes, assumindo os mesmos riscos. Finalmente, as pressões normativas são pressões associadas aos conhecimentos e práticas profissionais dos gestores de uma organização.

O estudo aqui desenvolvido procura avaliar se os proprietários / gestores dos restaurantes são sujeitos a pressões nas três dimensões descritas, à luz da Teoria

Institucional, para aderirem à utilização das plataformas online de entrega de refeições, designadamente a Uber Eats e a Glovo.

O documento está estruturado da seguinte forma: a secção 1 corresponde à introdução, da qual faz parte integrante este texto, a secção 2 apresenta uma revisão da literatura que engloba a análise do setor da restauração em Portugal, o recurso às plataformas online de entrega de refeições e a teoria institucional. Na secção 3 é discutida a metodologia utilizada, quer na recolha dos dados, quer no tratamento dos mesmos. Na secção 4 são apresentados os resultados e na secção 5 procede-se à sua discussão. Na secção 6 apresentam-se as conclusões finais, as limitações ao estudo e sugestões para investigação futura.

REVISÃO DA LITERATURA

Caracterização do setor de atividade da restauração em Portugal

O setor de atividade da restauração em Portugal é um dos setores mais significativos no país pelo facto de englobar um elevado número de empresas, as quais contribuem para o crescimento do PIB. Por sua vez, e tendo em conta a sua dimensão, o setor da restauração é um dos setores com maior taxa de empregabilidade em Portugal.

De acordo com as mais recentes estatísticas oficiais do Ministério da Economia e Transição Digital (GEE, 2021), Portugal dispunha, em 2020, de 32861 empresas no setor da restauração¹. Destas, 12740 correspondiam a empresas em nome individual e 20121 a sociedades.

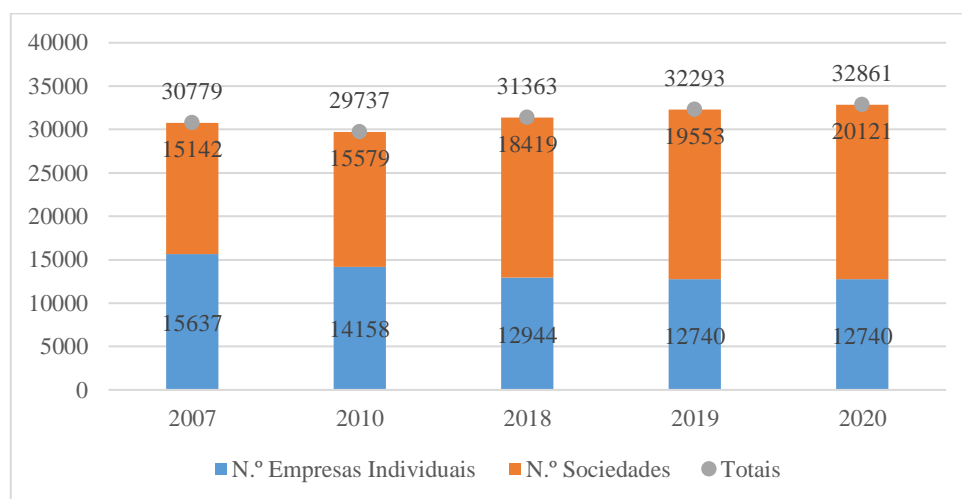


Figura 1 - Empresas do setor da restauração (CAE 561) Fonte: adaptado de GEE (2021)

A esmagadora maioria das empresas, 93% em 2010 e 89% em 2019, dispunha de 1 a 9 colaboradores, 5% a 7% empregava 10-19 pessoas, 2% a 3% das empresas empregava 20-49 colaboradores e 0% a 1% dispunha de 50-249 pessoas. A percentagem de empresas com 250 ou mais colaboradores era insignificante.

¹ CAE 561 – Restaurantes (inclui actividades de restauração em meios móveis)

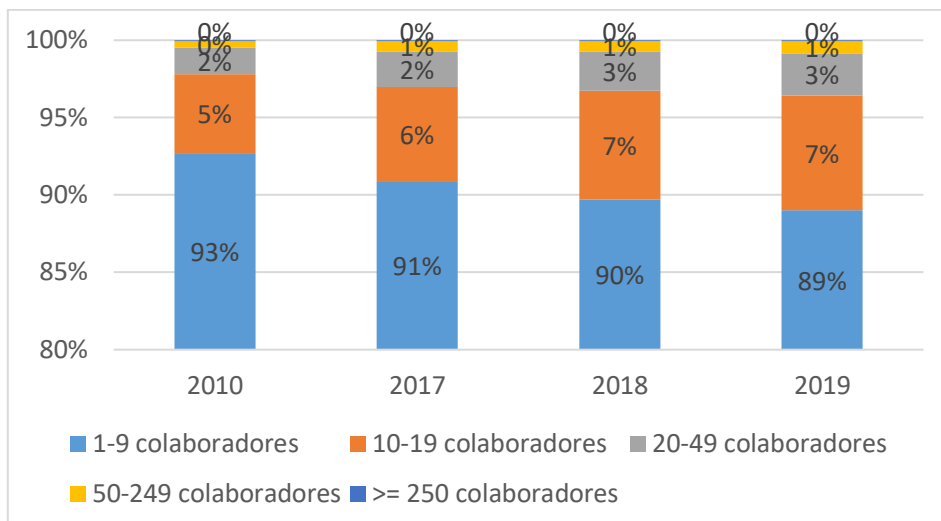


Figura 2 - Classificação das empresas do setor da restauração de acordo com o número de colaboradores². Fonte: adaptado de GEE (2021)

A importância do setor da restauração para o país, reside no volume de negócios anual corresponder a cerca de 3% do PIB português. Note-se que nos anos 2018, 2019 e 2020, o PIB de Portugal foi respetivamente de 205184,1 M€, 214374,6 M€ e 200087,6 M€ e o VAB português de 177465,9 M€, 185536,3 M€ e 174309,6 M€ (ver Figura 3).

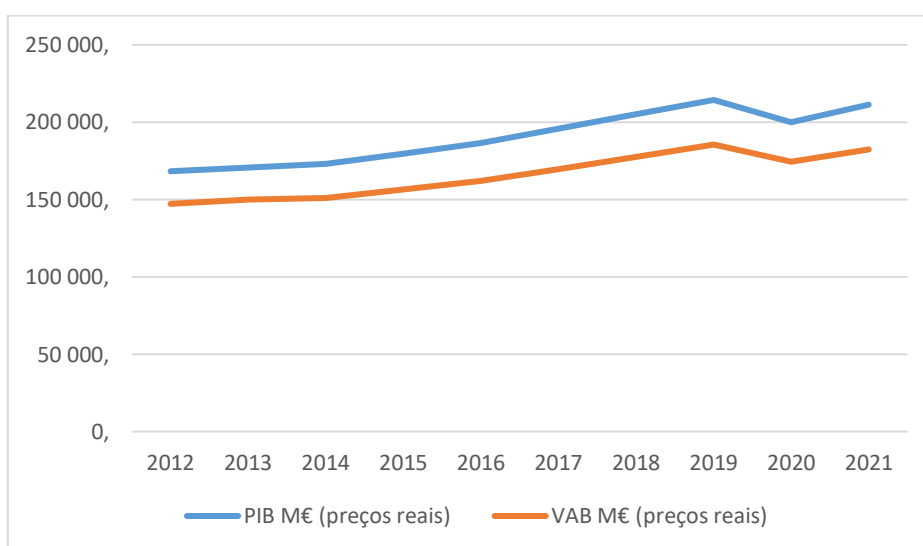


Figura 3 – Produto Interno Bruto (PIB) e Valor Acrescentado Bruto (VAB) de Portugal, em preços reais. Fonte: Eurostat

² Dados de 2007 e 2020 não disponíveis

Considerando o Volume de negócios e o VAB para o setor da restauração (Figura 4), o primeiro representa, respetivamente para 2018, 2019 e 2020, 3,0%, 3,2% e 2,4% do PIB e o segundo 1,3%, 1,4% e 0,9% do VAB global.

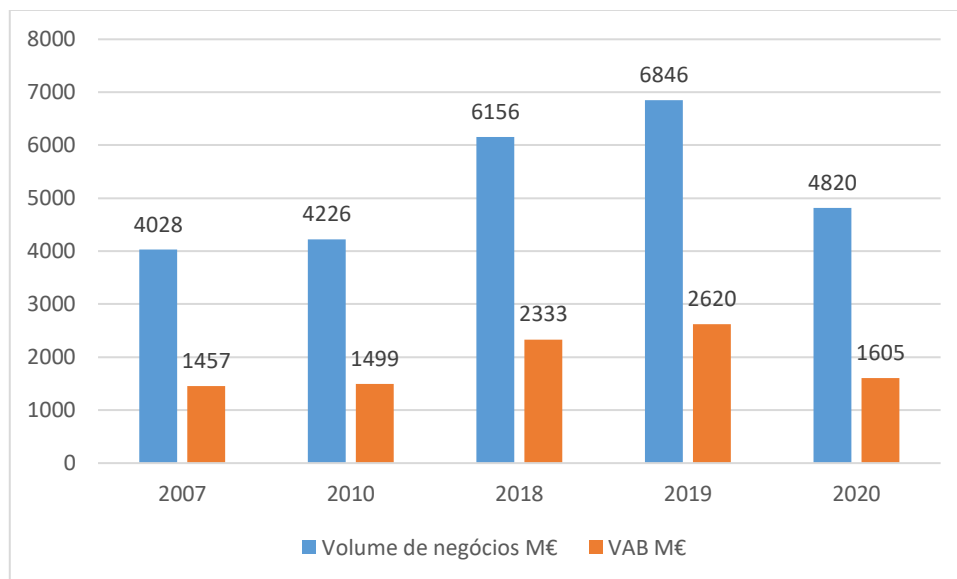


Figura 4 – Volume de negócios e Valor Acrescentado Bruto (VAB) para a CAE 561. Fonte: adaptado de GEE (2021)

De realçar também que o número de trabalhadores neste setor é bastante significativo. De acordo com o Eurostat, a população ativa portuguesa (Figura 5) tinha, nos anos 2018, 2019 e 2020 respetivamente, 4532×10^3 indivíduos, 4571×10^3 indivíduos e 4496×10^3 indivíduos.

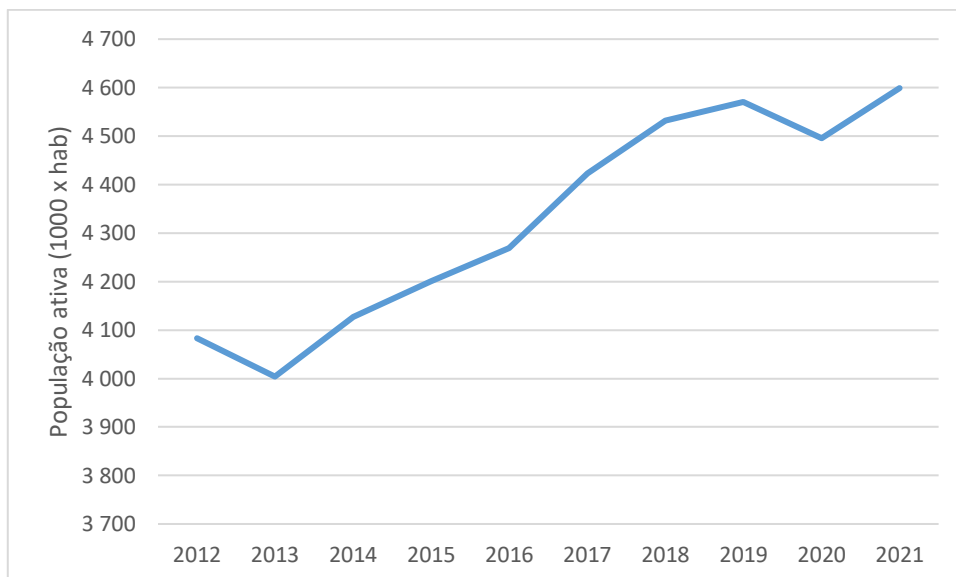


Figura 5 – População ativa no setor da restauração em Portugal. Fonte: Eurostat

Tendo por base os valores dos colaboradores do setor da restauração nesses mesmos anos (Figura 6) este setor representava, para os anos em questão, 3,5%, 3,7% e 3,6% da população ativa portuguesa.

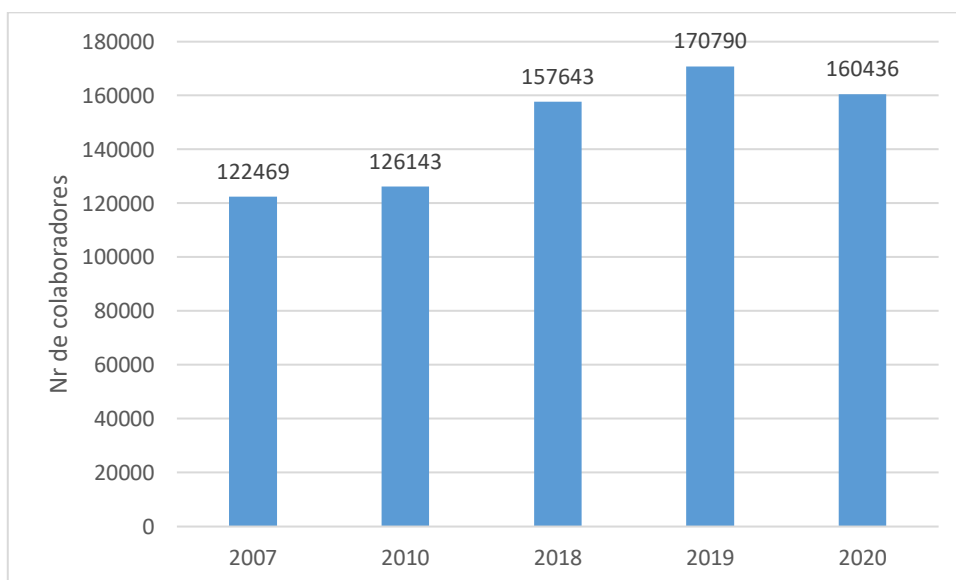


Figura 6 - Número de colaboradores da CAE 561. Fonte: adaptado de GEE (2021)

Note-se que nos vários gráficos é possível verificar o efeito da pandemia do COVID-19 na Economia, no ano 2020. Indicadores como o PIB, VAB, Volume de negócios e população ativa decrescem significativamente de 2019 para 2020. Nos dois primeiros e na população ativa é já possível verificar uma evolução positiva no ano de 2021, que evidencia uma recuperação da economia nacional. Os dados relativos ao CAE 561 em 2021, não são, contudo, conhecidos.

Considerando que o ano 2020 não é representativo de um cenário de normalidade da economia, nos gráficos seguintes caracteriza-se geograficamente o setor da restauração, com base nos dados de 2019.

No que diz respeito à distribuição geográfica das empresas no ano que antecedeu a crise económica resultante do COVID-19, ano 2019, 9938 (31%) localizavam-se em Lisboa, 8430 (26%) na região Norte de Portugal, 5904 (18%) na região Centro, 4186 (13%) na região turística do Algarve, 2213 (7%) no Alentejo, 1024 (3%) no arquipélago da Madeira e finalmente 598 (2%) no arquipélago dos Açores.

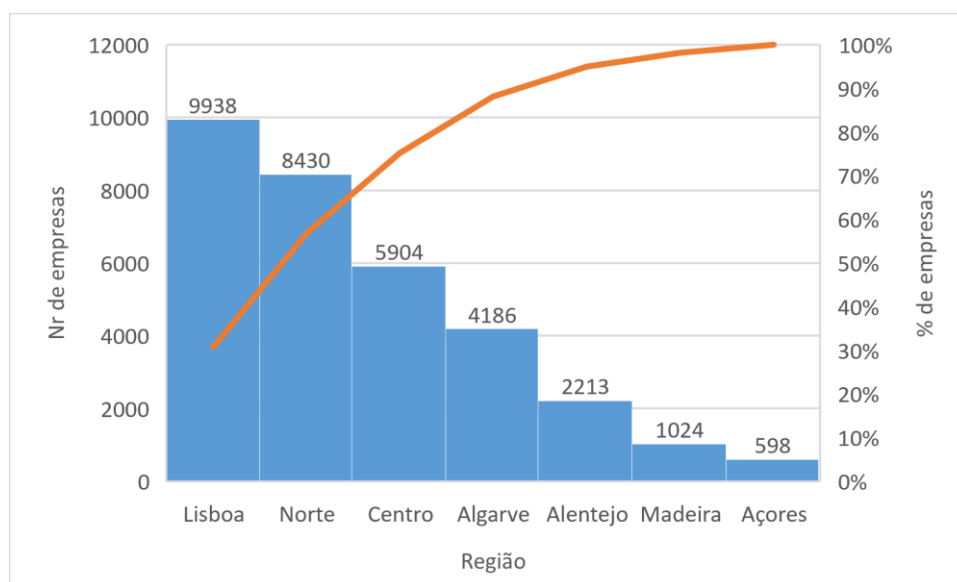


Figura 7 - Distribuição geográfica dos restaurantes no ano de 2019. Fonte: adaptado de GEE (2021)

A importância do setor da restauração para o país, reside essencialmente no volume de negócios e no número de colaboradores que emprega, respetivamente 6846 M€ e 170190 colaboradores, no ano de 2019.

No que diz respeito à distribuição geográfica do volume de negócios, ele foi de 2793 M€ (41%) em Lisboa, 1710 M€ (25%) no Norte, 983 M€ (14%) no Centro, 780 M€ (11%) no Algarve, 297 M€ (4%) no Alentejo, 184 M€ (3%) no arquipélago da Madeira e 99 M€ (2%) no arquipélago dos Açores.

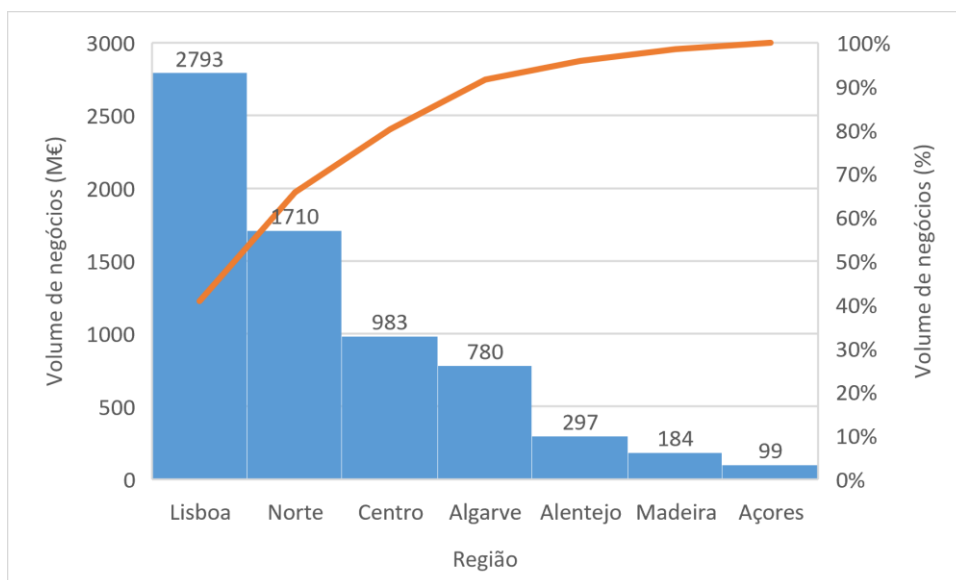


Figura 8 - Distribuição geográfica dos restaurantes no ano de 2019. Fonte: adaptado de GEE (2021)

Relativamente à distribuição geográfica do número de colaboradores, foram registados 67274 (39%) em Lisboa, 44193 (26%) no Norte, 23864 (14%) no Centro, 19899 (12%) no Algarve, 7463 (4%) no Alentejo, 5372 (3%) no arquipélago da Madeira e 2725 (2%) no arquipélago dos Açores.

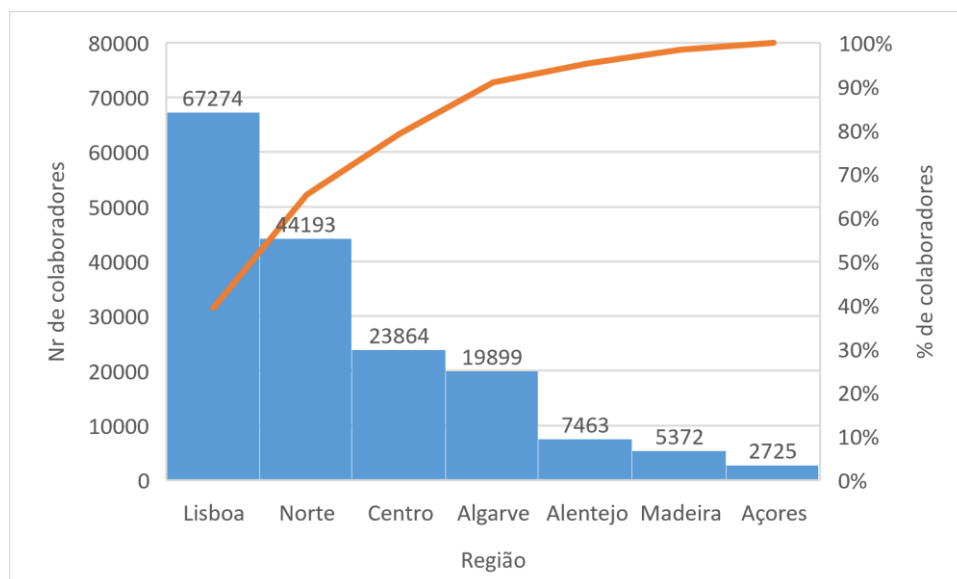


Figura 9 - Distribuição geográfica dos colaboradores dos restaurantes no ano de 2019. Fonte: adaptado de GEE (2021)

Economia partilhada

O conceito de economia partilhada tem vindo a ser um tema fortemente estudado, ao longo das últimas décadas (Acquier et al., 2017; Frenken & Schor, 2017; Zvolska et al., 2019), mas mais concretamente desde 2008 (Puschmann & Alt, 2016).

Puschmann & Alt (2016), explicam que a economia partilhada é um novo modelo de negócios que possibilita a afetação tanto de recursos como de pessoas em diversos setores de atividade recorrendo às plataformas online. Vários teóricos classificam a economia partilhada como um negócio que destaca os processos colaborativos peer-to-peer (P2P) de partilha, aquisição, doação, permuta e aluguer de recursos por meio de serviços online assentes na comunidade (Hamari et al., 2016; Möhlmann, 2015; Puschmann & Alt, 2016). De acordo com Schor (2016), a economia partilhada envolve tarefas particulares que “se enquadram em quatro grandes categorias: recirculação de bens, aumento da utilização de ativos duráveis, troca de serviços e partilha de ativos produtivos”.

A economia partilhada modificou a maneira pela qual eram executadas as interações entre os diferentes tipos de negócios de, respetivamente, business-to-business (B2B) e business-to-consumer (B2C) para consumer-to-consumer (C2C). Segundo Hamari et al. (2016), os condutores fundamentais desta economia são especialmente, as mudanças dos comportamentos dos consumidores, as redes sociais, os mercados tecnológicos, os dispositivos móveis e os serviços digitais.

Assim, e de forma concisa, na época atual, existem variadas plataformas de economia partilhada que possibilitam as mais diversas e diferentes transações entre consumidores em qualquer lugar e a qualquer hora (Williams et al., 2020).

Plataformas online de entregas de refeições

A compra através das plataformas online, normalmente designada por m-commerce, que consiste no recurso a dispositivos móveis, tais como os smartphones e tablets, para a realização de transações comerciais eletrónicas, vem apresentando um crescimento muito significativo nos últimos anos, especialmente junto da população mais jovem (Rialti et al., 2022).

Parker et al. (2016), descrevem uma plataforma como “um novo modelo de negócios que usa tecnologia para conectar pessoas, organizações e recursos num ecossistema interativo, no qual quantidades incríveis de valor podem ser criadas e trocadas”.

Segundo Kiat, Samadi & Hakimian (2017) e Luna et al. (2016), as aplicações têm atingido um nível de popularidade elevado no que diz respeito às diversas formas de consumo online. Elas são pensadas e desenvolvidas para serem transferidas e utilizadas em diferentes dispositivos (Alalwan, 2020), sendo usadas tanto para comunicações interpessoais como para a compra e venda de bens e serviços.

A evolução das tecnologias móveis possibilitou às empresas em todo o mundo a expansão dos seus negócios, pelo facto de conseguirem chegar mais fácil e rapidamente a um maior número de consumidores, independentemente da hora ou local (Meuter et al., 2005; Ramayah, Rahman, & Ling, 2018). Consequentemente, e de acordo com Lee

et al. (2017), os comportamentos e as atitudes dos consumidores sofreram diversas alterações com o aparecimento destas ferramentas de consumo online.

Foram realizados diversos estudos sobre os fatores que influenciam a aceitação e uso de aplicações de entrega de refeições. O primeiro estudo conduzido por Alagoz & Hekimoglu (2012), conclui que a utilidade, inovação e confiança instigam as atitudes dos consumidores em relação a estas novas tecnologias. Um outro estudo efetuado por Cho, Bonn, & Li (2019), defende que a aceitação e uso de aplicações de entregas de refeições depende do nível de confiança, design e integridade do produto.

Para Sharma & Kumar (2019), o desenvolvimento de uma plataforma online deve ter em atenção diversos aspetos, tais como, a aparência do site / aplicação, transações sem ocorrência de erros, interesse pelos eventuais problemas do cliente, confiança e confiabilidade para os consumidores.

Com o surgimento da COVID-19 nos finais de 2019, que efetivamente só se assumiu como pandemia no início de 2020, as plataformas online de entrega de refeições assumiram uma particular importância, por reduzir o contacto direto entre os colaboradores dos restaurantes e os seus clientes (Rotariu et al., 2020). Por conseguinte, muitos restaurantes melhoraram as relações existentes ou desenvolveram novos serviços para a entrega de refeições (Elshaer, 2021). Em Portugal as plataformas mais utilizadas são a Uber Eats e a Glovo.

A Uber Eats é uma aplicação de entrega de refeições ao domicílio lançada, em 2014, pela Uber, uma empresa americana com sede em São Francisco (Dudley, Banister, & Schwanen, 2017; Sharma & Waheed, 2018). Numa primeira fase ela foi designada UberFresh, contudo, tendo mais tarde assumido o seu nome atual. Inicialmente a empresa fazia apenas entrega de refeições ao domicílio na hora de almoço, posteriormente, decidiram alargar o horário das entregas, fazendo-as tanto à hora de almoço como à hora de jantar. Os consumidores podem pedir as refeições através da aplicação e fazer o seguimento do pedido desde o momento em que o mesmo dá entrada no restaurante até ao ato de entrega, podendo verificar em tempo real o local onde se encontra o pedido, a partir do momento em que o mesmo é recolhido pelo

estafeta. Atualmente, a Uber Eats encontra-se disponível em 32 países (Sharma & Waheed, 2018). Em Portugal está disponível em cerca de 86 cidades, incluindo as Regiões Autónomas.

A Glovo é uma start-up espanhola fundada por Oscar Pierre e Sacha Michaud, no ano de 2015, em Barcelona (Polkowska, 2020). A Glovo, ao contrário da Uber Eats, fornece diversos serviços ao domicílio, incluindo a entrega de refeições, compras de supermercado, presentes, flores e muito mais, todavia, a entrega de refeições ao domicílio é o serviço mais utilizado. Atualmente, a aplicação Glovo está disponível em 25 países, em mais de 1.300 cidades, e é usada por mais de 15 milhões de pessoas por todo o mundo. A empresa conta com a ajuda de cerca de 70 mil estafetas. Assim como na Uber Eats, os consumidores, através da aplicação podem escolher os serviços que pretendem e podem também fazer o seguimento dos mesmos (Polkowska, 2020). Em Portugal, a Glovo está também disponível em 86 cidades, incluindo as Regiões Autónomas.

A Teoria Institucional aplicada às plataformas online de entrega de refeições

A Teoria Institucional, uma consequência da revolução intelectual de meados dos anos 60, é uma das teorias mais analisadas nos últimos 30 anos no domínio dos estudos organizacionais, quando se analisam as interações estabelecidas entre as instituições e as sociedades (Carvalho et al., 2017; Gonçalves & Silva, 2021). Vários estudiosos afirmam que os alicerces do “institucionalismo organizacional” estão nas pesquisas realizadas por Meyer & Rowan (1977), Zucker (1977), DiMaggio & Powell (1983), Tolbert & Zucker (1983) e Meyer & Scott (1983).

De acordo com Greenwood et al. (2008), inicialmente os especialistas institucionais concentraram-se na perceção dos procedimentos e conformidades institucionais, que ao serem seguidos, conduziam a organização à isomorfia do ambiente institucional. Contudo, Meyer & Rowan (1977) e Zucker (1987), consideravam que a adoção de procedimentos e conformidades iguais, por todas as organizações de

um determinado ambiente, poderiam pôr em causa da eficiência alcançada por cada uma delas.

Greenwood et al. (2008) apresentam os constituintes dominantes da teoria institucional do final dos anos 70, início dos anos 80:

1. As organizações são influenciadas pelo seu meio institucional na qual estão inseridas;
2. As pressões institucionais provocam impactos nas organizações, especialmente, naquelas com tecnologias pouco desenvolvidas;
3. A isomorfia das organizações torna-se evidente, devido à necessidade de as mesmas adquirirem legitimidade junto da sociedade;
4. Os hábitos institucionais são exercidos por todas as organizações, incluídas no mesmo ambiente institucional, o que se traduz numa resistência à mudança desses hábitos.

Diversos teóricos referem-se à Teoria Institucional como sendo uma teoria composta por duas vertentes, nomeadamente, o velho institucionalismo e o novo institucionalismo, mais conhecido por neoinstitucionalismo (Adithi, 2017; Lara & Santiago, 2017). De acordo com Scott (2013), as perspetivas associadas à Teoria Institucional e as suas diferenças levaram à criação de três linhas de pesquisa institucional, nomeadamente, o institucionalismo da escolha racional, o velho institucionalismo e o neoinstitucionalismo.

Institucionalismo de escolha racional

Esta primeira linha de pesquisa é muito abordada em Economia (Moe, 1984; North, 1990) e examina a forma como os comportamentos são afetados por procedimentos regulatórios constituídos por regras e sanções. Aqui, as instituições são vistas como as regras impostas às sociedades, ou seja, regulam o relacionamento humano proporcionando ideias de como os sujeitos se irão comportar (Hall & Taylor, 1996).

Velho institucionalismo

O velho institucionalismo é vigorosamente apoiado na Sociologia que acredita que os comportamentos individuais são estimulados pela “lógica de adequação”, o que indica que a escolha é sustentada na definição de objetivos concretos e nas diversas formas de alcançá-los e nos comportamentos que devem ser assumidos aquando da interação com outros indivíduos (Geels, 2004; Scott, 2013). Nesta corrente, as instituições são vistas como sendo “os procedimentos, rotinas, normas e convenções formais ou informais embutidos nas estruturas organizacionais” (Hall & Taylor, 1996).

Neoinstitucionalismo

A terceira e última linha de pesquisa, teve origem na área dos estudos organizacionais no final dos anos 70. Acredita que os indivíduos optam por comportamentos vistos pela sociedade como sendo corretos e não por comportamentos considerados eficazes ou próprios (Greenwood et al., 2008; Wooten & Hoffman, 2008). Por sua vez, as instituições “são comportamentos sociais repetitivos mais ou menos tidos como certos que são sustentados por sistemas normativos e compreensões cognitivas que dão sentido à troca social e, portanto, permitem a ordem social de autorreprodução” (Greenwood et al., 2008).

Posteriormente, Grewal & Dharwadkar (2002), declararam que a Teoria Institucional evidencia o processo ligado à aquisição de legitimidade perante os stakeholders e realça, ainda, a importância relacionada ao ambiente institucional como uma atitude ou um comportamento individual. Segundo Lawrence & Shadnam (2008), o ambiente social associado às instituições consegue assegurar regras, práticas e estruturas que conduzem a determinadas condições específicas de ação.

Kafel et al. (2020), defendem que o recurso de plataformas online para entrega de refeições, assenta num processo institucional, em que a sociedade, e mais concretamente os stakeholders, sujeitam as pequenas e médias empresas, do setor da restauração, a pressões de natureza coerciva, mimética e normativa.

Pressões Coercivas

DiMaggio e Powell (1983) e Quinello (2007), explicitaram que a pressão coercitiva é definida como um conjunto de pressões formais e informais sobre indivíduos ou organizações de forma que estes assumam atitudes, comportamentos e condutas semelhantes. Segundo Teo et al. (2003), as designadas pressões coercitivas provêm de diferentes fontes, nomeadamente, do governo, fornecedores, consumidores e partes relacionadas com a organização ou indivíduo.

Pressões Miméticas

A pressão mimética coage os atores sociais a procurarem e reproduzirem exemplos de comportamentos ou práticas que tenham sido adotadas por outros indivíduos ou organizações de forma a seguirem esses mesmos comportamentos e práticas posteriormente, com o intuito de alcançarem resultados similares (DiMaggio & Powell, 1983; Quinello, 2007; Li & Wang, 2018). Burt (1982), afirma que uma organização apenas reproduz os comportamentos e práticas de uma outra organização quando estas apresentam parecenças no que diz respeito à área económica, aos objetivos a serem cumpridos, ao artigo produzido, ao público-alvo e aos mesmos obstáculos a nível dos negócios. Todavia, Teo et al. (2003), afirmou que, se os indivíduos adotarem comportamentos similares aos comportamentos exercidos, anteriormente, por outros indivíduos, alcançariam os seus resultados com o menor esforço possível.

Pressões Normativas

Relativamente à pressão normativa, e de acordo com DiMaggio & Powell, 1983 e Quinello (2007), esta está diretamente relacionada com os conhecimentos profissionais dos gestores, ou seja, estes assumem, todos, os mesmos comportamentos no que diz respeito às mudanças a serem efetuadas numa organização. Segundo Flanagin (2000), uma organização ou indivíduo apenas realiza uma determinada ação se a generalidade de organizações ou indivíduos, efetivamente, realizasse essa ação. Contudo, tal comportamento, não representa a realidade na medida em que este tipo de pressão normativa tem tendência a pressionar os atores sociais a abrigarem ações específicas de forma a garantirem os seus interesses de legitimidades numa

determinada comunidade, apesar de essa adoção não estar realmente associada aos objetivos a serem cumpridos.

Sucintamente, a Teoria Institucional é considerada como uma teoria muito prevalecente no seio das organizações e também como uma teoria das macro organizações (Greenwood et al., 2008; Scott, 2008; Suddaby, 2010; Suddaby et al., 2010; Reed & Burrell, 2019; Alvesson & Spicer, 2019; Alvesson et al., 2019; Munir, 2020). Constata-se que a teoria institucional evoluiu incessantemente ao longo dos anos, armazenando novos conhecimentos, todavia, ao desviar-se do seu propósito inicial, o isomorfismo institucional, e ao estabelecer-se como uma teoria associada à mudança institucional e à complexidade, a mesma tem perdido o seu poder explicativo e preditivo.

Pode-se, então, afirmar que a Teoria Institucional se prende com a forma como as organizações e os diversos grupos de indivíduos garantem o seu posicionamento e legitimidade tendo em atenção as regras e diretrizes impostas pelo ambiente institucional (Meyer & Rowan, 1977; Scott, 2008).

Assim sendo as hipóteses em estudo são:

H1: As pressões de natureza coerciva vão influenciar as atitudes dos proprietários / gestores dos restaurantes relativamente ao uso de plataformas de entrega de refeições.

H2: As pressões de natureza mimética vão influenciar as atitudes dos proprietários / gestores dos restaurantes relativamente ao uso de plataformas de entrega de refeições.

H3: As pressões de natureza normativa vão influenciar as atitudes dos proprietários / gestores dos restaurantes relativamente ao uso de plataformas de entrega de refeições.

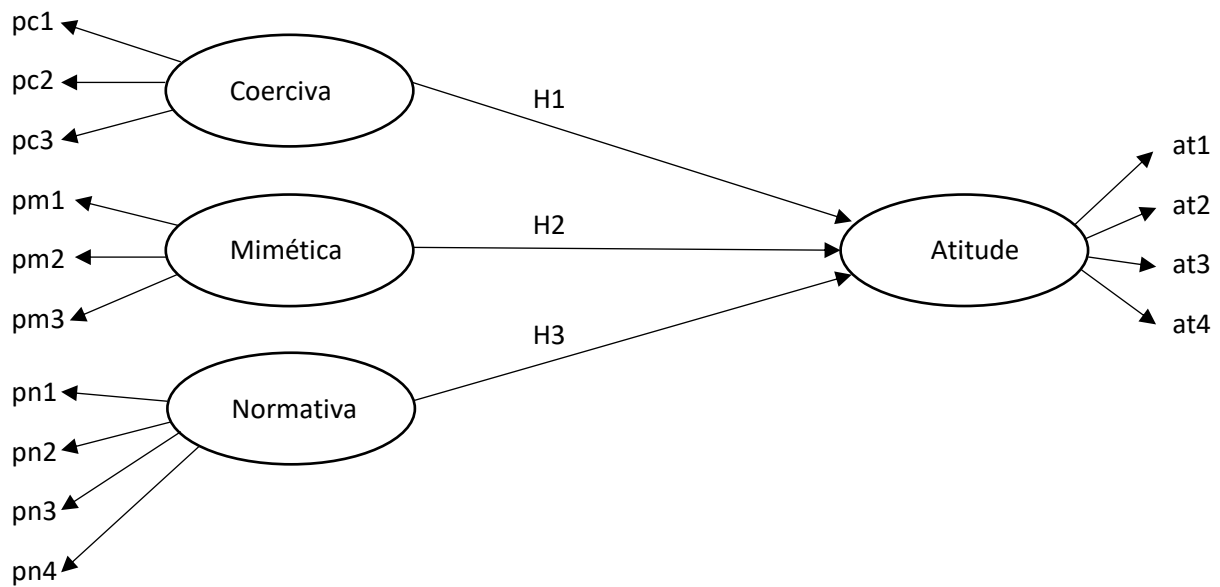


Figura 10 - Modelo teórico das influências das pressões coerciva, mimética e normativa nas atitudes dos proprietários / gestores de estabelecimentos de restauração face às plataformas online de entrega de refeições.

Os segmentos dos restaurantes especificam tipicamente características dimensionais comuns que as unidades partilham (Canziani et al., 2016). Com base neste pressuposto procura-se analisar o efeito que os diferentes segmentos podem assumir no caso da aplicação da Teoria Institucional. Ainda que a literatura apresente várias segmentações de restaurantes, o sistema aqui adotado foi testado empiricamente, com sucesso, em quatro estudos diferentes, incluindo um painel de proprietários de restaurantes em funcionamento, jornalistas especializados em restauração, educadores de hotelaria, e clientes de restaurantes: restaurantes de serviço-rápido, restaurantes casuais, restaurantes finos e restaurantes de luxo (Parsa et al., 2020). Para avaliar os efeitos resultantes dos segmentos dos restaurantes será efetuada uma análise multigrupo.

METODOLOGIA

O instrumento de pesquisa é um questionário utilizado num estudo realizado na Indonésia (Fauzi & Sheng, 2020). O questionário foi traduzido de inglês para português, sendo de seguida feita uma retro tradução, para garantir a qualidade da tradução inicial. Ao questionário inicial foi adicionada uma questão relativa à classificação do estabelecimento comercial, tendo sido definidas as seguintes categorias (Parsa et al., 2020): serviço rápido, casual, fino e luxo. O questionário foi disponibilizado na plataforma Lime Survey, tendo sido garantido o anonimato do respondente e do estabelecimento.

A recolha de dados foi efetuada no período de 28 de janeiro de 2022 e 30 de abril de 2022. De acordo com os dados oficiais estavam registados, no ano de 2021, 35908 estabelecimentos comerciais com o CAE 561. Destes, 5964 dispunham de email português de contacto na base de dados SABI. O convite para a participação no estudo e o respetivo link do questionário foram enviados por email para a listagem de emails de contacto. Foram devolvidos 88 emails por desativação do domínio e 236 foram rejeitados pelo destinatário. No total foram iniciadas 301 respostas ao questionário, tendo sido completadas 200.

Técnica de análise estatística

O tratamento dos dados foi realizado em duas fases. Numa primeira fase foi efetuada a análise descritiva da amostra com o recurso ao SPSS 28, seguida de uma comparação das médias aritméticas das variáveis observadas para cada uma das variáveis latentes, por segmento de restaurante. Esta comparação foi efetuada através do teste de Kruskal Wallis. Numa segunda fase recorreu-se ao software JASP 0.16.2.0 para a análise de equações estruturais pelo método dos mínimos quadrados diagonalmente ponderados (Mîndrilă, 2010) e recorrendo a bootstrapping.

APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Resultados

Tabela 1 – Estatísticas Descritivas, correlações (Pearson) e coeficientes de fiabilidade^a (N=200)

	Mean	SD	1	2	3	4
1 Coercive	2,6800	1,23726	<i>0,873</i>	0,606***	0,482***	0,620***
2 Mimetic	2,4333	1,03808	0,606***	<i>0,868</i>	0,553***	0,641***
3 Normative	3,3263	0,88617	0,482***	0,553***	<i>0,773</i>	0,694***
4 Attitude	2,3963	1,06576	0,620***	0,641***	0,694***	<i>0,910</i>

*p<0,05; ** p<0,01; *** p<0,001

^a Cronbach α reliability coefficients are shown on the diagonal in italic numbers.

A tabela 1 apresenta as estatísticas descritivas obtidas através dos indicadores para cada um dos constructos do modelo, os coeficientes de correlação de Pearson e os coeficientes alfa de Cronbach. Estes últimos medem a consistência interna dos construtos sem considerar os pesos fatoriais dos mesmos.

Tabela 2 - Comparação das médias aritméticas dos construtos entre segmentos de restaurante - teste de Kruskal Wallis

	Quick-service Mean (n=48)	Casual Mean (n=115)	Fine Mean (n=32)	Luxury Mean (n=5)	χ^2
Coercive	3,0972	2,7565	1,9479	1,6000	21,685***
Mimetic	2,6736	2,4290	2,0521	2,6667	7,656
Normative	3,4688	3,3087	3,1328	3,6000	5,334
Attitude	2,7552	2,3739	1,9141	2,5500	13,765**

*p<0,05; ** p<0,01; *** p<0,001

Na tabela 2 é apresentada uma comparação das médias aritméticas dos indicadores, para cada um dos constructos, de acordo com o segmento do restaurante, sendo que 48 (24%) das 200 respostas dizem respeito a restaurantes de serviço rápido, 115 (58%) a restaurantes casuais, 32 (16%) a restaurantes finos e, por fim, 5 (3%) a restaurantes de luxo. Pode-se verificar que existem diferenças estatisticamente significativas para as pressões coercivas (p<0,001) e para as atitudes (p<0,01). Ao nível das pressões miméticas e normativas, não foram encontradas diferenças.

Na tabela 3 apresentam-se os índices de ajuste do modelo de análise de equações estruturais. Os resultados evidenciam um ajuste adequado. A estatística para o teste do qui-quadrado foi estatisticamente significativa ($\chi^2[71]=182,848$, $p<0,001$) e a razão $\chi^2/df=2,573$, o que é um valor aceitável, valor esse que deve ser inferior a 5 (Hoelter, 1983). No que diz respeito aos restantes índices de ajustamento (NFI, NNFI, CFI e AGFI) todos apresentam valores superiores a 0,98, o que revela boa qualidade. Finalmente, no respeitante ao RMSEA (IC 90%) o seu valor é de 0,000 (0.000-0.000).

Tabela 3 - Resultados do Modelo de Equações Estruturais - índices de ajuste do modelo de medição

Modelo	χ^2	df	$\Delta\chi^2$	Δdf	NFI	NNFI	CFI	AGFI	RMSEA
1	182,848***	71	182,848***	71	0,989	1,009	1,000	0,993	0,000

* $p<0,05$; ** $p<0,01$; *** $p<0,001$

^oNFI=Normed fit index; NNFI=Non-normed fit index; CFI=comparative fit index; AGFI=average goodness-of-fit index; RMSEA=Root mean square error approximation.

Na tabela 4 apresentam-se as cargas fatoriais padronizadas para todos os indicadores, a fiabilidade compósita e a validade convergente, que nos permitiu avaliar a validade discriminante para cada um dos construtos.

As cargas fatoriais padronizadas apresentam valores adequados ($> 0,7$) para os índices dos construtos coerciva, mimética e atitude, contudo no caso das pressões normativas os valores são inferiores ao desejado, não ficando assim garantida a sua validade fatorial.

Tabela 4 - Resultados da Análise Fatorial Confirmatória - resumo da avaliação do modelo de medição

Constuct	Indicator	Standardized Loading Factor	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)	Discriminant Validity
Coercive	pc1	0,919	0,880	0,712	OK
	pc2	0,883			
	pc3	0,716			
Mimetic	pm1	0,747	0,878	0,708	OK
	pm2	0,910			
	pm3	0,859			
Normative	pn1	0,625	0,763	0,451	Aceitável
	pn2	0,541			
	pn3	0,678			
	pn4	0,814			
Attitude	at1	0,869	0,911	0,719	OK
	at2	0,800			
	at3	0,846			
	at4	0,875			

No que diz respeito à fiabilidade compósita dos constructos, que mede a consistência interna e que, de acordo com Hair et al. (2011) deve ser superior a 0,7, os valores variam entre 0,763, para a variável normativa, e 0,911, para a variável atitude, havendo por isso garantias da mesma. Note-se que as diferenças entre a fiabilidade compósita dos construtos e os respetivos alfas de Cronbach (ver tabela 1) são muito reduzidas e em ambos os casos a consistência interna é assegurada.

No que diz respeito à variância média extraída dos constructos, que representa a proporção média da variância dos itens que é explicada pela variável latente, ela alcança os 0,5 no caso da variável latente normativa (AVE=0,451). Contudo uma vez que a validade convergente do construto é superior a 0,7, ela pode ser considerada aceitável (Lam, 2012). No caso das restantes variáveis latentes a AVE é superior a 0,7. Por conseguinte, estes resultados indicam que o modelo de medição temática neste estudo tem um bom nível de fiabilidade.

Tabela 5 – Resumo do teste de validade discriminante^a

	Coercive	Mimetic	Normative	Attitude
Coercive	<i>0,919</i>			
Mimetic	0,475	<i>0,841</i>		
Normative	0,353	0,460	<i>0,672</i>	
Attitude	0,064	0,014	0,377	<i>0,848</i>

^aA itálico apresentam-se os valores da raiz quadrada da Variação Média Extraída. A validade discriminante é garantida porque os valores da diagonal são superiores aos valores das correlações entre construtos que se encontram por baixo

Modelo Estrutural e as Hipóteses

O objetivo do modelo estrutural é especificar as relações causais entre os diferentes construtos, o que no caso concreto corresponde a avaliar o efeito das pressões coercivas, miméticas e normativas nas atitudes dos proprietários / gestores dos restaurantes, relativamente às apps para entrega de refeições.

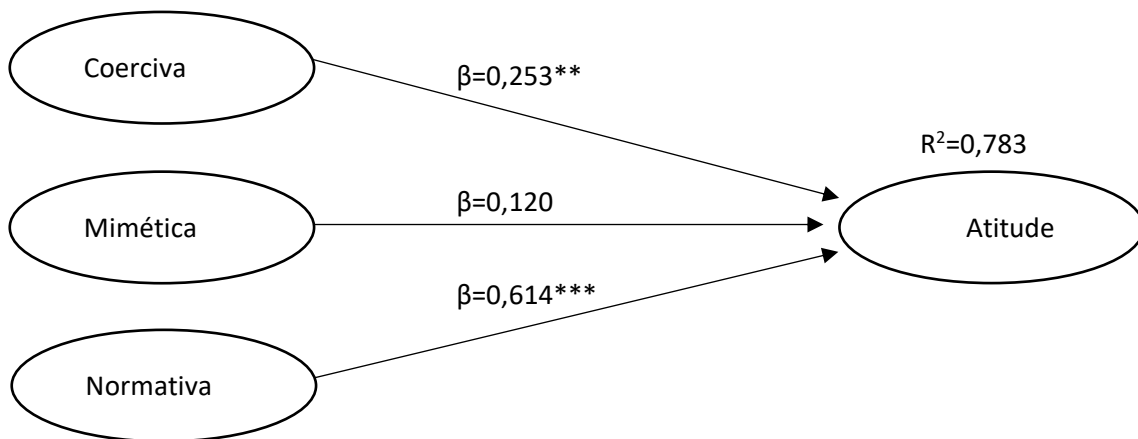


Figura 11 - Modelo estrutural das influências das pressões coerciva, mimética e normativa nas atitudes dos proprietários / gestores de estabelecimentos de restauração.

* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

Na figura 11, é possível verificar que nesta fase os dados estão a ser considerados globalmente, não sendo ainda distinguidas os diferentes segmentos de restaurantes. O R^2 do modelo assume o valor de 0,783 o que é considerado substancial (Hair et al., 2011). No que diz respeito aos coeficientes de percurso, são estatisticamente

significativos, quer no que respeita às pressões coercivas, quer às normativas assumindo, respetivamente, os valores de padronizados $\beta=0,253$ e $\beta=0,614$. Relativamente às pressões miméticas o coeficiente $\beta=0,120$ não é estatisticamente significativo para $\alpha=0,05$. Assim sendo as hipóteses H1 e H3 não são rejeitadas, sendo unicamente objeto de rejeição a hipótese H2.

Efeito do Segmento do Restaurante

A teoria inicialmente proposta previa que fosse estudado o efeito do segmento do restaurante na aplicação da Teoria Institucional. A primeira abordagem que foi pensada, consistiu numa análise de equações estruturais multigrupo aplicada aos quatro segmentos de restaurantes. Desta forma, obtendo-se um ajuste para cada um dos grupos, seria possível comparar o efeito dos mesmos. Uma vez que a dimensão da amostra de cada grupo não permitia a realização deste procedimento, optou-se por associar os grupos 2 a 2 criando numa variável dummy 0 (restaurantes de baixa gama) / 1 (restaurantes de gama superior).

Os resultados do modelo de medição são apresentados na Tabela 6. A estatística para o teste do qui-quadrado foi significativa ($\chi^2[142]=221,652$, $p<0,001$) e a razão $\chi^2/df=1,561$, o que é um valor adequado, (<5), (Hoelter, 1983). No que diz respeito aos restantes índices de ajustamento (NFI, NNFI, CFI e AGFI) todos apresentam valores superiores a 0,98, o que revela boa qualidade. Finalmente no respeitante ao RMSEA o seu valor é de 0,000, e os limites do intervalo de confiança a 90% são também 0,000. Pode, pois, verificar-se que existe um bom ajustamento do modelo.

Tabela 6 – Resultados obtidos com a análise multigrupos

Model	χ^2	df	χ^2	df	NFI	NNFI	CFI	AGFI	RMSEA (CI90%)
M1	221.652***	142	221.652***	142	0.983	1.024	1.000	0.984	0.000(0.000-0.000)

* $p<0,05$; ** $p<0,01$; *** $p<0,001$

^aNFI=Normed fit index; NNFI=Non-normed fit index; CFI=comparative fit index; AGFI=average goodness-of-fit index; RMSEA=Root mean square error approximation.

Nas figuras 12 e 13 apresentam-se os diagramas do modelo estrutural para as gamas baixa e alta, respetivamente.

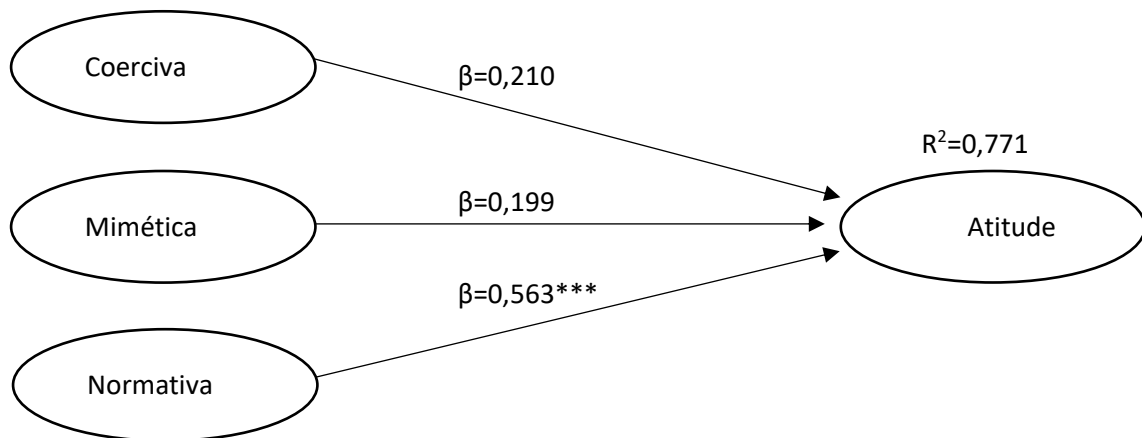


Figura 12 - Modelo estrutural das influências das pressões coerciva, mimética e normativa nas atitudes dos proprietários / gestores de estabelecimentos de restauração de baixa gama.
* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

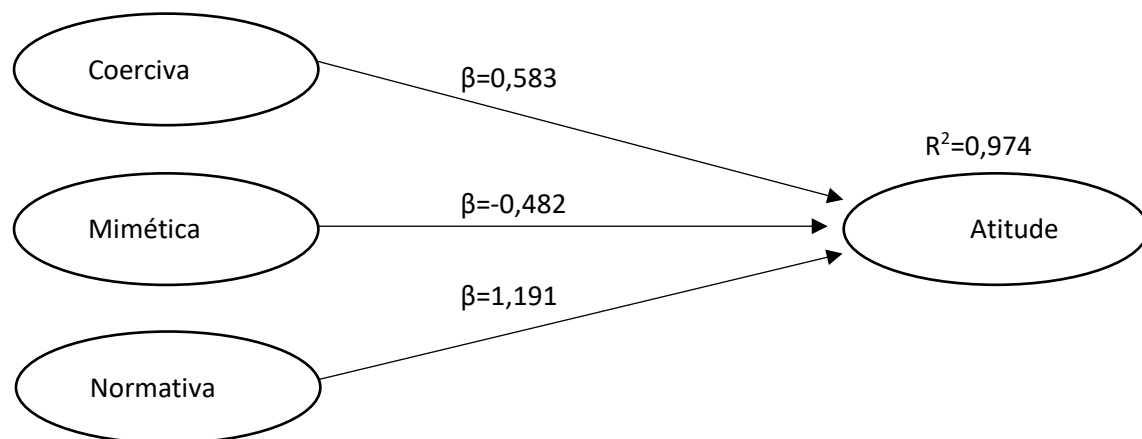


Figura 13 - Modelo estrutural das influências das pressões coerciva, mimética e normativa nas atitudes dos proprietários / gestores de estabelecimentos de restauração de alta gama.
* $p < 0,05$; ** $p < 0,01$; *** $p < 0,001$

O único beta (β) estatisticamente significativo é o correspondente às pressões normativas, do grupo de restaurantes de baixa gama. A comparação dos betas estatisticamente significativos entre o modelo simples e o modelo multigrupo de baixa gama, mostra que existe redução de 0,614 para 0,563, ou seja, o efeito das pressões normativas sobre a atitude dos proprietários / gestores diminuiu.

Discussão

Tal como referido no ponto anterior, com base na comparação das médias aritméticas dos constructos, foram encontradas diferenças estatisticamente significativas ao nível das pressões coercivas e das atitudes dos proprietários / gestores dos restaurantes relativamente às apps de entrega de refeições preparadas. No caso das pressões coercivas verificou-se que à medida que a categoria do restaurante aumentava, as pressões diminuía.

No caso da atitude, a média aritmética do construto apresenta uma tendência decrescente à medida que o segmento do restaurante vai aumentando, desde o serviço rápido, ao restaurante fino, passando pelo casual, contudo acontece uma inversão completa da tendência quando se passa do segmento fino para o luxo. Importa aqui destacar que, face à reduzida dimensão da amostra do segmento luxo, não existem garantias da sua representatividade, pelo que este resultado deve ser objeto de reservas.

Passando à análise do modelo estrutural simples, recorde-se que das três dimensões consideradas pela Teoria Institucional, coerciva, mimética e normativa, apenas duas exercem influência estatisticamente significativa sobre a atitude dos proprietários / gestores, sendo a mais expressiva a normativa, com um pouco mais de 61%, seguida pela coerciva com 25%. Estes resultados distinguem-se dos obtidos no estudo que foi realizado em Java, Indonésia (Fauzi & Sheng, 2020), no qual todas as dimensões foram estatisticamente significativas, e em que a dimensão normativa foi mais vincada, com 42%, seguindo-se-lhe a coerciva com 22% e finalmente a mimética com 16%.

Note-se que no construto das pressões normativas, o contributo que mais se destacou foi o da “... adequação dos serviços de entrega Uber / Glovo aos negócios de restauração modernos”. Existem dois fatores que podem contribuir para estes resultados. O primeiro é o crescente recurso ao comércio eletrónico, especialmente ao longo dos últimos anos. Nos USA e UK as plataformas de comércio eletrónico evoluíram a grande velocidade, tendo sido concebidas especificamente para auxiliar e apoiar os proprietários e empresários de pequenas empresas (Holland & Gutiérrez-Leefmans,

2018). Os avanços nas tecnologias digitais, vieram alterar a conceptualização do contacto direto com o cliente, mostrando-nos que podem ocorrer experiências fortes em cenários de reduzido contacto físico, de tal modo que o futuro terá forçosamente que considerar novas formas de contacto com o cliente com base em tecnologia (Sampson & Chase, 2020).

Um segundo motivo poderá resultar do novo ambiente operacional imposto pelas medidas COVID-19, que exigiu que as empresas condicionassem o contacto físico em espaços públicos, e levou a que adotassem novas tecnologias e aplicações para o efeito (Sigala, 2020). Esta necessidade, no caso dos restaurantes, promoveu um rápido crescimento dos serviços de entrega refeições com o recurso a plataformas online (Elshaer, 2021), criando assim uma nova realidade do negócio no setor da restauração.

Finalmente no que diz respeito aos efeitos resultantes das gamas dos restaurantes, baixa e alta, é importante destacar que no caso da baixa gama (restaurantes de serviço rápido e casual) as pressões normativas são as únicas a exercer influência estatisticamente significativa sobre as atitudes dos proprietários / gestores, com uma percentagem de cerca de 56%. Relativamente aos restaurantes de alta gama (finos e de luxo) nenhuma das dimensões consideradas exerce pressão sobre as atitudes.

CONCLUSÃO

Os resultados do estudo não são consistentes com a aplicação da Teoria Institucional às atitudes dos proprietários / gestores dos restaurantes, relativamente ao uso de aplicações online de entrega de refeições. A teoria considera que existem três dimensões nas pressões que são exercidas, coerciva, mimética e normativa e muito embora o estudo venha apoiar a existência de pressões de natureza coerciva e normativa, não há evidências estaticamente significativas que apoiem a dimensão mimética. Das pressões constatadas destaque-se a maior importância assumida pelas de natureza normativa relativamente à coerciva. Finalmente considerando a divisão dos restaurantes em dois grupos, gama baixa e alta, apenas na gama baixa houve evidências de pressões estatisticamente significativas, e apenas na dimensão normativa.

Limitações ao estudo

Impõe-se destacar que Portugal e a Indonésia são países geograficamente afastados. Portugal é um dos estados-membros da União Europeia, enquanto a Indonésia é uma nação do sudoeste asiático, pelo que é possível que existam grandes diferenças do ponto de vista cultural, que poderão refletir-se nos resultados. Apesar disso foram encontradas semelhanças entre os estudos.

Investigação futura

Sugere-se que em investigações futuras se analise os motivos pelos quais os proprietários dos restaurantes alta gama (Finos e Luxo) não recorrem aos serviços de entrega de refeições.

Sugere-se, também, que se realize este mesmo estudo entre os diversos países pertencentes à União Europeia de forma a perceber se existem, ou não, diferenças entre os mesmos no que diz respeito à utilização das plataformas online de entrega de refeições.

REFERÊNCIAS

- Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 1–10. <https://doi.org/10.1016/J.TECHFORE.2017.07.006>
- Adithi. (2017). Development of institutional theory and its application to MNE context: A review of literature. *FOCUS: Journal of International Business*, 4(2), 124–141. <https://doi.org/10.17492/focus.v4i02.11693>
- Alagoz, S. M., & Hekimoglu, H. (2012). A study on tam: Analysis of customer attitudes in online food ordering system. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 62, 1138–1143. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2012.09.195>
- Alalwan, A. A. (2020). Mobile food ordering apps: An empirical study of the factors affecting customer e-satisfaction and continued intention to reuse. *International Journal of Information Management*, 50, 28–44. <https://doi.org/10.1016/J.IJINFOMGT.2019.04.008>
- Alvesson, M., & Spicer, A. (2019) Neo-Institutional theory and organization studies: A mid-life crisis? *Organization Studies*, 40(2), 199–218. <https://doi.org/10.1177/0170840618772610>
- Alvesson, M., Hallett, T., & Spicer, A. (2019). Uninhibited Institutionalisms. *Journal of Management Inquiry*, 28(2), 119–127. <https://doi.org/10.1177/1056492618822777>
- Burt, R. S. (1982). *Toward a structural theory of action: Network models of social structure, perception and action* (1st ed.). New York: Academic Press, INC.
- Canziani, B. F., Almanza, B., Frash, R. E., McKeig, M. J., & Sullivan-Reid, C. (2016). Classifying restaurants to improve usability of restaurant research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(7), 1467–1483. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2014-0618>

- Carvalho, A. D. P., Cunha, S. K. da, Lima, L. F. de, & Carstens, D. D. (2017). The role and contributions of sociological institutional theory to the socio-technical approach to innovation theory. *RAI Revista de Administração e Inovação*, 14(3), 250–259. <https://doi.org/10.1016/J.RAI.2017.02.001>
- Cho, M., Bonn, M. A., & Li, J. (Justin). (2019). Differences in perceptions about food delivery apps between single-person and multi-person households. *International Journal of Hospitality Management*, 77, 108–116. <https://doi.org/10.1016/J.IJHM.2018.06.019>
- DiMaggio, P. J., & Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147–160.
- Dudley, G., Banister, D., & Schwanen, T. (2017). The rise of Uber and regulating the disruptive innovator. *The Political Quarterly*, 88(3), 492–499. <https://doi.org/10.1111/1467-923X.12373>
- Elshaer, A. M. (2021). Restaurants' response to COVID-19 pandemic: the realm of egyptian independent restaurants. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 23(3), 716–747. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2021.1911732>
- Fauzi, A. A., & Sheng, M. L. (2020). The digitalization of micro, small, and medium-sized enterprises (MSMEs): An institutional theory perspective. *Journal of Small Business Management*, 1–26. <https://doi.org/10.1080/00472778.2020.1745536>
- Flanagin, A. J. (2000). Social pressures on organizational website adoption. *Human Communication Research*, 26(4), 618–646. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2000.tb00771.x>
- Frenken, K., & Schor, J. (2017). Putting the sharing economy into perspective. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 3–10. <https://doi.org/10.1016/J.EIST.2017.01.003>

- GEE. (2021). *Síntese Estatística Setorial - CAE 561, Gabinete de Estratégia e Estudos - Ministério da Economia e Transição Digital*. Lisboa. Retrieved from <https://www.gee.gov.pt/pt/publicacoes/estatisticas-tematicas/estatisticas-setoriais>
- Geels, F. W. (2004). From sectoral systems of innovation to socio-technical systems: Insights about dynamics and change from sociology and institutional theory. *Research Policy*, 33(6–7), 897–920. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2004.01.015>
- Gonçalves, S. M., & Silva, R. V. (2021). Discussing the potential of the institutional theory to leverage service-dominant logic advancements. *European Journal of Management Studies*, 26(1), 3–16. <https://doi.org/10.1108/ejms-01-2021-0004>
- Greenwood, R., Oliver, C., Suddaby, R., & Sahlin, K. (2008). *The SAGE handbook of organization institutionalism* (1st ed.). London: Sage Publications, INC.
- Grewal, R., & Dharwadkar, R. (2002). The role of the Institutional environment in marketing channels. *Journal of Marketing*, 66(3), 82–97. <https://doi.org/10.1509/jmkg.66.3.82.18504>
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 19(2), 139–152. <https://doi.org/10.2753/MTP1069-6679190202>
- Hall, P. A., & Taylor, R. C. R. (1996). Political science and the three new institutionalisms. *Political Studies*, 44, 936–957.
- Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 67(9), 2047–2059. <https://doi.org/10.1002/asi.23552>
- Hoelter, J. W. (1983). The analysis of covariance structures: goodness-of-fit indices. *Sociological Methods and Research*, 11(3), 325–344.

- Holland, C. P., & Gutiérrez-Leefmans, M. (2018). A taxonomy of SME e-commerce platforms derived from a market-level analysis. *International Journal of Electronic Commerce*, 22(2), 161–201. <https://doi.org/10.1080/10864415.2017.1364114>
- Jan, P.-T., Lu, H.-P., & Chou, T.-C. (2012). The adoption of e-learning: An institutional theory perspective. *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 326–343.
- Kafel, P., Magliocca, P., Canestrino, R., Ćwiklicki, M., & Wojnarowska, M. (2020). The digitalization in EMAS-registered organizations: evidences from Italy and Poland. *The TQM Journal*, 32(4), 673–695. <https://doi.org/10.1108/TQM-12-2019-0301>
- Kiat, Y. C., Samadi, B., & Hakimian, H. (2017). Consumer behaviour towards acceptance of mobile marketing. *International Journal of Business and Social Science*, 8(4), 92-105.
- Lam, L. W. (2012). Impact of competitiveness on salespeople's commitment and performance. *Journal of Business Research*, 65(9), 1328–1334. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.026>
- Lara, L., & Santiago, J. (2017). *A face crítica da teoria institucional*. 1–10. <https://login.semead.com.br/20semead/anais/arquivos/1256.pdf>
- Lawrence, T. B., & Shadnam, M. (2008). Institutional theory. *The international encyclopedia of communication*, 5, 2288-2293 <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbieci035>
- Lee, E.-Y., Lee, S.-B., & Jeon, Y. J. J. (2017). Factors influencing the behavioral intention to use food delivery apps. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 45(9), 1461-1473. <https://doi.org/10.2224/sbp.6185>
- Li, L., & Wang, X. (2018). M-commerce adoption in SMEs of China: The effect of institutional pressures and the mediating role of top management. *Journal of Electronic Commerce in Organizations*, 16(2), 48–63. <https://doi.org/10.4018/JECO.2018040103>

- Luna, I. R., Montoro-Ríos, F., Liébana-Cabanillas, F., & Luna, J. G. (2016). NFC technology acceptance for mobile payments: A Brazilian perspective. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 19(63), 82–103. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v0i0.2315>
- Meuter, M. L., Bitner, M. J., Ostrom, A. L., & Brown, S. W. (2005). Choosing among alternative service delivery modes: An investigation of customer trial of self-service technologies. *Journal of Marketing*, 69(2), 61–83. <https://doi.org/10.1509/jmkg.69.2.61.60759>
- Meyer, J. W., Scott, W. R. (1983) Organizational environments: Ritual and rationality. Beverly Hills: Sage Publications, INC.
- Meyer, J., & Rowan, B. (1977). Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *American Journal of Sociology*, 83(2), 340–363.
- Mîndrilă, D. (2010). Maximum likelihood (ML) and diagonally weighted least squares (DWLS) estimation procedures: A comparison of estimation bias with ordinal and multivariate non-normal data. *International Journal of Digital Society (IJDS)*, 1(1), 60–66.
- Moe, T. M. (1984). The new economics of organization. *American Journal of Political Science*, 28(4), 739–777. <https://doi.org/10.2307/2110997>
- Möhlmann, M. (2015). Collaborative consumption: Determinants of satisfaction and the likelihood of using a sharing economy option again. *Journal of Consumer Behaviour*, 14(3), 193–207. <https://doi.org/10.1002/cb.1512>
- Munir, K. A. (2020). Challenging institutional theory's critical credentials. *Organization Theory*, 1(1), 1–10. <https://doi.org/10.1177/2631787719887975>
- North, D. (1990). *Institutions, institutional change and economic performance*. New York: Cambridge University Press.
- Parker, G., Van Alstyne, M., & Choudary, P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. New York: W.W. NORTON & Company.

- Parsa, H. G., Shuster, B. K., & Bujisic, M. (2020). New classification system for the U.S. restaurant industry: Application of utilitarian and hedonic continuum model. *Cornell Hospitality Quarterly*, 61(4), 379–400. <https://doi.org/10.1177/1938965519899929>
- Polkowska, D. (2020). Platform work during the COVID-19 pandemic: a case study of Glovo couriers in Poland. *European Sociological Association*, 23(S1), 321–331. <https://doi.org/10.1080/14616696.2020.1826554>
- Puschmann, T., & Alt, R. (2016). Sharing economy. *Business and Information Systems Engineering*, 58(1), 93–99. <https://doi.org/10.1007/s12599-015-0420-2>
- Quinello, R. (2007). A teoria institucional aplicada à administração: entenda como o mundo invisível impacta na gestão dos negócios. São Paulo: Novatec Editora
- Ramayah, T., Rahman, S. A., & Ling, N. C. (2018). How do consumption values influence online purchase intention among school leavers in Malaysia? *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 20(4), 638–654. <https://doi.org/10.7819/rbgn.v0i0.3139>
- Reed, M., & Burrell, G. (2019). Theory and organization studies: The need for contestation. *organization studies*, 40(1), 39–54. <https://doi.org/10.1177/0170840617745923>
- Rialti, R., Filieri, R., Zollo, L., Bazi, S., & Ciappei, C. (2022). Assessing the relationship between gamified advertising and in-app purchases: a consumers' benefits-based perspective. *International Journal of Advertising*, 41(5), 868–891. <https://doi.org/10.1080/02650487.2022.2025735>
- Rotariu, L. S., Cosma, A., Brad, I., & Firu, A. (2020). Statistical model of delivery products at home in the context of the pandemic crisis. *Lucrari Stiintifice*, 22(3), 37–42.
- Sampson, S. E., & Chase, R. B. (2020). Customer contact in a digital world. *Journal of Service Management*, 31(6), 1061–1069. <https://doi.org/10.1108/JOSM-12-2019-0357>

- Schor, J. (2016). Debating the sharing economy. *Journal of Self-Governance and Management Economics*, 4(3), 7–22.
- Scott, W. R. (2008). Approaching adulthood: The maturing of institutional theory. *Theory and Society*, 37(5), 427-442. <https://www.jstor.org/stable/40345595>
- Scott, W. R. (2013). *Institutions and organizations: Ideas, interests, and identities* (4th ed.). Los Angeles: Sage Publications
- Sharma, J. K., & Kumar, N. (2019). Service quality satisfaction and behavioural intention: Mediation and interaction analysis in electronic food ordering services. *Academy of Marketing Studies Journal*, 23(3), 1–15. Retrieved from <https://www.researchgate.net/publication/351083706>
- Sharma, K., & Waheed, K. A. (2018). Consumption of online food app services : An exploratory study among college students in Dubai. *Middle East Journal of Business*, 13(4), 4–11. <https://doi.org/10.5742/mejb.2018.93500>
- Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312–321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>
- Suddaby, R. (2010). Challenges for institutional theory. *Journal of Management Inquiry*, 19(1), 14–20. <https://doi.org/10.1177/1056492609347564>
- Suddaby, R., Elsbach, K. D., Greenwood, R., Meyer, J. W., & Zilbert, T. B. (2010). Organizations and their institutional environments – bringing meaning, values, and culture back in: Introduction to the special research forum. *The Academy of Management Journal*, 53(6), 1234-1240. <https://www.jstor.org/stable/29780257>
- Teo, H. H., Wei, K. K., & Benbasat, I. (2003). Predicting intention to adopt interorganizational linkages: An institutional perspective. *MIS Quarterly*, 27(1), 19–49. <https://doi.org/10.2307/30036518>

- Tolbert, P. S., & Zucker, L. G. (1983). Institutional sources of change in the formal structure of organizations: The diffusion of civil service reform, 1880-1935. *Administrative Science Quarterly*, 28(1), 22–39. <https://doi.org/10.2307/2392383>
- Williams, G., Tushev, M., Ebrahimi, F., & Mahmoud, A. (2020). Modeling user concerns in Sharing Economy: the case of food delivery apps. *Automated Software Engineering*, 27(3–4), 229–263. <https://doi.org/10.1007/s10515-020-00274-7>
- Wooten, M., Hoffman, A. J., & Ross, S. M. (2008). *Organizational fields past, present and future*. In Greenwood, R., Oliver, C., Suddaby, R., & Sahlin, K. (eds.), *The SAGE handbook of organization institutionalism* (pp. 130-148). London: Sage Publications, INC.
- Zucker, L. G. (1977). The role of institutionalization in cultural persistence. *American Sociological Review*, 42(5), 726–743. <https://doi.org/10.2307/2094862>
- Zucker, L. G. (1987). Institutional Theories of Organization. *Annual Review of Sociology*, 13, 443–464. <http://www.jstor.org/stable/2083256>
- Zvolska, L., Voytenko Palgan, Y., & Mont, O. (2019). How do sharing organisations create and disrupt institutions? Towards a framework for institutional work in the sharing economy. *Journal of Cleaner Production*, 219, 667–676. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2019.02.057>

ANEXOS

Anexo I – Questionário aplicado

Questões	
1. Como classifica o seu estabelecimento de restauração?	<ul style="list-style-type: none">• Serviço rápido• Casual• Fino• Luxo
Questões relativas às pressões coercivas (resposta numa escala Likert de 1 - discordo completamente a 5 – concordo completamente)	
2. O meu estabelecimento de restauração vai experimentar um aumento de vendas se disponibilizar serviços de entregas online Uber Eats / Glovo.	Jan et al. (2012)
3. Os meus consumidores ficaram satisfeitos quando o meu estabelecimento de restauração ofereceu um serviço de entregas online Uber Eats / Glovo.	
4. O meu estabelecimento de restauração é facilmente acessível a potenciais consumidores quando usam serviços Uber Eats / Glovo.	
Questões relativas às pressões miméticas (resposta numa escala Likert de 1 - discordo completamente a 5 – concordo completamente)	
5. Os estabelecimentos de restauração à minha volta, que usam Uber Eats / Glovo, têm maiores níveis de vendas do que os estabelecimentos de restauração que não usam o serviço Uber Eats / Glovo.	Teo et al. (2003)
6. Os estabelecimentos à minha volta, que usam Uber Eats / Glovo, são percecionados como bons estabelecimentos, pelos seus consumidores.	
7. Os estabelecimentos de restauração à minha volta, que usam Uber Eats / Glovo, são percecionados como bons estabelecimentos pela comunidade.	
Questões relativas às pressões normativas (resposta numa escala Likert de 1 - discordo completamente a 5 – concordo completamente)	
8. Vários estabelecimentos de restauração têm vindo a usar serviços Uber Eats / Glovo.	Teo et al. (2003)
9. Os serviços Uber Eats / Glovo são serviços populares juntos dos negócios de restauração.	
10. Os serviços Uber Eats / Glovo são serviços de entrega de refeições eficientes.	(Jan et al., 2012)
11. Os serviços Uber Eats / Glovo são bastante convenientes para os negócios de restauração modernos.	

Questões relativas às atitudes (resposta numa escala Likert de 1 - discordo completamente a 5 – concordo completamente)

<p>12. Utilizar os serviços Uber Eats / Glovo é uma ideia brilhante para os meus negócios de restauração.</p> <p>13. Sinto que usar serviços Uber Eats / Glovo é divertido.</p> <p>14. Na minha opinião, é fortemente recomendável usar serviços Uber Eats / Glovo nos negócios da restauração.</p> <p>15. Do meu ponto de vista, usar serviços Uber Eats / Glovo é uma medida sábia para a estratégia de negócio.</p>	<p>Teo et al. (2003); Jan et al. (2012)</p>
--	---

Anexo II – Output do modelo de análise de equações estruturais simples

Structural Equation Modeling

Model fit

	AIC	BIC	n	Baseline test			Difference test		
				χ^2	df	p	$\Delta\chi^2$	Δdf	p
Model 1			200	182.848	71	< .001	182.848	71	< .001

Note. A total of 0 cases were removed due to missing values. You can avoid this by choosing 'FIML' under 'Missing Data Handling' in the Estimation options.

Note. Model tests based on Satorra-Bentler scaled test-statistic.

Additional fit measures

Fit indices

Index	Value
Comparative Fit Index (CFI)	1.000
Tucker-Lewis Index (TLI)	1.009
Bentler-Bonett Non-normed Fit Index (NNFI)	1.009
Bentler-Bonett Normed Fit Index (NFI)	0.989
Parsimony Normed Fit Index (PNFI)	0.772
Bollen's Relative Fit Index (RFI)	0.986
Bollen's Incremental Fit Index (IFI)	1.007
Relative Noncentrality Index (RNI)	1.007

Information criteria

	Value
Log-likelihood	
Number of free parameters	34.000
Akaike (AIC)	
Bayesian (BIC)	
Sample-size adjusted Bayesian (SSABIC)	

Other fit measures

Metric	Value
Root mean square error of approximation (RMSEA)	0.000
RMSEA 90% CI lower bound	0.000
RMSEA 90% CI upper bound	0.000
RMSEA p-value	1.000
Standardized root mean square residual (SRMR)	0.050
Hoelter's critical N ($\alpha = .05$)	422.767

Other fit measures

Metric	Value
Hoelter's critical N ($\alpha = .01$)	468.551
Goodness of fit index (GFI)	0.993
McDonald fit index (MFI)	1.072
Expected cross validation index (ECVI)	0.559

R-Squared

	R ²
pc1	0.844
pc2	0.779
pc3	0.512
pm1	0.558
pm2	0.829
pm3	0.737
pn1	0.391
pn2	0.293
pn3	0.460
pn4	0.663
at1	0.756
at2	0.640
at3	0.716
at4	0.766
attitude	0.783

Parameter estimates

Factor Loadings

Latent	Indicator	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval		Standardized		
						Lower	Upper	All	LV	Endo
attitude	at1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.869	1.069	0.869
	at2	0.859	0.050	17.204	< .001	0.746	0.998	0.800	0.918	0.800
	at3	0.975	0.054	17.967	< .001	0.860	1.100	0.846	1.042	0.846
	at4	0.978	0.054	18.091	< .001	0.867	1.109	0.875	1.045	0.875
coercive	pc1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.919	1.197	0.919
	pc2	0.989	0.058	16.905	< .001	0.904	1.101	0.883	1.183	0.883
	pc3	0.900	0.058	15.493	< .001	0.752	1.039	0.716	1.077	0.716
mimetic	pm1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.747	0.935	0.747
	pm2	1.111	0.072	15.342	< .001	0.928	1.370	0.910	1.038	0.910
	pm3	1.015	0.067	15.117	< .001	0.818	1.253	0.859	0.948	0.859
normative	pn1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.625	0.719	0.625
	pn2	0.826	0.068	12.205	< .001	0.587	1.066	0.541	0.594	0.541
	pn3	1.020	0.076	13.425	< .001	0.774	1.332	0.678	0.734	0.678
	pn4	1.422	0.099	14.337	< .001	1.116	1.865	0.814	1.022	0.814

Regression coefficients

Predictor	Outcome	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval		Standardized		
						Lower	Upper	All	LV	Endo
coercive	attitude	0.226	0.083	2.711	0.007	0.088	0.352	0.253	0.253	0.253
mimetic	attitude	0.138	0.138	0.998	0.318	-0.044	0.330	0.120	0.120	0.120
normative	attitude	0.913	0.182	5.025	<.001	0.566	1.347	0.614	0.614	0.614

Factor variances

Variable	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval		Standardized		
					Lower	Upper	All	LV	Endo
coercive	1.433	0.124	11.604	<.001	1.188	1.687	1.000	1.000	1.000
mimetic	0.874	0.091	9.589	<.001	0.589	1.172	1.000	1.000	1.000
normative	0.517	0.063	8.271	<.001	0.307	0.814	1.000	1.000	1.000
attitude	0.248	0.081	3.078	0.002	0.159	0.394	0.217	0.217	0.217

Factor covariances

Variables	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval		Standardized		
					Lower	Upper	All	LV	Endo
coercive - mimetic	0.771	0.056	13.659	<.001	0.576	1.021	0.689	0.689	0.689
coercive - normative	0.512	0.043	11.869	<.001	0.326	0.722	0.594	0.594	0.594
mimetic - normative	0.456	0.039	11.790	<.001	0.283	0.652	0.678	0.678	0.678

Residual variances

Variable	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval		Standardized		
					Lower	Upper	All	LV	Endo
pc1	0.264	0.170	1.550	0.121	0.104	0.475	0.156	0.264	0.156
pc2	0.396	0.170	2.328	0.020	0.211	0.592	0.221	0.396	0.221
pc3	1.106	0.164	6.753	<.001	0.788	1.444	0.488	1.106	0.488
pm1	0.692	0.154	4.482	<.001	0.516	0.928	0.442	0.692	0.442
pm2	0.223	0.149	1.493	0.135	0.071	0.371	0.171	0.223	0.171
pm3	0.320	0.134	2.386	0.017	0.172	0.503	0.263	0.320	0.263
pn1	0.807	0.143	5.631	<.001	0.643	0.989	0.609	0.807	0.609
pn2	0.851	0.133	6.415	<.001	0.676	1.093	0.707	0.851	0.707
pn3	0.633	0.115	5.521	<.001	0.486	0.829	0.540	0.633	0.540
pn4	0.532	0.156	3.409	<.001	0.347	0.744	0.337	0.532	0.337
at1	0.369	0.142	2.596	0.009	0.223	0.554	0.244	0.369	0.244
at2	0.473	0.147	3.212	0.001	0.352	0.615	0.360	0.473	0.360
at3	0.431	0.150	2.873	0.004	0.298	0.606	0.284	0.431	0.284
at4	0.334	0.139	2.409	0.016	0.230	0.453	0.234	0.334	0.234

Covariance tables

Observed covariance matrix

pc1	pc2	pc3	pm1	pm2	pm3	pn1	pn2	pn3	pn4	at1	at2	at3	at4
1.697													
1.320	1.797												
1.353	1.336	2.265											
0.906	0.801	0.752	1.566										
0.842	0.795	0.748	0.886	1.301									
0.749	0.748	0.662	0.808	1.112	1.220								
0.675	0.583	0.554	0.563	0.579	0.532	1.324							
0.325	0.450	0.577	0.374	0.388	0.411	0.709	1.204						
0.475	0.434	0.297	0.455	0.490	0.415	0.509	0.515	1.171					
0.713	0.702	0.554	0.548	0.719	0.634	0.606	0.522	0.784	1.578				
0.969	0.956	0.839	0.713	0.749	0.696	0.558	0.504	0.697	0.971	1.512			
0.729	0.823	0.646	0.639	0.792	0.712	0.416	0.396	0.643	0.808	0.997	1.316		
0.881	0.851	0.739	0.702	0.733	0.661	0.512	0.504	0.701	1.005	1.057	0.915	1.517	
0.825	0.880	0.667	0.683	0.737	0.689	0.592	0.498	0.670	1.019	1.099	0.924	1.210	1.426

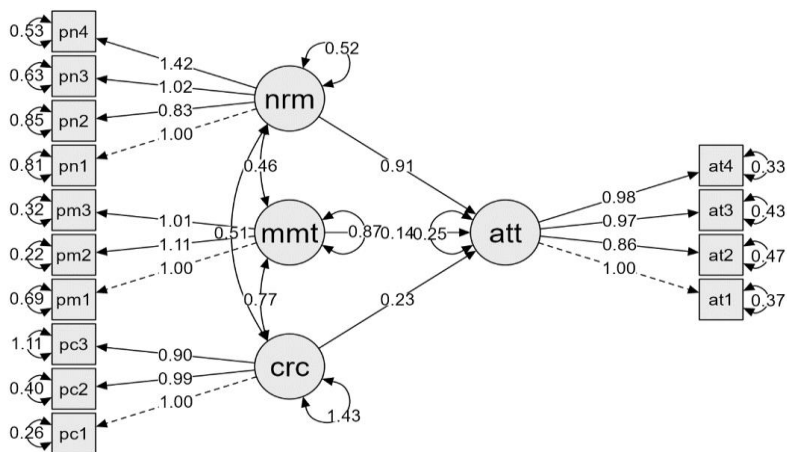
Modification indices

Modification Indices

mi	epc	sepc (lv)	sepc (all)	sepc (nox)
.

Path diagram

Path diagram



Anexo III – Output do modelo de análise de equações estruturais da análise multigrupo com a variável dummy

Results – multigrupos dummy

Structural Equation Modeling

Model fit

	Baseline test			Difference test					
	AIC	BIC	n	χ^2	df	p	$\Delta\chi^2$	Δdf	p
Model 1			200	221.652	142	< .001	221.652	142	< .001

Note. Model tests based on Satorra-Bentler scaled test-statistic.

Additional fit measures

Fit indices

Index	Value
Comparative Fit Index (CFI)	1.000
Tucker-Lewis Index (TLI)	1.024
Bentler-Bonett Non-normed Fit Index (NNFI)	1.024
Bentler-Bonett Normed Fit Index (NFI)	0.983
Parsimony Normed Fit Index (PNFI)	0.767
Bollen's Relative Fit Index (RFI)	0.978
Bollen's Incremental Fit Index (IFI)	1.018
Relative Noncentrality Index (RNI)	1.018

Information criteria

	Value
Log-likelihood	
Number of free parameters	68.000
Akaike (AIC)	
Bayesian (BIC)	
Sample-size adjusted Bayesian (SSABIC)	

Other fit measures

Metric	Value
Root mean square error of approximation (RMSEA)	0.000
RMSEA 90% CI lower bound	0.000
RMSEA 90% CI upper bound	0.000
RMSEA p-value	1.000
Standardized root mean square residual (SRMR)	0.059
Hoelter's critical N ($\alpha = .05$)	481.592

Other fit measures

Metric	Value
Hoelter's critical N ($\alpha = .01$)	519.037
Goodness of fit index (GFI)	0.984
McDonald fit index (MFI)	1.198
Expected cross validation index (ECVI)	

R-Squared

	R ²
0 pc1	0.841
pc2	0.750
pc3	0.511
pm1	0.533
pm2	0.837
pm3	0.727
pn1	0.441
pn2	0.290
pn3	0.533
pn4	0.741
at1	0.813
at2	0.625
at3	0.765
at4	0.791
attitude	0.771
1 pc1	0.815
pc2	0.894
pc3	0.245
pm1	0.630
pm2	0.776
pm3	0.805
pn1	0.115
pn2	0.332
pn3	0.351
pn4	0.313
at1	0.299
at2	0.809
at3	0.575
at4	0.587
attitude	0.974

Parameter estimates

Factor Loadings

Group	Latent	Indicator	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval		Standardized			
							Lower	Upper	All	LV	Endo	
0	attitude	at1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.902	1.090	0.902	
		at2	0.833	0.051	16.489	< .001	0.709	0.944	0.791	0.908	0.791	
		at3	0.992	0.057	17.492	< .001	0.870	1.113	0.875	1.081	0.875	
		at4	0.986	0.056	17.532	< .001	0.889	1.111	0.889	1.075	0.889	
	coercive	pc1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.917	1.178	0.917	
		pc2	0.995	0.062	16.111	< .001	0.898	1.116	0.866	1.172	0.866	
		pc3	0.892	0.060	14.879	< .001	0.725	1.037	0.715	1.051	0.715	
	mimetic	pm1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.730	0.900	0.730	
		pm2	1.159	0.081	14.298	< .001	0.944	1.441	0.915	1.044	0.915	
		pm3	1.043	0.074	14.021	< .001	0.803	1.281	0.853	0.939	0.853	
	normative	pn1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.664	0.776	0.664	
		pn2	0.774	0.068	11.409	< .001	0.556	0.977	0.539	0.601	0.539	
		pn3	1.024	0.077	13.297	< .001	0.798	1.352	0.730	0.795	0.730	
		pn4	1.375	0.098	14.031	< .001	1.097	1.807	0.861	1.067	0.861	
	1	attitude	at1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.547	0.603	0.547
			at2	1.656	0.377	4.388	< .001	0.770	10.926	0.900	0.998	0.900
at3			1.509	0.350	4.313	< .001	0.580	6.022	0.758	0.909	0.758	
at4			1.344	0.317	4.243	< .001	0.455	6.943	0.766	0.810	0.766	
coercive		pc1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.903	0.985	0.903	
		pc2	1.062	0.273	3.894	< .001	0.676	5.919	0.945	1.045	0.945	
		pc3	0.649	0.186	3.491	< .001	0.164	1.251	0.495	0.639	0.495	
mimetic		pm1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.794	1.007	0.794	
		pm2	0.979	0.208	4.710	< .001	0.630	2.234	0.881	0.985	0.881	
		pm3	0.982	0.208	4.720	< .001	0.642	2.140	0.897	0.988	0.897	
normative		pn1	1.000	0.000			1.000	1.000	0.340	0.363	0.340	
		pn2	1.612	0.513	3.140	0.002	0.588	14.630	0.576	0.586	0.576	
		pn3	1.740	0.568	3.064	0.002	0.444	16.031	0.592	0.632	0.592	
		pn4	2.011	0.662	3.039	0.002	0.456	23.140	0.560	0.731	0.560	

Regression coefficients

Group	Predictor	Outcome	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval		Standardized		
							Lower	Upper	All	LV	Endo
0	coercive	attitude	0.194	0.108	1.797	0.072	0.036	0.350	0.210	0.210	0.210
	mimetic	attitude	0.241	0.149	1.620	0.105	0.055	0.486	0.199	0.199	0.199
	normative	attitude	0.791	0.176	4.503	<.001	0.468	1.182	0.563	0.563	0.563
1	coercive	attitude	0.357	0.369	0.967	0.334	-1.110e-4	3.125	0.583	0.583	0.583
	mimetic	attitude	-0.289	0.584	-0.494	0.621	-7.827	0.255	-0.482	-0.482	-0.482
	normative	attitude	1.975	1.643	1.202	0.229	-1.396	29.023	1.191	1.191	1.191

Factor variances

Group	Variable	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval		Standardized		
						Lower	Upper	All	LV	Endo
0	coercive	1.388	0.130	10.662	<.001	1.134	1.703	1.000	1.000	1.000
	mimetic	0.811	0.092	8.769	<.001	0.564	1.168	1.000	1.000	1.000
	normative	0.602	0.074	8.149	<.001	0.348	0.942	1.000	1.000	1.000
	attitude	0.272	0.082	3.324	<.001	0.182	0.407	0.229	0.229	0.229
1	coercive	0.969	0.322	3.011	0.003	0.214	1.601	1.000	1.000	1.000
	mimetic	1.013	0.321	3.160	0.002	0.156	1.918	1.000	1.000	1.000
	normative	0.132	0.076	1.730	0.084	4.482e-4	0.560	1.000	1.000	1.000
	attitude	0.009	0.202	0.046	0.963	-0.516	0.653	0.026	0.026	0.026

Factor covariances

Group	Variables	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval		Standardized		
						Lower	Upper	All	LV	Endo
0	coercive - mimetic	0.763	0.060	12.693	<.001	0.550	1.031	0.720	0.720	0.720
	coercive - normative	0.613	0.051	11.957	<.001	0.402	0.879	0.670	0.670	0.670
	mimetic - normative	0.471	0.043	11.059	<.001	0.308	0.718	0.674	0.674	0.674
1	coercive - mimetic	0.502	0.133	3.781	<.001	0.086	1.199	0.507	0.507	0.507
	coercive - normative	-0.001	0.035	-0.039	0.969	-0.205	0.214	0.004	0.004	0.004
	mimetic - normative	0.231	0.078	2.965	0.003	0.003	0.697	0.632	0.632	0.632

Residual variances

Group	Variable	Estimate	Std. Error	z-value	p	95% Confidence Interval		Standardized			
						Lower	Upper	All	LV	Endo	
0	pc1	0.263	0.183	1.432	0.152	0.083	0.449	0.159	0.263	0.159	
	pc2	0.458	0.184	2.486	0.013	0.290	0.669	0.250	0.458	0.250	
	pc3	1.057	0.181	5.825	< .001	0.745	1.465	0.489	1.057	0.489	
	pm1	0.710	0.162	4.385	< .001	0.523	0.936	0.467	0.710	0.467	
	pm2	0.212	0.162	1.307	0.191	0.059	0.381	0.163	0.212	0.163	
	pm3	0.332	0.143	2.318	0.020	0.176	0.540	0.273	0.332	0.273	
	pn1	0.765	0.166	4.604	< .001	0.601	0.938	0.559	0.765	0.559	
	pn2	0.884	0.152	5.822	< .001	0.696	1.189	0.710	0.884	0.710	
	pn3	0.553	0.129	4.281	< .001	0.400	0.712	0.467	0.553	0.467	
	pn4	0.399	0.173	2.302	0.021	0.246	0.587	0.259	0.399	0.259	
	at1	0.273	0.153	1.789	0.074	0.166	0.411	0.187	0.273	0.187	
	at2	0.494	0.154	3.203	0.001	0.359	0.654	0.375	0.494	0.375	
	at3	0.359	0.163	2.200	0.028	0.232	0.513	0.235	0.359	0.235	
	at4	0.305	0.151	2.025	0.043	0.204	0.422	0.209	0.305	0.209	
	1	pc1	0.220	0.397	0.553	0.580	-0.247	0.800	0.185	0.220	0.185
		pc2	0.130	0.441	0.294	0.769	-3.566	0.552	0.106	0.130	0.106
pc3		1.256	0.398	3.152	0.002	0.589	2.110	0.755	1.256	0.755	
pm1		0.595	0.485	1.226	0.220	0.058	1.235	0.370	0.595	0.370	
pm2		0.280	0.402	0.697	0.486	9.378e-4	0.627	0.224	0.280	0.224	
pm3		0.237	0.399	0.593	0.553	0.024	0.510	0.195	0.237	0.195	
pn1		1.012	0.266	3.811	< .001	0.666	1.698	0.885	1.012	0.885	
pn2		0.692	0.282	2.456	0.014	0.377	1.205	0.668	0.692	0.668	
pn3		0.739	0.277	2.663	0.008	0.317	1.303	0.649	0.739	0.649	
pn4		1.169	0.345	3.385	< .001	0.734	1.915	0.687	1.169	0.687	
at1		0.852	0.354	2.403	0.016	0.367	1.438	0.701	0.852	0.701	
at2		0.235	0.471	0.498	0.618	-0.106	0.491	0.191	0.235	0.191	
at3		0.610	0.393	1.554	0.120	0.226	1.298	0.425	0.610	0.425	
at4		0.462	0.353	1.310	0.190	0.162	0.889	0.413	0.462	0.413	

Path diagram

Path diagram

0

