EDITORIAL

A **e³** – Revista de Economia, Empresas e Empreendedores na CPLP (Comunidade dos Países de Língua Portuguesa), do portefólio de publicações científicas da Ponte Editora, tem como desígnio a produção e difusão de investigação técnico-científica e de desenvolvimento tecnológico. A sua linha editorial focaliza-se, essencialmente, no setor dos negócios, o qual é transversal às áreas de Economia, Gestão, Contabilidade, Finanças, Recursos humanos e Marketing, entre outras, sendo de salientar que muitos dos artigos publicados nesta revista têm como base dados recolhidos e analisados usando métodos de Estatística e de Análise de dados, no contexto das temáticas abordadas. Alguns dos artigos publicados nos diversos volumes da **e³** recorrem a uma articulação entre abordagens qualitativas e quantitativas. Atualmente, a página Web da Revista **e³** é bilingue (em português e em inglês), possibilitando a submissão de artigos nessas línguas. A sua periodicidade é semestral e possui já diversas indexações.

Esta revista, pautada por elevados padrões de qualidade, conta com a colaboração de vários editores, revisores e autores, e possibilita o acesso aberto e gratuito ao conteúdo dos artigos nela publicados, numa lógica de responsabilidade social científica e de transferência de conhecimento, com o intuito de estimular o empreendedorismo e os negócios, não só na Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP), mas também em outras comunidades. Atualmente, a **e³** é difundida online, em português e em inglês, por todo o planeta, e é ainda impressa nos países da CPLP e Diáspora de língua portuguesa, sob o célebre lema de Fernando Pessoa: “A minha pátria é a língua portuguesa”.

Neste número da **e³**, são publicados sete artigos que abordam diversas temáticas de elevada relevância na atualidade, tais como as compras online (e-commerce) e o comportamento dos consumidores; o regime fiscal das Zonas Francas na Europa; a análise comparativa dos preços dos serviços de alojamento e restauração; o mercado de publicações científicas em língua portuguesa; o impacto da pandemia da Covid-19 na estratégia empresarial; a formação no que se refere a comportamentos financeiros; e o absentismo e conflitos sociais.

O primeiro artigo, intitulado “As compras online e o comportamento dos consumidores: um estudo de caso na Região Autónoma da Madeira/ Online shopping and consumer behavior: a case study in the Autonomous Region of Madeira”, tem como principal objetivo indagar se as compras online fazem parte do quotidiano dos residentes da Região Autónoma da Madeira (RAM) e compreender em que medida as organizações são afetadas pelo consumo online dos seus clientes, com base em dados recolhidos através de um questionário online. Os autores referem que a maioria dos inquiridos admitiram que já fizeram compras online e destacam, com base nos dados recolhidos, que as principais vantagens das compras online são os preços mais competitivos, a comodidade e a variedade de produtos e que, em contrapartida, as principais desvantagens são a impossibilidade de testagem/experimentação, os custos de envio e o tempo de entrega. Neste artigo, são ainda abordadas algumas questões pertinentes na atualidade, tais como as relativas à frequência de utilização do e-commerce, aos gastos, aos produtos/serviços adquiridos, aos sites utilizados, à satisfação e à influência da Covid-19 no comportamento dos consumidores.

O segundo artigo (“Análise comparativa do regime fiscal das Zonas Francas na Europa/ Comparative analysis of the tax regime of the Free Zones in Europe”) visa analisar e comparar os regimes fiscais das Zonas Francas da Europa, com base na análise documental. Os autores argumentam que as Zonas Francas europeias com tributação mais baixas estão situadas na Polónia, Letónia e Espanha, enquanto as Zonas Francas com regimes fiscais mais atrativos se situam em Luxemburgo, no Reino Unido e na Alemanha, com isenção total de IRC. Os autores concluíram ainda que as Zonas Francas que contabilizam mais colaboradores por empresa estão localizadas na Croácia, na Lituânia e na Polónia. Desta forma, este estudo poderá ter implicações práticas a nível da definição e implementação de políticas e estratégias fiscais, por parte do governo e das empresas.

O terceiro artigo, com o título “Análise comparativa dos preços dos serviços de alojamento e restauração praticados pelas instalações hoteleiras do município de Menongue antes e depois do surgimento da pandemia da Covid-19/ Comparative analysis of prices for accommodation and restaurant services practiced by hotel facilities in the municipality of Menongue before and after the emergence of the Covid-19 pandemic”, tem como objetivo a análise comparativa dos preços dos serviços de alojamento e restauração praticados pelas instalações hoteleiras do município de Menongue, antes e durante a pandemia da Covid-19. Os dados recolhidos indicam que quase metade dos clientes elegem instalações hoteleiras devido à qualidade dos produtos e serviços oferecidos. Os autores enfatizam ainda que os dirigentes das instalações hoteleiras consideram importante a variação dos preços neste período pandémico, com vista à fidelização dos clientes. No entanto, consideram

que apesar da oscilação nos preços, o impacto negativo da pandemia deve-se, igualmente, à diminuição drástica da procura dos serviços de alojamento e restauração. Os autores enfatizam ainda que o comportamento dos turistas será diferenciado a curto e a médio prazo, e que as empresas do sector terão de se adaptar a esta realidade.

O quarto artigo (“Mercado de publicações científicas em língua portuguesa: uma visão a partir do modelo SciELO, no período de 2001 a 2020 / Market for scientific publications in Portuguese a view from SciELO model, from 2001 to 2020”) focaliza-se no estudo de mercado das publicações científicas em língua portuguesa, através de uma análise da Scientific Electronic Library Online (SciELO). Os resultados evidenciam uma discrepância no ímpeto de publicações de produção científica entre a língua portuguesa e as demais, sobretudo a inglesa. Assim, os autores sublinham a necessidade de alternativas mais acessíveis e democráticas, tanto ao nível do acesso, como da disseminação das publicações científicas. Entre as possibilidades, os autores destacam o modelo SciELO.

O quinto artigo (“O impacto da pandemia provocada pela Covid-19 na estratégia empresarial numa PME - um estudo de caso/ The impact of the Covid-19 pandemic on business strategy in an SME - a case study”) tem o objetivo de analisar o impacto da atual crise pandémica ao nível da estratégia empresarial numa empresa de contabilidade, particularmente no que se refere às alterações estratégicas a nível da comunicação nos períodos pré e pós Covid-19, com base em dados recolhidos por questionário. Os autores enfatizam que foi necessário alterar o modo como os colaboradores comunicam entre si, assim como com os gestores, uma vez que a pandemia deu origem ao teletrabalho e à necessária utilização de meios digitais.

O sexto artigo (“A formação de comportamentos financeiros através da educação orientadora à luz da ótica dos protagonistas/ The formation of financial behavior through orientation education in the light of the protagonists' point of view”) apresenta algumas contribuições e as linhas orientadoras de um projeto de educação orientado para o empreendedorismo e a formação de pensamentos que norteiam os comportamentos financeiros de estudantes universitários. Os resultados indicam que os estudantes reconhecem a necessidade de implementação de ações que promovam melhorias a nível da oferta dos serviços públicos, do controle do aumento dos impostos e da transparência relativa à aplicação dos recursos disponíveis.

Finalmente, o sétimo artigo (“O absentismo e conflitos sociais nas organizações: caso da empresa Novos Horizontes/ The absenteeism and social conflicts in organizations: case of the Novos Horizontes company”) tem como objetivo analisar os fatores que determinam as ausências

recorrentes dos trabalhadores no local de trabalho e aprofundar o conhecimento relativo às consequências que as mesmas trazem para a empresa que participou no estudo, no que se refere ao desenvolvimento económico, político e empresarial, relacionando o absentismo (também denominado por absenteísmo) com uma ou mais teorias sociológicas. Entre os resultados alcançados, utilizando dois tipos de abordagem (quantitativa e qualitativa), os autores destacam que a satisfação e a motivação em relação ao trabalho, assim como a remuneração, são fatores que influenciam o absentismo.

O Conselho Editorial agradece a todos os que contribuíram para a publicação de mais este volume da **e³**, esperando continuar a contar com a valiosa contribuição de todos os autores, revisores, editores e leitores, pois só deste modo é possível assegurar continuamente a qualidade e a divulgação dos artigos publicados nesta revista, os quais têm sido bastante consultados e citados em outras publicações científicas, contribuindo assim para uma ampla difusão do conhecimento científico e da **e³**.

Áurea Sandra Toledo de Sousa