Aviso: [2026-11-02 17:30] este documento é uma impressão do portal Ciência_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência_Iscte nessa data.

Graça Trindade

Membro Afiliado
BRU-Iscte - Business Research Unit



Contactos

E-mail	graca.trindade@iscte-iul.pt
Gabinete	AA2.11
Telefone	217650243 (Ext: 220119)
Cacifo	203-B

Áreas de Investigação

- Mixture models for longitudinal data
- Optimization Methods
- Multivariate Data Analysis
- Statistical Analysis

Qualificações Académicas

Universidade/Instituição	Tipo	Curso	Período
ISCTE-IUL - Instituto Superior Ciências Trabalho e da Empresa	Doutoramento	Métodos Quantitativos	2007

University of Arizona	Mestrado	Economia Agrária	1990
Instituto Superior de Economia e Gestão - UTL	Licenciatura	Economia	1982

Atividades Letivas

Ano Letivo	Sem.	Nome da Unidade Curricular	Curso(s)	Coord.
2024/2025	2º	Metodologias de Segmentação de Mercados		Sim
2024/2025	1º	Análise de Dados em Hotelaria e Turismo	Mestrado em Gestão de Hotelaria e Turismo;	Sim
2024/2025	1º	Análise Descritiva e de Diagnóstico	Mestrado em Métodos Analíticos para Gestão;	Sim
2023/2024	2º	Metodologias de Segmentação de Mercados		Sim
2023/2024	1º	Análise de Dados para Business Intelligence	Mestrado em Sistemas Integrados de Apoio à Decisão;	Sim
2023/2024	1º	Análise Descritiva e de Diagnóstico	Mestrado em Métodos Analíticos para Gestão;	Sim
2023/2024	1º	Análise de Dados em Marketing	Licenciatura em Gestão de Marketing;	Sim
2022/2023	2º	Metodologias de Segmentação de Mercados		Sim
2022/2023	2º	Modelos em Investigação de Mercados	Curso Institucional em Escola de Gestão;	Sim
2022/2023	1º	Análise de Dados para Business Intelligence	Mestrado em Sistemas Integrados de Apoio à Decisão;	Sim
2022/2023	1º	Análise Descritiva e de Diagnóstico	Mestrado em Métodos Analíticos para Gestão;	Sim
2021/2022	2º	Metodologias de Segmentação de Mercados		Sim
2021/2022	1º	Análise de Dados Multivariada		Sim
2021/2022	1º	Estatística		Sim
2020/2021	2º	Estatística e Análise de Dados I	Licenciatura em Psicologia;	Sim
2020/2021	1º	Análise Descritiva e de Diagnóstico	Mestrado em Métodos Analíticos para Gestão;	Sim

2020/2021	1º	Estatística		Sim
2020/2021	1º	Análise de Dados		Não
2020/2021	1º	Análise de Dados		Não
2019/2020	2º	Estatística		Não
2019/2020	2º	Análise de Dados		Sim
2019/2020	1º	Análise de Dados		Sim
2019/2020	1º	Análise de Dados		Não
2018/2019	2º	Estatística		Não
2018/2019	2º	Análise de Dados		Sim
2018/2019	1º	Análise de Dados		Sim
2018/2019	1º	Análise de Dados		Sim
2017/2018	2º	Técnicas Quantitativas de Análise de Dados	Curso de Pós Graduação em Informática Aplicada às Organizações;	Não
2017/2018	2º	Estatística		Não
2017/2018	2º	Análise de Dados		Sim
2017/2018	1º	Análise de Dados		Sim
2017/2018	1º	Análise de Dados		Sim
2017/2018	1º	Análise de Dados I		Não
2016/2017	2º	Técnicas Quantitativas de Análise de Dados	Curso de Pós Graduação em Informática Aplicada às Organizações;	Não
2016/2017	2º	Estatística		Não
2016/2017	2º	Análise de Dados		Sim
2016/2017	1º	Introdução à Estatística Aplicada		Sim
2016/2017	1º	Análise de Dados		Sim
2016/2017	1º	Análise de Dados		Sim
2016/2017	1º	Análise de Dados I		Não
2015/2016	2º	Estatística		Sim

2015/2016	2º	Análise de Dados		Sim
2015/2016	1º	Estatística		Sim
2015/2016	1º	Análise de Dados		Sim
2015/2016	1º	Análise de Dados		Sim
2015/2016	1º	Análise de Dados I		Não
2014/2015	2º	Estatística		Sim
2014/2015	1º	Estatística		Sim
2014/2015	1º	Análise de Dados		Não
2014/2015	1º	Análise de Dados I		Não
2014/2015	1º	Métodos Quantitativos Aplicados		Não
2013/2014	1º	Análise de Dados		Sim
2013/2014	1º	Análise de Dados		Sim
2013/2014	1º	Análise de Dados I		Não
2012/2013	2º	Estatística		Sim

Orientações

• Dissertações de Mestrado

- Em curso

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Estado	Instituição
1	Rafael José Bagarrão de Assis Ribeiro	Perceções Individuais e Desafios Urbanos na Habitação em Portugal	--	Em curso	Iscte

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Beatriz De La Peña González	Percepção dos consumidores relativamente ao greenwashing na indústria da fast fashion: Impactos nas intenções de compra em Espanha	Inglês	Iscte	2025

2	Márcia Henriques Pimentel Jerónimo	Análise de Doações Alimentares: O Impacto das Condições Económicas, Sociais e Demográficas	Português	Iscte	2025
3	Ma Jindi	Comportamento de Compra de Produtos de Beleza Online entre Consumidores de Guangzhou e Macau: Um Estudo com Base no Modelo TAM	Inglês	Iscte	2024
4	Francisco Teixeira Santos	Como é que a associação a uma marca e o envolvimento dum produto influenciam a confiança dos consumidores numa marca na presença de greenwashing?	Inglês	Iscte	2024
5	Veronika Bakhchevan	Impacto da perceção da crise de guerra no comportamento de compra dos consumidores: o caso da segmentação dos consumidores em Odesa	Inglês	Iscte	2024
6	João Baptista Tavares Moreira	Impacto do turismo no Bem-Estar Subjetivo dos residentes: O caso do bairro Belém, em lisboa	Português	Iscte	2024
7	Diogo Alberto Pereira Figueiredo	Impacto de caraterísticas de consumo na perceção dos utilizadores: Conteúdo televisivo e cinematográfico	Português	Iscte	2022
8	Pedro Fernandes de Sales Vieira	Uma explicação multidimensional do tempo de escuta de audiobooks	Inglês	Iscte	2022
9	Ziru Hong	A influência do comércio eletrônico online de celebridades ao vivo na intenção de compra dos consumidores	Inglês	Iscte	2022
10	Philippe Charles-Louis Fernand Coulombier	Escolha da Plataforma de Jogos Online como Moderadora entre Interação Social ou Flexibilidade de Tempo e Intenção de Compra Contínua: O caso do Fortnite	Inglês	Iscte	2022
11	Anna Caterina Mustacchi	Confiança e gestão do relacionamento social com o cliente Consequências na intenção do doador de doar atraves das plataformas de redes sociais	Inglês	Iscte	2021
12	Emanuel António Mendes Tavares	Será que menos 1 dia de trabalho por semana poderia aumentar a nossa Felicidade?	Inglês	Iscte	2021
13	Mariana Helena Almeida Ferreira Gomes	Revenda Online de Produtos de Luxo - O novo luxo	Inglês	Iscte	2021
14	Vera Faßbender	Os fatores da intenção de continuidade de uso dos aplicativos fitness adopatando uma abordagem de gamificação	Inglês	Iscte	2021

15	Ana Filipa Beites Salgado	Os Impactos da Experiência com a Marca do Empregador no Compromisso Afetivo: Um múltiplo estudo de caso	Inglês	Iscte	2020
16	Carla Patrícia Nobre Marques Carvalho	Estratégias de Gestão Aeroportuária na Recuperação de Perturbações nos Vôos Aéreos: O caso no Aeroporto Humberto Delgado, em Lisboa	Inglês	Iscte	2019
17	António Alexandre Rodrigues Teixeira	A Relação entre o Product Placement e o Brand Love, e Consequente Resultado para a Marca/Produto	Português	Iscte	2016
18	Marta Sofia Vitorino Galinha	Marcas de Luxo e Fatores que Influenciam a sua Compra na Recessão Económica	Português	Iscte	2016
19	Tiago Miguel Teixeira Campos Silva	Determinantes do Sucesso do Crowdfunding: O caso da plataforma portuguesa PPL	Português	Iscte	2016
20	Rita Isabel Esteves Silva	Factores Determinantes nas Decisões de Outsourcing. Análise de uma situação real	Português	Iscte	2012
21	Cláudia Sofia da Cruz Rita	Da Reclamação de Clientes à Recuperação do Serviço	Português	Iscte	2012
22	?Sara Midões	O Impacto da Congruência entre os Valores da Marca Institucional e os Valores Pessoais na Comunicação Externa da Marca pelos Colaboradores	Português	Iscte	2011
23	Maria Margarida Calaça Baúto Fernandes	O valor das práticas ambientais das organizações para a atratividade das empresas enquanto empregadoras	Português	Iscte	--

• Projetos Finais de Mestrado

- Terminadas

	Nome do Estudante	Título/Tópico	Língua	Instituição	Ano de Conclusão
1	Miguel Monteiro Reis	Plano de Comunicação para a atração de turismo de compras qualificado para o El Corte Inglés, Loja de Lisboa	Inglês	Iscte	2020
2	Fábio Marcelo Nunes Vieira	Comportamento do Consumidor na Comercialização de Eletricidade em Portugal	Português	Iscte	2019
3	Ana Catarina Lopes Mateus	Os Efeitos do Ambiente da Loja na Percepção da Mudança de Marca e Nível de Satisfação dos Clientes	Inglês	Iscte	2019
4	Ana Filipa Vaz Almeida da Silva	Consumo de Conteúdos Musicais e de Filmes/Séries Online: Comparação entre Portugal e Europa dos 15	Inglês	Iscte	2017

5	Isabelle Ehrmantraut	Workforce Planning in the Social Welfare Work	Inglês	Iscte	2016
6	Maria Margarida Calaça Bauto Fernandes	A Análise do Valor da Responsabilidade Social Corporativa na Captação de Novos Recursos Humanos.	Português	Iscte	2015
7	Anabela Correia da Silva Mondim Pereira	Relação entre a Percepção da Responsabilidade Social das Empresas, o Engagement no Trabalho e os Valores Humanos	Português	Iscte	2013
8	Sara Margarida da Silva Oliveira Forte Midões	O Impacto da Congruência entre os Valores da Marca Institucional e os Valores Pessoais na Comunicação Externa da Marca Pelos Colaboradores	Português	Iscte	2011

Total de Citações

Web of Science®	20
Scopus	31

Publicações

- **Revistas Científicas**

- Artigo em revista científica

1	Trindade, G., Dias, J. G. & Ambrósio, J. (2017). Extracting clusters from aggregate panel data: a market segmentation study. Applied Mathematics and Computation, 296, 277?288. https://doi.org/10.1016/j.amc.2016.10.012 - N.º de citações Web of Science®: 7 - N.º de citações Scopus: 7 - N.º de citações Google Scholar: 12
2	Marques, S. H., Trindade, G. & Santos, M-C. (2016). The importance of atmospherics in the choice of hyper and supermarkets. International Review of Retail, Distribution and Consumer Research, 26(1), 17?34. https://doi.org/10.1080/09593969.2015.1042495 - N.º de citações Scopus: 14
3	Dias, J. G. & Trindade, G. (2016). The Europeans' expectations of competition effects in passenger rail transport: a cross-national multilevel analysis. Social Indicators Research, 129(3), 1383?1399. https://doi.org/10.1007/s11205-015-1168-2 - N.º de citações Web of Science®: 5 - N.º de citações Scopus: 5 - N.º de citações Google Scholar: 8

4	Pereira, A., Duarte, A. & Trindade, G. (2015). The relationship between the employees' perceptions of CSR, work engagement and human values. Responsibility and Sustainability: Socioeconomic, political and legal issues, 3(2), 27?35. - N.º de citações Google Scholar: 12
5	Trindade, G. & Ambrósio, J (2012). An optimization method to estimate models with store-level data: a case study. European Journal of Operational Research, 217(3), 664?672. https://doi.org/10.1016/j.ejor.2011.08.032 - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2
6	Trindade, G., Hill, M. M. & Dias, J. G. (2011). Market segmentation at store-level: the impact of product aggregation on unobserved heterogeneity recovery. Portuguese Journal of Quantitative Methods, 2(1), 23?32.
7	Trindade, G. M. S., Dahlgran, R. A., Monke, E. & Fox, R. (1992). Yield risk in wheat production: A policy study for the Alentejo of Portugal. Estudos de Economia, 12(3), 303?314.

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Publicação em atas de evento científico

1	Vieira, F., Meireles, M. & Trindade, G. (2022). Consumer behavior in the intentions to change between electricity suppliers in Portugal: A push-pull-mooring framework. In Soares, I., and Silva, S. (Ed.), 5th International Conference on Energy and Environment: Bringing together Engineering and Economics (pp. 266?271). Faculdade de Economia Universidade do Porto.
2	Laureano, R. M. S., Trindade, G. & Laureano, L. M. S. (2021). Predictive models for managing financial incentives oriented to companies: Application to Portugal 2020. In Rocha, A., Gonçalves, R., Penalvo, F. G., & Martins, J. (Ed.), 2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). IEEE. https://doi.org/10.23919/CISTI52073.2021.9476655
3	Trindade, G. & Duarte, A. (2019). Comparing the consumption of musical and films online between Generations X and Y in Portugal and Spain. In A. Rocha, I. Pedrosa, M. P. Cota, R. Gonçalves (Ed.), 2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). IEEE. https://doi.org/10.23919/CISTI.2019.8760817 - N.º de citações Scopus: 1 - N.º de citações Google Scholar: 4
4	Trindade, G. & Laureano, R. M. S. (2019). Profiling the two most populous generations of the PIIGS countries in the workplace based in online consumption of cultural contents. In A. Rocha, I. Pedrosa, M. P. Cota, R. Gonçalves (Ed.), 2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI). IEEE. https://doi.org/10.23919/CISTI.2019.8760841 - N.º de citações Google Scholar: 2
5	Silva, A. F., Trindade, G. & Santos, M. C. (2018). Consumption of musical content and movies/series online in Portugal. 13th Iberian Conference on Information Systems and Technologies, CISTI 2018. IEEE. https://doi.org/10.23919/CISTI.2018.8399197 - N.º de citações Google Scholar: 2
6	Trindade, G., Silva, Tiago & Santos, M-C. (2017). Determinants of the crowdfunding campaign success in the Areas of Music and Sports. In Álvaro Rocha, Universidade de Coimbra Bráulio Alturas, ISCTE-IUL Carlos Costa, ISCTE-IUL Luís Paulo Reis, Universidade do Minho Manuel Pérez Cota, Universidad de Vigo (Ed.), CISTI'2017 - 12th Iberian Conference on Information Systems and Technologies. - N.º de citações Web of Science®: 4 - N.º de citações Google Scholar: 8

7	Trindade, G., Hill, M. & Dias, J. G. (2010). Store-level latent segmentation models: A case study. Advances in Mathematical and Computational Methods (pp. 84?87). WSEAS Press.

- Comunicação em evento científico

1	Meireles, M., Vieira, F. & Trindade, G. (2023). Consumers' switching intention among electricity suppliers: a push-pull-mooring model. 8th Meeting on Energy and Environmental Economics,.
2	Meireles, M., Vieira, F. & Trindade, G. (2022). Consumer behavior in the intentions to change between electricity suppliers in Portugal: a Push-Pull-Mooring Framework. 5th International Conference on Energy and Environment: bringing together Engineering and Economics,.
3	Laureano, Raul M. S., Trindade, G. & Laureano, L. (2021). Predictive models for managing financial incentives oriented to companies: Application to Portugal 2020. 2021 16th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI),.
4	Santos, M-C. & Trindade, G. (2019). The mediating effect of intention to repeat the visit to a port of call between city evaluation and satisfaction with the visit. ATMC 2019 - "MARKETING FOR MORE SUSTAINABLE AND COLLABORATIVE TOURISM".,.
5	Trindade, G. & Duarte, A. (2019). Comparing the Consumption of Musical and Films Online between Generations X and Y in Portugal and Spain. 2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI),.
6	Trindade, G. & Laureano, Raul M. S. (2019). Profiling the Two Most Populous Generations of the PIIGS countries in the Workplace based in Online Consumption of Cultural Contents. 2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI),.
7	Vieira, F., Trindade, G. & Meireles, M. (2019). Comportamento do consumidor nas intenções de mudança de comercializador de eletricidade em Portugal. 6th Meeting on Energy and Environmental Economics,.
8	Silva, A., Trindade, G. & Santos, M-C. (2018). Consumption of musical content and movies/series online in Portugal. Consumption of musical content and movies/series online in Portugal,.
9	Trindade, G., Silva, Tiago & Santos, Maria (2017). Determinants of the crowdfunding campaign success in the Areas of Music and Sports. CISTI'2017 - 12th Iberian Conference on Information Systems and Technologies,. - N.º de citações Web of Science®: 2 - N.º de citações Scopus: 2
10	Santos, M-C., Trindade, G., Laureano, Raul M. S., Silva, Tiago, Wolf, Christian & Santos, M. (2017). DIFFERENTIATION CHALLENGES IN SOCIAL CROWDFUNDING. IX International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing,.
11	Laureano, Raul M. S., Trindade, G., Abreu, M. Madalena, Santos, M-C., Santos, M., Silva, Tiago...Costa, Bárbara (2017). FUNDRAISING IN ACTION: HOW TO ENSURE THE SUCCESS OF A CROWDFUNDING CAMPAIGN?. IX International Congress on Teaching Cases related to Public and Nonprofit Marketing,.
12	Fernandes, M., Duarte, A. & Trindade, G. (2017). EMPLOYER ATTRACTIVENESS: The value of environmental practices of organizations. 4th Symposium on Ethics and Social Responsibility Research 2017,.

13	Anabela Pereira, Duarte, A. & Trindade, G. (2015). The relationship between the employees' perceptions of Corporate Social Responsibility, Work Engagement and Human Values. III Symposium on Ethics and Social Responsibility Research,.
14	Trindade, G., Hill, M. & Dias, J. G. (2010). Store-level latent segmentation models: A case study. MACMESE '10,.
15	Trindade, G. & Dias, J. G. (2010). A latent segment logit models with store-level data. JOCLAD2010,.

• Outras Publicações

- Artigo sem avaliação científica

1	Trindade, G., Graça Maria dos Santos Trindade & M. Manuela Hill (2001). Latent segment logit models with aggregate data. 7th International scientific conference em quantitative methods in economy and business,.
2	Trindade, G., Graça Maria dos Santos Trindade & M. Manuela Hill (2000). Estrutura e segmentação de um mercado com dados agregados. 6ª Conferência CEMAPRE em aplicações da matemática à economia e à gestão,.