

1st International Conference on Tourism & Management Studies Algarve 2011

Programme and Abstracts

26-29 October 2011

2007:332). Due to their appeal, there is especially a growth in the number of tourists visiting national parks worldwide (Said, Jaddil & Ayob, 2009:74; Balmford, Beresford, Green, Naidoo, Walpole & Manica, 2009:1). Walker and Walker (2011:522) and Cook, Yale and Marqua (2010:403) define a national park as a large natural place that has a wide variety of attributes, sometimes including significant historic assets. Hamlin (2001:123), Tomczyk (2010:1) and Page and Connell (2009:645) add that national parks are prestige tourism destinations (since it is subjected to recreation activities) that are designed to conserve the natural areas. Based on these descriptions, national parks are thus closely associated with nature-based tourism as well as ecotourism (Weaver, 2001:73).

SANParks are currently managing 22 of South Africa's national parks which are situated across the country (SANParks, 2009:2). National parks in South Africa have three fundamental spheres: (1) integration of conservation; (2) benefit of local community; and (3) sustainable development (Saayman & Saayman, 2006:67). The Kruger National Park (KNP) is one of the country's most renowned national parks and an icon in the South African ecotourism development experience (Dieke, 2001:99). The KNP is one of the biggest parks in the world covering a staggering 1 962 362 ha of land (Honey, 1999:339). The park attracts over a million tourists per annum and is one of the top five international destinations in South Africa (Van der Merwe & Saayman, 2008:154; Bushell & Eagles, 2007:33; Aylward & Lutz, 2003:97). However, there is a lot of competition in South Africa and together with the 22 National Parks managed by SANParks, there are also local and provincial parks and more than 7000 game farms as well as neighbouring countries such as Namibia, Zimbabwe and Botswana competing for ecotourists (Van der Merwe & Saayman, 2004:42). Added to this problem is the changing times that force tourists to adopt different approaches to holiday and tourists tend to move to a more sophisticated, specialised and personalised service delivery, thus leading to niche markets (Franch, Martini, Buffa & Parisi, 2008:6). This implies the need for higher quality products and services at the KNP that need to be delivered to the tourist and fulfil the expectations of the tourists (Khan, 2003:109; Cook *et al.*, 2010:67). This can be achieved by determining the critical success factors (CSF's) in managing the visitor experience at the KNP since knowledge of these factors can lead to a satisfied visitor experience (Mendoza, Marius, Perez & Griman, 2007:916). CSF's are the factors that help improve managers' skills, vision for the future and their working conditions (Simón, Marques & Narangajavana, 2008:359).

According to Brotherton and Shaw (1996:114) any factor which is critical is likely to be of the greatest importance and thus have a very high priority to a company. Brotherton and Shaw (1996:114) continue by stating that essentially, CSF's are the most achieve factors both within a company and its external operating environment. Slabbert and Saayman (2003:8) define CSF's as the particular strategy

elements, resources, competitive capabilities, product attributes, competencies, and business outcomes that spell the difference between profit and loss. Determining the CSF's from a visitors perspective is vital to improve the overall management and quality service at the park and essentially for a satisfactory visitor experience.

Tourists satisfaction is determined by the expectations, experience and perceptions of the tourists (Boshoff, Landmann, Kerley & Bradfield, 2007:195). Wight (2001:53) and Mendoza *et al.* (2007:916) add that tourists satisfaction and service delivery are strongly related to meeting the expectations of tourists. Satisfaction is determined by measuring the expected perception of quality and the actual quality experience by the tourists (Cook *et al.*, 2010:67). When the expectations of the tourists are fulfilled by quality service delivery the tourists will become loyal towards the product and make regular purchases. These tourists may also be known as apostles who's experience exceeds their expectations and provides positive word-of-mouth to others about the product; thus leading to more tourists visiting the park and a greater economic impact (Shiffman & Knauk, 2007:9). Park management therefore needs to monitor and respond to the expectations of tourists and identify any areas where these expectations were not met (Saayman, 2009:358).

KEYWORDS: Factor Analysis, Nature-Based Tourism, Park Management, National Parks, Sustainability, South Africa.

SUSTENTABILIDADE EM DESTINOS TURÍSTICOS INSULARES – O PROJECTO AZORES GREEN ISLANDS TOURISM

Deborah da Cunha **ESTIMA**, Universidade de Aveiro, Portugal, destima@arena.com.pt / Ana Isabel MONIZ, Universidade dos Açores, Portugal, amoniz@uac.pt / Diogo CAETANO, Portugal, diogocaetano@arena.com.pt / Pablo Escudero AZNAR, Universidade dos Açores, Portugal, sueko_sk8@hotmail.com / Maria da Anunciação Mateus VENTURA, Universidade dos Açores, Portugal, mateus@uac.pt

A presente investigação se enquadra no Projecto *Azores Green Islands Tourism*, que é uma parceria da Universidade dos Açores com a ARENA, com apoio da FCT e do MIT. O objectivo é identificar e avaliar como os operadores turísticos dos Açores, vêem o ecoturismo e a adopção de práticas sustentáveis como forma de agregar valor ao destino. O projecto está sendo realizado nas nove ilhas do Arquipélago e possui a duração de um ano. A selecção da população investigada foi realizada através do registo oficial das empresas cadastradas na Direcção Regional de Turismo e o

levantamento dos dados através da implementação de inquérito. Como principais resultados e contributos espera-se: elaborar um banco de dados das empresas com informações sobre a adopção de boas práticas; identificar a percepção dos operadores sobre o ecoturismo; identificar e avaliar como os operadores vêem a adopção de práticas sustentáveis como forma de agregar valor ao destino; elaborar um diagnóstico da actividade; e contribuir para uma reflexão sobre a importância das práticas sustentáveis. Dessa forma, espera-se identificar quais estratégias são necessárias para estimular a adopção destas práticas, culminando na elaboração de um plano de acção direccionando um planeamento futuro a ser tomado para o turismo sustentável no Arquipélago.

PALAVRAS-CHAVE: Turismo, Ambiente, Sustentabilidade, Destino Verde, Certificação.

RECURSOS HUMANOS QUALIFICADOS NO TURISMO: FACTORES DE DIFERENCIAÇÃO NOS PÓLOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DO OESTE E DE LEIRIA-FÁTIMA

Sofia Teixeira **EURICO**, Polytechnic Institute of Leiria, Portugal, sofia.eurico@ipleiria.pt / João Albino Matos da **SILVA**, FE-University of the Algarve, Portugal, jsilva@ualg.pt / Patrícia Oom do **VALLE**, FE-University of the Algarve, pvalle@ualg.pt

O presente artigo analisa o impacto de elementos diferenciadores que caracterizam o diplomado em Turismo na sua vida profissional usando como caso de estudo os pólos de desenvolvimento turístico do oeste e de Leiria-Fátima. O reconhecimento da importância da qualificação dos recursos humanos no Turismo, em consonância com a atenção que os estudos em Turismo têm vindo a alcançar ao nível do ensino superior adquirem maior relevo se considerarmos o dinamismo e a metamorfose constantes dos mercados e a realidade socioeconómica que caracterizam os nossos dias. É neste contexto que se justifica a análise do enquadramento profissional dos diplomados em Turismo, para uma avaliação do peso de diferentes factores, de cariz mais académico, socioeconómico ou profissional, no decorrer do seu percurso no mercado de trabalho. Por meio de uma análise univariada, que permitiu a caracterização da amostra, e de uma abordagem de cariz inferencial, que possibilitou uma análise das relações entre as variáveis potencialmente diferenciadoras dos indivíduos, obtiveram-se resultados que permitem analisar os diplomados do ensino superior em Turismo sob diferentes perspectivas, como o in/sucesso escolar e a sua

integração no mercado de trabalho. Os resultados indicam que factores relacionados com o género e a idade, com a frequência de formação pós-graduada, com o cargo desempenhado e com a experiência de trabalho prévia à conclusão da licenciatura podem influenciar a situação profissional do indivíduo.

PALAVRAS-CHAVE: Ensino Superior, Emprego no Turismo, Qualificação de Recursos Humanos.

PRÁTICAS DE CUSTEIO E CONTROLO DE GESTÃO NO SECTOR HOTELEIRO DO ALGARVE

Ana Rita **FARIA**, Universidade do Algarve, Portugal, arfaria@ualg.pt / Duarte **TRIGUEIROS**, Universidade do Algarve, Portugal, dtriguei@ualg.pt / Leonor **FERREIRA**, NOVA School of Business and Economics, Portugal, leonor.ferreira@novasbe.pt

Este estudo caracteriza as práticas de custeio e controlo de gestão nas unidades hoteleiras de quatro e cinco estrelas do Algarve e mede o grau de adopção do *Uniform System of Accounts for the Lodging Industry* (USALI, o plano de contabilidade desenvolvido em 1926 para o sector hoteleiro). O estudo justifica-se pela escassez de investigação sobre os sistemas de contabilidade e controlo de gestão no sector dos serviços, em particular nos hotéis. Os dados foram recolhidos através de um inquérito aos responsáveis do departamento financeiro de 66 unidades hoteleiras utilizando o meio de recolha presencial. Os resultados revelam uma elevada taxa de adopção do USALI e de técnicas de contabilidade de gestão tradicionais, como é o caso dos orçamentos, mas uma reduzida ou nula utilização do custeio baseado nas actividades (CBA), da análise de rentabilidade de clientes, do *Balanced Scorecard* (BSC) e de outras técnicas contemporâneas. Os resultados contrariam os reportados por alguns autores e mostram a importância da investigação estar assente em meios de recolha de dados que assegurem a sua fiabilidade.

PALAVRAS-CHAVE: Sistemas de Contabilidade e Controlo de Gestão, Práticas de Custeio e Controlo de Gestão, USALI, Sector Hoteleiro, Algarve.

ISBN: 978-989-8472-13-7
ESCOLA SUPERIOR DE
GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO
UNIVERSIDADE DO ALGARVE
PORTUGAL

