



Analysis, profiles, metrics, strategies and communication of tourism

ISSN: 2183-0800

Volume 13 | Número 1 | Setembro 2019 [23ª. edição]

Volume 13 | Number 1 | September 2019 [23st edition]

Volumen 13 | Número 1 | Septiembre 2019 [23ª edición]

www.isce-turismo.com

EDITORIAL

A 23ª edição do *Tourism and Hospitality International Journal* é composta por uma heterogeneidade de conhecimentos que enriquece o nosso campo de análise de natureza turística. O primeiro artigo traz-nos um estudo de caso que consistiu na análise das ferramentas de apoio à gestão dos spas, nomeadamente a adaptação do *Uniform System of Financial Reporting for Spas* e dos rácios operacionais, que permitem a monitorização das empresas e a sua comparabilidade. De acordo com as autoras deste estudo, “o preço médio por cliente, o preço médio por tratamento, o rendimento por metro quadrado, a taxa de captação e o peso dos clientes externos no total de clientes do spa são rácios operacionais que devem fazer parte do controlo de gestão de um spa”. A pertinência desta análise vem no seguimento do aumento significativo do número de spas dentro e fora das unidades hoteleiras.

Em relação ao segundo artigo, encontramos um diagnóstico do uso das tecnologias da comunicação na divulgação dos meios de hospedagem de Luís Correia, um dos municípios do litoral do Piauí, no Brasil. Verificou-se neste estudo o recurso à internet e os veículos *online* que as empresas deste estado brasileiro utilizavam. Os autores do artigo revelam que a internet no turismo é fundamental para divulgar os destinos e as organizações turísticas, implicando, por isso, uma adaptação adequada às tecnologias para atrair mais visitantes.

Uma abordagem aprofundada ao *Revenue Management* aplicada à hotelaria é o estudo exposto no artigo seguinte, explanando como esta ferramenta de gestão que procura a maximização das receitas de um hotel se utiliza nos tempos atuais. Entende-se que esta estratégia implica muitas vezes o sacrifício do preço do alojamento para atrair novos clientes ao hotel, de forma a rentabilizá-los ao máximo através dos consumos internos adicionais. Este é um estudo exploratório do

mercado hoteleiro nacional, focado nos hotéis de 4 e 5 estrelas, cujo propósito foi o de caracterizar a aplicação das práticas de *Revenue Management* nestas unidades, bem como analisar o *THRM - Total Hotel Revenue Management* na visão dos profissionais hoteleiros.

No artigo seguinte, que está inserido no Projeto de Investigação Científica e Desenvolvimento Tecnológico (IC&DT) “Acessibilidade para Todos no Turismo” (Acess4all), expõem-se os resultados dos 851 questionários aplicados a turistas seniores no seu dia de partida, entre os meses de abril e setembro de 2018, no Aeroporto Internacional de Faro, com o objetivo de avaliar o seu perfil e caracterizar a sua mobilidade no respetivo país de origem e durante a sua estadia no Algarve. A mobilidade dos turistas no interior de um destino turístico apresenta-se como uma preocupação cada vez mais acentuada de inúmeros investigadores, por todas as dinâmicas, atores e efeitos que envolve.

Por fim, e igualmente importante, o último artigo apresenta a análise dos resultados obtidos através de uma pesquisa bibliométrica sobre a relação entre o turismo e as alterações climáticas, preocupação incontornável nos dias de hoje, estudo este que recaiu sobre a produção científica do tema registada na base Scopus®. Considerando as manifestas preocupações da Organização Mundial do Turismo, do Programa das Nações Unidas para o Ambiente (PNUMA) e da Agência Portuguesa do Ambiente (APA) através do Quadro Estratégico para a Política Climática (QEPiC), este artigo representa um ponto de partida para a problemática do turismo nas alterações climáticas do planeta.

Nuno Abranja
Editor Executivo