



Abstracts

GESTÃO & TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO

MANAGEMENT & INFORMATION TECHNOLOGIES

LÍNGUAS

LANGUAGES

TURISMO

TOURISM

FARO, 08 DE JULHO DE 2011



UNIVERSIDADE DO ALGARVE
ESCOLA SUPERIOR DE GESTÃO, HOTELARIA E TURISMO
Campus da Penha - 8005-139 Faro
www.esght.ualg.pt/PG2011 - seminarioesght2011@gmail.com



Bem-vindos ao II Seminário de Doutorandos da ESGHT 2011!

Neste livro vai encontrar os resumos das sessões paralelas e dos posters apresentados por ordem alfabética. Nas pastas encontra o programa do Seminário e um mapa do Campus.

Esperamos que este seminário seja uma oportunidade de partilha de experiências de investigação e que contribua para estabelecer contactos com outros investigadores.

Gostaríamos ainda de vos convidar a submeter os vossos artigos para eventual publicação em uma das duas revistas da ESGHT. Pode encontrar as normas para submissão de artigos quer na pasta quer nas respectivas páginas da Internet: Dos Algarves (<http://www.dosalgarves.com>) e Encontros Científicos - Tourism & Management Studies (<http://www.tmstudies.net/>).

Aproveite bem o dia!

Welcome to the II Postgraduate Conference ESGHT 2011!

In this booklet you will find the abstracts of the oral presentations and posters listed in alphabetical order. The day's programme can be found on a separate sheet in your welcome pack, along with a map of the Campus.

We hope this conference will enable you to share interdisciplinary and innovative postgraduate research and develop your networking opportunities by meeting other researchers.

We would like to invite all participants to submit written papers for eventual publication in one of our two academic journals. You will find the guidelines for submission in the welcome pack, or via the journal websites: Dos Algarves (<http://www.dosalgarves.com>) and Encontros Científicos - Tourism & Management Studies (<http://www.tmstudies.net/>).

Enjoy your stay in Faro!

Comissão Organizadora / Organising Committee:

- Ana Isabel Martins
- Ana Isabel Renda
- Ana Paula Correia
- Catherine Pasquier
- Cidália Carrusca
- Elisabete Pereira
- Helena Reis
- Idília Barros
- Joaquim Contreiras
- Lurdes Varela
- Margarida Santos
- Rosária Pereira
- Paula Martins
- Sandra Rebelo
- Telma Correia

Comissão Científica / Scientific Committee

- Ana Isabel Martins
- Ana Renda
- Célia Ramos
- Célia Veiga
- Cidália Carrusca
- Elisabete Pereira
- Helena Reis
- Fernando Marques
- Idília Santos
- Joaquim Contreiras
- Kate Torkington
- Lurdes Varela
- Margarida Santos
- Maria José Marques
- Paula Correia
- Paula Martins
- Pedro Gouveia
- Rita Baleiro
- Rosária Pereira
- Sandra Rebelo
- Telma Correia

Design Web / Website design: Carlos Sousa (ESGHT)

Patrocínios / Sponsors:

Universidade do Algarve – ESGHT
Aparthotel Oceanus
Pelcor

Conferencistas convidados

Keynote speakers



Prof. Doutora Ana Maria Ferreira - Universidade do Algarve - Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo
E-mail: amferrei@ualg.pt



Prof. Doutor Alfonso Vargas - Universidade de Huelva
E-mail: vargas@dem.uhu.es
Site: http://www.uhu.es/alfonso_vargas/



Prof. Doutor António Branco - Universidade do Algarve - Faculdade de Ciências Humanas e Sociais
E-mail: abranco@ualg.pt



Prof. Doutor Soumodip Sarkar - Universidade de Évora
E-mail: ssarkar@uevora.pt

ABSTRACTS

GESTÃO & TIC

MANAGEMENT & ICT

O impacto dos incentivos fiscais regionais na taxa de criação de empresas: estudo aplicado às regiões portuguesas do interior

António B. Fernandes
Anabela Dinis
Ana Maria Ussman

A criação e desenvolvimento de empresas é frequentemente apontada como uma estratégia viável para o desenvolvimento das regiões. Por isso, a promoção do empreendedorismo tem sido uma preocupação central de governos nacionais e regionais em todo o mundo e em particular na Europa. Para este fim, os governos dispõem de vários instrumentos dos quais destacamos os benefícios fiscais. Estes são considerados por muitos autores como importantes instrumentos para a atracção de investimento, particularmente em regiões economicamente menos desenvolvidas, compensando os maiores custos associados à implementação de actividades económicas nestes territórios. Todavia existem também autores que contestam a eficácia destas medidas, alegando que este tipo de benefícios aumenta os desperdícios e as ineficiências, não garantindo a sustentabilidade das empresas. Assim, pretende-se com o presente trabalho analisar o impacto dos incentivos fiscais na taxa de empreendedorismo das regiões mais desfavorecidas. Para tal, após uma revisão da literatura incidindo sobre o papel do empreendedorismo no desenvolvimento das regiões, os vários instrumentos públicos de apoio e, em particular, sobre o papel dos benefícios fiscais e sua eficácia, procede-se a um estudo empírico com base em dados secundários do INE, nomeadamente, imposto sobre o rendimento, resultados líquidos, número, nascimentos e mortes de empresas. Comparamos estas variáveis entre dois grupos: regiões urbanas com tributação normal (Grande Lisboa e Grande Porto) vs regiões de interior com benefícios fiscais à interioridade (Douro, Trás-os-Montes, Beira Interior Norte, Beira Interior Sul e Serra da Estrela) para o período de 2004 a 2007. Contrariamente ao esperado, os resultados não evidenciam efeitos positivos na taxa de empreendedorismo e reflectem uma maior carga fiscal agregada para as empresas do interior, pelo que se questiona a eficácia de tais medidas, pelo menos a médio-curto prazo, e se propõe a adopção de outras, alternativas ou complementares.

Palavras-chave: empreendedorismo, regiões do interior; benefícios fiscais

Improving business performance through knowledge management

António Mihi Ramírez
Víctor Vicente Fernández Bendito
Víctor Jesús García Morales
Rodrigo Martín Rojas

Knowledge has become one of the most important intangible asset for the company in the current competitive environment (Nonaka, 1994; Hunt, 1995; Grant, 1996; Hunt & Morgan, 1996; Teece, 1998; Lee & Sukoco, 2007; Li et al., 2009), being of particular importance knowledge creation processes within the organization (Nonaka, 1994; Nonaka & Konno, 1998; Nonaka et al., 2000) to achieve long-term competitive advantage (Nevis et al., 1995; Davenport & Prusack, 1997; Chow et al., 2000; Gold et al., 2001; Lin & Lee, 2004; Hicks et al., 2007).

The concept of knowledge management involves managing the learning processes of individual and collective members of an organization (Day, 1992; García et al., 2009).

Due to the importance such themes to the organization the aim of this research is to increase knowledge about the four modes of knowledge conversion and their influence organizational learning and performance, so we So this paper analyzes how the 4 modes of knowledge conversion model proposed in the "knowledge creating organization" (Nonaka & Takeuchi, 1995): Socialization, Externalization, Combination and Internalization (SECI) affect organizational learning and this one the results of the organization.

Analyzing a sample of 284 Spanish companies we propose a model to analyze this relationship, our results show (1) a positive relation between the modes of knowledge creation, (2) knowledge creation influence organizational learning as essential part of Knowledge Management (García et al., 2007; García et al., 2009), (3) knowledge creation and organizational learning can create a new approach of continuous improvement leading to increases organizational performance (Senge, 1990; Peters, 1992).

Keywords: knowledge management, knowledge creation, organizational learning, organizational performance

Partnership from theory to practice, the "reality" of public and private collaboration

Carmen Pardo Vela

Inter-organisational collaboration consolidated itself as an extended practice in order to compensate and softening the lack of resources needed for an optimal market competence (Huxham & Vagen, 2000) and market permanence (Teisman, 2002). Public sector consolidated as a key area for collaboration practices. Under the so-called new public management movement, an inevitable worldwide change took place with theories that advocated different management and strategies that allow providing public services and infrastructures in the most effective way while assuring citizens' satisfaction (Dorrego de Carlos, 2009). Driven by the critical situation reached by public administrations during the 70s and 80s, it was accepted the need of introducing market competition, business-like approaches, efficiency and capital to provide public services resulting a new concept of public services provision and an environment of outstanding complexity, locating the public sector a crucial role within contracting services market.

The British experience constituted an international reference (Khaleghian, 2005; Dorrego de Carlos, 2009). A relevant illustration of the mentioned search of better management, efficiency and effectiveness is represented by the British National Health Service (NHS). Over more than three decades of continuous reforms provoked different and continuous re-structures and re-organisations (Hewison, 2003), affecting many service delivery aspects (Puckett, 2004). One of those consequences was the assumption of being outsourcing the most cost effective option leading to put support services such as catering provision out to compulsory tender (Kelliher, 1996) and hence the increased growth of outsourcing practices.

This research aimed to explore public-private collaboration from both perspectives in order to obtain insights that contribute to understand further the meaning, implications, and execution of working in partnership. Multiple case study research was selected to enhance detailed analysis and significant attention to the dynamics and processes of the particular context (Robson, 2002). A total of five cases of public hospitals outsourcing privately catering services integrate the cross-case analysis based on semi-structure interviews, focus groups and documentary data.

Key words: strategic public management, collaboration, public-private partnerships, relationship management

References:

- Dorrego de Carlos & Martínez Vázquez. (2009). La colaboración público-privada en la Ley de Contratos del sector público, La Ley, Madrid.
- Hewison, A. (2003), Qualitative management research in the NHS, a classic case of counting to one?, *Journal of health organisation and management*, Volume 17, Number 2, pp. 122-137.
- Huxham & Vangen. (2000). "What makes partnerships work?" in Osborne, S.P. (Eds), *Public-Private Partnerships: Theory and practice in International Perspective*, Routledge, London, pp.293-310.
- Kelliher, C. (1996). Competitive tendering in NHS Catering: a Suitable Policy? *Employee Relations*, 18 (3): 62-76.
- Khaleghian, P. et al. (2005). Public Management and the Essential Public Health Functions. *World Development*, 33 (7):1083-1099.
- Puckett, R., 2004. *Food service manual for health care institutions*, third edition, Jossey-Bass.
- Robson, C. (2002). *Real world research: a resource for social scientists and practitioner-researchers*. 2nd Ed. Blackwell.
- Teisman, G. (2002). Partnership Arrangements: Governmental Rhetoric or Governance Échème? *Public Administration Review*, 62 (2): 197-205.

As TIC e o desempenho económico do sector hoteleiro - Uma análise empírica

Cidália Maria Leal Paço

O objectivo da investigação é avaliar o impacto das TIC produtividade e superar as limitações que encontrámos na revisão de bibliografia efectuada. A sua abordagem metodológica será feita através dos dados primários que serão recolhidos a partir de um sector específico, hotéis do Algarve, para eliminar os factores contextuais e características operacionais das empresas que possam ter impacto sobre na relação entre as TIC e a produtividade. Contudo, esta é a parte de investigação que suscita mais dúvidas e onde poderá ser seguida uma de duas abordagens: uma análise do impacto micro económico avaliando as melhorias verificadas ao nível da empresa em si ou uma análise macro económica medindo os impactos na região em aspectos como o emprego, crescimento do PIB ou no seu desenvolvimento.

Como foram identificadas várias deficiências metodológicas justificam-se novas metodologias de avaliação. Depois de analisar o que se tem feito na área, propomos fazer um estudo para medir os ganhos de produtividade das TIC e testá-lo no conjunto de dados dos hotéis do Algarve através da metodologia DEA (Data Envelopment Analysis) e avaliar exaustivamente os dados disponíveis, antes de avançar, uma vez que este facto poderá ser, ou não, um constrangimento para o trabalho futuro.

Podemos salientar a importância do nosso estudo futuro, tanto para a aplicação para o sector hoteleiro de todas as inovações que podem decorrer das TIC, como também confirmado pela adequação dos modelos colocados e corroboração empírica pela aplicação ao sector a estudar. Além disso, ao contemplar o valor prático para as empresas, a nossa análise permitirá definir claramente que o desenvolvimento das TIC nas empresas pode levar, muitas vezes, a um melhor desempenho empresarial. Perante isso, suscitará a necessidade por parte das empresas da utilização intensiva das TIC. No âmbito do turismo e hospitalidade verifica-se que as TIC proporcionam valor quando são usadas para redefinir, diferenciar e informatizar produtos/serviços, bem como para racionalizar e apoiar processos sendo um dos temas mais "quentes" as mudanças nos canais de distribuição - Novo papel das TIC nos canais de distribuição.

Palavras-chave: TIC; produtividade; canais distribuição; hotelaria

Strategic alliances in the XXI century: its management and coordination role - Case Study

Dinaidys Gómez-Selemeneva

The name of the relations of cooperation between companies and strategic alliances is the result of over twenty years of research. However, recently scholars' approach (Ariño, 2003; Hoffman, 2007) argued that some variables such as corporate governance, alliance function, performance measures and control of these relationships remain a controversial topic with inconclusive results. As empirical evidence, it remains to further studies containing results generalize about the behavior of those involved in a partnership (investor, alliance managers, staff) and their influence in achieving the objectives and success alliance (Wasmer, 2010).

That's why the objective of this research is: Integrate via systemic approach external and internal variables for the study of inter-organizational relationships, specifically the Cooperative Strategies: Alliance Network & Alliances Portfolios, in order to deepen in their structure, operation, management coordination and its performance.

Other objectives of the research are:

- Studying the current literature on inter-organizational relationships, specially Cooperative strategies,
- Understanding the strategic alliances inside, their structural hold and function management through case studies,
- To determine the factors that influence cooperative strategy to follow, and in turn the preference for a contractual arrangement, a structure owned or specific form of government,
- Deepen in the analysis of the structural, management and control variables and its relation to the achievement of the alliance performance.

Conceptual basis of this study will be three contemporary organizational theories: Resource-based Theory (Barney, 1991) The Resource Dependence perspective (Pfeffer & Salancik, 1978) and Network Theory (Gulati, 2007). The results could be demonstrated and explained through other approaches such as: Eclectic Paradigm (Dunning, 1995) and the Costs Transaction Theory (Williamson, 1989; Hennart, 1991).

Keywords: strategic alliances, Alliance Network, cooperative strategies, Case Studies, performance.

References:

- Ariño, A. 2003. Measures of Strategic Alliance Performance: An Analysis of Construct Validity. *Journal of International Business studies* 34(1), pp.66-79.
- Barney JB. 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management* 17, pp. 99-120.
- Dunning, J.H. 1995. Reappraising the Eclectic Paradigm, in Age of Alliance Capitalism. *Journal of International Business Studies* 26 (3), pp.461-491.
- Eisenhardt, M. 1989. Building Theories From Case Study Research", *The Academy of Management Review* 14 (4), pp.532-550.
- Hennart, J. 1991. The transaction costs theory of joint ventures: an empirical study of Japanese subsidiaries in the United States. *Management Science* 37(4), pp.482-497.
- Pfeffer J, Salancik GR. 1978: " The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective". Harper & Row: New York.
- Gulati, R. 2007: " Managing network resources: Alliances, affiliations and other relational assets". Oxford: Oxford University Press.
- Hoffmann, W. 2007." Strategies for managing a portfolio of alliances". *Strategic Management Journal*, 28, pp. 827-856.
- Ulrich Wassmer Alliance Portfolios: A Review and Research Agenda *Journal of Management*, 36 (1), pp.141-171.
- Williamson OE. 1985. *The Economic Institutions of Capitalism: Firms, Markets, Relational Contracting*. Free Press: New York. *Journal* 23, pp.747-767.
- Yin, R. 1993: "Applications of Case Study Research". Vol.34, London, Sage Publications.

Elección del modo de entrada, flexibilidad estratégica y resultado de la estrategia internacional de las cadenas hoteleras: un análisis bajo el enfoque de opciones reales

**Elena García de Soto Camacho
Alfonso Vargas Sánchez**

Este trabajo presenta un modelo explicativo de la elección del modo de entrada a un mercado internacional y de la repercusión de dicha elección sobre el resultado de la estrategia internacional de las cadenas hoteleras, bajo el enfoque dinámico de la teoría de opciones reales. Para ello se analiza la aplicabilidad de dicha teoría a este campo de estudio, complementándola con las aportaciones de la teoría de los costes de transacción y la teoría del proceso de internacionalización.

This paper presents an explanatory model for the entry mode choice to an international market and its implications on the performance of the international strategy in hotel chains, under the dynamic real options theory approach. We examine the applicability of this theory in this field of study, supplemented by contributions from transaction costs and internationalization process theories.

Palabras clave: (cadenas hoteleras, flexibilidad estratégica, internacionalización, modo de entrada, opciones reales).

Key-words: hotel chains, strategic flexibility, internationalization, mode of entry, real options

Referencias clave:

- Brouthers, K. (2002): "Institutional, cultural and transaction cost influences on entry mode choice and performance". *Journal of International Business Studies*. Vol. 33 (2): pp.203- pp.221.
- Brouthers, K. D., Brouthers, L. y Werner, S. (2008). "Real options, international entry mode choice and performance". *Journal of Management Studies*. Vol. 45 (5): pp.936- pp.960.
- Brouthers, K. D., Brouthers, L. E y Werner, S. (2002): "Industrial sector, perceived environmental uncertainty, and entry mode strategy". *Journal of Business Research*. Vol 55: pp.495- pp.507.
- Brouthers, L. E., Brouthers, K. D. y Werner, S. (2000): "Perceived environmental uncertainty, entry mode choice and satisfaction with EC-MNC performance". *British Journal of Management*. Vol. 11: pp.183- pp.195.
- Contractor, F. y Kundu, S. (1998a): "Modal Choice in a World of Alliances: Analyzing Organizational Forms in the International Hotel Sector". *Journal of International Business Studies*. Vol. 29. Nº 2: pp.325- pp.357.
- Contractor, F. y Kundu, S.K. (1998b): "Franchising versus company-run operations: modal choice in the global hotel sector". *Journal of International Marketing*. Vol.6. Nº2: pp.28- pp.53.
- Li, J. (2007): "Real Options Theory and International Strategy: A Critical Review". *Advances in Strategic Management*. Vol. 24: pp.67- pp.101.
- Li, J. y Rugman, M. (2007): "Real options and the theory of foreign direct investment". *International Business Review*. Vol. 16(6): pp.687- pp.712.
- Miller, K. D. (1993): "Industry and country effects on managers' perceptions of environmental uncertainties". *Journal of International Business Studies*. Vol. 24: pp.693- pp.714.

Os impostos em Portugal - Um enquadramento teórico geral

**Fernando J. Lobo Marques
André Barata**

Apesar da grande importância que os impostos apresentam no dia-a-dia das pessoas e das empresas, os mesmos são ainda muito pouco estudados do ponto de vista económico, sendo que neste âmbito não existe ainda um trabalho que reunisse em si mesmo a caracterização da principal fonte de receita dos estados.

Assim este trabalho pretende, através de uma revisão de quatro manuais de Direito Fiscal, sempre acompanhados pela legislação em vigor, fazer um enquadramento teórico, permitindo assim a existência de um documento que sintetizasse em si mesmo as principais características dos impostos, abordadas de uma perspectiva não estritamente jurídica, sem que para tal se desvirtuassem todos os conceitos jurídicos presentes neste âmbito.

Neste sentido, este trabalho apresenta primeiramente uma breve abordagem à actividade financeira do estado e aos ramos de direito que a definem. Daqui é seguidamente apresentado o direito das receitas, chegando-se ao Direito Tributário, o qual congrega em si as regras que definem os impostos em Portugal.

Segue-se a esta fase de enquadramento a apresentação do conceito de imposto e a sua definição de acordo com os seus três elementos – elementos objectivo, subjectivo e teleológico – distinguindo-se este tributo face a outros dois tributos coactivos – as taxas e licenças e as multas e coimas.

Na parte seguinte são apresentadas as quatro fases dos impostos – incidência, lançamento, liquidação e cobrança – bem como dois mecanismos de garantia dos contribuintes, associados às duas últimas fases – caducidade e prescrição, respectivamente.

São por fim apresentadas as principais classificações dos impostos, sendo para cada uma delas apresentados exemplos de impostos actualmente em vigor que apresentem essa mesma classificação. A título meramente exemplificativo, distinguem-se impostos directos de impostos indirectos, impostos sobre o património de impostos sobre o rendimento e de impostos sobre a despesa e ainda impostos reais de impostos pessoais, entre outras distinções que são apresentadas.

Palavras-chave: actividade financeira do estado, direito fiscal, impostos, fases dos impostos, classificação dos impostos

Decisões de financiamento das micro empresas nacionais

Fernando J. Lobo Marques
António B. Fernandes
Humberto Coelho
Zélia Maria da Silva Serrasqueiro

Este trabalho tem como objectivo analisar as fontes de financiamento e a estrutura de capital de uma amostra de 131 micro empresas de Portugal, com sede nos distritos de Vila Real, Bragança, Guarda e Castelo Branco, para o período de 2005 a 2009. As empresas foram seleccionadas, de forma aleatória, sendo os dados recolhidos com base na declaração DA-IES. Pelo facto de as empresas apresentarem estruturas de capital diferentes, agrupamos em 3 sub-amostras, em função do fundo de maneiio, negativo, próximo de zero e positivo.

A relevância das fontes de financiamento foi medida através da variável dependente origens de médio longo prazo, enquanto a estrutura de capital foi avaliada por intermédio das variáveis dependentes capitais permanentes/activo total líquido, passivo não corrente/activo total líquido. As variáveis independentes consideradas foram o crescimento da empresa, envelhecimento do imobilizado e rendibilidade dos capitais próprios.

Para o tratamento dos dados foi utilizada uma regressão linear multivariada, tendo sido utilizados os valores médios de cada variável no período de 2005 a 2009.

Verificamos que o crescimento de médio longo prazo, das empresas em análise é financiado por intermédio de origens de fundos com a mesma maturidade, concluindo-se que as empresas seguem a teoria do equilíbrio financeiro mínimo. A relação negativa, entre as origens de médio longo prazo e a rendibilidade dos capitais próprios, leva-nos a concluir que as empresas seguem a teoria pecking order. O envelhecimento do activo não corrente apresenta uma relação positiva com o rácio de estrutura de capital, significando que as empresas mais velhas tendem a apresentar uma maior prevalência de capitais permanentes. Adicionalmente, estes dados permitem-nos concluir que, ainda que desenvolvidas essencialmente para grandes empresas, as teorias de estrutura de capitais também são aplicáveis às micro empresas analisadas.

Palavras-chave: microempresas, fontes de financiamento, estrutura de financiamento, estrutura de activos

Fontes de financiamento das empresas inovadoras - Proposta de modelo de análise

Fernando Jorge Lobo Marques
Maria José Silva

Neste trabalho efectuou-se uma revisão bibliográfica das principais correntes relacionadas com as fontes de financiamento e a estrutura de capitais das empresas, procurando aferir quais dessas teorias são normalmente seguidas pelas empresas inovadoras, permitindo assim a apresentação de um modelo conceptual de análise que servisse de base a futuros estudos nesta área.

Pelos grandes investimentos efectuados em activos intangíveis, bem como pela confidencialidade que procuram manter sobre as suas inovações, as empresas inovadoras apresentam grandes custos associados ao capital alheio (Daskalakis & Psillaki, 2009; Michaelas, Chittenden, & Poutziouris, 1999). Assim, e pelos elevados custos de agência (Jensen & Meckling, 1976) suportados, as empresas inovadoras tendem a optar por seguir a teoria pecking order (Myers, 1984; Myers & Majluf, 1984) nas suas decisões de financiamento.

As empresas inovadoras já consolidadas no mercado poderão optar por se financiar recorrendo primeiramente à retenção de lucros, o que lhes permite reduzir os custos de financiamento, bem como a manutenção do controlo da empresa. Já as jovens empresas inovadoras, pela ausência desses fundos (ou as empresas inovadoras consolidadas quando os mesmos se esgotam) têm de recorrer a capital alheio – que a partir de determinado nível lhes gera grandes custos – ou a capital próprio externo – que apresentando menores custos, implica a perda de controlo accionista.

Assim, o modelo de análise proposto consiste em averiguar, junto de cada tipo de empresa, qual a fonte de financiamento por que optaram e em que medida essa mesma origem de financiamento se relaciona com o investimento em determinados activos, procurando-se assim averiguar se, para o investimento em diferentes activos, as empresas recorrem a diferentes fontes de financiamento.

Adicionalmente, é ainda proposta uma análise comparativa do sucesso das empresas inovadoras apoiadas por capital de risco face àquelas que não usufruíram desse apoio, procurando assim aferir-se das vantagens dessa fonte de financiamento.

Palavras-chave: inovação, empresas inovadoras, financiamento, teoria pecking order, capital de risco

The role of salespeople's informal network in the development of their proactive behavior for careers

Hung-I Fu - National Chiayi University, Taiwan
Peter Yang - National Chiayi University, Taiwan

The interpersonal interaction occurring to salespeople's social networks may help them gain access to information and social support in the workplace. However, we know little about how they benefit from networking on a day-to-day basis. In particular, networking could contribute to the newcomers' socialization at work and the establishment of organizational citizenship behavior. It has also been argued that employees' resilience and proactive behaviors are important to coping and psychological adaptation within the context of crisis management, as well as they are related to key organizational issues, such as knowledge transfer and career management (Inkpen & Tsang, 2005). This paper aims to address the role of Taiwanese salespeople's informal network at work for the establishment of their proactive coping for careers.

Rather than passively adapt to circumstances, Crant (2000) indicated that proactive coping represents the individual's confidence in acting on her/his own and challenging the status quo. From a psychology perspective, support network could promote personal proactive coping for issue of personal development (career), such as crisis management. Personal proactive coping is promoted because of the effect (knowledge sharing, affective support and access to social resource) of informal network distinguished into advice and trust (Torevlied & Velner, 1998). In addition, the important issue is how to promote egos aware of their own resources in proactive coping perspective. Implications for management practice are suggested.

Key word: affective support, career outcomes, proactive coping, salespeople

Key references:

- Allen, J., James, A.D., & Gamlen, P. (2007). Formal versus informal knowledge networks in R&D: a case study using social network analysis. *R&D Management*, 37(3), 179-796.
- Crant, J. M. (2000). Proactive behavior in organization. *Journal of Management*, 26(3), 435-462.
- Inkpen, A. & Tsang, E. W. K. (2005). Social capital, networks and knowledge transfer. *Academy of Management Review*, 30(1), 146-165.
- Torevlied, R. & Velner, G.. (1998). Informal network and resistance to organizational change: the introduction of quality standards in a transport company. *Computational & Mathematical Organization Theory*, 4(2), 165-188.

Gestão pela cultura ética e de responsabilidade social nas organizações hoteleiras de 4 e 5 estrelas no Algarve como factores de atracção de candidatos de elevado potencial

Joaquim Pinto Contreiras
Fátima Jorge
Paulo Carrasco

Neste artigo iremos apresentar as primeiras conclusões de uma tese de doutoramento com o mesmo título. O conceito da Cultura Ética (CE) e da Responsabilidade Social Empresarial (RSE) encontra-se, inegavelmente, na ordem do dia. Várias disciplinas têm procurado investigar pormenorizadamente em diversos campos de estudo os potenciais benefícios que a adopção de práticas de gestão socialmente responsáveis pode acarretar para o sucesso e sustentabilidade das mais diversas organizações. Estudos recentes sugerem que a percepção do envolvimento da organização em práticas de Responsabilidade Social influencia positivamente a adesão das pessoas, não só daquelas que já trabalham nas organizações, mas também de futuros trabalhadores.

Centramos as nossas atenções nos Candidatos de Elevado Potencial (CEP) que identificamos junto dos finalistas de cursos na área da hotelaria e do turismo e de activos em formação contínua em Escolas Técnicas e de Ensino Superior. Procurámos através da realização de entrevistas semi-estruturadas com base num guião, recolher informação junto de administradores e outros responsáveis por grupos Hoteleiros a operar no Algarve que nos permitam preencher um Scorecard Ético (SE), previamente construído e por nós adaptado (Spiller 2000), em que foram incluídas questões sobre a cultura ética organizacional, missão/finalidade organizacional; código de ética/conduita organizacional; relatório social/de sustentabilidade, que irá classificar cada um dos Grupos Hoteleiros (GH) participantes neste estudo. Para além de uma breve abordagem teórica, são apresentados os primeiros resultados da análise de conteúdo efectuada a 8 entrevistas semi-estruturadas a 8 GH a operar no Algarve com o respectivo preenchimento do SE de cada GH, assim como os resultados da análise de conteúdo a 256 questionários aplicados a finalistas de cursos superiores e técnicos na área da hotelaria e do turismo em escolas no Algarve.

Palavras-Chave: responsabilidade social empresarial (RSE); candidatos de elevado potencial (CEP); scorecard ético (SE); grupos de interesse (GI); grupos hoteleiros (GH).

A problemática da tributação sobre as actividades turísticas

Maria de Lurdes Figueirinha Varela

A investigação em curso tem como principais objectivos aferir, com base num modelo económico adequado, quais as externalidades e impactos para o sector turístico nacional decorrentes de alterações nas políticas fiscais. Iremos explorar a possibilidade de adoptar o modelo Computable General Equilibrium (CGE) para medir os efeitos de dois hipotéticos impostos que afectem o turismo: um imposto específico sobre a actividade hoteleira e uma reforma do imposto indirecto que afecte o turismo significativamente por via da alteração das taxas do IVA.

Segundo Gago et al. (2009), estas técnicas oferecem importantes vantagens comparadas com as abordagens tradicionais de equilíbrio parcial, uma vez que captam ligações intersectoriais e económicas. Numa abordagem de equilíbrio parcial apenas se conseguem analisar os efeitos directos das políticas e choques nas actividades turísticas, omitindo consequências importantes no mercado de trabalho e noutros sectores que lhe estão estreitamente associados. Outras metodologias de abordagem, como sejam os modelos de input-output ou a matriz de Contabilidade Social, não contam para os efeitos de interacção de preços entre sectores económicos, os quais habitualmente conduzem a sobrestimar os efeitos das actividades turísticas.

A maioria dos modelos CGE, lidam com o impacto do turismo em diferentes países, no entanto, os trabalhos de investigação interessados no impacto da tributação do turismo são menos comuns. Constituem excepções, o caso de Blake (2000), que analisou o nível de tributação do turismo em Espanha, Gooroochurn e Milner (2004), Gooroochurn e Sinclair (2005), que estudaram os efeitos dos impostos sobre as vendas nas Maurícias tomando o sector turístico com especial atenção e Gago et al. (2009) que utilizaram este modelo para simular o caso da economia espanhola.

Procuraremos adaptar este modelo à economia portuguesa, identificando previamente quais as variáveis indicadas para o efeito.

Palavras-chave: impostos, turismo, CGE, Portugal

Referências bibliográficas:

- Blake, A. (2000). The economic effects of taxing tourism in Spain. Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute Discussion Papers, 2000/2.
- Gago et al. (2009). Specific and general taxation of tourism activities. Evidence from Spain. Tourism Management June 2009: (Volume 30, Issue 3) p. 381
- Ginsburgh, Victor A. e Waelbroeck, Jean L.(1981). Activity Analysis and General Equilibrium Modelling. North-Holland Publishing Company
- Ginsburgh, Victor e Keyzer, Michiel (1997). The Structure of Applied General Equilibrium Models, The MIT Press.
- Gooroochurn, N., & Milner, C. (2004). Efficiency effects of tourism taxes: a computable general equilibrium analysis. Tourism and Travel Research Institute Discussion Papers, 2004/1.
- Gooroochurn, N., & Sinclair, T. (2003). The welfare effects of tourism taxation. Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute Discussion Papers, 2003/2.
- Gooroochurn, N., & Sinclair, T. (2005). Economics of tourism taxation. Evidence from Mauritius. Annals of Tourism Research, 32, 478-498.
- Piggot, Jonh & Whalley, John (1985). UK tax policy and applied general equilibrium analysis, Cambridge University Press.
- Shoven, John B. e Whalley John (1998). Applying General Equilibrium, Cambridge University Press.
- UNTWO (2010). Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework 2008. Department of Economic and Social Affairs - Statistical Division, United Nations.
- UNTWO (2010). Yearbook of Tourism Statistics, 2010 Edition (Data 2004-2008).

Análise dos artigos de revisão bibliográfica no tema de logística inversa

Maria José Pinto da Silva Varadinov

A logística inversa é um conceito recente e está associado às actividades de manuseamento e gestão do equipamento, produtos, componentes, materiais ou mesmo todos os sistemas técnicos a serem recuperados. Os desastres ambientais ocorridos nas décadas de 80 e seguintes, mantiveram-se nas mentes dos académicos, políticos e na sociedade em geral e impulsionaram a adopção de medidas para reduzir o impacto negativo da actividade humana, tais como medidas destinadas a diminuir a criação de resíduos, incentivando as actividades de recuperação, reciclagem e reutilização dos produtos.

O Reverse Logistics Executive Council define logística inversa como: "o processo de movimentar bens do seu ponto de destino final para um outro ponto, com o propósito de obter valor que de outra forma não seria possível, ou para a eliminação apropriada dos produtos".

Já o European Working Group on Reverse Logistics, RevLog (1998) adiantou a seguinte definição: "O processo de planejar, implementar e controlar os fluxos de matérias-primas, no processo de inventário, e produtos acabados, desde o ponto de fabricação, distribuição ou uso para um ponto de recuperação ou um ponto de eliminação apropriado."

Pretende-se analisar, interpretar e relacionar as características principais de artigos relevantes de revisão bibliográfica, publicados em revistas internacionais no tema da logística inversa, de modo a determinar a evolução da investigação corrente ao longo dos últimos anos, bem como apontar aspectos que não foram tratados na bibliografia e oferecer uma visão de quais deveriam ser as linhas de investigação futuras.

A metodologia utilizada consistiu na compilação dos trabalhos de investigação publicados entre os anos de 2005-2008, analisando-se cada um com especial atenção para os objectivos a atingir, resumo e principais aspectos tratados, resultados obtidos e respectivas conclusões.

Palavras-chave: logística inversa, revisão bibliográfica, cadeia de abastecimento.

The relationship between organizational identification with expert's organizational citizenship behavior in National Olympic & Paralympic Academy of I. R. Iran

**M. A. Hemmati Nezhad
M. Hamidi
M. Allahyar
A. R. Allahyari
R. Nazari
A. Mahi Jagharghi**

The present research method was descriptive as a correlation type. The research statistical community included all expert of NOPA (n=60). The Statistical sample was considered equal with statistical population. The used instruments were two questionnaires including: organizational identification (Mael & Ashforth, 1992) and organizational citizenship behavior (Podsakoff et al., 1990). Their validity and reliability were estimated through specialist idea and Cronbach alpha coefficient (respectively $\alpha = 0/825$, $0/936$). Data analysis was down using descriptive statistical methods and inferential statistic (Pearson correlation coefficient, Spearman correlation coefficient, chi-square, linear regression, and Friedman test).

The results showed that organizational identification mean was higher than organizational citizenship behavior. Between five dimension of organizational Citizenship Behavior (altruism, courtesy, sportsmanship, conscientiousness, civic virtue), courtesy dimension had highest average and preference and sportsmanship dimension had lowest average and preference. There is a significant relationship between organizational identification and organizational citizenship behavior ($P < 0/05$) and its dimensions except sportsmanship ($P < 0/01$). As well, organizational identification was not significant predictors for organizational citizenship behavior and its dimensions ($P < 0/01$). There was not a significant relationship between organizational citizenship behavior and demographic factors (like age, gender, marriage status, education) except recruitment type (there was a significant and positive relationship) and job record ($P < 0/05$). Also There was not a significant relationship between demographic factors and organizational identification ($P < 0/05$).

Key words: organizational Citizenship Behavior, organizational identification, National Olympic Academy

References:

- 1) Chiaburu, D., Byrne.Z.(2009).Predicting OCB role definitions: Exchange with the organization & psychological attachment .J Bus Psychol,24, 201-214.
- 2) Khalid,A. S., & Jusoff,K. H.(2009).Gender as a moderator of the relationship between OCB & turnover intention. Journal of Asian Social Science, 5(6), 108-117.
- 3(Rocha,C.(2008).POS and employee performance:The mediating role of organizational commitment and OCB.NASSM.

The Relationship between perceived organizational support with expert's organizational citizenship behavior in national olympic & paralympic academi of I. R. Iran

**M. A. Hemmati Nezhad
M. Hamidi
M. Allahyar
A. R. Allahyari
R. Nazari
A. Mahi Jagharghi**

The present research method was descriptive as a correlation type. The research statistical community included all expert of NOPA (n=60). The Statistical sample was considered equal with statistical population. The used instruments were two questionnaires including: perceived organizational support (Eisenberger et al., 1990) and organizational citizenship behavior (Podsakoff et al., 1990). Their validity and reliability were estimated through specialist idea and Cronbach alpha coefficient (respectively $\alpha = 0/859$, $0/936$). Data analysis was down using descriptive statistical methods and inferential statistic (Pearson correlation coefficient, Spearman correlation coefficient, chi-square test, and linear regression).

The results showed that organizational citizenship behavior mean was higher than perceived organizational support. Between five dimension of OCB (altruism, courtesy, sportsmanship, conscientiousness, civic virtue), courtesy dimension had highest average and preference and sportsmanship dimension had lowest average and preference. There is a significant relationship between perceived organizational support and organizational citizenship behavior and its dimensions except sportsmanship ($P < 0/01$). As well, perceived organizational support was significant predictors for organizational citizenship behavior and its dimensions except sportsmanship ($P < 0/01$). There was not a significant relationship between organizational citizenship behavior and demographic factors (like age, gender, marriage status, education level) except recruitment type (there was a significant relationship) and job record ($P < 0/05$). Also there was a significant relationship between education level and perceived organizational support ($P < 0/05$).

Key words: organizational Citizenship Behavior, perceived organizational support, National Olympic Academy

References:

- 1) Chiaburu, D., Byrne.Z.(2009).Predicting OCB role definitions: Exchange with the organization & psychological attachment .J Bus Psychol,24, 201-214.
- 2) Khalid,A. S., & Jusoff,K. H.(2009).Gender as a moderator of the relationship between OCB & turnover intention. Journal of Asian Social Science, 5(6), 108-117.
- 3(Rocha,C.(2008).POS and employee performance:The mediating role of organizational commitment and OCB.NAS

A reflective study on the integrative strategies of cross-institute collaboration for teaching/learning quality improvement - A case study in Taiwan

**Mingchang Wu
Peter Yang
Hsiaotien Wang**

There are eighty vocational education institutes at higher educational level in this small island, Taiwan. These institutes, like those higher educational institutes in any other countries, played a crucial role during the last decades of economical growth. Nowday, this society comes into both competitive and cooperative era, vocational institutes are encouraged to tightly collaborate and share educational resources for better education quality and efficiency. Therefore, three teaching/learning resource centers were established separately in the northern, central, and southern part of Taiwan.

The Teaching/Learning Resource Center of Central Vocational Education Institutes was established in three year ago (2008) to collaboratively develop and share teaching/learning resources including faculty development professional curricula, internet websites, and special facilities. Twenty-two vocational education institutes at higher education level join this Center which is supported by the Minister of Education with 100 millions NT (3.5 millions USD) per year. During the period of three years running the integrative projects, marvelous contributions were achieved in the following domains of administrative organization reform, faculty evaluation and professional development, cross-fielded curriculum improvement, cross-instituted project collaboration, and costly facility sharing, and student learning achievement. This paper is written to introduce the background and practice of this Teaching/Learning Resource Center of Vocational Education Institutes in Central Taiwan. The major issues further addressed in this paper include:

1. the social and educational background for this Center to be established,
2. the main missions of this Center assigned,
3. the administrative strategies of this Center employed to integrate 22 participant institutes,
4. the collaborative strategies for the participant institutes to create and share the T/L resources,
5. the achievement s of this Center gained in each domain.

The structure underlying technological education accountability: A comparison of four competing models

**Peter Yang
Mingchang Wu**

In Taiwan, the expansion of technological universities/colleges over recent years has shaped one of the key features of higher education. An increasing number of graduates from universities did contribute to advancement of human resources in the workforce. However, questions about standards and quality in higher education remain clear. For the reason, the study on the key issues and questions for the establishment of accreditation of technological education institutions, as well as how to assuring quality in contemporary higher education in Taiwan, is needed.

After a review on the literature, we carried out a survey for the meta- analysis on existing accreditation systems of technological education institutions in Taiwan. The basic purpose of this meta-analysis was to demonstrate the structure underlying technological education accountability, by the means of collecting data from administrative staff of universities/colleges, which just participated in the accreditation process. Methodologically, 194 administrative staff filled in the questionnaires, and a series of competing models was established and evaluated, using structural equation modelling. Confirmatory factor analysis procedure was conducted to find out a best solution to the structure of technological education accountability.

The results indicated that university staff experienced a high level of satisfaction with the existing accreditation of technological education in Taiwan. A great number of respondents reported that the accreditation contributed to the advancement of their technological education institutions. Furthermore, a two-factor structure was suggested to demonstrate the structure of technological education accountability. Based on these results, implications for accreditation process of technological education were suggested.

Keywords: technological education, quality management, accreditation

¿Son útiles los juegos de simulación empresarial para desarrollar las capacidades de los futuros profesionales de la Gestión?

Remedios Hernández-Linares

Existe una aquiescencia generalizada sobre la necesidad de formar trabajadores capacitados y adaptados a los nuevos requerimientos productivos. La Universidad ha de encontrar la manera de satisfacer esta demanda, y para ello es perentorio aprovechar los innumerables recursos que nos ofrecen las nuevas tecnologías. En el caso de la Gestión de Empresas uno de los recursos que más posibilidades parece ofrecer son los Juegos de Simulación Empresarial, cada vez más aceptados como estrategia docente que facilita el aprendizaje de manera eficaz debido a: su atractivo y poder motivador para el alumnado, su capacidad para favorecer el aprendizaje continuo, desarrollando habilidades de búsqueda y selección de información, y su capacidad de interacción con y para el alumno, etc.

Este trabajo nace con la intención de plantear un debate, una reflexión sistemática acerca de la utilidad de los juegos de simulación empresarial para desarrollar y mejorar las capacidades de los futuros profesionales de dirección de empresas, tratando de adoptar una actitud abierta hacia las nuevas metodologías y herramientas docentes. Para ello realizaremos una revisión bibliográfica de las investigaciones sobre juegos de simulación empresarial, centrándonos principalmente en aquellos que recogen experiencias concretas de su utilización en el marco de la Educación Superior.

Palabras clave: Nuevas tecnologías, juegos de simulación, gestión de empresas, innovación didáctica, capacidad

Referencias claves:

- Ballenilla, F. (1989). Los juegos de simulación de sistemas: un recurso didáctico necesario. *Investigación en la Escuela*, 8, 63-71.
- García-Carbonell, A.; Watts, F. (2007). Perspectiva histórica de simulación y juego como estrategia docente: de la guerra al aula de lenguas para fines específicos. *IBÉRICA*, 13, 65-84.
- Hacer, J. W. (1960). *Business Games. A Simulation Technique*. Iowa: Ed. State University of Iowa.

El protocolo familiar y sus instrumentos de desarrollo: herramientas facilitadoras de la gestión de recursos humanos en la empresa familiar extremeña

**Remedios Hernández-Linares
Cristina Barriuso Iglesias
Tomás M. Bañegil Palacios**

El paisaje económico de todos los países en los que se han efectuado estudios al respecto está dominado por la empresa familiar y las investigaciones realizadas han puesto de manifiesto que este tipo de organizaciones empresariales tiene un carácter singular y se enfrenta a desafíos propios como consecuencia de la interrelación empresa-familia: la elección y preparación del sucesor, la formación y promoción de los familiares en la empresa, la incorporación o no de los familiares políticos al negocio, etcétera. Superar exitosamente estos retos exige gestionar los recursos humanos evitando caer en el altruismo disfuncional. Sin embargo, trabajar con personas de nuestra órbita familiar dificulta en extremo esta tarea. El protocolo familiar se presenta como un acuerdo marco al servicio de la gestión de la empresa en general, y de los recursos humanos en particular, para tratar de superar con éxito los desafíos antes mencionados. Sin embargo, tras la investigación empírica realizada (basada en la aplicación de dos cuestionarios y en un Delphi con un panel de 12 expertos) podemos concluir que entre las empresas familiares extremeñas existe un elevado desconocimiento de este instrumento, si bien hay una minoría que dispone de él.

Palabras clave: empresa familiar, protocolo familiar, gestión, recursos humanos

Referencias claves:

- Barnes, L. B.; Hershon, S. A. (1976): "Transferring power in the family business", *Harvard Business Review*, julio-agosto, 105-114.
- Donckels, R.; Fröhlich, E. (1991): "Are Family Business really different? European Experience from STRATOS", *Family Business Review*, 7 (2), 149-160.
- Fahed-Sreih, J.; Djoundourian, S. (2006): "Determinants of Longevity and Success in Lebanese Family Business: an exploratory study", *Family Business Review*, 19 (3), 225-234.
- Gallo, M. A.; Tomaselli, S. (2007): "Estructura y Contenido de los protocolos familiares", en Amat, J. M. y Corona, J.F. (coord.) (2007): *El protocolo familiar. La experiencia de una década*, Ediciones Deusto, Barcelona, 81-90.
- Sánchez Crespo, A. J. (2009): *El Protocolo Familiar. Una aproximación práctica a su preparación y ejecución*, Sánchez-Crespo Abogados y Consultores, Madrid.

Motivations in environmental management and entrepreneurship in spanish hostel sector

**Samuel Gómez-Haro
Vera Ferrón-Vílchez
José Torre-Ruiz
Javier Delgado-Ceballos**

Environmental problems such as global warning, the depletion of the ozone layer and air pollution in large cities have increased public concern about environmental issues. Because these problems are usually linked to business activities, it is not surprising that a large number of companies worldwide have implemented environmental management.

In the research literature (Dixon and Clifford, 2007), the focus on environmental, social and economic development by entrepreneurs is called ecopreneurship. The core mission of ecopreneurship is to create broad solutions to protect the environment and to tackle social problems in order to create sustainable development. The birth of the ecopreneurship phenomenon is indicative of the inexorable approach of "green" businesses towards achieving change (Pastakia, 1998).

Entrepreneurship and environmentalism are deeply embedded in the social matrix (Anderson, 1998:138). For this reason, it is necessary to increase our knowledge of how companies' entrepreneurial activities may affect, and be affected by, environmental issues (Griffiths et al., 2009) to determine the extent to which environmental sustainability has become part of the planning horizon for entrepreneurs.

In the tourism sector, an ecopreneurship position may be appealing in terms of cost reduction and differentiation from competitors. The work's objective is to highlight the main drivers that motivate organisations to become ecopreneurial, specifically how they identify environmental values and environmental protection as a business opportunity. By using a qualitative analysis, based on a Spanish entrepreneurial company in the tourism sector, we confirm these motivations and show the social and economic impacts of ecopreneurs.

This organisation is a unique Spanish hostel that holds three international certification labels. The personal interview answered by its managers highlights how companies can simultaneously protect the environment while profiting from the challenges of environmental issues and the implications of this for their management and corporate strategies.

Key words: environmental management, ecopreneurship, hostel sector, motivations, sustainability

References:

- Anderson, A.R. (1998), 'Cultivating the garden of eden: environmental entrepreneuring', *Journal of Organizational Change Management*, 11 (2), 135-144.
- Dixon, S. and A. Clifford (2007), 'Ecopreneurship – a new approach to managing the triple bottom line', *Journal of Organizational Change Management*, 20 (3), 326-45.
- Griffiths, M.D., L. Gundry, J. Kickul and A. Muñoz-Fernández (2009), 'Innovation ecology as a precursor to entrepreneurial growth', *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16 (3), 375-390.
- Pastakia A. (1998), 'Grassroots ecopreneurs: change agents for a sustainable society' *Journal of Organizational Change Management*, 11 (2), 157-173.

Determinantes financeiros da estrutura de capital das empresas hoteleiras portuguesas e espanholas

**Sandra Rebelo
Fernanda Matias
Paulo Carrasco**

A presente comunicação, que se insere no trabalho desenvolvido no âmbito da preparação da tese de doutoramento em Gestão, visa verificar quais os determinantes financeiros que explicam o nível de endividamento das empresas hoteleiras portuguesas e espanholas e qual o efeito que estes exercem sobre a estrutura de capital destas empresas.

A investigação tem por base informação económico-financeira relativa a uma amostra aleatória de empresas hoteleiras portuguesas e espanholas, retirada da base de dados Amadeus.

Utilizando como metodologia estatística a regressão linear múltipla para avaliar o poder explicativo dos determinantes sugeridos pelas teorias financeiras, verificou-se que: (i) existe uma relação negativa entre o nível de endividamento e os determinantes rendibilidade e valor colateral dos activos; (ii) a dimensão, o crescimento, a poupança fiscal não associada ao endividamento e o risco parecem não ser determinantes da estrutura de capital das empresas alvo de estudo; (iii) existe diferença entre o nível de endividamento das empresas hoteleiras portuguesas e espanholas.

A evidência reforça o poder explicativo da teoria da pecking order e a influência de factores institucionais, mais concretamente do contexto político-legal. Cada país tem o seu sistema legal, que influencia a escolha entre capitais próprios e alheios, e as suas condições de acesso ao crédito.

A importância da estrutura de capital prende-se com o facto de existir uma corrente de investigação que defende a existência de uma estrutura de capital ótima que minimiza o custo do capital e maximiza o valor da empresa. A falta de consenso, reunido pela investigação empírica, à volta das teorias financeiras da estrutura de capital e a escassa investigação aplicada ao sector hoteleiro convidam ao aprofundamento desta temática.

Palavras-Chave: estrutura de Capital, determinantes da estrutura de capital, sector hoteleiro.

Resources, development and retention of workforce in hospitality sector in the Czech Republic

Tomas Bakos

The main objective of this paper is to reflect the nature of hospitality services in the employment practices, training and career development needs and selected approaches aiming at improving retention of workforce.

The first part provides an overview of legal environment in the field of local labour law by characterizing different forms of employment (fixed-term, permanent, part-time agreements) and rights and duties resulting from each type of employment. As the nature of work in the field of tourism may (and typically does) inspire the employers to seek alternative ways of engaging workforce, cooperation on the contractual basis as well as the illegal practise of the so called "Švarc" system are described. Further, typical reasons for employment termination and respective employees' rights are emphasised. In terms of fluctuating demand for work (seasonality), the Account of Working Hours is presented as an instrument to maintain employment more flexible. In terms of upcoming amendment of the Czech labour code, positive as well as negative impact of hypothetical legislative changes on hiring people in tourism is assessed.

Based on the legal background given in the first part, two separate surveys in form of questionnaire and interviews are conducted in the second and third part of the paperwork:

Initial vocational training as well as training needs within an employee's development plan for selected specialist/executive/middle managerial roles are assessed based on a survey in a sample of hospitality establishments, mainly middle-sized hotels, looking into induction training, health&safety incl. professional liability, hard skills and soft skills related to customer care, team work or managerial competencies.

Outcomes are followed by insight interviews with HR-responsible persons (from identical establishments) aiming to discover possible factors causing high staff fluctuation/low retention rate. At the same time, a selected sample of employees (mainly hospitality professionals) will be questioned about the reasons for resignations and dismissals from their previous employers. Finally, retention measures are proposed in form of a synthesis of both surveys.

Key words: Czech Republic, human resources, hospitality, labour law, staff development

References:

- [0] Zákon č. 262/2006 Sb., zákoník práce (Act 262/2006, Czech Labour Code).
- [1] ARMSTRONG, Michael. Řízení lidských zdrojů. Praha: Grada Publishing 2002. 856 pages. ISBN 80-247-0469-2.
- [2] BLAHA, Jiří, MATEJCIUC, Aleš, KAŇAKOVA, Zdeňka. Personalistika pro male a střední firmy. Brno: CP Books 2005. 284 pages. ISBN 80-251-0374-9.
- [4] KLEIBL, Jiří, DVOŘAKOVA, Zuzana, ŠUBRT Bořivoj. Řízení lidských zdrojů. Praha: C. H. Beck 2001. 264 pages. ISBN 80-7179-389-2.
- [5] KOUBEK, Josef. Personální práce v malých a středních firmách. Praha: Grada Publishing 2007. 264 pages. ISBN 978-80-247-2202-3.
- [6] KOUBEK, Josef. Řízení lidských zdrojů. Praha: Management Press 1997. 350 pages. ISBN 80-85943-51-4.
- [7] MILKOVICH, George T., BOUDREAU, John W. Řízení lidských zdrojů. Praha: Grada 1993. 936 pages. ISBN 80-85623-29-3.
- [8] Data from ČSU (Czech Statistical Office).

A study on Taiwanese high school students' living skills: implications for a school-based preventative programme to promote adolescent resilience

Wen-Hsuan Hsieh
Peter Yang

There were lots of implications like peer mentoring or campus mentoring had been suggested to facilitate adolescent resilience in western literature. However, we know little about how to carry out the mentoring programme for Chinese high school students' resilience, with a cultural emphasis on the development of their living skills, within educational institutions in Taiwan. Thus, in this research, resilience was defined as seven kinds of living skills. This study aimed to discuss a campus mentoring implication and its role in helping the establishment of adolescent resilience as well as the characteristics of Taiwanese high school students' self-concept and personal development.

The survey proceeded to concentrate upon senior high school students' perceived living skills (e.g. their skills for problem-solving, self-identification, resource management, career planning, emotional adjustment etc.). Data were collected from 22 high schools in Taiwan and 1,411 copies of questionnaires were obtained. Statistically, t-tests and two ways ANOVAs were used to examine our hypotheses.

The results showed that the participants' perception of living skills did not vary significantly depending on their family's socioeconomic status. In comparison with male students, female students developed a lower level of living skills. Surprisingly, first-grade high school students demonstrated a higher level of living skills than third-grade high school students. Implications for the establishment of a school-based mentoring programme to develop and strengthen traits of adolescent resilience were suggested.

Keywords: senior high school students, living skills, school counselling and guidance, resilience

ABSTRACTS

LÍNGUAS

LANGUAGES

Análise de erros: O erro na aprendizagem de língua estrangeira

Ana Paula Correia

Esta comunicação tem como objectivo definir o conceito de erro no processo de aprendizagem de uma língua estrangeira bem como apresentar uma resenha histórica do modelo da Análise de Erros. Este modelo, pioneiramente avançado por Corder, no final da década de 60 do século passado, em "The Significance of Learners' Errors", fundamenta-se na abordagem cognitiva para a aquisição de línguas e consiste na investigação dos erros realizados por aprendentes de línguas (Richards, 1974; Dulay, Burt e Krashen, 1983; Norrish, 1983; Ellis, 1985; 1994; Selinker, 1992; James, 1998; Gass e Selinker, 2008; Ellis e Barkhuizen, 2009). Se antes de Corder (1967), o erro era considerado indesejável, a partir deste novo paradigma, o erro passa a ser visualizado como um passo natural e obrigatório para a aquisição de uma língua e, ainda, como uma indicação da fase do aprendente neste percurso. Ao proceder-se à pesquisa dos erros realizados por alunos numa determinada etapa da aprendizagem ou mesmo em várias etapas, essa análise facilita a prospecção com efeitos didácticos relevantes, tanto ao nível da criação de materiais didácticos como do desenvolvimento de estratégias de ensino. A investigação de erros em língua estrangeira, área que particularmente nos interessa, pode ter simultaneamente um carácter diagnóstico e prognóstico. Diagnóstico porque fornece, tal como referido anteriormente, informações sobre o estágio de aprendizagem da língua, num momento específico do processo e, prognóstico, porque faculta dados que orientam os professores na tarefa de elaboração, organização e aplicação de materiais e de estratégias de ensino com base nos problemas actuais dos aprendentes.

Palavras-chave: aprendizagem de língua estrangeira, análise de erros, erro.

Referências Bibliográficas:

- Corder, S.P. (1967). The Significance of Learners' Errors. In Richards, J.C. (ed.) (1974). Error Analysis. Perspectives on Second Language Acquisition. London: Longman, pp. 19-27.
- Dulay, H., Burt, M. e Krashen S. (1983). Language Two. New York, Oxford: Oxford University Press.
- Ellis, R. (1985). Understanding Second Language Acquisition. Oxford: Oxford University Press.
- (1994). The Study of Second Language Acquisition. Oxford: Oxford University Press.
- Ellis, R. e Barkhuizen, G. (2009). Analyzing Learner Language. Oxford: Oxford University Press.
- Gass, S. e Selinker, L. (2008). Second Language Acquisition: An Introductory Course. New York and London: Routledge.
- James, Carl (1998). Errors in Language Learning and Use – Exploring Error Analysis. Longman: London and New York.
- Norrish, J.A. (1983). Language learners and their errors. London: Macmillan.
- Richards, J.C. (ed.) (1974). Error Analysis. Perspectives on Second Language Acquisition. London: Longman.
- Selinker, L (1992). Rediscovering Interlanguage. London and New York: Longman.

A imprensa regional algarvia dirigida a residentes falantes de Inglês – The Algarve Resident

Elisabete Pereira

Este é um estudo multidisciplinar que pretende proporcionar um maior conhecimento da comunidade falante de inglês como primeira língua residente no Algarve, visto que, para além de ser importante para a economia regional e nacional, é uma das comunidades mais antigas na região, mas simultaneamente, algo isolada e auto-suficiente, facto que se pode constatar através da presença de periódicos em língua inglesa sediados em Portugal desde os finais da década de 30 do século passado.

O objectivo desta investigação prende-se com a determinação dos conceitos de identidade e de alteridade relativamente a três aspectos (comunidades de origem, acolhimento e criada) tendo por base teórica a Análise Crítica do Discurso (ACD) e os Estudos Culturais e aplicando-a a crónicas jornalísticas. A escolha deste corpus prende-se com a contemporaneidade e com a subjectividade deste tipo de narrativa. Como metodologia propõe-se a análise da importância do texto e da linguagem na construção de identidade e alteridade do indivíduo/comunidade/nação e vice-versa.

A fonte primária do corpus será constituída por crónicas temáticas do jornal The Algarve Resident, escolhidas devido à aproximação do seu tema relativamente à construção de imagens do EU e do OUTRO, nomeadamente as crónicas “A New Beginning” e “Fala Português?” Ao contrário da carta do leitor, em que se pode analisar o discurso de um número limitado de sujeitos, a crónica permite auscultar como são representadas os conceitos de alteridade e identidade em textos que representam “blocos de opinião”, nos quais os leitores se revêem (ou não) e que, por sua vez lideram e “criam” opinião e que se demonstram a relação com as estruturas do contexto sócio-político. Nesta comunicação pretende-se apresentar a revisão de literatura feita até à data, apurando as ideias mais importantes para o estudo em causa.

Palavras-chave: Identidade, alteridade, cidadãos residentes falantes de inglês;

Referências Bibliográficas:

- Gay, Paul du (Ed.). (1997). *Production of Culture/Cultures of Production*. London: Sage Publications in association with The Open University.
- Gay, Paul du, et alia. (1997). *Doing Cultural Studies, The Story of the Sony Walkman*. London: Sage Publications in association with The Open University.
- Hall, Stuart (Ed.). *Representation, Cultural Representations and Signifying Practices*. London: Sage Publications in association with The Open University.
- Mackay, Hugh. (Ed.). (1997). *Consumption and Everyday Life*. London: Sage Publications in association with The Open University.
- Thompson, Kenneth. (Ed.). (1997). *Media and Cultural Regulation*. London: Sage Publications in association with The Open University.
- Woodward, Kathryn (Ed.). (1997). *Identity and Difference*. London: Sage Publications in association with The Open University.

Nas Fronteiras do Léxico - Análise morfológica da neologia formal no romance de ficção científica Hypérion

Idília Santos

Apesar da longa tradição e da diversidade das perspectivas que estudam a problemática da referência a entidades que não existem no mundo « real », a narrativa de ficção científica tem sido largamente ignorada pelos vários ramos dos estudos linguísticos e o seu estudo tem-se desenvolvido essencialmente na área da crítica literária anglo-saxónica que recorre a conceitos oriundos das Ciências da Linguagem para explicar as singularidades da narrativa de ficção científica (Suvin 2005; Csicsery-Ronay 1996; Delaney 2005 e Stockwell 2000).

O estatuto marginal deste tipo de discurso manifesta-se no facto de não ser estudado por si mesmo mas de algumas das suas características serem apresentadas a título de exemplo, de casos particulares, estranhos ou excepcionais, do funcionamento da língua ao nível da criação lexical (Aitchison, 1994) ou da construção de modelos de situação (Emmott, 1999).

Atribuindo à narrativa de ficção científica a posição central de corpus de análise linguística, pretendemos mostrar como a descrição morfológica do funcionamento da neologia formal neste tipo de discurso põe em evidência as contradições internas que manifesta a análise tradicional da neologia.

A apresentação estrutura-se da seguinte forma:

- Contextualização do estudo, e metodologia: preparação do corpus e extracção semi-automática dos neologismos formais,
- Enquadramento teórico e descrição dos processos de criação de unidades lexicais simples e complexas (composição, derivação e supressão); de formação de séries lexicais e de paradigmas de formação de palavras (Gaudin e Guespin 2000; Kerleroux 2003; Niklas-Salminen 1997; Sablayrolles 2002).

Palavras chave: lexicologia, neologia, ficção científica, morfologia.

Referências Bibliográficas:

- Aitchison, J. (1994). *Words in the Mind. An Introduction to the Mental Lexicon*. (2nd ed.). Oxford / Cambridge, Mass.: Blackwell Publishers.
- Csicsery-Ronay, J. I. (nº70 de Vol 23 de 1996). *The Seven Beauties of Science Fiction*. Obtido em 21-01-2010, de *Science Fiction Studies*: <http://www.depauw.edu/sfs/backissues/70/icr70art.htm>
- Delaney, S. R. (2005). *Some presumptuous Approches to Science Fiction*. In J. e. Gunn (Ed.), *Specuations on Speculation* (pp. 289-299). London: Scarecrow Press Inc.
- Delany, S. R. (1977). *The jewel-Hinged Jaw. Essays on Science Fiction*. New York: Berkeley Publishing Corporation.
- Emmott, C. (1999). *Narrative Comprehension*. Oxford: Oxford University Press.
- Gaudin, François et Guespin, Louis. (2000). *Initiation à la lexicologie française. De la néologie aux dictionnaires*. Bruxelles: De Boeck.Duculot.
- Kerleroux, F. (2003). *Morpho-logie : la forme et l'intelligible*. *Langages*, Volume 37, numéro 152, p. 12-32.
- Lehmann, Alise et Marthin-Bethet Françoise. (1998). *Introduction à la Lexicologie. Sémantique et morphologie*. Paris: Dunod.
- Niklas-Salminen, A. (1997). *La lexicologie*. Paris: Armand Colin/Masson.
- Sablayrolles, J.-F. (2002). *Fondements théoriques des difficultés pratiques du traitement des néologismes*.
- Stockwell, P. (2000). *The Poetics of Science Fiction*. Harlow: Longman.
- Suvin, D. (2005). *Estrangement and Cognition*. In J. e. Gunn (Ed.), *Speculations on Speculation*. London: Scarecrow Press Inc.

A abordagem à linguagem escrita na etapa final da educação pré-escolar

Maria Helena Horta
José Alberto Gonçalves
Manuel Reyes Santana

A pesquisa que temos vindo a desenvolver, no campo da abordagem à linguagem escrita na educação pré-escolar (Horta, 2007, 2010), levou-nos a querer aprofundar o conhecimento nesta área, nomeadamente no que às práticas desenvolvidas pelos educadores de infância, na etapa final da educação pré-escolar, diz respeito, em particular nos Jardins de Infância da rede pública do sotavento algarvio. Com o estudo que nos propomos realizar, pretendemos:

- Conhecer como as questões da abordagem à escrita são plasmadas nos Projetos Curriculares de Grupo.
- Conhecer as principais estratégias e atividades de abordagem à escrita, desenvolvidas pelos educadores, na etapa final da educação pré-escolar.
- Conhecer a posição dos educadores relativamente ao papel que atribuem à abordagem da linguagem escrita como um potencial factor de sucesso escolar.
- Conhecer se os mesmos têm consciência da importância desse seu papel como elemento propiciador de futuro sucesso escolar, em termos de continuidade educativa.

No processo de alfabetização, a linguagem escrita surge como resultado de um ambiente sociocultural cujo desenvolvimento está diretamente relacionado com as pessoas, com os seus padrões de comunicação, sendo a linguagem escrita utilizada como forma de mediar as atividades da vida quotidiana (McNamee, 1996). Para além disso, por vivermos numa sociedade alfabetizada, é atribuído ao ensino da escrita e da leitura um papel primordial, uma vez que, como é reconhecido por praticamente todos, se trata de uma condição sine qua non para a realização de todas as aprendizagens subsequentes, nomeadamente as escolares (Lopes, 2004).

O estudo que nos propomos desenvolver será de natureza qualitativa, assente numa perspectiva construtivista e desenvolvimentista e a recolha e análise dos dados, com recurso essencialmente às técnicas da entrevista e da observação, basear-se-á na grounded theory, de Glaser & Strauss (1967).

Com o objetivo de proceder a uma triangulação dos dados, como forma de dar consistência e validade ao estudo e, ambicionando uma investigação coerente com a teoria triárquica das atitudes, consideraremos uma metodologia de investigação aberta, pelo que não descartamos outras possibilidades de recolha de dados para além das que a seguir se enunciam:

- a) A análise documental;
- b) Técnica da entrevista;
- c) Observação.

Palavras-Chave: Linguagem escrita; educação pré-escolar; práticas educativas; sucesso escolar; continuidade educativa.

Literacia: O caso português no contexto internacional - Uma análise diacrónica

Paula Cristina Lopes

A investigação sobre LITERACIA, um domínio emergente em Portugal, tem sido polarizada em torno de dois modelos autónomos, embora fortemente complementares: o modelo 'cognitivo' e o modelo 'social'. Estes dois tipos de 'apropriação' do real têm por base referenciais teórico-empíricos distintos (quantitativos-extensivos e/ou qualitativos-intensivos). A nossa análise põe em evidência o conceito de literacia (isto é, as competências de processamento da informação de vários tipos, na vida quotidiana; os "saberes em uso") e foca os principais estudos internacionais de literacia numa perspectiva diacrónica, com especial enquadramento do caso português, avaliando conclusões, modelos e métodos de investigação.

Estudar as competências reais de literacia das populações tem-se tornado uma preocupação crescente a nível internacional nas últimas décadas. Portugal, ao integrar grandes estudos como os da OCDE, da UNESCO ou da União Europeia, revela-se e revela as suas fragilidades, e o seu 'atraso' problemático, incómodo. Mas não estamos sós. Os estudos têm mostrado níveis surpreendentemente elevados de iliteracia em populações mais ou menos escolarizadas como a norte-americana, a canadiana ou a francesa. Na verdade, este novo tipo de analfabetismo, de incapacidade em processar informação, afecta grande parte da população mundial, apesar do progressivo aumento da certificação e qualificação escolar das populações. Não existe, portanto, uma relação simples e absoluta entre 'perfis de literacia' e 'níveis de instrução' de uma população.

Em Portugal, a nível académico, a proliferação de estudos nesta área traduz, de forma natural, um processo de escolarização tardia, fruto de uma democratização tardia. É o caso de "Literacia Mediática e Cidadania: Perfis de estudantes universitários da Grande Lisboa", investigação que desenvolvemos no ISCTE-IUL desde 2009, com bolsa de doutoramento da Fundação para a Ciência e a Tecnologia, e que responde a um apelo à pesquisa sobre literacia mediática, manifesto claramente na 'agenda' da União Europeia.

Palavras-chave: Literacia, Estudos sobre literacia, Modelos teórico-empíricos, Metodologias de investigação.

O processo de interpretação de textos literários na universidade

Rita Baleiro

Nesta comunicação revelamos os primeiros resultados da nossa investigação sobre a literacia da leitura literária no ensino universitário. Numa primeira parte, apresentamos a nossa definição de literacia da leitura literária. Uma definição elaborada a partir do modelo de literacia proposto por Bill Green (1999), da análise dos pressupostos teóricos da teoria transaccional da leitura literária (Iser, 1974; 1978 e 2000; Rosenblatt, 1938; 1978 e 2005), da análise de conteúdo de catorze programas de unidades curriculares de literatura de quatro universidades portuguesas e, também, da análise de conteúdo de doze entrevistas a professores de língua e literatura no ensino superior. Na segunda parte, descrevemos e analisamos as competências ou capacidades de literacia da leitura literária manifestadas em quarenta e seis ensaios sobre textos literários escritos por alunos que frequentam a Licenciatura em Línguas, Literaturas e Culturas, variante de Estudos Portugueses e Ingleses, da Faculdade de Ciências Sociais e Humanas da Universidade Nova de Lisboa.

A opção metodológica subjacente à escolha dos ensaios prendeu-se, em primeiro lugar, com o facto de o ensaio ser um instrumento de avaliação de longa tradição no contexto universitário e, em segundo lugar, com o facto de o ensaio sobre um texto literário ser uma das formas de entrarmos no espaço mental do leitor, permitindo-nos, assim, identificar quais as competências ou capacidades de literacia da leitura literária convocadas pelos alunos no processo de interpretação do texto literário.

Os resultados da nossa investigação revelam que a maioria dos estudantes (i) opta por se centrar nos conteúdos semânticos do comportamento das personagens e nos núcleos temáticos dos textos; (ii) não se centra na análise dos pormenores estilísticos e formais do texto; (iii) não estabelece associações com outros textos literários e/ou outras manifestações artísticas; (iv) não dá particular relevo à informação biográfica do autor e à contextualização histórica-sociocultural do momento de produção do texto; (v) que a identificação do género do texto é uma opção que frequentemente orienta a direcção dos seus movimentos interpretativos.

Em suma, podemos afirmar que a maioria dos alunos elabora uma interpretação mais pessoal e emotiva e menos académica e especializada do texto literário.

Palavras-chave: Literacia, ensino superior, leitura literária.

Referências bibliográficas:

- Green, B. (1999) The New Literacy Challenge. *Literacy Learning: Secondary Thoughts*, vol.7, nº1: 36-46.
- Iser, W. ([1974]1978). *The Implied Reader: Patterns of Communication in Prose Fiction from Bunyan to Beckett*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Iser, W. ([1978]1980). *The Act of Reading: A Theory of Aesthetic Response*. Baltimore: John Hopkins University Press.
- Iser, W. (2000). *The Range of Interpretation*. Nova Iorque: Columbia University Press.
- Rosenblatt, L.M. ([1938]2005). *Literature as Exploration* (3ª ed.). Nova Iorque: The Modern Language Association.
- Rosenblatt, L.M. ([1978]1993]). *The Reader, The Text, The Poem: The Transactional Theory of the Literary Work*. Carbondale, Illinois: Southern Illinois University Press.
- Rosenblatt, L.M. (2005). *Making Meaning with Texts: Selected Essays*. Portsmouth, New Hampshire: Heinemann.

ABSTRACTS

TURISMO

TOURISM

Metodologia de investigação da percepção da qualidade de vida dos residentes num destino turístico

Ana Isabel Renda
Júlio da Costa Mendes
Patrícia Oom do Valle

Esta investigação analisa a questão da percepção dos residentes sobre a influência do turismo na sua qualidade de vida. Discute-se a felicidade e a satisfação com a vida (componentes subjectiva e objectiva da qualidade de vida), de modo a compreender se os residentes atribuem valor positivo ao turismo na avaliação que fazem da sua qualidade de vida.

A revisão da literatura considerada na investigação, baseia-se em estudos como os de Andereck et al (2007), a Cummins (1997), Diener (1995) Gursoy & Rutherford (2004), Kim (2002), Ko & Stewart (2002), Moscardo (2009), Perdue et al (1999), Vargas-Sánchez et al (2009), William & Lawson (2001), e considera duas principais áreas teóricas que definem o seu quadro conceptual: em primeiro lugar a percepção de qualidade de vida em dois processos complementares e interdependentes - a satisfação com a vida (medida pela percepção do bem-estar material e ao nível da segurança e da saúde) e a felicidade (medida pela percepção de bem-estar emocional e comunitário). Em segundo lugar, a percepção do impacto do turismo (medida pela percepção dos impactos económicos, sociais, culturais e ambientais). A avaliação da influência de factores como a proximidade de residência na principal área turística, a frequência e o tipo de contacto com os turistas e a dependência económica em relação ao mesmo, bem como o nível de desenvolvimento do turismo da área de residência são também factores relevantes para a análise e por isso são considerados no estudo.

Este artigo tem como objectivo a explicitação da abordagem metodológica adoptada na investigação, nomeadamente no que diz respeito à pesquisa realizada no município de Loulé: numa fase exploratória as entrevistas, a observação participante e a recolha de informações e, numa segunda fase, os princípios metodológicos utilizados para a construção do questionário a aplicar a uma amostra de residentes deste município.

Palavras-chave: residentes; qualidade de vida, felicidade, percepção do impacto do turismo.

Lakes and destination image: Exploring methodological issues

Ana Isabel Rodrigues
Antónia Correia
Metin Kozak

The purpose of this paper is to demonstrate the importance of landscape in destination image research, focusing on lakes as a new form of tourism. Special attention will be given to the use of landscape perception methods in destination image assessment, illustrating the utility of Volunteer-Employed Photography (VEP). The article concludes with some theoretical and practical implications regarding the use of this technique in destination image assessments, particularly in what concerns lake tourism destinations.

Since its emergence in 1970's, destination image research has been demonstrating that landscape is one of the main image attribute for tourism destinations. According to the multidimensional nature of destination image started with Echtner and Ritchie model (1991, 1993), landscape is not only considered a functional attribute, based on a specific natural setting, but also as a psychological attribute, since it contributes to an emotional and affective interpretation of the destination. Landscape provides a general feeling or atmosphere and, consequently, a more holistic impression. Its importance is justified by a more recent approach in destination image studies, the cognitive-affective, started with Gartner (1993), enhanced by Baloglu and Brinberg (1997) and Martin et al (2008), among others. Besides this and because destination image is a multidimensional concept, landscape can even be responsible for a unique feature or aura of destinations. This paper intends to demonstrate the VEP as a successful technique in landscape assessment, mainly in destinations where lakes are the main resource. This is a fundamentally reflexive, pictorial and experiential technique, encouraging tourists to consider their views, perceptions and experiences in depth, bringing them into their consciousness. This paper illustrates VEP as a potential visual methodology for image studies. Finally, the focus here will also be on theoretical and practical implications of landscape assessments in order to enhance destination image studies on lake areas, such as Alqueva Lake.

Keywords: destination image, landscape, VEP, lake tourism

Key references:

- Baloglu, S., Brinberg, D. (1997). Affective Images of Tourism Destinations, *Journal of Travel Research*, 34 (4): 11-15.
- Echtner, C., Ritchie, B. (1991). The Meaning and Measurement of Destination Image, *Journal of Tourism Studies*, 2(2): 2-12.
- Echtner, C., Ritchie, B. (1993). The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment, *Journal of Travel Research*, 31 (4): 3-13.
- Gartner, W. (1993). Image Formation Process. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 2 (2/3): 191-215.
- Martin, H. & Bosque, I.A.R. (2008). Exploring the Cognitive-Affective Nature of Destination Image and the Role of Psychological Factors in its Formation. *Tourism Management*, Vol. 29, pp.263-277.

Webmarketing e a imagem do destino Algarve

Célia Veiga

Um dos principais objectivos das DMOs é diferenciar o destino através da criação de uma imagem forte e positiva, assente na unicidade e autenticidade do destino. A Gestão da Marca assume neste contexto um importante papel (Pike, 2005, Ooi, 2004, Cai, 2002) mas dificultado pelas particularidades dos destinos turísticos (Govers, 2005, Pike, 2005; Howie, 2003; Morgan et al.; 2002). A sua aplicação aos destinos tem originado uma ampla discussão no seio da comunidade científica.

A Gestão da marca pressupõe uma abordagem consistente na transmissão dos seus valores (Clarke 2000) facilitando a formação das percepções dos turistas e o posicionamento do destino de uma forma distintiva face à concorrência (Ooi, 2004).

Uma das dimensões da consistência da marca é a da imagem projectada do destino. No domínio do webmarketing, a imagem do destino é projectada através dos elementos textuais e pictóricos. Os diferentes elementos que constituem a marca devem ser consistentes entre si. Para além disso, as imagens do destino promovidas pelos websites de diferentes entidades públicas e privadas devem igualmente ser consistentes devido ao carácter holístico da imagem (Ooi, 2004:110).

A ausência desta consistência pode gerar confusão no turista, o que pode por sua vez contribuir para aumentar o nível de risco percebido, e em última instância inviabilizar a escolha do destino, com implicações sérias sobre a competitividade do mesmo. Clarke (2000) refere a esse propósito que o branding é um importante mecanismo redutor do risco.

Objectivos específicos:

1. Identificar as dimensões da imagem projectadas pelo website da Entidade Regional do Turismo do Algarve, www.visitalgarve.com,
2. Analisar a consistência da imagem veiculada entre os elementos textuais e fotografias presentes no www.visitalgarve.com,
3. Identificar as dimensões e a consistência da imagem do destino Algarve veiculada pelos principais operadores turísticos nos maiores mercados emissores.

A concretização dos objectivos anteriores contribuirá para o objectivo geral da tese de doutoramento, avaliar a contribuição do webmarketing para a modelo de gestão de marca que concilie os diferentes intervenientes do processo.

A metodologia a seguir é de natureza qualitativa, através da análise de conteúdo dos elementos textuais e de imagem apoiada pelo software Atlas-ti.

Palavras-chave: Algarve, destino turístico, imagem, marca, webmarketing.

La satisfacción del turista cultural enológico

Cristina de La Orden Reyes
Alfonso Vargas Sánchez

Tras una revisión de la literatura publicada sobre la satisfacción del turista cultural, hemos planteado un modelo teórico explicativo de dicha variable, que hemos testado en la comarca del Condado de Huelva. Hemos estudiado de una manera empírica la satisfacción del turista cultural enológico que visita las bodegas de dicha zona vitivinícola, centrándonos, sobre todo, en las causas y efectos que provocan la satisfacción/insatisfacción de estos visitantes, como pueden ser: masificación, autenticidad, relación calidad-precio, expectativas, percepción de la calidad, etc. Para ello se administró de manera personal un cuestionario estructurado a los visitantes, analizando los datos obtenidos mediante la técnica PLS para el contraste de las hipótesis del modelo.

Palabras claves: satisfacción, turista cultural, enoturismo

Referencias:

- BARROSO CASTRO, C. (2000). Factores Organizativos que influyen en las percepciones de los clientes en el ámbito de los servicios. Consecuencias para la rentabilidad. Proyecto de Investigación. Sevilla.
- 2BARROSO, C.; CEPEDA, G. Y ROLDAN, J.L. (2005). "Investigar en Economía de la Empresa: ¿Partial Least Squares o Modelos Basados en la Covarianza?. Best Papers Proceedings 2005. El Comportamiento de la Empresa Ante Entornos Dinámicos. Congreso Anual, XV Congreso Hispano-Francés de AEDEM (19). Num. 19. Vitoria. AEDEM. 2005. Pag. 625-634
- BIGNÉ, J.E., SÁNCHEZ, M.I. y SÁNCHEZ, J. (2001): "Tourism Image, Evaluation Variables and After Purchase Behaviour: Inter-Relationship". *Tourism Management*, Vol.22, pp.607-616.
- BIGNÉ, E. y ANDREU L. (2004a). "Modelo Cognitivo-Afectivo de la Satisfacción en Servicios de Ocio y Turismo." *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresa*, nº 21 pp. 89-120.
- BLOEMER, J.; DE RUYTER, K. Y WETZELS, M. (1999) Linking perceived service quality and service loyalty: A multi-dimensional perspective. *European Journal of Marketing*, 33 (11/12), 1082-1106.
- BONINK, C. AND RICHARDS, G. (1992) Cultural Tourism in Europe. A Transnational Research Initiative of the ATLAS Consortium. ATLAS, University of North London, October.
- CARTA EUROPEA DEL ENOTURISMO (2005). III Congreso de Museos de Vino en España el 25 de febrero de 2005 en Laguardia (Álava).
- CARUANA, A. (2002): "Service Loyalty. The Effects of Service Quality and the Mediating Role of Customer Satisfaction". *European Journal of Marketing*, Vol.36 (7-8), pp.811-828.

Heading out? Stay connected: Exploring new patterns of destination marketing and consumption through online photo sharing

David W. Weston

The popularity of social networking continues to grow at an astonishing rate. Social media has been embraced as a marketing tool for virtually all products and services, tourism destinations are no exception. Technology now allows a tourist to immediately share an image electronically with a potential audience of millions and destination marketers are keen to harness the power of user-generated content.

Consumers are increasingly turning to social media as a source of peer-generated information about products and services. Research on this topic suggests that a perceived lack of influence by commercial entities on social media engenders trust in these sources. The level of integration of social media with online destination marketing has however led to a possible blurring of the boundaries between truly unbiased and independent user-generated content and the promotional strategies of destination marketers. This research uses online photo sharing as a means with which to investigate the influence of destination marketers on information shared by consumers in social media.

The creation of destination identity through commercial images circulated in media, and the tourist motivation to recreate and reinforce these images through their own photography is a subject receiving increasing attention (Xiaobo, 2010; Ponting, 2009, Canton and Santos, 2008; Daye, 2005). This research builds upon the theory of a circle of representation in tourism photography (Urry, 1990; Crawshaw and Urry, 1997; Hall, 1997) which suggests that travel is inspired by the desire to gaze upon and capture visuals that one has seen previously in photographs, to then share these recycled images with others. Through an adaptation of 'visitor elicited photography' (Garrod, 2009; MacKay and Couldwell, 2004), the methodological approach analyses the content of a sample of travel photographs shared on the social networking site Facebook with images used in destination promotional material in order to to evaluate similarity. In addition, qualitative data from interview with both consumers and destination marketers and a review of comments posted online in connection with shared travel photography is synthesised to achieve a deeper analysis. The research project is ongoing and preliminary findings will be presented.

Keywords: social networking, travel photography, destination marketing, trust, Facebook.

References:

- Canton, K. and Santos, C. A. (2008) Closing the Hermeneutic Circle? Photographic Encounters with the Other. *Annals of Tourism Research*, 35 (1) pp. 7 – 26
- Crawshaw, C. and Urry, J. (1997) Tourism and the Photographic Eye. In: Rojek, C. and Urry, J. (eds.) *Touring Cultures: Transformations of Travel and Theory*. London, Routledge.
- Daye, M. (2005) An analysis of the Caribbean holiday experience in the UK national press. In: Crouch, D., Jackson, R. and Thompson, F. (eds.) *The Media & The Tourist Imagination, Converging Cultures*. Oxon, Routledge. pp. 14 – 26.
- Garrod, B. (2009) Understanding the Relationship between Tourism Destination Imagery and Tourist Photography. *Journal of Travel Research*, 47 (3) pp. 346 – 358.
- MacKay, K. J. and Couldwell, C. M. (2004) Using Visitor-Employed Photography to Investigate Destination Image. *Journal of Travel Research*, 42. pp. 390 – 396.
- Ponting, J. (2009) Projecting Paradise: The Surf Media and the Hermeneutic Circle in Surfing Tourism. *Tourism Analysis*, 14 pp. 175 – 185.
- Urry, J. (1990) *The Tourist Gaze*. London, Sage.
- Xiaobo, S. (2010) *The Imagination of Place and Tourism Consumption: A Case Study of Lijiang Ancient*

The role of the sensescapes in tourism experiences in rural areas

Dora Agapito
Júlio Mendes
Patricia Valle

Despite the fact that it is well documented that the human senses influence consumer behaviour, there is a lack of studies focusing a holistic approach to the five senses (Hultén et al., 2009). Indeed, tourism studies have been systematically focused on the visual component of the tourist experience. Current research suggests that, in addition to the landscapes approach, tourism studies should integrate the soundscapes, the smellscapes, the tastescapes and the geography of touch (Govers et al., 2007; Rodaway, 1994; Urry, 2002).

Specifically in the countryside, tourist experiences are highly based on a diversified collection of undeveloped resources that creates multiple sensory effects. In this context, rural environment, differing from the features of the urban environment, can play an important role in the tourist experience intensity (Farrell, 2000; Sharpley and Jepson, 2010).

This study starts with the following initial research question: "What is the role of the sensescapes in the perception of tourism experiences in rural areas?" The main objective is to measure the tourist sensorial experience (in loco and after a rural setting visit), understanding the contribution of the sensescapes to the experience intensity and its relationship with emotions, perception of quality, satisfaction and loyalty. In a marketing perspective, the research aims at contributing to the improvement of the tourist experience themes offered in rural areas and their communication based on the articulation of the five senses combined into larger domains (Gretzel and Fesenmaier, 2003). It is expected that the sensory experience contributes to the long-term memory and, consequently, to the tourist loyalty (Pine and Gilmore, 1999).

This communication presents part of the literature review related to the sensescapes construct, approached from different disciplines, such as marketing, neuroscience, psychology, anthropology, philosophy and geography, conceptualizing the role of the sensescapes in tourism. It is also discussed the mixed methodology, qualitative and quantitative, proposed by the research.

Keywords: sensescapes, tourism experience, rural areas

- Farrell (2000) Nature. In J.afari, ed. *Encyclopedia of Tourism*, London, Routledge, 409-410.
- Govers, Go and Kumar (2007) Virtual destination image: a new measurement approach, *Annals of Tourism Research*, 34, 4, 977-997.
- Gretzel and Fesenmaier (2003) Experience-based Internet Marketing: An Exploratory Study of Sensory Experiences Associated with Pleasure Travel to the Midwest United States. In Frew, Hitz and O' Connor, eds. *Information and Communication technologies in Tourism*, Vienna, Austria, Springer Verlag, 49-57.
- Hultén, Broweus and Dijk (2009) *Sensorial Marketing*, London, Palgrave Macmillan.
- Pine and Gilmore (1999) *The Experience Economy: Work Is Theatre & Every Business a Stage*, USA, Harvard Business School Press.
- Rodaway, Paul (1994) *Sensuous Geographies: body, sense and place*, London, Routledge.
- Sharpley, Richard and D. Jepson (2011) Rural Tourism: A spiritual experience? *Annals of Tourism Research*, 38,1, 52-71.
- Urry, J. (2002) *The Tourist Gaze*, 2nd ed., London, Sage Publications.

Is Golf women-friendly?

Helena Reis
Antónia Correia

The British introduced golf worldwide but many golf clubs excluded women, based on cultural male-dominated tradition. Nevertheless, many women prevailed in golf and currently account for 20% to 25% of the golf population. These women are slowly introducing visible changes.

This paper aims to highlight the opportunity that marketers and practitioners of the industry have, to understand those changes and make golf a women-friendlier environment.

Our research stems from the Ecological System Theory (Bronfenbrenner, 1979): one can only understand the individuals by understanding their environments. Crawford and Godbey (1987) sustain that 3 dimensions of factors are found within the individuals' environments: (i) intrapersonal, (ii) interpersonal and (iii) structural factors. These factors function as constraints/facilitators (Jackson, 1997; Raymore, 2002) to women's experiences in leisure and sports. By examining how women perceive these factors we may understand their option for golf.

Researchers indicate that, the structural factors are among the strongest inhibitors to women's participation. By confirming their conclusions, we will advance guidelines to motivate women's involvement in golf.

From the literature, we developed a model and applied it to a set of Portuguese women golfers. The main analytical method was the in-depth interview. Interview duration ranged from 1h45 to 4h30. Twenty-one interviews were recorded and transcribed. The sample ranged from the Portuguese golf champions, to women who are now initiating golf practices. Our objective is to clarify how and to what extent women perceive gender norms and procedures in golf.

Results confirm previous research found in literature and show that some women are "unaware" (McGinnis, Gentry & McQuillan, 2009:20) of gender asymmetries, while others fit what these authors term as "unapologetic" (2009:20).

This study is limited since it is not representative of a broader female population. Nevertheless, the findings of the study enhance a discussion that, if applied to a larger sample, could provide some highlights to capture new market segmentation - women.

Keywords: gender, discrimination in golf participation, facilitators/constraints

References:

- Bronfenbrenner, U. (1979). *The Ecology of Human Development – Experiments by Nature and Design*. Harvard University Press, Cambridge.
- Crawford, D.W. and Godbey, G. (1987). Reconceptualizing barriers to family leisure. *Leisure Sciences*, 9, 119-127.
- Jackson, E. (Ed.). *Constraints to Leisure*. Venture Publishing Inc., State College, PA, pp. 75-88.
- McGinnis, L. and Gentry, J. W. (2006). Getting Past the Red Tees: Constraints Women Face in Golf and Strategies to Help Them Stay. *Journal of Sport Management*, 20, 218-247.
- McGinnis, L.; Gentry, J.; McQuillan, J. (2009). Ritual-based Behavior that Reinforces Hegemonic Masculinity in Golf: Variations in Women Golfers' Responses. *Leisure Sciences*, 31 (1), 19 – 36.
- Raymore, L. (2002). Facilitators to Leisure. *Journal of Leisure Research*, 34, 37-51.

Desenvolvimento de produtos turísticos inovadores. Um imperativo para evitar o declínio dos destinos turísticos maduros

Margarida Santos
Ana Maria Ferreira
Carlos Costa

Decorrente da revisão da literatura efectuada verificou-se que os factores susceptíveis de influenciar negativamente a capacidade de competir dos destinos turísticos em fase de maturidade se podem agrupar em torno de quatro grandes áreas. A primeira área reporta-se à deterioração das infra-estruturas do destino, a segunda relaciona-se com a gestão dos destinos, nomeadamente a falta de visão estratégica com que são conduzidos, a terceira área refere-se a alguma perda da vitalidade económica desses destinos e a quarta grande área identificada diz respeito aos impactos que a actividade do turismo teve sobre o território, nomeadamente os impactos ambientais, sociais e culturais.

Em face do exposto, é nossa convicção que basear a criação desses produtos na paisagem cultural dos destinos não somente permite atingir os objectivos de diferenciação e criação de experiência únicas e autênticas, como permite a conservação da própria paisagem cultural do destino mediante a manutenção de práticas ancestrais ou modernas, nomeadamente ligadas à agricultura, ao artesanato ou mesmo a pequenas indústrias de cariz mais artesanal, evitando que o turismo se torne uma monocultura.

Após uma extensa revisão da literatura concluímos que os modelos para a criação de novos produtos turísticos existentes se encontram numa fase de desenvolvimento muito rudimentar face aos modelos existentes quer para produtos tangíveis quer até para os serviços. Neste sentido, é nosso objectivo propor um modelo para o desenvolvimento de novos produtos turísticos que assente em simultâneo nos recursos nucleares do destino, nas necessidades dos turistas actuais e que obedeça a um processo de desenvolvimento estruturado.

Palavras-chave: competitividades destinos maduros, produtos inovadores

Cooperação entre actores locais para o desenvolvimento turístico do Baixo Alentejo

Marta Isabel Casteleiro Amaral

Muitos teóricos (Bramwell e Lane 2000; Hall 1999; Gunn 1994; Timothy 1998; Jamal e Getz 1999) reconhecem a necessidade de estabelecer relações de cooperação sob a forma de parcerias entre os vários actores que, directa ou indirectamente, intervêm no processo de desenvolvimento turístico. Perante uma envolvente tão turbulenta, dinâmica e imprevisível, e uma indústria tão fragmentada (em particular no nosso país), esta tarefa de coordenar e cooperar não se revela fácil, em particular quando se pretende promover o desenvolvimento turístico nas áreas mais rurais, à escala regional e local. Os factores obstaculizantes são muitos, mas a colaboração entre os vários actores em sectores diferenciados (privado, público, associativo e a comunidade local) é fulcral, como forma de garantir a própria sustentabilidade do desenvolvimento turístico.

A presente comunicação insere-se, assim, numa investigação de doutoramento em Turismo, cujos objectivos gerais consistem em analisar a importância atribuída pelos actores locais à cooperação no desenvolvimento turístico da região; analisar a existência e eficácia de redes de cooperação; e verificar a importância dada pelos actores à necessidade de estabelecer redes de cooperação entre sectores.

Para aferir a cooperação entre os actores locais e cumprir a realização empírica deste estudo, o quadro teórico assenta na teoria inter-organizacional presente em alguns estudos reconhecidos (Getz e Jamal 1994 e 1997; Selin e Chavez 1995 e Selin e Myers 1998), bem como no modelo do desenvolvimento de parcerias (Gray 1989) e na teoria da cooperação (Axelrod 1984).

A presente investigação irá utilizar uma amostra dos actores do sector privado (empresários) estratificada por concelhos, estes últimos seleccionados segundo o critério dos fluxos turísticos, e uma amostra de actores pertencentes ao sector público.

As técnicas de recolha de dados basear-se-ão no inquérito estruturado (empresários) e na entrevista semi-estruturada (municípios).

Para confirmar ou contrapor as opiniões obtidas, é intenção recorrer à técnica do Focus Group, com outros actores intervenientes.

Palavras-chave: desenvolvimento e planeamento turístico; cooperação e parcerias; redes inter-organizacionais.

Facts and discourses on tourism development in Portmán (Murcia)

Raúl Travé Molero

Since the seventies, Portmán, a small village of one thousand and twenty inhabitants, in the Mediterranean coast (Murcia - Spain), has been surrounded by an overwhelming urban development of residential tourism, well symbolized by sites such as La Manga. While most of the Murcian coast was built up, Portmán was living for and from the mining industry, controlled by the corporation Peñarroya. The mining industry decline started in the eighties, and by 1991 it has just left behind a devastating environmental landscape, completely covering the big bay of Portmán with mining waste. The future as a tourism destination Portmán's villagers had dreamt of for thirty years faced both the environmental disaster and Peñarroya owners' own projects.

The facts and the discourses of the stakeholders (fishermen, miners, shopkeepers, young people...) regarding tourist development [1], analyzed from a diachronic perspective, are the main focus of my research. The study is particularly interested in how the media, and the ideology of development, as cultural mediations [2], shape the community's attitude towards the different modes of tourism development.

Methodology:

- Ethnographic fieldwork: participant observation and in-depth interviews.
- Analysis of newspapers and periodicals from 1967 to 2010.

Findings:

- Since the seventies Tourism activity surrounding Portmán has influenced the way locals perceived themselves.
- The regional media started building up Portmán as a potential tourism environment before it actually received any tourists.
- The traditional social networks favored the creation of a local public opinion.

Key words: tourism, anthropology, cultural mediations, hegemony, citizenship

Key references:

- [1] Martín Barbero, J. (1987) De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Gustavo Gili, Barcelona.
- [2] Nogués A. M. (2008), "A contextual approach to the power relation between tourism and development", in Burns P. and Novelli M., Tourism Development. Growth, myths and inequalities, pp. 141-158, Cab. International, Wallingford.

The effects of the internet on Andalusian hotels' bookings

Rodrigo Martín-Rojas
V́ctor Jeśs Garća-Morales
Antonio Mihi Raḿrez
María Teresa Bolívar Ramos

The purpose of this paper is to highlight the influence of organizational learning and personal information technology innovativeness in hotels through information and communication technologies (Internet).

Nowadays, globalization is changing the way companies work and compete among them. Information and Communication Technologies let achieve this competition. This research examines the effects of the Internet, as the main tool of information and communication technologies, on low-cost airlines and organizational performance on the lodging sector, specifically in hotels. This is showed through the previous influence of organizational learning on the Internet. Based on extant literature, we develop a theoretical model that shows the interrelations between these concepts.

The hypotheses were tested using data from a questionnaire which was sent to CEOs in hotels by the University of Granada, getting a resulting outstanding sample of 327 in Spanish hotels.

The population for this study consisted of the main hotels, in the region of Andalusia in southern Spain, according to the Tourism from Andalusia database (2003). We chose this sector because it represents the greatest percentage, billing volume and employment volume in the Spanish economy.

The LISREL 8.30 program was used to test the theoretical model. We obtained positive results which supported all our hypotheses. The resulting significant differences in chi-square indicate that the constructs are not perfectly correlated and that discriminant validity is achieved. Then we could obtain relationships which lead to a higher organizational performance, but only through information communication technologies and low cost airlines.

In addition to this, the relationships we tried to demonstrate were only achieved by indirect effects on organizational performance. Then organizational learning processes at hotels and personal information technology innovativeness let a indirect higher organizational performance.

Finally, the implications obtained indicate that if a hotel use the Internet it may achieve a competitive advantage, whereas if a hotel promote organizational learning processes and an innovative culture, through personal information technology innovativeness, the company may achieve a sustainable competitive advantage what increase the sales, revenues, bookings and consequently higher performance.

Keywords: internet, Andalusian Hotels' bookings, organizational learning, low cost airlines.

Key references:

- Agarwal, R., & Prasad, P. (1998). A Conceptual and Operational Definition of Personal Innovativeness in the Domain of Information Technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.
- Buhais, D. (2003). *eTourism: Information Technology for Strategic Tourism Management*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Covin, J.G., & Slevin, D.P. (1991) A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 16, 7-25.
- DiBella, A., Nevis, E., & Gould, J. (1996). Understanding Organizational Learning Capability.

Golf and destination brand personality: the Algarve vs its main competitors

Rosária Pereira
Antónia Correia
Ronaldo Schutz

This paper aims to explore to what extent golf tourism in the Algarve is promoted by using specific characteristics of the region to elaborate its promotional narratives or by using a global approach, common to other golf destinations. The study also verifies whether the traits found in human and brand personality models are used to promote golf destinations.

This research was based on the collection and comparative analysis of promotional texts of 45 Portuguese and 45 foreign websites in order to identify the common descriptors used to promote golf destinations and the specific attributes of the Algarve as a golf destination.

The software 'word smith' was used, as a main analytical method, to calculate the frequency of each adjective in the overall text. Moreover, the percentage of each adjective in the overall number of websites indicates the representativeness of each adjective for each category.

After eliminating repetition, different degrees of adjectives and frequencies under 5%, the remained adjectives were grouped into categories according to different types of attributes found on a golf destination. Findings show that the majority of adjectives is used worldwide. The Algarve is not promoted with a very specific set of adjectives. Traits from the Big-Five Model of Personality and from the Brand Personality Model are barely used to promote golf destinations worldwide and particularly the Algarve.

The findings show that golf destinations are not personified and that there is no evident differentiation as far as websites' promotional texts are concerned. It appears that golf tourism uses a common approach to communicate globally. Therefore, a specific scale must be drawn including a wider set of brand personality traits.

Former studies aiming to assess a destination brand personality have mainly applied Aaker's (1997) brand personality scale to destinations. This research represents a first step towards the creation of a brand personality scale specifically designed for golf destinations, by using promotional texts from golf courses and destinations' websites as a generation source for destination brand personality traits. Directions for future research will be to use this set of adjectives on a brand personality scale in a golf destination and test it to assess its reliability.

Keywords: branding, golf destinations, brand personality, online promotion

The importance of brand country in international strategies of tourism promotion

**Víctor Vicente Fernández Bendito
Antonio M. Ramírez
Víctor J. G. Morales
Rodrigo Martín-Rojas**

Countries compete in international markets to attract tourists, firms, factories and talented people (Kotler & Certner, 2004), creating clearly differentiated images and tourism identities (Wicks, & Schuett, 1991; Fürsich, & Robins, 2008), so they have more and more reasons to control their international image and brand country. Given the important role of tourism communication strategies (Pröll & Retschitzegger, 2000), and tourism and travel information related to the place we are going to visit (Lu & Lu, 2004), both by adopting tools of marketing and promotion from new perspectives that claim the heterogeneity strategic positioning (Camisón, 2007), even as a good sales tool to inspire and impress customers (Wicks & Schuett, 1991; Beerli & Martin, 2002; Andereck, 2005) in order to achieve an effective promotion (Boyne & Hall, 2004; Kotler, 2007).

So we analyze the presence of the brand country printed elements in promotional campaigns of France, Italy and Spain from last years, since the image (topical, global or differential) as mental representation of target exerts a strong influence on consumer behavior in tourism (Galí et al., 2005; González et al., 2005, Cano, 2006). So brand country also plays an important role to extent images of destinations with strong, positive, distinct and recognizable are more likely to be chosen by tourists (Beerli & Martin, 2002).

The methodology used in this research consists in a multivariable comparative analysis with a descriptive statistical nature, with a longitudinal sight of consecutive samples (2005-2010). Our results show that success of promotional destination lies in high percentage to beat the nearest competitor destinations, as evidenced by the Spanish experience with its competitors both classic Mediterranean destination (France and Italy) as with emerging destination (Greece, Tunisia, Morocco, Turkey).

Keywords: Tourism Planning, brand country, Tourism image, promotion

Segmentation in e-tourism. Differentiation of international tourism promotion campaigns through e-brochures

**Víctor Vicente Fernández Bendito
Antonio M. Ramírez
Víctor J. G. Morales
Rodrigo Martín-Rojas**

A country has to specify what it wants to sell and to whom it wants to offer it to have success in competitive sector such as tourism (Kotler, 2004; Egger et al. 2007). For this reason the tourism sector is progressively promoting new products aimed at very concrete segments of the market (Buhalis, 1998; Chung & Buhalis, 2008). It is also directing its strategies towards more specialized services and a more complete consumer's integration (Mittal, & Baker, 2002; Werthner & Ricci, 2004; Petti & Ndou, 2006); Steinbauer & Werthner, 2007).

Nevertheless, process of creating differentiated tourism images and identities (Wicks, & Schuett 1991; Fürsich, & Robins, 2008) and that of influencing on the decisions to visit a place are complex tasks (Beerli & Martín, 2002; Stergiou, & Airey, 2003; Morosan & Fesenmaier, 2007; Teichmann & Zins, 2008). So the main purpose of this paper is to analyse the level of specialization of some international tourism information campaigns, of National Tourism Offices-NTO (reference element in the international centralized promotion of a country brand) (Paulo & Moutinho, 1992; Gaudie, 2000; Han & Mills, 2006; Lo & Law, 2007), in the main European countries which receive tourists, through the images of their electronic brochures present in the websites.

The methodology used in this research consists in a multivariable comparative analysis with a descriptive statistical nature, with a longitudinal sight of consecutive samples (2008-2010) of Spain, France and Italy. Our findings confirm that images of e-brochures exposed in official websites of these countries periodically consulted (1) show a very complex and generalized offer of tourism products with several standardized typologies (2) with very significant values and specifically aimed to very concrete sectors and (3) with a great variety of modalities for most of the consumers groups.

Keywords: tourism Marketing, NTO websites, tourism promotion, e-brochures,

Locating Istanbul on the cultural map of Europe: A critical evaluation of Istanbul 2010 European Capital of Culture

Ülke Evrim Uysal

The European Capital of Culture event has been launched in various European cities to revitalize urban economy and culture. As multiple cities began to bear this title, several aspects like urban regeneration, transformation of cultural industries, architectural creativity and aesthetics, urban governance and participation, revitalization and conservation of urban cultural heritage have been main topics of discussion. The event is expected to enhance its cultural assets and contribute to the European culture. Istanbul, the first European Capital of Culture outside of the EU, has welcomed the title with great enthusiasm and expectations while Turkey's EU candidacy is culturally questioned. Clearly, 2010 will be remembered as a golden year in terms of cultural activities in Istanbul. On the other hand, following international recognition of Istanbul's cultural legacy, both European Capital of Culture's benefits to Istanbul and Istanbul's contribution to European urban culture are yet in question. This paper attempts to evaluate Istanbul 2010 European Capital of Culture and discuss the limits of this mutual relationship.

In this study, I will critically evaluate how the European Capital of Culture event affected Istanbul's urban cultural scenes, urban redevelopment and conservation of cultural heritage, urban governance and citizen participation. Based on data available (The Istanbul European Capital of Culture Agency's surveys and publications, tourism statistics and reports) and concerning previous cultural capitals, I will discuss Istanbul's contribution as a cultural capital to Europe's vision of culture. In analyzing Istanbul 2010 the European Capital of Culture, I will consider and categorize cultural events in 2010, urban redevelopment and conservation projects, architectural visions and tourism promotion strategies.

Keywords: European Capital of Culture, Istanbul, urban tourism, cultural tourism

Key references:

- Erkip, F. (2000) Global Transformations versus Local Dynamics in Istanbul: Planning in a Fragmented Metropolis. *Cities* 17(5), 371-377.
- Gezici, F., & Kerimoğlu, E. (2010). Culture, tourism and regeneration process in Istanbul. *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 4(3), 252-265.
- Griffiths, R. (2006). City/Culture Discourses: Evidence from the Competition to Select the European Capital of Culture. *European Planning Studies*, 14(4), 415-430.
- Richards, G. (1999). The European Capital of Culture Event: Strategic Weapon in the Cultural Arms Race? *Journal of Cultural Policy*, 6(2), 159-181.
- Richards, G., & Wilson, J (2004). The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies*, 41(10), 1931-1951.
- Uzun, N (2010). Urban Governance in Istanbul. *Analise Social* 197,757-770
- Zukin, S (1995) *The Cultures of Cities*. Blackwell, Oxford.

POSTERS

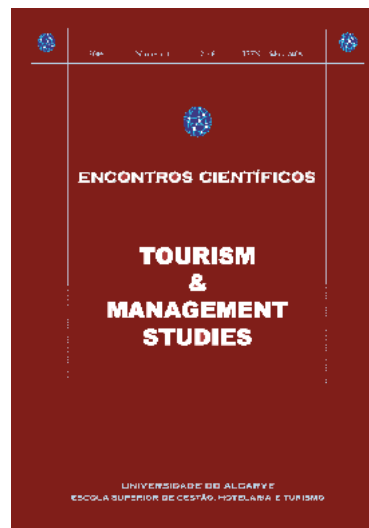
O desempenho a longo prazo das empresas que emergiram da falência

Fernando Teixeira

O trabalho aqui realizado tem como objectivo verificar o comportamento do mercado à introdução de empresas, que estiveram protegidas ao abrigo do Chapter 11, no mercado secundário. Para tal foi necessário perceber se os retornos anormais ajustados ao risco após a emergência da falência não são estatisticamente diferentes de zero. Neste trabalho iremos utilizar como metodologia o calendar time. A opção pela utilização do calendar time deve-se à maior robustez que esta metodologia apresenta quando comparada com os BHAR ou com os CAR. Mitchell e Stafford (2000) analisaram as diversas metodologias utilizadas na avaliação dos retornos anormais e também concluíram que o calendar time é a abordagem mais apropriada para esse efeito. A opção por um período mais alargado, do que no estudo de Eberhart, Altman, Aggarwal (1999), na análise que está a ser efectuada prende-se com a tentativa de perceber qual o desempenho a longo prazo das empresas que emergiram públicas após o Chapter 11. Neste estudo optámos, tal como Barber e Lyon (1997), por utilizar empresas de controlo para determinar o nosso retorno esperado. Para tal, definimos dois tipos de empresas de controlo. As primeiras foram escolhidas de acordo com a dimensão, o rácio book-to-market e a indústria; as segundas, pela dimensão e rácio book-to-market. Estas empresas de controlo têm como objectivo eliminar os desvios relacionados com o novo prospecto e o reequilíbrio, e com o problema da assimetria. Ang e Zhang (2004) argumentam que, além disso, o método de empresas de controlo supera outro problema importante, que é associado ao facto de o evento não estar próximo do centróide da respectiva carteira, encontrado na abordagem de carteira de referência.

Palavras-Chave: falências, chapter 11, IPOs, calendar time

Publicação das comunicações



Após o seminário, os participantes são convidados a submeter os respectivos artigos para eventual publicação nas revistas da ESGHT Dos Algarves <http://www.dosalgarves.com> (com peer review) e Encontros Científicos <http://www.tmstudies.net> (com arbitragem científica).

A revista Dos Algarves tem como objectivo primordial a divulgação da produção científica dos docentes e alunos da Escola Superior de Gestão, Hotelaria e Turismo (ESGHT) da Universidade do Algarve nas suas diversas áreas do saber (gestão e áreas afins, turismo, hotelaria, línguas e literaturas, informática, entre outras).

As áreas temáticas da revista Encontros Científicos abrangem o Turismo, a Gestão e a Fiscalidade.

A submissão dos artigos deve der efectuada directamente nos sites das respectivas revistas.

Publication of articles



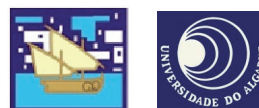
After the conference, participants will be invited to submit their papers for publication in one of the following ESGHT journals: Encontros Científicos <http://www.tmstudies.net> (with scientific peer review) and Dos Algarves <http://www.dosalgarves.com> (with peer review).

The main objective of the journal Dos Algarves is the publishing the academic and scientific work from the faculty and alumni of the School of Management, Tourism and Hospitality (ESGHT) of the University of the Algarve.

Encontros Científicos - Tourism & Management Studies is a peer reviewed academic publication in the areas of Tourism and Management.

The submission of papers should be done directly at the websites of the journals.

Organização



Apoios

