

TMS CONFERENCE SERIES (2013)

# COMPETITIVIDADE, MARKETING E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO E COMUNICAÇÃO NO TURISMO

Editores:

Célia Ramos

Marisol Correia

Francisco Serra

José Santos

Paulo Águas

## ÍNDICE

<b>PREFÁCIO</b> .....	9
<b>Capítulo I</b> .....	11
O que determina a competitividade dos destinos turísticos? Um estudo aplicado às áreas regionais de turismo de Portugal .....	13
<i>Cristina Estevão</i>	
<i>Sara Nunes</i>	
<i>João Ferreira</i>	
Competitividade turística regional no período 2001-2009: Uma aplicação da análise de quotas de mercado.....	25
<i>Sérgio Guerreiro</i>	
<i>Sofia Almeida</i>	
El <i>benchmarking</i> de ciudades como herramienta para lograr estrategias innovadoras en turismo idiomático. Caso de York (Inglaterra) y Córdoba (España).....	39
<i>Inmaculada Piédrola Ortiz</i>	
<i>Carlos Artacho Ruiz</i>	
<i>Eduardo J. Villaseca Molina</i>	
Relacionamento interorganizacional e competitividade do destino turístico de negócios de Cuiabá (MT) Brasil. ....	51
<i>Roberta Leal Raye</i>	
<i>Maria José Barbosa de Souza</i>	
<i>Miguel Anjos Verdinelli</i>	
<i>Francieli Boaria</i>	
Turismo y competitividad: Un enfoque de <i>benchmarking</i> .....	63
<i>Yahilina Silveira Pérez</i>	
<i>Dainelis Cabeza Pullés</i>	
<i>Francisco Javier Llórens Montes</i>	
<i>María del Mar Fuentes Fuentes</i>	
O efeito da munificência no comportamento estratégico e no desempenho organizacional: Um estudo setorial nas agências de viagens de Florianópolis e Balneário Camboriú/SC.....	79
<i>Lineu Muniz Filho</i>	
<i>Miguel Angel Verdinelli</i>	
<i>Carlos Ricardo Rossetto</i>	
<b>Capítulo II</b> .....	93
Proposta de modelo de atratividade turística e recomendação em mídia social .....	95
<i>Mariana Coelho</i>	
<i>Marlusa Gosling</i>	
Aplicação do índice de desenvolvimento turístico às regiões da Grande Lisboa e do Oeste de Portugal.....	109
<i>Nuno M. Jorge Miranda</i>	
<i>Paula Odete Fernandes</i>	
<i>Rui da Conceição Pimenta</i>	
Segmentação de mercado: Intercâmbio internacional para pessoas com mais de 50 anos em Balneário Camboriú – SC - Brasil .....	123
<i>Carlos Alberto Tomelin</i>	
<i>Dóris Van de Meene Ruschmann</i>	
<i>Daniela Argenta</i>	
Comportamento do consumidor em aeroportos: A percepção do passageiro sobre os restaurantes, bares, lanchonetes, cafés e similares localizados nos terminais de passageiros.....	135
<i>Lilian de Oliveira Moura</i>	

<i>Caissa Veloso e Sousa</i>	
Marketing turístico para a costa da Lagoa: Florianópolis/Brasil.....	147
<i>Aline Cleuza Laureano</i>	
<i>Rudimar Antunes Da Rocha</i>	
La imagen del destino como elemento determinante en la definición del perfil del turista cultural actual. El caso de Plasencia en España .....	159
<i>José Manuel Hernández-Mogollón</i>	
<i>Elide Di-Clemente</i>	
<i>José Antonio Folgado-Fernández</i>	
<i>Ana María Campón-Cerro</i>	
Ser consumido ou não: a questão das relações entre o consumidor turista e a população do distrito de Lavras Novas – MG .....	173
<i>Vanuza Bastos Rodrigues</i>	
<i>Ester Eliane Jeunon</i>	
<i>Cristiana Fernandes De Muyllder</i>	
<i>Jefferson La Falce</i>	
<i>Kely Cesar Martins Paiva</i>	
A deficiente divulgação da cidade de Boa Vista – RR pela web .....	183
<i>Rafael Moraes Pereira</i>	
<i>Georgia Patrícia da Silva</i>	
O discurso da mídia sobre o agroturismo em Santa Rosa de Lima-SC: influências sobre a atividade no processo de consolidação como modelo de referência de turismo rural comunitário .....	199
<i>Felipe Borborema Cunha Lima</i>	
O marketing das radiolas de <i>reggae</i> em São Luís–MA, Brasil: Significados e aspectos simbólicos.....	211
<i>Fabio Abreu Santos</i>	
<i>Rita de Cássia de Faria Pereira</i>	
A legalidade do guia de turismo e sua importância na atividade econômica: Implicações para o consumidor, efeitos jurídicos e sociais .....	223
<i>Levi Freire de Oliveira Junior</i>	
<i>Fabio Romero de Oliveira e Silva</i>	
<b>Capítulo III</b> .....	235
Os media sociais como uma ferramenta de comunicação e marketing no turismo: Uma análise das atividades online dos principais atores portugueses .....	237
<i>Vitor Roque</i>	
<i>Rui Raposo</i>	
Aplicación de las TIC en los portales turísticos españoles .....	261
<i>Raquel Villalba Trujillo</i>	
<i>Laura Martínez Caro</i>	
<i>Soledad María Martínez María-Dolores</i>	
La medición de la eficacia publicitaria y usabilidad de herramientas travel 2.0 a través de la técnica de <i>eye-tracking</i> .....	275
<i>Janet Hernández Méndez</i>	
<i>Francisco Muñoz Leiva</i>	
Características del proceso de difusión de internet en turismo rural .....	289
<i>M<sup>a</sup> Isabel Diéguez Castrillón</i>	
<i>Lidia Blanco Cerradelo</i>	
Redes sociales y sector hotelero.....	301
<i>Carlos Antonio Albacete-Sáez</i>	
<i>María del Mar Fuentes-Fuentes</i>	
<i>Ana María Bojica</i>	
<i>Matilde Ruiz-Arroyo</i>	

Tecnologia da informação e agências de viagens: Um estudo exploratório em Natal/RN ..	311
<i>Ralyson A. M. C. Soares</i>	
<i>Luiz A. M. Mendes-Filho</i>	
Relacionamento B2B no setor de serviços: uma análise das diferenças relacionais entre a cadeia de suprimentos de eventos sociais e eventos científicos .....	321
<i>Marizangela Gomes de Moraes</i>	
<i>Alexandre de Oliveira Lozi</i>	
A promoção do consumo consciente por meio da comunicação dos <i>websites</i> oficiais do destino turístico: O caso de Fernando de Noronha .....	333
<i>Viviane Santos Salazar</i>	
<i>Michelle Helena Kovacs</i>	
<i>Cristiane Salomé Ribeiro Costa</i>	
La calidad de servicio online y de su recuperación a través de dispositivos fijos: Una comparación entre los jóvenes portugueses y españoles.....	343
<i>María Pilar Llopis Amorós</i>	
<i>Vanessa Roger Monzó</i>	
<i>Myriam Martí Sánchez</i>	
<i>María Guijarro García</i>	
La influencia del tamaño de empresa en el uso de TIC en el sector hotelero .....	357
<i>Eva Martínez Caro</i>	
<i>Antonio Juan Briones Peñalver</i>	
<i>Francisco García Sainz</i>	
A contribuição de mídias sociais para o processo de decisão de compra de produtos turísticos por consumidores brasileiros.....	365
<i>Antônio Claret Guerra</i>	
<i>Aleixina Maria Lopes Andalécio</i>	
O acesso <i>on-line</i> a informação na decisão do consumo de lazer: Um estudo de caso com universitários em Belo Horizonte/Brasil .....	377
<i>Sérgio Chaves Caldas</i>	
<i>Caissa Veloso e Sousa</i>	
La borrosa línea de la web 2.0.....	389
<i>Javier Camacho Mateos</i>	
<i>Miguel Ángel Ríos Martín</i>	
<i>Félix A. Martín Velicia</i>	