

## EDITORIAL

O número de chegadas de turistas internacionais, a nível global, tem vindo a crescer de forma sistemática desde 2010, tendo em 2018 chegado aos 1.400 milhões, de acordo com dados da Organização Mundial de Turismo (OMT), representando um crescimento de 6% face ao ano anterior.

Dados de 2018 demonstram que a indústria da hotelaria e restauração, parte integrante do setor do turismo e viagens, é uma das atividades com maiores taxas de crescimento na economia, prevendo-se que as receitas globais dos hotéis tenham ultrapassado os 500.000 milhões de USD, e que a hotelaria e restauração representem, aproximadamente, 5% do Produto Interno Bruto (PIB) mundial.

O crescimento da indústria hoteleira, a sua importância para a economia em geral, e para o setor do turismo em particular, a maior exigência ao nível da qualidade e diversidade do serviço e o surgimento de novas tendências da procura e da oferta, são alguns dos fatores que justificam a investigação nesta área. Assim, o presente número da revista *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal (DAMeJ)* é dedicado, precisamente, à área científica da Hotelaria e Restauração e inclui seis artigos que ilustram a diversidade de temas de investigação e a interdisciplinaridade que é subjacente ao estudo da hospitalidade.

Os seis artigos que compõem este número são da autoria de investigadores de cinco instituições universitárias portuguesas e duas espanholas, e correspondem aos principais objetivos da revista: a divulgação de produção científica original de investigadores, neste caso, da área disciplinar da hotelaria, e realizada em diferentes instituições nacionais e internacionais, promovendo um espaço propício ao debate académico.

A importância da contabilidade de gestão na indústria hoteleira e a análise das práticas de orçamentação nos hotéis do Algarve, em contraponto à prática internacional, são temas abordados no artigo “Orçamentação nos hotéis em Portugal: Alinhamento com a prática internacional”.

O elevado crescimento da oferta de alojamento privado, para o qual contribuíram as recentes alterações ao nível da regulação do alojamento local, e a crescente procura de alojamentos alternativos aos tradicionais empreendimentos hoteleiros, justificam a análise comparativa dos regimes tributários aplicados em Espanha e em Portugal. As diferenças

existentes podem ter implicações ao nível da competitividade dos destinos e da rentabilidade dos estabelecimentos e são analisadas no artigo “El alojamiento privado turístico en España y Portugal: Comparativa regulatoria e influencia de su fiscalidad”.

O estudo de caso “A importância do marketing relacional na gestão do restaurante Sete Portes” evidencia a relevância do marketing relacional na gestão de um restaurante e o seu contributo para a criação de valor para os seus clientes. O desenvolvimento de uma estratégia de marketing eficiente não pode centrar-se apenas no cliente. Em consequência, as relações com os principais *stakeholders* como fornecedores, concorrentes, colaboradores e influenciadores, podem ser determinantes para a satisfação e fidelização de clientes.

No artigo “Theoretically encompassing B2C relationships in the hospitality industry” é feita uma revisão da literatura centrada no comportamento do consumidor e nos aspetos necessários para melhorar as relações *business-to-customer*. A oferta hoteleira e os diversos serviços disponibilizados aos clientes devem atender ao processo de tomada de decisões dos seus hóspedes, pelo que é fundamental que as empresas compreendam os aspetos relacionados com a utilização de tecnologias de informação e com as características pessoais e motivações dos seus clientes.

A hotelaria é uma indústria centrada nas pessoas, pelo que a formação dos seus recursos humanos é um dos aspetos centrais para garantir a qualidade do serviço. A utilização de novas metodologias pedagógicas que integrem ferramentas digitais, jogos e redes sociais pode contribuir para o aumento da formação e para uma maior motivação dos recursos humanos. O artigo “Gamification – Aplicação à indústria hoteleira” aborda a utilidade de uma plataforma formativa assente em *gamification* e identifica as principais necessidades formativas em três cadeias hoteleiras.

Este número fecha com o artigo “(Lu)gu: Leguminosas que brilham no escuro”, que aborda o desenvolvimento de um novo produto alimentar, através da metodologia de *Design Thinking*, pretendendo estimular o consumo de leguminosas, indo assim ao encontro da tendência da procura dos consumidores por produtos nutricionalmente mais equilibrados associados a um conceito de conveniência e de originalidade.

Por fim, gostaríamos ainda de deixar uma palavra de agradecimento a todos os que colaboraram na concretização deste número especial da revista *Dos Algarves: A Multidisciplinary e-Journal*, particularmente aos autores e aos revisores que assim se disponibilizaram e tanto contribuíram para o enriquecimento dos artigos que aqui apresentamos.

Carlos Monteiro & Maria José Marques