



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

O CONTRIBUTO DAS TIC NA COMERCIALIZAÇÃO/DIVULGAÇÃO DOS PRODUTOS E ATRACTIVOS TURÍSTICO-RURAIS NO MUNICÍPIO DE INHAMBANE

Autores

DOMINGOS MACAMO & EDSON NOVELA

Orientadores

Prof. Dr. Hélsio Azevedo & dr. Dramane Gouveia

Inhambane, Dezembro de 2018

OBJETIVOS

Geral

Compreender o papel das TIC na divulgação e promoção dos produtos e atractivos turístico-naturais do município de Inhambane

Específicos

- ✓ Identificar os locais de produção/existência de produtos e atractivos turístico-naturais no município de Inhambane;
- ✓ Caracterizar os produtos e atractivos turístico-naturais existentes no MI;
- ✓ Identificar as TIC que podem ser usadas para a divulgação/promoção dos produtos atractivos turístico-naturais no MI;
- ✓ Mostrar a relevância das TIC na divulgação/promoção dos produtos e atractivos turístico-naturais do município de Inhambane.

RESULTADOS

Variáveis	n	%
Número dos associados		
1-10 Membros	6	33.3
10-25 Membros	9	50.0
25-50 Membros	1	5.6
Mais de 50 membros	2	11.1
Estrutura organizacional das associações		
Um líder e outros são colaboradores	16	88.9
Um líder para cada número de membros previamente definido	2	11.1
Faixa etária dos associados		
Jovens incluindo adultos	4	22.2
Adultos incluindo idosos	8	44.4
Todos	6	33.3
Nível de escolaridade dos associados		
Ensino primário incompleto	6	33.3
Ensino primário completo	4	22.2
Ensino secundário incompleto	5	27.8
Ensino secundário completo	2	11.1
Nunca estudou	1	5.6
Total	18	100

PRODUTOS, FINALIDADE E ÉPOCA DE PRODUÇÃO

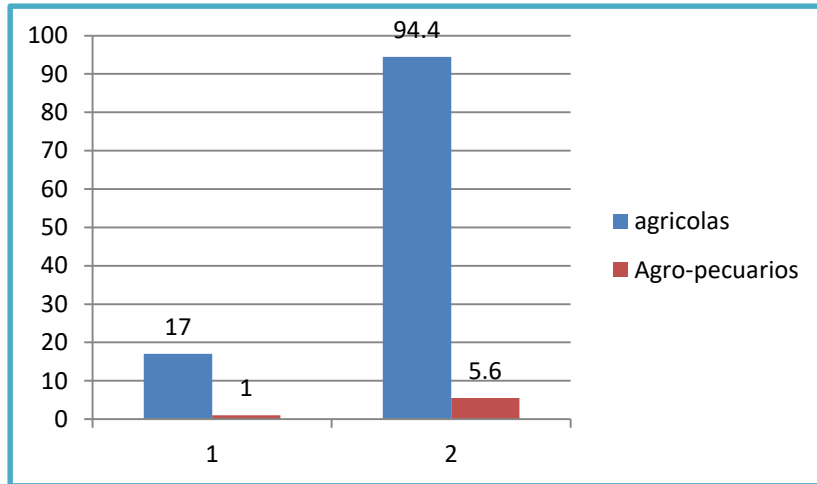


Figura 1 : Produtos das associações

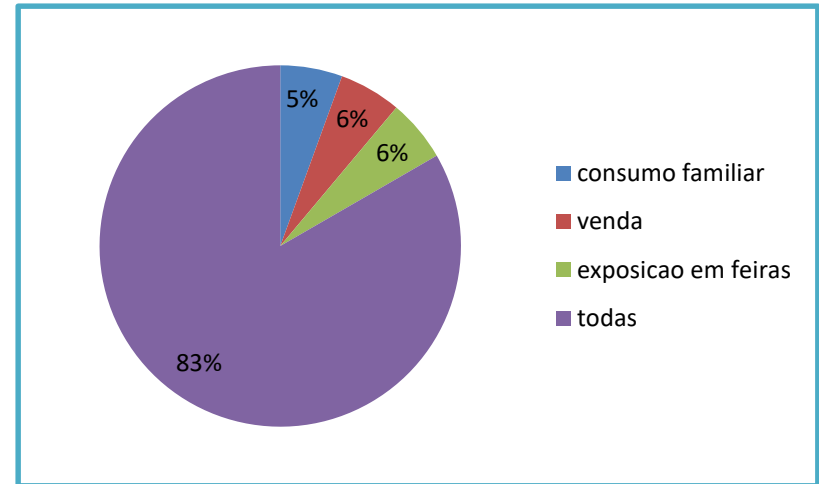


Figura 2: Finalidade dos produtos produzidos pelas associações

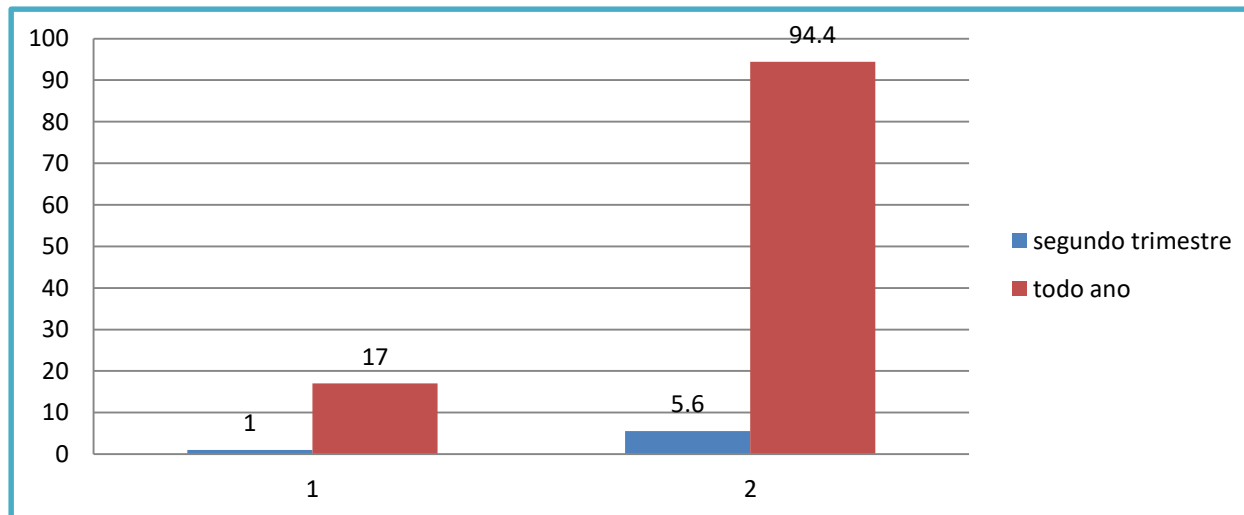


Figura 3: Época de produção dos produtos

Cont...

Figura 4: Local de comercialização dos produtos

■ a nível municipal ■ a nível distrital ■ a nível provincial

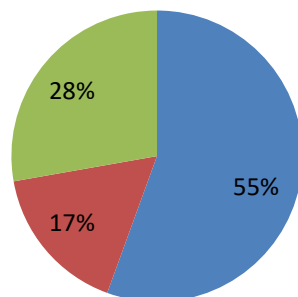


Figura 5: Cooperação entre associações

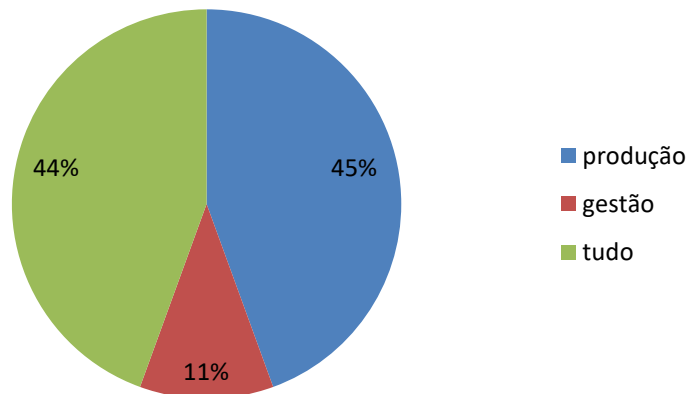
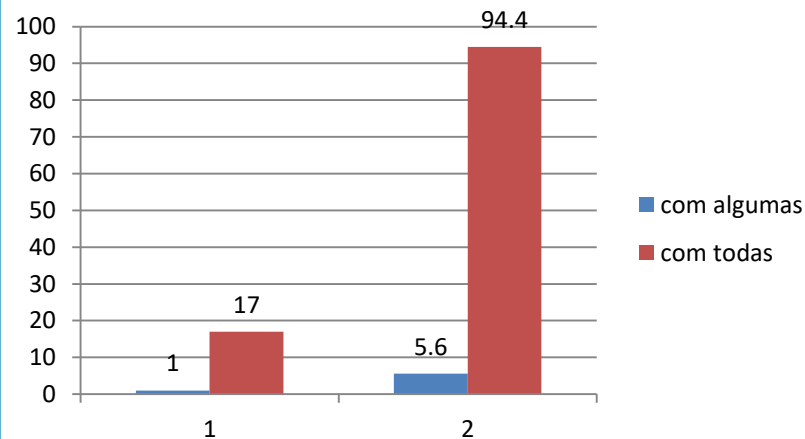


Figura 6: Fins da Cooperação

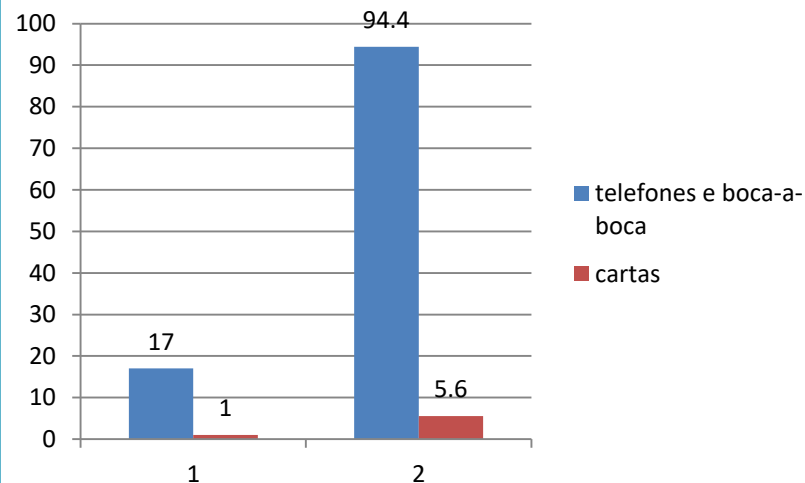


Figura 7: Meios de comunicação usados pelos associados

Cont...

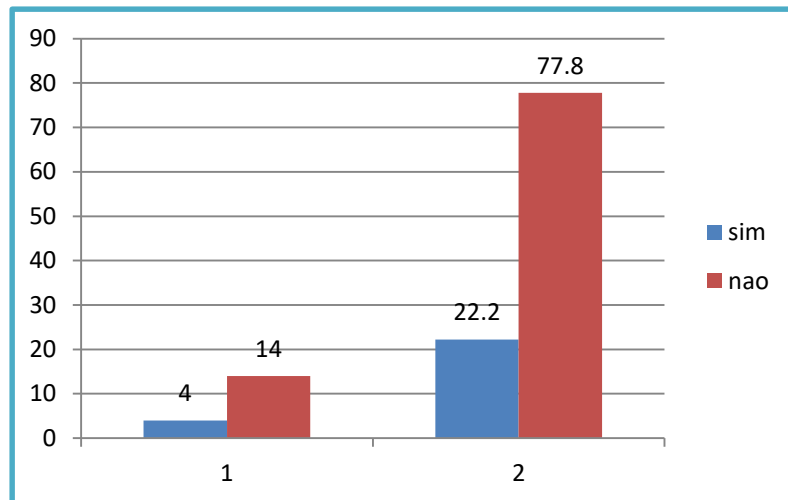


Figura 8: Uso de redes sociais

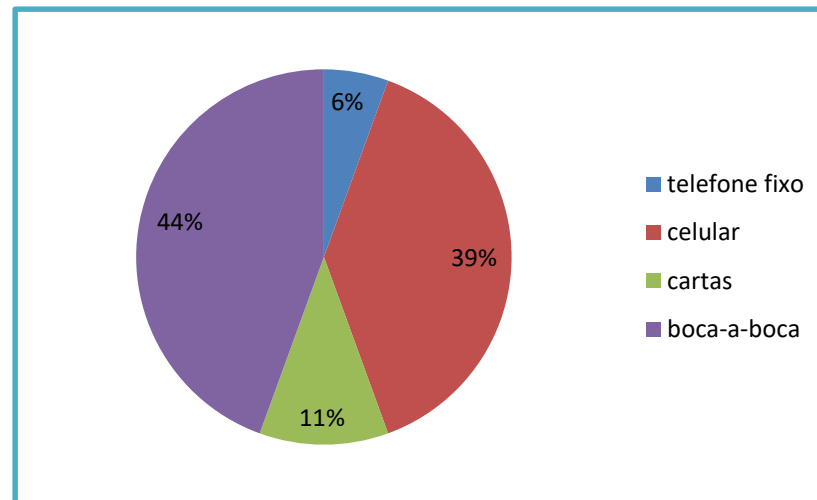


Figura 9: Meios usados para divulgação e comercialização

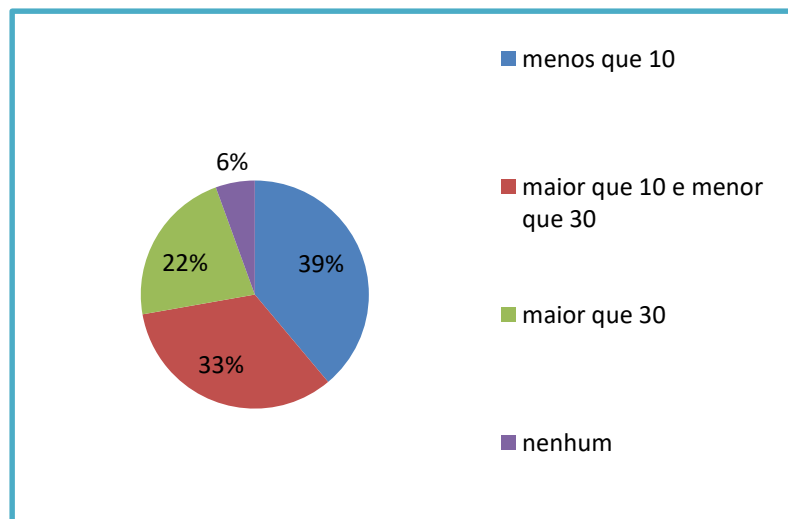


Figura 10: Domínios dos meios de comunicação usados

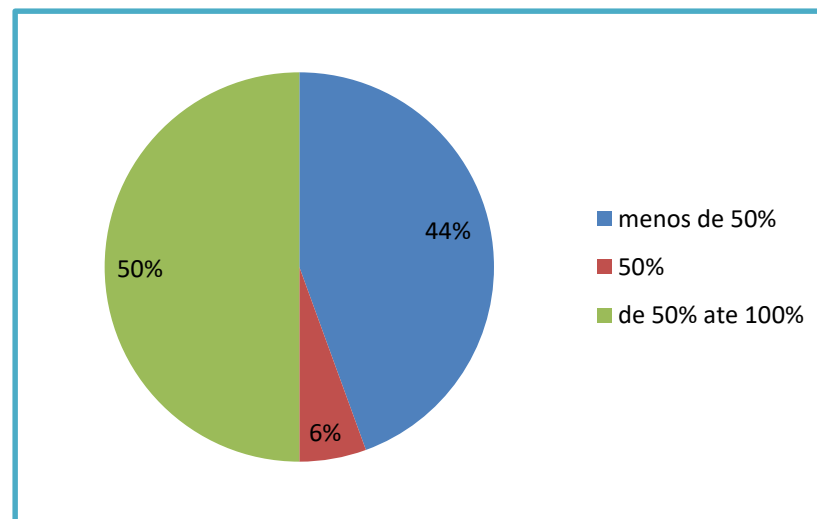


Figura 11: Acessibilidade e uso dos meios de comunicação

Cont...

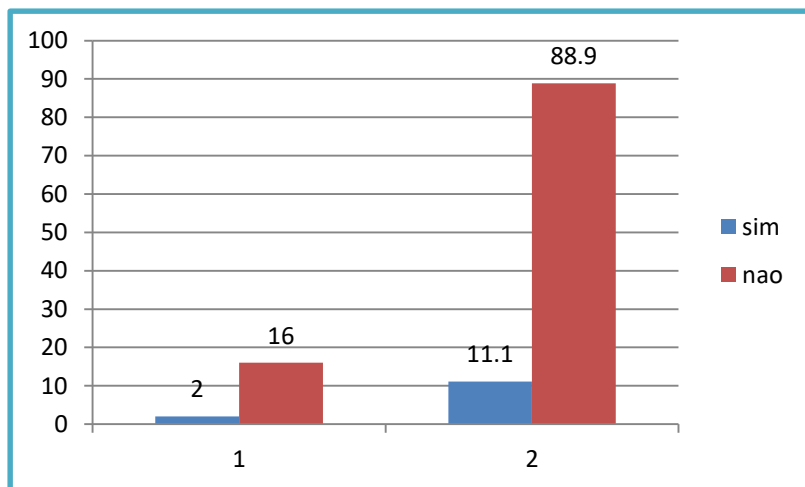


Figura 12: Acesso a internet

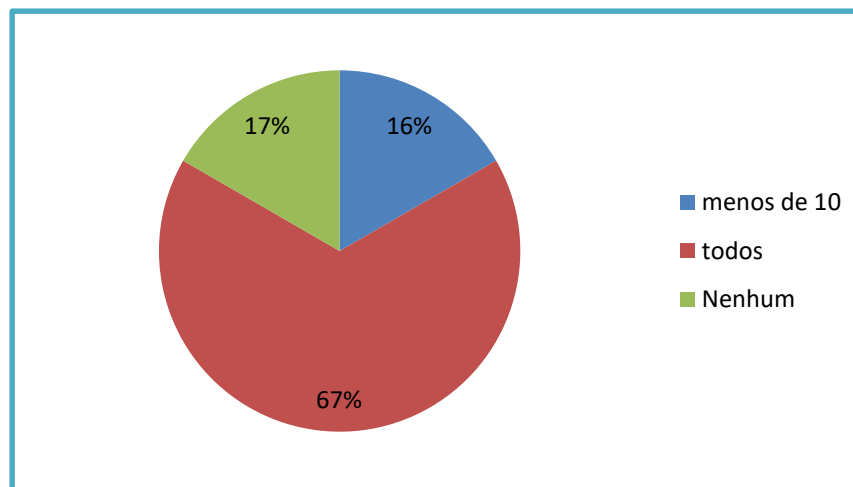


Figura 13: Responsáveis pela divulgação e comunicação

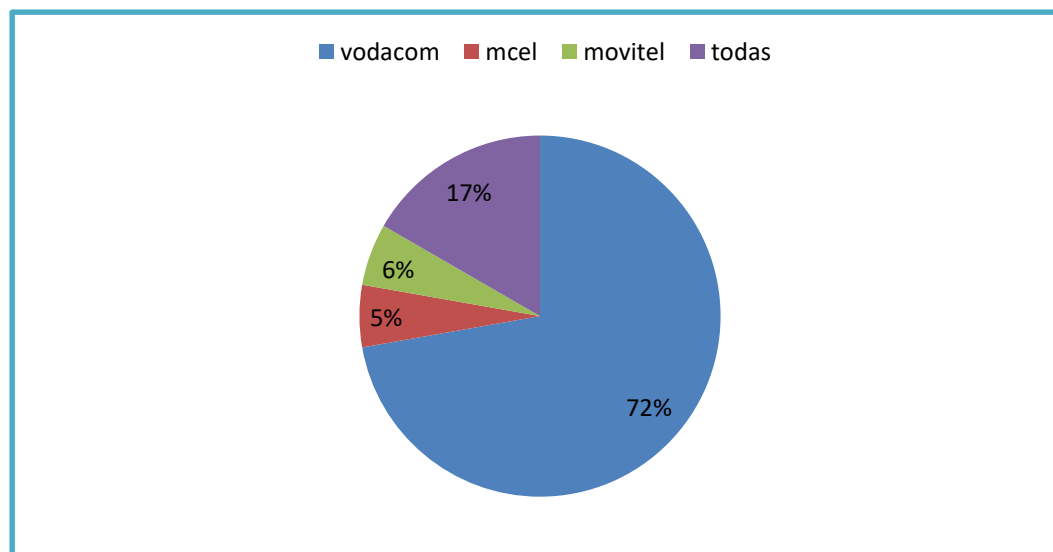


Figura 14: Rede de telefonia móvel usada

Cont...

Critérios de observação	Frequência	Percentagem (%)
Qualidade da rede móvel		
Bom	13	72.2
Razoável	5	27.8
Abrangência da comunicação entre os associados		
Bom	11	61.1
Razoável	7	38.9
Domínio dos meios de comunicações usados pelos membros das associações		
Bom	3	16.7
Razoável	14	77.8
Mau	1	5.6
Domínio dos meios de comunicação convencionais		
Bom	1	5.6
Razoável	4	22.2
Mau	13	72.2
Interação entre os associados		
Bom	15	83.3
Razoável	3	16.7
Uso de internet para fins de divulgação		
Razoável	2	11.1
Mau	16	88.9
Condições dos produtos das associações		
Bom	5	27.8
Razoável	13	72.2
Divulgação e comercialização dos produtos		
Bom	3	16.7
Razoável	9	50.0
Mau	6	33.3
Qualidade da cooperação entre as associações		
Bom	13	72.2
Razoável	4	22.2
Mau	1	5.6
Equipamento para criação de página online da associação		
Bom	1	5.6
Razoável	8	44.4
Mau	9	50.0
TOTAL	18	100

CONCLUSÃO

- Conclui-se que nas associações agrícolas do MI, apesar das dificuldades enfrentadas nas mesmas, há abundancia de produtos de qualidade, que podem ser oferecidos a nível municipal, provincial, nacional assim como internacional;
- A divulgação/ promoção desses produtos constata-se que ainda é muito fraca, devido ao facto de, muitas associações direccionarem os seus produtos apenas para o consumo familiar, vendendo os mesmo apenas em caso de abundância (excesso);

Cont...

- Nas associações usam-se algumas TIC como o caso de telefones/celular e computadores e acesso a internet, mas não são usados para fins de divulgação/ promoção dos seus produtos devido a falta de domínio dos mesmos;
- As TIC até podem ter esse potencial, entretanto uma série de ações precisam ser levadas a cabo pelas entidades que superintendem o sector da agricultura no MI, de modo a serem criadas condições para que o vasto potencial agropecuário do MI seja divulgado e conhecido como umas das melhores referências no que concerne a produção agropecuária e na oferta de melhores pacotes agroturísticos.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ABREU, N.R. COSTA, E.B. **um estudo sobre a viabilidade da utilização de marketing na internet no sector hoteleiro de maceió. 24o encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em administração**, 2000, Florianópolis, Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2000. CD-ROM.
- ALBERTIN, A.L. **Comércio Electrónico: Modelo, Aspectos e Contribuições de sua Aplicação**. São Paulo: Atlas, 2000.
- ALBERTIN, A.L. **Administração de Informática: Funções e Factores Críticos de Sucesso**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2001.
- BISSOLI, Maria A.M. **Planeamento turístico municipal com suporte em Sistemas de Informação**. São Paulo: Futura, 1999.
- BRODBECK, A.F. HOPPEN, N. **Modelo de alinhamento estratégico para implementação dos planos de negócio e de tecnologia de informação. 24º encontro anual da associação nacional dos programas de pós-graduação em administração**, 2000, Florianópolis, Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2000. CD- ROM.

Gratos pela atenção dispensada



Financiamento:

