

# O IMPACTO DOS SISTEMAS E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO NO TURISMO EM ESPAÇO RURAL NA REGIÃO DO ALGARVE

Ana Cristina Horta Corvo Dias Pego\* e Maria do Rosário de Abreu de Matos Bernardo\*\*

\*Mestrado em Gestão/MBA, Universidade Aberta

\*\*Professora Auxiliar, Universidade Aberta, Investigadora CAPP, ISCSP-UL

## RESUMO

Os sistemas e tecnologias de informação são considerados por vários autores como um dos vetores de crescimento das organizações rurais, nomeadamente de organizações de turismo rural, e também como um dos fatores de competitividade face a outras organizações. O presente artigo pretende apresentar os resultados dum estudo que teve por objetivo a investigação do uso de sistemas e tecnologias de informação no turismo em espaço rural (TER). O estudo foi direcionado às organizações de turismo rural na região do Algarve (Portugal) e procurou identificar o impacto dos sistemas e tecnologias de informação nas variáveis: tomada de decisão; satisfação dos gestores quanto ao uso dos sistemas e tecnologias de informação; qualidade do serviço de reservas de quarto; e resultados financeiros.

Foi efetuado um questionário eletrónico a 51 unidades TER da região do Algarve, que permitiu chegar á conclusão que, de uma forma global, a utilização dos sistemas e tecnologias de informação é encarada como importante pelos gestores das organizações TER, sendo que a utilização das tecnologias de informação está relacionada com o uso da pagina de internet e com o serviço de reservas de quartos *online*, enquanto que os sistemas de informação estão relacionados, na sua maioria, com o *website*, *front office*, serviço de quartos e andares. Por último, chegou-se à conclusão que a utilização de sistemas e tecnologias de informação ainda é reduzida e a aplicabilidade de novos métodos de gestão digital está pouco desenvolvida nas organizações rurais.

## PALAVRAS-CHAVE

Tomada de decisão. Satisfação quanto ao uso dos sistemas e tecnologias de informação. Resultados financeiros. Qualidade no serviço de reservas de quarto.

## 1. INTRODUÇÃO

O Turismo em espaço Rural (TER) tem sido considerado um motor de desenvolvimento em muitas sociedades rurais, constituindo uma oportunidade de diversificação das economias tradicionais (Silva Edwards et al., 2003) assente na perspetiva de algo apetecível para o turista e no empreendedorismo local. Os constantes desenvolvimentos tecnológicos e a utilização cada vez mais acentuada, e generalizada, da Internet e de sistemas e tecnologias de informação, tem levado as organizações rurais a procurar aproveitar a informação digital e a aplicação destas ferramentas na divulgação e promoção do produto rural, tornando-o sustentável e competitivo face a outras formas de turismo. Para Eusébio (2006) e Capucha (1996) o turismo rural constitui uma das atividades económicas com elevado potencial, na promoção do crescimento e diversificação rural. A importância crescente do TER deste na economia algarvia (3% do total nacional de Portugal de acordo com Turismo de Portugal (2008)) e a evolução tecnológica verificada nas organizações constituem fatores que conduzem à necessidade de estudar o impacto da utilização de sistemas e tecnologias de informação no TER, nomeadamente sobre as variáveis: tomada de decisão; resultados financeiros; qualidade do serviço de reservas de quarto; e satisfação quanto ao uso dos sistemas e tecnologias de informação.

O presente artigo está estruturado da seguinte forma, após esta introdução do estudo, é apresentado o enquadramento teórico, seguido de uma exposição das especificidades do TER, bem como a sistematização de sistemas e tecnologias de informação aplicáveis ao turismo, em geral, e ao TER em particular. Seguidamente é apresentada a metodologia de investigação e são descritos os resultados obtidos. Por fim são expostas as conclusões e algumas recomendações para o futuro.

## 2. ENQUADRAMENTO TEÓRICO

### 2.1 Sistemas e Tecnologias de Informação

A utilização de Sistemas de Informação (SI) nas organizações teve a sua origem na transformação da informação em conhecimento útil para a resolução de problemas identificados, principalmente, no processo de decisão, assente em vários períodos temporais, com o objetivo facilitar o acesso à informação integrada em qualquer lugar na organização. Para Turban et al. (2007) existem várias tipologias de SI, com o objetivo de estabelecer a conexão entre os vários departamentos na organização, de modo a gerar fluxos de informação estruturados e resolver problemas identificados pelos seus utilizadores; segundo os mesmos autores, as tecnologias de informação e comunicação (TI) mais utilizadas nas organizações são: comunicações sem fios, telecomunicações e redes, *software* e *hardware*, que permitem: desenvolvimento de sistemas, gestão da segurança, do risco e de dados. Nos últimos anos, a utilização de TI nas organizações deu origem a vários trabalhos de investigação, com o objetivo de estudar os seus impactos, dos quais resultaram algumas conclusões relevantes, entre elas: a identificação com o conhecimento e a inovação digital, onde a informação é um fator determinante para a evolução organizacional (Reis, 1999; López, 2013), pelo que a sua utilização permite um aumento da eficiência nas organizações através da codificação de fluxos de dados de informação e processamento, constituindo; um fator de dinâmica organizacional nas relações que se estabelecem nos vários níveis organizacionais, e por isso representam um benefício nas organizações e maior competitividade e divulgação da informação através do uso de *hardware*, *software*, tecnologia de gestão de dados, tecnologia de rede e serviços de tecnologia (Mehrtens et al. 2001), assim como, permite um melhor acesso à informação através da sua flexibilidade, veracidade, clareza, adequação, precisão, oportunidade, acessibilidade e compreensibilidade (López, 2013). A análise da utilização das TI nas organizações deve ser complementada com a relação que se estabelece entre o benefício da sua utilização e a mudança organizacional, ou seja, o benefício de utilização das tecnologias está relacionado positivamente com a mudança organizacional em termos de sistemas de informação abertos para *e-business*, clientes, fornecedores e parceiros, e também, com um novo modelo de negócio baseado na relação entre organizações e indivíduos (Serra, 2008). Assim, deverá ser privilegiado a planificação do uso das TI com o objetivo de uma maior competitividade e cooperação entre empresas, por uma lado, mas também a adoção do conhecimento digital, como reflexo das necessidades de informação e a mudança organizacional necessária para a sua utilização. O SI na organização reflete o uso das novas tecnologias e o impacto estratégico ao nível das necessidades sentidas dos orçamentos dos departamentos organizativos, medida através da relação entre os recursos disponíveis e a informação necessária para o seu desenvolvimento (Swanson, 1994), a sua implementação pressupõe uma estratégia de negócios em que a captação de informação interna e externa, conteúdos e processos organizativos se traduzem em informação correta e atempada na tomada de decisões, num melhor desempenho e benefícios, cooperação e na competitividade organizativa (Amaral et. al., 2005). De igual modo identifica-se que, a utilização da internet e outros fatores organizacionais, como as características das firmas, a competitividade e a gestão estratégica, a influência interna e externa, e especialmente, as novas tecnologias adotadas nas organizações (Mehrtens et al. 2001), constituem as causas para a divulgação e promoção da informação, e devem refletir a relação existente entre os benefícios percebidos da sua utilização, a leitura organizacional e a pressão externa a que a organização está sujeita.

## 2.2 Especificidades do Turismo em Espaço Rural

O mercado rural surge pela necessidade da reorganização econômica e social da sociedade contemporânea, reafirmando-se na tomada de consciência da necessidade de novos investimentos e mudanças estruturais em zonas desertificadas e com envelhecimento acentuado das populações. As mudanças estruturais verificadas nos últimos anos permitiram que a economia rural crescesse de forma sustentada e com um plano de reorganização econômica e social, suscitando uma nova perspectiva de evolução do TER. O mercado de turismo rural surge após o desenvolvimento do turismo nos anos 60, ao lado de outros tipos de turismo, como por exemplo: o ecoturismo, turismo cultural, turismo desportivo, turismo de saúde, turismo de negócios, e identifica-se como uma alternativa turística, sobretudo no contexto de destinos turísticos marcados por outro tipo de produtos e mercados (ex.: sol e mar). O turismo rural do séc. XX é considerado inovador e diferente em vários aspetos, por envolver um maior número de visitantes e ser influenciado pela maior possibilidade de deslocação, através do acesso generalizado ao transporte automóvel. Para Reichel et al. (2000) o turismo rural ocorre nas áreas rurais, construído no mundo rural e assente em organizações de pequena escala. A importância da ruralidade como um padrão crescente da procura do turismo apresenta-se como um dos fatores de maior importância para o desenvolvimento das zonas rurais, associado à ideia do natural e autêntico. A fundamentação da “ruralidade” está sujeita a uma análise mais profunda do seu crescimento e da sua influência na economia local, tornando-se necessário identificar a gestão adequada ao tipo de território, criação de novos empregos, conservação dos recursos naturais, apoio às atividades económicas tradicionais e comunidade em geral. A evolução do TER entre 1999 e 2008 reflete um crescimento moderado nas várias tipologias, apresentando-se como alternativa a outros produtos turísticos, destacando-se as “casas de campo” com maior crescimento, em termos de capacidade de alojamento e número de estabelecimentos. Relativamente à análise quantitativa, de acordo com o Turismo de Portugal (2008), o Algarve é uma das regiões com maior taxa de ocupação/cama no TER, e a sua evolução na região do Algarve reflete uma alternativa ao turismo sol e mar e turismo de golfe, os mais importantes na região. A questão do desenvolvimento rural associado a uma nova perspectiva de ocupação do espaço rural constitui uma das preocupações para a Política Regional da Europa (PRE), onde se propõe que, no desenvolvimento das zonas rurais exista uma dinâmica entre os vários agentes económicos e a canalização de investimentos para zonas rurais diversificadas com potencial patrimonial e histórico. De acordo com a Comissão Europeia, o desenvolvimento rural deverá ter três eixos de atuação: o crescimento inteligente; o crescimento inclusivo; e o crescimento sustentável. A reestruturação das oportunidades agrícolas, e no maior/melhor aproveitamento dos recursos naturais e arquitetónico, e inverter a tendência da desvalorização do património rural, através da valorização económica, cultural e ambiental ajustada ao uso equilibrado do espaço rural e potencialidades turísticas e atividades associadas. Por outro lado, a perspectiva de desenvolvimento no espaço rural, deve associar-se ao uso da informação digital com o objetivo de maior/melhor competitividade das zonas rurais e em TER. Isto é, o desenvolvimento rural deve estar assente em mais investimentos na informação digital, e formação dos recursos humanos de modo a privilegiar a utilização de sistemas e tecnologias de informação, de modo a aumentar a qualidade rural, melhores decisões na organização, maior satisfação dos consumidores e aumento dos resultados financeiros das empresas, com o objetivo de melhorar os benefícios e ajustar as necessidades da organização provenientes da sua utilização.

## 2.3 Sistemas e Tecnologias de Informação no TER

Os sistemas de informação turística (SIT) tiveram o seu desenvolvimento na década de 70 (Buhalis e Law, 2008) com origem no desenvolvimento da internet, e das aplicações dos sistemas de informação. A utilização dos SI permitiu, através do uso de ferramentas adequadas, uma base tecnológica e aumentou a competitividade das organizações e a sua sobrevivência (Ramos, 2010), assim como um melhor relacionamento com outras atividades relacionadas com o turismo (Ramos et al., 2009).

Segundo alguns autores, os SIT que se destacam na indústria do turismo são: o sistema computadorizado de reservas (SCR) e o sistema de distribuição global (GDS) (Buhalis e Law, 2008, Werthner e Klein, 1999; Bénédicte et al., 2011), os sistemas multimédia, as televisões interativas, *smart cards*, sistemas de gestão computadorizados e o *software*, sendo este último o mais utilizado pelas organizações (Bénédicte et al., 2011). O CRM (*Customer Relationship Management*) surgiu pela necessidade de adotar uma estratégia de marketing nas organizações de modo a estabelecer uma relação direta com os clientes, com o seu

comportamento, com as suas preferências por determinado produto (Winer, 2001); este sistema apresenta como objetivos: aumentar o número de clientes (ter os clientes certos para promover o crescimento e aumentar as margens), assegurar a fidelidade dos clientes (clientes leais e rentáveis; expandir o CRM em novos canais) e a rentabilidade dos clientes (as margens dos clientes individuais aumentam ao oferecer o produto certo no tempo correto) (Santos, 2012).

O papel desempenhado por muitas organizações de turismo nas regiões europeias levou à criação de um sistema de gestão de destinos turísticos com o objetivo de as promover e desenvolver. Salienta-se o papel das tecnologias de informação, mais especificamente da internet, na promoção e divulgação de destinos turísticos, e a partilha de informação como opiniões, considerações e conselhos sobre determinado destino, por parte dos seus utilizadores (Hays et al., 2013). A gestão e marketing destes destinos surgem como uma necessidade para a sua sustentabilidade, em termos de serviços oferecidos e redes de informação entre os clientes e as empresas (Wöber, 2004). Pelo facto das empresas de turismo rural ainda não apresentarem uma variedade de informação sobre atrações, experiências de turistas e capacidade de alojamento, ao contrário das outras organizações de turismo, onde se privilegia o uso do CRM, as organizações de TER utilizam o DMO (*destination management system*) (Beldona e Cai, 2006), privilegiando-se o marketing turístico através da atualização de informação para pessoas que viajam para zonas específicas (Wöber, 2004). O turismo rural apresenta-se como um destino onde a promoção do produto turístico, e a atualização da informação é bastante importante, por ser um destino com consumidores e características específicas. Consequentemente, o sistema DMO no TER apresenta um franco crescimento, sendo um dos SI mais utilizado, por permitir aos utilizadores um conhecimento prévio do produto, assim como das suas características e disponibilidade no espaço rural (Beldona e Cai, 2006). Atualmente o SI DMO enfrenta novos desafios de utilização, ou seja, deverá adaptar-se às novas necessidades de informação e divulgação do produto rural, pelo que, deverá apresentar uma plataforma associada aos social média digitais, como o *facebook* e o *twitter*, para que os mecanismos de divulgação do produto e das suas características sejam mais facilmente divulgadas junto dos utilizadores (Hays et al., 2013). Por outro, espera-se igualmente que estes SI evoluam para um SI designado como Dynamic Packing, onde apresentam uma dinâmica direcionada para o desejo dos consumidores, personalizada de acordo com os gostos dos viajantes e flexibilidade de datas em que o cliente pretende viajar (Ramos et al., 2008).

### 3. METODOLOGIA DE INVESTIGAÇÃO

#### 3.1 Recolha de Dados e Hipóteses de Investigação

O método de recolha de dados consistiu no envio de um questionário eletrónico, à totalidade da população, ou seja, 51 unidades de TER da região Algarve. O estudo seguiu o modelo de pesquisa dedutiva apresentado através das seguintes hipóteses:

H1: Os SI utilizados nas organizações de TER na região Algarve influenciam positivamente a tomada de decisão na organização; H2: Os SI utilizados nas organizações de TER na região do Algarve influenciam positivamente a satisfação dos proprietários/gestores; H3: Os SI utilizados nas organizações de TER na região do Algarve influenciam positivamente a qualidade de serviços prestados na gestão de reservas de quartos; H4: A utilização de TI tem impacto positivo nos resultados financeiros das organizações de TER na região do Algarve;

O questionário dirigido aos proprietários/gestores da unidade TER era composto por dois grupos de questões: o primeiro corresponde a questões relativas à caracterização do proprietário/gestor, da unidade TER, e da caracterização do uso dos sistemas e tecnologias de informação em TER; e o segundo corresponde à operacionalização das variáveis em análise, que se apresenta na secção seguinte.

#### 3.2 Variáveis de Análise no Estudo

A análise do impacto da utilização dos sistemas e tecnologias de informação no TER foi investigado em quatro variáveis: tomada de decisão; satisfação quanto ao uso dos sistemas de informação; qualidade do serviço de reservas de quarto; e resultados financeiros.

A tomada de decisão na organização, determina critérios para a utilização de tecnologias de informação, de modo a transmitir a informação necessária aos diversos níveis de gestão. Por este motivo, as organizações adequam os SI a uma determinada decisão, e utilizam modelos de análise para a avaliação de soluções alternativas classificadas de acordo com a função a que se destinam, tipo de problema, nível de segurança e processo de solução (Reis, 1999), com o propósito de dar resposta ao problema organizacional. Para a operacionalidade da variável tomada de decisão foram utilizados os critérios na resolução de problemas, com os itens: identificação do problema organizacional; minimização do tempo de resposta; e simulação de resposta ao problema, e os critérios de rapidez na tomada de decisão, com os itens: área de aplicação organizacional; tipos de tarefas/atividade de gestão executada; tempo de resposta ao problema; e capacidade e características da base de dados (Lopes et al., 2009 e Pereira, 2005).

O conceito de qualidade nas organizações está associado ao conceito de qualidade total de gestão (TQM-*total quality management*). A avaliação da qualidade das organizações deve ser feita em função das expectativas do utilizador (qualidade esperada) e da experiência proporcionada pelo serviço (qualidade experimentada), sendo que a primeira depende da comunicação de marketing, imagem, necessidades de clientes e comunicação boca a boca, e a segunda, da qualidade técnica e qualidade funcional dos serviços na organização (Grönroos, 1984). Contudo, esta avaliação deve considerar o fato do consumidor estabelecer comparações entre as suas expectativas acerca do serviço e prestação real do mesmo (Parasuraman et al., 1985). A aplicabilidade ao turismo rural deu origem a três tipologias de avaliação da qualidade de serviços: SERVQUAL, SERVPERF e RURALQUAL por parte dos clientes da unidade de TER, sendo que na última tipologia é possível estabelecerem uma relação com a utilização dos sistemas de informação e os serviços de reservas de quartos. Para a investigação da variável “qualidade” dos serviços de reserva de quartos nas organizações TER na região do Algarve, foram utilizados os itens relacionados com a utilização dos sistemas de informação e as reservas de quartos da escala RURALQUAL: “As reservas de quartos realizam-se facilmente”; “As reservas confirmam-se pelo meio que mais convier ao cliente”; e “O sistema de reservas disponibiliza outras informações (ex. plano de acesso). Conforme Fernandes (2008) é a que melhor se enquadra na avaliação da qualidade dos alojamentos em TER.

Relativamente à satisfação do gestor quanto à utilização dos SI e TI, consideramos que a satisfação resulta da avaliação relativamente às expectativas e aos resultados obtidos por adquirirem ou usarem um determinado serviço, e traduz-se num julgamento e numa comparação entre vários produtos ou serviços tendo em conta a confiança produzida pela sua utilização. Para o desenvolvimento deste trabalho, utilizou-se a escala de Pearson, por ser a mais adequada para medir a satisfação do uso dos sistemas de informação, e medição de sistemas de qualidade (Göb et al., 2007). Segundo Rensis Likert (1932) (citado em Göb et al., 2007) é possível medir segundo uma escala atitudes, medida através da confrontação nos indivíduos de um julgamento de valores, baseado numa reflexão que estes fazem sobre sentimentos, desejos e uma reflexão cognitiva. No presente trabalho foram adotados os itens: confiança e linguagem utilizada no computador; expectativas de suporte no computador; correção dos erros e segurança nos dados; tempo de resposta; relevância do *output* e volume de *output*; sistema flexível; e base de dados integrada.

A variável resultados financeiros permite identificar a capacidade das empresas se estabelecerem nos mesmos, é um dos fatores que permite afirmar que as organizações conseguem se adaptar a novos consumidores e utilizar novas tecnologias, sendo estas últimas um elemento fundamental para as organizações obterem um melhor desempenho (Sheldon, 1997), traduzido em benefícios económicos (Shin, 2004). Para o desenvolvimento deste trabalho adotaram-se os itens sugeridos por Liang e You (2010), no que respeita aos resultados financeiros: rácio do número de computadores por trabalhador; existência de rede na organização; capital investido em TI; e a inovação em TI. A importância da sua utilização revela a dependência da utilização das TI, *software* e SI, no aumento dos resultados líquidos da organização, constituindo por isso um fator fundamental para o aumento do lucro da organização rural.

#### 4. RESULTADOS DO ESTUDO

Foram recebidas 25 respostas aos questionários enviados para as unidades de TER da região Algarve, o que corresponde a uma taxa de resposta de 49%. Os dados obtidos na primeira parte do questionário foram submetidos a uma análise estatística descritiva, ao passo que os dados obtidos na segunda parte do questionário foram submetidos a uma análise estatística descritiva e a uma análise de regressão linear para evidenciar a relação entre as variáveis em estudo.

A análise dos dados recolhidos na primeira parte do questionário permitiu verificar que, no geral, os respondentes são do sexo masculino, têm idade entre 40 a 50 anos, possuem maioritariamente formação superior, e a ocupação no estabelecimento é maioritariamente a tempo inteiro. Verifica-se igualmente que, maioritariamente as organizações rurais são casas de campo, com a capacidade de alojamento entre 10 a 50 camas. Em termos quantitativos, cerca de 83,3% funciona durante todo o ano, em regime APA (alojamento e pequeno almoço) e cerca de 66% possuem atividades de lazer. Por outro lado, as tecnologias disponíveis para os clientes nas organizações TER, são maioritariamente o serviço de *wireless* (50,0%) e o acesso à internet (34,1%). Outro tipo de tecnologias como controlo de conta *online* e *smart cards* para os quartos, são tecnologias que não são utilizadas pelos respondentes. No que concerne às tecnologias de informação, relacionada com a internet, usadas pela organização, a existência da página de internet (37,7%), a reserva *online* (29,5%) e comentários do cliente *online* (19,7%), constituem as principais tecnologias utilizadas. A disponibilidade e pagamento *online* e a página de internet dinâmica são pouco significativas. No que respeita aos SI utilizados na organização, o *website* (15,8%), a contabilidade (13,9%), *front office* e serviço de quartos e andares (10,9%), são os mais utilizados na organização rural. Foi ainda possível identificar que o check in e o *check out* automático são apenas utilizado por 1% dos respondentes. Esta análise permite afirmar que, nas organizações rurais, os SI ainda não são utilizados de forma a maximizar a utilidade na gestão da organização. No que se conclui que a utilização dos SI como modo de promover a atividade, e onde existe uma interligação entre o cliente e a organização, ainda é pouco desenvolvido, e por isso a dinâmica empresarial continua a ser insuficiente para fazer face a outras organizações com outro tipo de turismo, como refere Martin (2004) e Sigala (2004). De igual modo, se verifica que os SI de apoio à operacionalidade da gestão da organização, nas organizações rurais deste estudo, não são utilizados de modo a promover o desempenho e performance organizacional.

A análise dos dados recolhidos na segunda parte do questionário permitiu testar as hipóteses de investigação. Não foi possível confirmar as hipóteses, uma vez que os resultados se mostraram inconclusivos, na medida em que as respostas foram divergentes, no entanto foi possível verificar algumas correlações importantes, que nos permitiram concluir o seguinte: primeiro, apesar de rejeitarmos a hipótese de que os SI utilizados influenciam positivamente a tomada de decisão dos proprietários/gestores (p-value <0,001, teste de Bartlett's), existem fatores de correlação entre a resolução de problemas, rapidez na tomada de decisão, e o impacto dos SI nas decisões da organização que derivam da identificação do problema organizacional e minimização do tempo de resposta a determinado problema (80,8% da variância total); segundo, apesar de rejeitarmos a hipótese de que os SI utilizados influenciam positivamente a satisfação dos proprietários/gestores, o impacto na satisfação quanto ao uso dos sistemas de informação (p-value <0,001, teste de Bartlett's) centra-se fundamentalmente na confiança no sistema e linguagem utilizada no computador (71,8% da variância total), sendo os outros fatores menos relevantes, para os utilizadores dos SI na organização; terceiro, apesar de rejeitarmos a hipótese de que os SI utilizados nas organizações influenciam positivamente a qualidade de serviços prestados na gestão de reservas (p-value <0,001, teste de Bartlett's), existe correlação entre os fatores que explicam a variável "qualidade", e o impacto da utilização dos sistemas e tecnologias de informação na qualidade das reservas de quartos é explicada pela facilidade de reserva através do site (81,7% da variância total); quarto, apesar de rejeitarmos a hipótese de que a utilização de tecnologias de informação tem um impacto positivo nos resultados financeiros da organização (p-value <0,001, teste de Bartlett's), este impacto é influenciado pela inovação em tecnologias e existência de uma rede na organização (85,9% da variância total), sendo os outros fatores menos relevantes em termos contributivos, no aumento dos resultados financeiros na organização.

## 5. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

A análise a 25 organizações TER na região Algarve permitiu concluir que, de uma forma geral, a utilização dos sistemas e tecnologias de informação são uma componente importante na gestão das unidades TER. Em termos de tipologia, o uso das tecnologias está relacionada com o uso do serviço *wireless* e página de internet, enquanto os SI estão relacionados na sua maioria com o *website*, *front office*, serviço de quartos e andares, mas a sua utilização continua a ser limitada e a aplicabilidade de novos métodos de gestão digital pouco desenvolvida nas organizações rurais.

Relativamente ao impacto dos SI na “tomada de decisão”, existem evidências que estes são utilizados essencialmente tendo em conta o problema organizacional e a minimização do tempo de resposta a determinado problema, e refletem um impacto positivo na organização face a estas duas variáveis, e por isso, podem constituir um importante instrumento de gestão organizacional. Quanto à “satisfação” dos proprietários/gerentes relativamente ao uso dos SI, existem evidências que é positiva, considerando que a sua utilização permite utilizar de forma fiável e fácil os SI disponíveis na organização. No que concerne à utilização dos SI face à qualidade” do serviço de reserva de quartos, existem evidências que esta é positiva, ao considerarmos as reservas através do site, constituindo este, um fator decisivo para melhorar o desempenho da organização em termos de oferta do produto turístico. Por último a influência dos TI nos “resultados financeiros”, existem evidências que esta é positiva se considerarmos os fatores: “existência de uma rede na organização” e “inovação em tecnologias “.

Assim, é fundamental refletir quanto à necessidade das organizações TER, na região Algarve, valorizarem o impacto positivo relativamente à utilização dos sistemas de tecnologias de informação, e a sua contribuição para a promoção e análise dos benefícios da sua utilização, com o fim de aumentar a sua competitividade, tendo como base os instrumentos tomada de decisão, satisfação quanto à utilização dos sistemas de informação, e na qualidade dos serviços prestados aos clientes. Esta análise deverá ser complementada pela consciencialização por parte dos gestores TER de que a utilização dos sistemas e tecnologias de informação devem fazer parte do seu planeamento empresarial no curto prazo. Por fim, deverá ser avaliado a aplicação e utilização do uso dos sistemas e tecnologias de informação noutros setores da economia, e noutras regiões, nomeadamente onde a promoção e divulgação do produto ainda está incipiente. De igual modo, será interessante averiguar qual o papel dos sistemas e tecnologias de informação nas organizações de uma forma geral, e fazer a comparação com o TER. Sugere-se que num trabalho futuro, a avaliação do impacto dos sistemas e tecnologias de informação no TER ou noutras organizações turísticas tenha por base uma maior amostra e que seja aplicada outra base de análise, nomeadamente a qualitativa, procurando assim compreender através da opinião dos utilizadores os benefícios da sua utilização.

## REFERÊNCIAS

- Amaral, L. et al., 2005. *Sistemas de informação organizacionais* (1ª edição). Lisboa: Edições Sílabo
- Beldona, S., e Cai, L. A., 2006, January. An exploratory evaluation of rural tourism websites. *In Journal of Convention and Event Tourism*, Vol. 8, No. 1, pp. 69-80, Taylor and Francis Group.
- Bénédicte et al., 2011. Innovation in the tourism Industry: the case of tourism. *Tourism Management*, No. 32, pp. 1204-1213.
- Buhalis, D., e Law, R., 2008. Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the internet- the state of etourism research. *Tourism Management*, No. 29, pp. 609-6023.
- Capucha, L. M. A., 1996. Fazer render o belo-questões à volta do turismo e do desenvolvimento em zonas rurais recuadas. *Sociologia—Problemas e Práticas*, No 21, pp. 29-46.
- Eusébio, M. C. D. A., 2006. *Avaliação do impacte económico do turismo a nível regional: O caso da Região Centro de Portugal*. Tese de Doutoramento, Universidade de Aveiro, Portugal.
- Fernandes, M. A. D. S., 2008. *Deleite e fidelização do consumidor no turismo em espaço rural*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Portugal
- Göb, R. et al., 2007. Ordinal Methodology in the analysis of Likert scale. *Quality and Quantity*, No. 41, pp. 601-626.
- Grönroos, C., 1984. A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, Vol. 18, No. 4, pp. 36-44.
- Hays, S., Page, S. J., e Buhalis, D., 2013. Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations. *Current Issues in Tourism*, Vol. 16, No. 3, pp. 211-239.
- Liang, T. P. et al., 2010. A resource-based perspective on information technology and firm performance: a meta-analysis. *Industrial Management e Data Systems*, Vol. 110, No. 8, pp.1138-1158.
- López, Yanai, 2013. *Sistemas de informação para gestão*. Lisboa: Escolar editora
- Lopes, F.C. et al., 2009. *Desenvolvimento de sistemas de informação (2ª Edição atualizada)*. Editora FCA
- Martin, L. M., 2004. E-innovation: internet impacts on small UK hospitality firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, Vol. 16, No. 2, pp. 82-90.
- Mehrtens, J. et al., 2001. A model of internet adoption by SMEs. *Information and Management*, No.39, pp. 165-176.

- Parasuraman, A. et al., 1985. Servqual. *Journal of retailing*, Vol. 64, No. 1, pp.12-40.
- Pearson, S. W., e Bailey, J. E., 1980. Measurement of computer user satisfaction. *ACM SIGMETRICS Performance Evaluation Review*, Vol. 9, No. 1, pp. 59-68.
- Pereira, M.J., 2005. *Sistemas de Informação: Uma Abordagem Sistémica*. Lisboa. Campus do Saber- Universidade Católica Editora.
- Turismo de Portugal, 2008. PENT-Plano Estratégico Nacional do Turismo. Para o desenvolvimento do turismo em Portugal, disponível on-line em 2 de julho de 2012: [http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Anexos/PENT\\_VERSAO\\_REVISTA\\_PT.pdf](http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/planoestrategiconacionaldoturismo/Anexos/PENT_VERSAO_REVISTA_PT.pdf)
- Ramos, C. M., 2010. Sistemas de informação para a gestão turística. *Tourism e Management Studies*, No. 6, pp. 107- 116.
- Ramos, C. et al., 2009. Sistemas e Tecnologias de Informação no Setor do Turismo. *Journal of Tourism and Development*, No. 12, pp. 21-32
- Ramos, C. et al., 2008. Sistemas de Informação para o Apoio ao Turismo, o caso dos Dynamic Package. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, No. 2, pp. 25-34.
- Reichel, et al., 2000. Rural tourism in Israel: service quality and orientation. *Tourism Management*, Vol. 21, No.5, pp. 451-459.
- Reis, António P. dos , 1999. *Sistemas de Decisão*. Lisboa: Universidade Aberta
- Santos, A. C. F., 2012. *Estratégias competitivas nos sítios eletrónicos das farmácias de oficina com dispensa ao domicílio*. Dissertação de Mestrado. Universidade Aberta, Portugal.
- Serra, J. (2008). *As Tecnologias de Informação e Comunicação no Turismo: - a emergência do e-tourism*. Disponível on -line em 19 de junho de 2012. <http://hdl.handle.net/10174/2671>
- Sheldon, P. J., 1997. *Tourism information technology*. Cab International.
- Shin, N., 2004. The impact of information technology on financial performance of diversified firms. *Decision Support Systems*, No. 41, pp. 698-707.
- Sigala, M., 2004. *Customer relationship management (CRM) evaluation: diffusing CRM benefits into business processes*. ECIS 2004 Proceedings. Paper 172. Disponível on -line em 2 de julho de 2012. <http://aisel.aisnet.org/ecis2004/172>
- Silva, G. et al., 2003. Oportunidades e constrangimentos ao desenvolvimento do turismo rural. In: Simoes, O. and Cristovao, A., eds. *Turismo em Espacos Rurais e Naturais (TERN)*. Portugal: Instituto Politecnico de Coimbra, pp. 217-227.
- Swanson, E. B., 1994. Information System Innovation among organizations. *Management Science Review*, Vol. 40, No.9, pp.1069-1092.
- Turban, E. et al., 2007. *Introdução a sistemas de informação*. São Paulo: Editora Campos/Elsevier.
- Werthner, H. e Klein, S., 1999. ICT and the Changing Landscape of Global Tourism Distribution. *Electronics Markets*, Vol. 9, No 4, pp. 256-262.
- Winer, R., 2001. A framework for costumers Relaionships Management. *California Manegment Review*, Vol. 43, No 4, pp. 89-105.
- Wöber, K. W., 2004. Evaluation of DMO Web Sites Through Interregional Tourism Portals: A European Cities Tourism Case Example. *ICIAR 2004*, 1, 212.