

**UNIVERSIDADE ABERTA**

**Departamento de Ciências Sociais e de Gestão**

**Mestrado em Gestão / MBA**

**SISTEMAS E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO NO  
TURISMO EM ESPAÇO RURAL. ESTUDO DA REGIÃO  
ALGARVE**

**Ana Cristina Horta Corvo Dias Pego**

**Orientação:**

**Professora Doutora Maria do Rosário de Abreu de Matos Bernardo**

**Lisboa, 2014**

## **AGRADECIMENTOS**

A todos que participaram para que fosse possível chegar ao fim desta etapa, especialmente à Professora Doutora Maria do Rosário Matos Bernardo pela sua capacidade de ensinar e estar presente nas minhas dúvidas. À minha família, ao meu marido que nunca deixou de me apoiar nos momentos em que tive mais dúvidas em continuar, ao Gonçalo que embora eu estivesse ausente para brincar e o acompanhar nos trabalhos escolares, sempre esteve ao meu lado com um abraço de conforto antes de ir dormir.

## Resumo

O uso dos sistemas e tecnologias de informação é considerado por muitos autores como um dos vetores de crescimento das organizações rurais, e a sua utilização constitui um dos fatores de competitividade face a organizações onde a sua utilização ainda é pouco frequente ou inexistente. Desta forma, é importante identificar quais os sistemas e tecnologias de informação que o turismo em espaço rural utiliza, e o seu impacto nas organizações. Este estudo foi direcionado às organizações de turismo rural na região Algarve, e pretende identificar o impacto da utilização dos sistemas e tecnologias de informação na tomada de decisão, satisfação quanto ao seu uso, qualidade no sistema de reservas e aumento dos resultados financeiros. O estudo foi direcionado a proprietários e gestores de 51 unidades de Turismo em Espaço Rural (TER), que utilizam página de internet e correio eletrónico. A recolha de dados foi feita através de um questionário eletrónico, e submetido a uma análise quantitativa. Pelos dados recebidos de 25 unidades TER, conclui-se que a utilização dos sistemas e tecnologias de informação permitem que as decisões nas organizações sejam feitas com base na identificação do problema organizacional e minimização do tempo de resposta. Por outro lado, os respondentes consideram que os sistemas de informação são fiáveis e fáceis de utilizar, constituindo uma importante ferramenta de gestão de reservas de quartos, pela facilidade de reserva por parte dos clientes. Por fim, reconhece-se que a utilização da tecnologia de informação permite um aumento dos resultados financeiros na organização, através da inovação tecnológica e do sistema em rede utilizado. Assim, este estudo permitiu concluir que é possível que a utilização dos sistemas e tecnologias de informação tenham um impacto positivo nas organizações TER da região do Algarve, contudo existe ainda necessidade de continuar a investigação neste tema.

**PALAVRAS-CHAVE:** Sistema de Informação, tecnologia de informação, decisão na organização rural, satisfação, resultados financeiros, qualidade no serviço de reservas de quarto.

## **Abstract**

The use of technologies' information system is considered by many authors as a vector of rural organization growing; its uses for a competitive increase in comparison with others organizations where the uses of information system technologies' are less frequent or inexistent.

Thus, it is important identify which technologies' information System are used in rural areas and its impact on organizations. These studies was focused on rural organization in Algarve Region and intend to identify the uses of technologies' information System impact on decision making, uses satisfaction, reservation System quality and increase of financial results.

The study was direct to 51 rural tourism organization owners which use internet page and email. The data was made through an electronic questionnaire and a qualitative analysis.

From the 25 answers we concluded that the uses of information system technologies' allowed reliability on decision making process within organisations because identified problems, gives short time answer and are important for business plan on room reservation. On the other hand, we recognised the technologies' information system uses permit the increase of financial results through technology innovation and network information system.

Thus it is possible that information technologies' uses conduce to a positive impact on rural organizations in Algarve region, although it's important to continue to investigate on this subject.

**KEYWORDS:** Information system, information technology, decision making process in rural organization, financial results, satisfaction and rural quality on room services.

## GLOSSÁRIO DE TERMOS E ABREVIATURAS

- ✓ **BI**- Business Intelligence
- ✓ **CRM** – Customer Relationship Management
- ✓ **CRS**- Central Reservation System
- ✓ **DMO** – Distribution Management System
- ✓ **DMS**- Decision Management System
- ✓ **DSS**- Decision Support System
- ✓ **ESS**- Executive Support System
- ✓ **ERP** – Enterprise Resource Planning
- ✓ **GDS**- Global Distribution System
- ✓ **IDS** – Information Decision System
- ✓ **HTML**- Acrónimo para a expressão inglesa *HyperText Markup Language*, que significa Linguagem de marcação de hipertexto; é uma linguagem de marcação utilizada para produzir páginas na *Web*.
- ✓ **OAS**- Office Automation System
- ✓ **PRE**- Política Regional Europeia
- ✓ **PRER** – Plano de Recuperação da Economia Regional
- ✓ **PENT**- Plano Estratégico Nacional do Turismo
- ✓ **SAD** – Sistema de Apoio à Decisão
- ✓ **SCE** – Sistema de Comércio eletrónico
- ✓ **SCR** – Sistema Computorizado de Reservas
- ✓ **SCM**- Supply Chain Management
- ✓ **SE** – Sistema Especialista
- ✓ **SGBD**- Sistema de Gestão de Base de Dados
- ✓ **SIAF** – Sistema de Informação da Área Funcional
- ✓ **SIE**- Sistema de Informação Executivo
- ✓ **SI/TI** – Sistemas de Informação/Tecnologias de informação
- ✓ **SIG** – Sistema de informação Gerencial

- ✓ **SII** – Sistema de Informação Interorganizacional
- ✓ **SISTUR** – Sistema de Informação do Turismo
- ✓ **SPSS** – Statistical Package of Social Science
- ✓ **TER** – Turismo no Espaço Rural
- ✓ **TIC** – Tecnologias de Informação e Comunicação
- ✓ **TPS** – Transaction Process System
- ✓ **TQM** – Total Quality Management

## ÍNDICE

<b>AGRADECIMENTOS</b> .....	2
<b>Resumo</b> .....	3
<b>Abstract</b> .....	4
<b>GLOSSÁRIO DE TERMOS E ABREVIATURAS</b> .....	5
<b>ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES</b> .....	10
<b>ÍNDICE DE TABELAS</b> .....	11
<b>Capítulo 1- Introdução</b> .....	12
1.Problemática do estudo.....	13
1.1 Objeto e Objetivos de investigação.....	15
1.2 Estrutura da dissertação.....	16
<b>Capítulo 2- O Turismo Rural e os Sistemas e Tecnologias de Informação</b> .....	17
2.1 Os sistemas e tecnologias de informação.....	18
2.1.1 Os sistemas de informação na organização.....	18
2.1.2 As tecnologias de informação na organização.....	22
2.1.3 Benefícios da utilização de sistemas e tecnologias de informação na organização.....	23
2.2 Características das organizações de turismo.....	26
2.3 Especificidades do turismo no espaço rural.....	29
2.3.1. O mercado turístico.....	31
2.3.2 O mercado rural.....	32
2.3.2.1. Os números do turismo no espaço rural.....	36
2.3.2.2 Análise do turismo no espaço rural na região Algarve.....	38
2.3.3 Perspetiva de evolução do turismo no espaço rural.....	41
2.4 Sistemas e tecnologias de informação aplicáveis ao turismo e ao turismo no espaço rural 44	
2.4. 1 Definição de sistema de informação turística.....	44
2.4.2 A aplicação do sistema de informação turístico nas organizações.....	47
2.4.3 A utilização dos sistemas de informação do turismo no espaço rural.....	49
2.5 Instrumentos de análise do turismo no espaço rural.....	51
2.5.1 Conceito de qualidade nas organizações.....	52
2.5.1.1 Servqual.....	53

2.5.1.2 Serviperf.....	53
2.5.1.3 Ruralqual.....	54
2.5.2 Satisfação do proprietário/gerente.....	54
2.5.3 A decisão na organização.....	57
2.5.3.1 O processo de decisão na organização.....	57
2.5.3.2 Critérios de avaliação da tomada de decisão na organização.....	58
2.6 Resultados financeiros.....	59
2.7 Síntese do capítulo.....	60
<b>Capítulo 3- Metodologias da Investigação.....</b>	<b>61</b>
3.1 Desenho da investigação.....	62
3.1.1. Contexto da investigação.....	63
3.1.2 Tipo de investigação.....	63
3.1.3 População e amostra.....	64
3.1.4 Hipóteses de investigação.....	66
3.2 Operacionalização das variáveis.....	67
3.2.1 Conceitos em investigação- grupo I.....	69
3.2.2 Conceitos em investigação – Grupo II.....	72
3.2.2.1 Tomada de decisão.....	73
3.2.2.2 Satisfação.....	74
3.2.2.3 Qualidade.....	75
3.2.2.4 Resultado financeiro.....	76
3.2.2.5 Outras informações.....	77
3.3 Método de recolha de dados.....	77
3.4 Teste piloto do questionário.....	79
3.5 Análise de dados.....	80
3.5.1 Análise de dados quantitativos.....	80
3.6 Síntese do capítulo.....	81
<b>Capítulo 4 – Apresentação e Análise de Resultados.....</b>	<b>82</b>
4.1 Grupo I – parte I e parte II.....	83
4.1.2 Caracterização dos sistemas e tecnologias de informação de informação no turismo em espaço rural.....	84
4.1.2.1 Tipos de tecnologias disponíveis para os clientes.....	84



4.1.2.2 Tipo de tecnologia de informação usada pela organização relacionada com a internet .....	85
4.1.2.3 Tipo de sistema de informação utilizada na organização.....	86
4.1.2.4 Síntese .....	87
4.2 Grupo II.....	88
4.2.1 Tomada de decisão.....	88
4.2.2 Satisfação .....	93
4.2.3 Qualidade .....	96
4.2.4 Resultado financeiro.....	99
4.3 Grupo IV .....	102
4.4 Síntese do capítulo .....	105
<b>Capítulo 5 – Conclusões.....</b>	<b>107</b>
5.1. Conclusões .....	108
5.2. Principais contributos.....	109
5.3. Limitações ao estudo.....	110
5.4. Sugestões para investigação futura .....	110
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....</b>	<b>112</b>
<b>ANEXOS .....</b>	<b>123</b>
ANEXO 1 – SERVPERF e Ruralqual .....	124
Escala Ruralqual .....	125
ANEXO 2 - Mensagem de Apresentação em Correio Eletrónico.....	126
ANEXO 3 - Reforço do Pedido de Resposta .....	127
ANEXO 4 - Questionário.....	128

## ÍNDICE DE ILUSTRAÇÕES

ILUSTRAÇÃO 1- ELEMENTOS DA ORGANIZAÇÃO .....	28
ILUSTRAÇÃO 2 - TAXA DE OCUPAÇÃO /CAMA MENSAL POR NUTS II.....	38
ILUSTRAÇÃO 3- OS CONCELHOS NO ALGARVE .....	39
ILUSTRAÇÃO 4- SISTEMA DMO.....	50
ILUSTRAÇÃO 5- TIPO DE TECNOLOGIA UTILIZADA PELA ORGANIZAÇÃO RELACIONADA COM A INTERNET.....	86
ILUSTRAÇÃO 6 - DECISÃO.....	90
ILUSTRAÇÃO 7 - SATISFAÇÃO .....	94
ILUSTRAÇÃO 8 - QUALIDADE .....	97
ILUSTRAÇÃO 9 - RESULTADOS FINANCEIROS.....	100

## ÍNDICE DE TABELAS

TABELA 1- OBJETIVO GERAL E OBJETIVOS ESPECÍFICOS DA INVESTIGAÇÃO.....	15
TABELA 2- MOTIVAÇÕES E OBJETIVOS NAS CINCO ERAS DOS SISTEMAS DE INFORMAÇÃO.....	19
TABELA 3 - OS OBJETOS DA ORGANIZAÇÃO EM DIFERENTES MODELOS .....	27
TABELA 4- LEGISLAÇÃO DO TER .....	34
TABELA 5- MODALIDADES DE HOSPEDAGEM NO TER .....	35
TABELA 6 - NÚMERO DE ESTABELECIMENTOS E CAPACIDADE DE ALOJAMENTO, POR MODALIDADES ENTRE 1999 E 2008.....	37
TABELA 7- SISTEMAS DE INCENTIVO UTILIZADOS NO INVESTIMENTO INICIAL PELOS ESTABELECIMENTOS DO TURISMO NO ESPAÇO RURAL/ TURISMO NATUREZA, POR NÚMERO DE PROJETOS.....	40
TABELA 8 - TOTAL DE ESTABELECIMENTOS E CAPACIDADE DE ALOJAMENTO DO TURISMO NO ESPAÇO RURAL (TER).....	41
TABELA 9 - IMPACTO DO TURISMO NAS ZONAS RURAIS .....	43
TABELA 10- ALGUMAS NECESSIDADES DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA.....	45
TABELA 11 - TIPOS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA.....	48
TABELA 12 - AVALIAÇÃO DAS ALTERNATIVAS DAS MEDIDAS DE SATISFAÇÃO DO USO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO .....	55
TABELA 13- VETORES DE AVALIAÇÃO PARA MEDIR A SATISFAÇÃO DO USO DOS SISTEMAS DE QUALIDADE SEGUNDO A ESCALA DE PEARSON .....	56
TABELA 14- ORGANIZAÇÕES DE TURISMO NO ESPAÇO RURAL POR CONCELHO NA REGIÃO DO ALGARVE QUE UTILIZAM PÁGINA DE INTERNET.....	66
TABELA 15- CARATERIZAÇÃO DO PROPRIETÁRIO/GESTOR DA ORGANIZAÇÃO TER .....	70
TABELA 16 - CARATERIZAÇÃO DA UNIDADE TER .....	71
TABELA 17- - CARATERIZAÇÃO DO USO DOS SISTEMAS E TECNOLOGIAS DE INFORMAÇÃO NO TER.....	72
TABELA 18- OPERACIONALIZAÇÃO DO CONCEITO TOMADA DE DECISÃO.....	74
TABELA 19- OPERACIONALIZAÇÃO DO CONCEITO SATISFAÇÃO .....	75
TABELA 20 - OPERACIONALIZAÇÃO DO CONCEITO QUALIDADE .....	76
TABELA 21 - OPERACIONALIZAÇÃO DO CONCEITO RESULTADO FINANCEIRO .....	76
TABELA 22- TIPOS DE TECNOLOGIA DE INFORMAÇÃO DISPONÍVEL PARA O CLIENTE.....	85
TABELA 23 - TIPO DE SISTEMAS DE INFORMAÇÃO UTILIZADOS NA ORGANIZAÇÃO .....	87
TABELA 24- SOLUÇÃO FATORIAL E VARIÂNCIA EXPLICADA DE CADA FATOR .....	89
TABELA 25- ROTAÇÃO DA MATRIZ DAS COMPONENTES .....	91
TABELA 26- ESTATÍSTICA DESCRITIVA DA VARIÁVEL “TOMADA DE DECISÃO” .....	92
TABELA 27 - - SOLUÇÃO FATORIAL E VARIÂNCIA EXPLICADA DE CADA FATOR....	93
TABELA 28 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DA VARIÁVEL “SATISFAÇÃO”.....	95
TABELA 29- - SOLUÇÃO FATORIAL E VARIÂNCIA EXPLICADA DE CADA FATOR.....	96
TABELA 30- - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DA VARIÁVEL “QUALIDADE” .....	98
TABELA 31- SOLUÇÃO FATORIAL E VARIÂNCIA EXPLICADA DE CADA FATOR .....	99
TABELA 32- ROTAÇÃO DA MATRIZ DAS COMPONENTES .....	101
TABELA 33 - ESTATÍSTICA DESCRITIVA DA VARIÁVEL “RESULTADO FINANCEIRO” .....	102
TABELA 34- COMENTÁRIOS DOS RESPONDENTES .....	104

## Capítulo 1- Introdução

No presente capítulo apresenta-se a problemática dos sistemas e tecnologias de informação e a sua aplicabilidade em turismo no espaço rural (TER) na região do Algarve. Identifica-se o objeto e os objetivos do problema em estudo, assim como a metodologia adotada. Apresenta-se de igual modo a estrutura da dissertação.

### **1. Problemática do estudo**

A presente dissertação de mestrado é reflexo do interesse particular da autora como consumidora do turismo rural, enquanto produto turístico, e interesse pela temática dos sistemas e tecnologias de informação aplicado ao espaço rural. A autora reconhece a utilização cada vez mais acentuada de sistemas e tecnologias de informação como forma de promoção e apresentação do produto turístico rural.

Assim, entende-se que a problemática deste trabalho deverá centrar-se no estudo da utilização dos sistemas e tecnologias de informação, e nos benefícios da sua utilização nas organizações do TER.

O TER tem sido o motor de desenvolvimento em muitas sociedades rurais, constituindo uma oportunidade de diversificação das economias tradicionais (Vough, Silva e Edwards, 2003) assente na perspetiva de algo apetecível para o turista e no empreendedorismo local.

Vários fatores podem ser apontados para o aumento do investimento neste setor: opção de vida (o gosto por determinado tipo de atividade), oportunidade de recuperar e pôr em funcionamento imóveis abandonados ou carecidos de grandes investimentos para a sua preservação e obtenção de retorno financeiro (Vough, Silva e Edwards, 2003).

Com a evolução da utilização dos sistemas e tecnologias de informação nas organizações, a organização rural tem aproveitado a utilização da informação

digital e a aplicação de novas ferramentas na divulgação e promoção do produto rural, tornando-o sustentável e competitivo face a outras formas de turismo.

O desenvolvimento desta atividade permite identificar o turismo rural como uma das atividades económicas com elevado potencial, na promoção do crescimento e diversificação rural (Eusébio, 2006; Capucha, 1996).

Com efeito, a investigação desenvolvida no TER aponta-o como um dos setores turísticos com elevada importância para a região do Algarve, constituindo cerca de 3% do total nacional (de Portugal).

A importância crescente deste segmento de mercado na economia algarvia e a evolução tecnológica verificada nas organizações constituem fatores que conduzem à questão de investigação desta dissertação, direcionada para o impacto dos sistemas e tecnologias de informação nas empresas de turismo rural e a sua competitividade face a outras organizações na região.

Assim, propõe-se a seguinte questão de investigação:

**Qual o impacto dos sistemas e tecnologias de informação nas organizações de turismo no espaço rural na região do Algarve?**

Pretende-se que a identificação do impacto dos sistemas e tecnologias de informação no TER na região do Algarve contribua para o reconhecimento da sua influência nas organizações, em termos de tomada de decisão, qualidade, satisfação dos proprietários e resultados financeiros.

Dada a inexistência de estudos anteriores nesta linha de investigação, apresenta-se este trabalho académico de modo a contribuir para um maior conhecimento sobre esta temática.

## 1.1 Objeto e Objetivos de investigação

A presente investigação tem por objeto as organizações TER no Algarve e o impacto dos sistemas e tecnologias de informação no seu funcionamento.

Com base na questão de investigação proposta foram delineados um objetivo geral e cinco objetivos específicos, de modo a compreender o propósito da investigação. (Saunders, Lewis e Thornhill, 2009; Correia e Mesquita, 2013).

Os objetivos apresentados neste trabalho baseiam-se na necessidade de explicar o impacto da utilização dos sistemas e tecnologias de informação nas organizações de TER na região do Algarve, identificando-se de igual modo: o benefício da sua utilização e a influência nas decisões, na qualidade e na satisfação dos proprietários/gestores.

**Tabela 1- Objetivo geral e objetivos específicos da investigação**

<p><b>Objetivo geral</b></p> <p>Investigar e estudar os sistemas e tecnologias de informação utilizados no TER e o seu impacto nas organizações da região do Algarve.</p>
<p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>O1: Identificar os sistemas e tecnologias de Informação utilizadas nas organizações TER na região do Algarve;</p> <p>O2: Estudar o impacto dos sistemas e tecnologias de informação na tomada de decisão nas organizações TER na região do Algarve;</p> <p>O3: Estudar o impacto dos sistemas e tecnologias de informação na satisfação dos proprietários/gerentes de organizações TER na região do Algarve;</p> <p>O4: Estudar o impacto dos sistemas e tecnologias de informação na qualidade do serviço de reserva de quartos nas organizações TER na região do Algarve;</p> <p>O5: Estudar o impacto das tecnologias de informação nos resultados financeiros das organizações TER na região do Algarve</p>

## **1.2 Estrutura da dissertação**

A presente dissertação encontra-se estruturada em 5 capítulos, conforme se descreve:

Neste primeiro capítulo é apresentada a problemática em estudo, o objeto e os objetivos de investigação.

No segundo capítulo apresenta-se um enquadramento teórico do trabalho com a identificação dos sistemas e tecnologias utilizadas em turismo no espaço rural e, a evolução deste tipo de turismo em Portugal, particularmente na região do Algarve.

Identificam-se de igual forma, os instrumentos de análise de turismo no espaço rural, em termos de qualidade, satisfação do consumidor e processo de tomada de decisão na organização.

O terceiro capítulo apresenta a metodologia de investigação e descreve cada uma das suas etapas: desenho de investigação, hipóteses de investigação, operacionalização das variáveis, população, instrumento de recolha de dados e técnicas de análise de dados.

No quarto capítulo são apresentados e analisados os resultados obtidos à luz da argumentação apresentada, mais concretamente, qual o impacto dos sistemas e tecnologias de informação no turismo em espaço rural na região do Algarve.

Por fim, no último capítulo apresentam-se as principais conclusões, as limitações do trabalho, as suas implicações e propostas para futuras investigações.



## **Capítulo 2- O Turismo Rural e os Sistemas e Tecnologias de Informação**

Neste capítulo identificam-se as tipologias e os possíveis benefícios de utilização dos sistemas e tecnologias de informação nas organizações, e as áreas de investigação relevantes para a dissertação: sistemas e tecnologias de informação; turismo; turismo no espaço rural (TER), bem como as teorias e conceitos que lhes estão associados.

É dada particular atenção aos possíveis benefícios da utilização de sistemas e tecnologias de informação nas organizações, com especial incidência nas organizações de turismo e de turismo no espaço rural.

## **2.1 Os sistemas e tecnologias de informação**

Este capítulo aborda as tipologias e os possíveis benefícios de utilização dos sistemas e tecnologias de informação nas organizações.

### **2.1.1 Os sistemas de informação na organização**

O desenvolvimento de sistemas de informação (SI) está associado à resolução de problemas na organização, provenientes do processo de decisão por parte dos gestores, ou outros intervenientes na organização.

Vários autores relacionam os SI com a administração e armazenamento de dados, que fazem parte da organização e que promovem a interligação entre os fluxos, tratamento e processamento de dados com mais qualidade e eficácia no seu funcionamento (Swanson, 1994; Bernardo, 2006; Turban, Rainer e Potter, 2007).

A evolução dos SI nas organizações teve a sua origem na transformação de informação através de processos em conhecimento útil com o objetivo de satisfazer os problemas identificados no processo de decisão. Com efeito, a sua aplicabilidade identifica a motivação e os objetivos delineados nas organizações.

Este processo de transformação de informação engloba vários períodos temporais, e tem como objetivo proporcionar o acesso à informação integrado em qualquer lugar na organização maximizando a relação entre processos fixos/móveis e empresa/pessoal (tabela 2).

**Tabela 2- Motivações e objetivos nas cinco eras dos sistemas de informação**

Objetivos/ Funções	Automatizar processos básicos <b>eficiência</b>	Satisfazer necessidades de informação <b>eficácia</b>	Afetar a estratégia de negócio <b>Competitividade</b>	Aperfeiçoar “relacionamento” com os clientes e outros “stakeholders” <b>Relacionamento</b>	<b>Integrar</b> e otimizar acessos móvel VS fixo e empresa Vs. pessoal
Processamento de transações e exceções	<i>Processamento de dados</i>		<i>Sistemas de informação</i>	<i>Sistemas de informação</i>	<i>Sistemas de informações</i>
Pesquisa e análise da informação		<i>Sistemas de informação de gestão</i>	<i>Estratégica</i>	<i>De relacionamento</i>	<i>Pessoais e</i>
Deteção do foro informal que melhora o relacionamento com clientes “stakeholders”					
Acesso integrado em qualquer lugar de qualquer informação					<i>Integrados</i>

Fonte: adotado de Pereira (2005)

O acesso à informação nas organizações é feito através dos SI. Os SI apresentam uma tipologia diversificada com o objetivo de fornecer à organização dados e toda a informação necessária no processo de decisão, promovendo desta forma que os utilizadores tenham acesso a toda a informação que necessitam para desempenhar as suas tarefas (ou funções).

Existem várias tipologias de SI, sendo estas aproximações da informação à realidade da organização porque pretendem estabelecer a conexão entre os vários departamentos que a compõem de forma a gerar fluxos de informação estruturados e resolver problemas identificados pelos seus utilizadores (Turban, Rainer e Potter, 2007).

Assim, apresentam-se de seguida algumas tipologias identificadas por vários autores:

**Business Intelligence (BI):** sistemas que produzem relatórios de apoio à decisão, e que estão associados à resolução de problemas. O BI são aplicações e tecnologias de recolha, armazenamento e análise de dados, e tem como objetivo ajudar os utilizadores a tomar a melhor decisão possível. (ex.:Data Warehouse, OLAP, Data Mining);

**Customer Relationship Management (CRM):** cuida dos clientes desde o pedido até à entrega do produto e atendimento. As ferramentas de CRM tentam resolver problemas de integração e informação sobre clientes (ex.: serviços, vendas e marketing; banco de dados de clientes);

**Enterprise Resource Planning (ERP) -** Sistemas que integram firmemente os SI da área funcional através de um banco de dados comum; SI que integram todas as áreas funcionais das organizações, oracle, SAP;

**Office Automation System (OAS):** apoiar as atividades de trabalho diárias de indivíduos ou grupos (ex.: Microsoft Office);

**Sistema de Apoio à Decisão (SAD):** fornecer acesso a dados e a ferramentas de análise, SI que fornecem apoio baseado num computador para decisões complexas e especiais, para gerentes intermédios e trabalhadores de conhecimento (ex.: análise condicional (what-if) das mudanças do orçamento);

**Sistema de Comércio Eletrónico (SCE):** permitir transações entre as organizações e, entre organização e cliente (ex.: dell.com);

**Supply Chain Management (SCM):** gerenciar fluxos de produtos, serviços e informações sobre organizações (ex.: sistema de wal-mart Retail link conectando fornecedores ao wal-Mart);

**Sistema Especialista (SE):** imitar a experiência humana em determinada área e tomar uma decisão, SI que tentam imitar o trabalho do especialista humano aplicando habilidades de raciocínio, conhecimento e experiência dentro de um domínio específico (ex.: análise de aprovação do cartão de crédito);

**Sistema de Informação da área Funcional (SIAF):** apoiar atividades dentro de uma área funcional específica (ex.: sistema de processamento de folhas de vencimentos, contabilidade, marketing);

**Sistema de Informação Executiva (SIE):** apresentar aos executivos informações resumidas e estruturadas sobre os aspetos importantes das empresas, SI que apoiam os altos gerentes da organização, fornecendo acesso rápido, informações oportunas e acesso direto a informações estruturadas sob a forma de relatórios (ex.: *status* da produção por produto);

**Sistemas de Informação Gerencial (SIG):** produzir relatórios resumidos dos dados de transação, numa área funcional, SI que resumem dados e preparam relatórios, para gerentes intermédios, mas, algumas vezes, também para gerentes de nível inferior (ex.: relatório sobre as vendas totais de cada cliente);

**Sistema de Informação Interorganizacional (SII):** SI que conectam duas ou mais organizações.

**Transaction Process System (TPS):** processar dados de transação dos eventos empresariais, SI que apoia a recolha, o armazenamento e o processamento de dados das transações comerciais básicas das organizações (ex.: terminal do ponto de venda na caixa do wal-Mart)

As várias tipologias identificadas recorrem à valorização da informação nas organizações como uma mais-valia no seu desenvolvimento, indicando que, o software utilizado esteja adaptado a cada tipo de organização e aos seus utilizadores (Lopéz, 2013), devendo estes estar familiarizados com o SI utilizado.

### **2.1.2 As tecnologias de informação na organização**

A evolução da tecnologia verificada nas últimas décadas permitiu o desenvolvimento das organizações e competitividade, originada pelo aumento de comunicação e pelo acesso à informação (Bhatt, Grover e Grover 2005).

Para identificar as tecnologias mais usadas nas organizações utilizou-se a definição de Turban, Rainer e Potter (2007): as tecnologias de informação (TI) e comunicação são: comunicações sem fios, telecomunicações e redes, software e hardware que permitem, desenvolvimento de sistemas, gestão da segurança, do risco e de dados.

Buhalis e Law( 2008) identificam as tecnologias de informação e comunicação como aquelas que utilizam a internet e promovem as organizações do turismo através da utilização de sistemas de informação como CRS ( computer reservation system) e GDS ( global distribution system).

Outros autores como, Bacon e Fitzgerald (2001), Varian e Shafiro (1999) e López (2013) identificam as TI como: software; hardware; tecnologia de armazenamento de dados; tecnologia de rede e telecomunicações, que permitem a gestão de informação na organização.

Nos últimos anos, a utilização TI nas organizações originou em muito autores a sua identificação com o conhecimento e a inovação digital, onde a informação é um fator determinante para a evolução organizacional (Reis, 1999; López, 2013); a sua utilização permite um aumento da eficiência nas organizações através da codificação de fluxos de dados de informação e do seu processamento.

A informação apresenta diversas características (Lopes, Morais e Carvalho, 2009), e baseia-se na relação entre o emissor e o recetor, na valorização das TI como meio de processamento da mensagem de forma adequada e no tempo certo, com o

objetivo de que o seu uso permita transmitir a informação necessária para o aumento da eficácia na organização.

Para concluir, a utilização das TI nas organizações constitui um fator de dinâmica organizacional e de promoção das relações que se estabelecem nos vários níveis organizacionais. A sua utilização é traduzida na codificação de fluxos de dados e processamento de informação, constituindo, por isso, um elemento fundamental para a competitividade organizacional.

### **2.1.3 Benefícios da utilização de sistemas e tecnologias de informação na organização**

A utilização de sistemas e tecnologias de informação na organização tem como objetivo observar o desempenho no processo de organização da informação disponível na organização, isto é, promover a sua competitividade face a outras organizações, através do desenvolvimento de processos digitais e valorização dos recursos disponíveis, nomeadamente recursos técnicos e humanos.

Vários autores identificam o uso dos sistemas de informação como uma combinação de fatores necessários para promover a performance organizacional e aumentar as vantagens competitivas (Bernardo, 2006; López, 2013). Esta avaliação é medida através do impacto organizacional, obtida pela introdução de uma nova tecnologia e das aplicações que ligam a empresa aos principais fornecedores e clientes, identificando-se os pontos fortes e fracos do SI na perspetiva de gestão (Pereira, 2005).

De igual modo, a utilização dos SI reflete a difusão da informação na organização conforme alguns princípios, nomeadamente: ser eficaz, traduzir um carácter educacional e estratégico, com o objetivo de tornar a organização competitiva no mercado.

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). Por isso, a implementação na organização 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 competitividade organizativa (Amaral *et. al.*, 2005).

Conforme Amaral *et. al* (2005,363) entende-se como benefícios nas organizações: “diminuição dos custos administrativos; mais fácil tomada de decisões; melhor planeamento e controlo de operações; informação mais precisa, fiável, atempada e com maior disponibilidade; maior facilidade de exploração de alternativas; melhor imagem da empresa; redução de existências e fundo maneio; aumento da capacidade de reagir a mudanças no meio envolvente; poupança no espaço; processamento mais rápido; redução de erros; informação de maior qualidade; capacidade de desenvolver modelos de simulação e cenários alternativos; aumento da capacidade laboral; capacidade de aceitar trabalho que anteriormente era recusado; poupanças no armazenamento de informação; eliminação de serviços que eram executados externamente; maior satisfação do consumidor devido a um melhor serviço; redução do número de trabalhadores; obtenção de informação previamente não disponível; manutenção da posição competitiva; melhor utilização dos recursos; melhores ligações com canais de fornecimentos, distribuição e clientes; comunicação interna e externa mais rápida e eficiente”.

Em relação às TI, estas representam um benefício nas organizações permitindo maior competitividade e melhor 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).



Para Buhalis (1998) e Neuhofer, Buhalis e Ladkin (2013) o impacto do uso das TI nas organizações contribui para o aumento da competitividade, para melhoria da informação, melhoria nas comunicações com o exterior, melhoria no processo de decisão e melhoria na utilização de computadores.

A análise do impacto 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, reconhece-se que a existência de uma planificação no uso das TI conduz a uma maior competitividade e cooperação de empresas, devendo constituir um dos fatores mais importantes e em todo o processo de adoção do conhecimento digital, refletindo as necessidades de informação e a mudança organizacional necessária para a sua utilização.

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 (Mahrtens 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.

No que se conclui que, a utilização dos sistemas e tecnologias de informação na organização permitem gerar benefícios organizacionais, nomeadamente, melhor acesso à informação necessária para a resolução dos problemas identificados, melhor performance organizacional, e aproveitamento de recursos. A planificação do seu uso deve ser ajustada à realidade organizacional de modo a contribuir para melhorar o seu desempenho, contribuir para uma estratégia competitiva no

mercado e melhor acesso à informação, tanto interna como externa. Logo, a utilização dos sistemas e tecnologias de informação na organização constituem um fator positivo e refletem a capacidade de mudança organizacional para sistemas digitais adotados às suas necessidades.

## **2.2 Características das organizações de turismo**

As primeiras abordagens do conceito de organização foram propostas por Bittner (1965) e Selznick (1948) - a organização é composta por um conjunto de pessoas, ambiente, estrutura e processos dos quais fazem parte objetivos para atingir determinadas metas, com um caráter racional e formal.

A organização é definida quando se escolhe a missão e os objetivos da organização, se estabelece o seu domínio de atividade e a sua fronteira, se subdivide as principais tarefas a executar pelos indivíduos na organização, e se integram as pessoas na organização (Galbraith (b), 1977).

O desenvolvimento das organizações em termos de métodos de trabalho ligado às novas tecnologias levou a que muitos autores identificassem a organização como uma unidade onde a tecnologia faz parte dos elementos fundamentais da sua caracterização.

Na tabela 3 são apresentadas várias interpretações do conceito de organização, verificando-se que a tecnologia é um recurso necessário para a execução das tarefas na organização, incluindo o hardware, o software e todos os outros equipamentos (Lopes, Morais e Carvalho, 2009). Para Amaral *et al.* (2005) a utilização da tecnologia permite o aumento da produtividade e competitividade nas organizações.

Com efeito, os modelos apresentados identificam uma evolução no objeto organizacional, onde a informação é um dos componentes principais da

organização. Conforme Morton (1991), citado em Lopes, Morais e Carvalho (2009) e Amaral (1994) existe uma preocupação no processo de transformação da informação de modo a ser ajustada à realidade organizacional. O mesmo não se verifica noutros autores como, Leavitt (1965), Scott (1992) e Davis e Olson (1985), citado em Lopes, Morais e Carvalho (2009) que privilegiam apenas a tecnologia como um dos elementos organizacionais.

**Tabela 3 - Os objetos da organização em diferentes modelos**

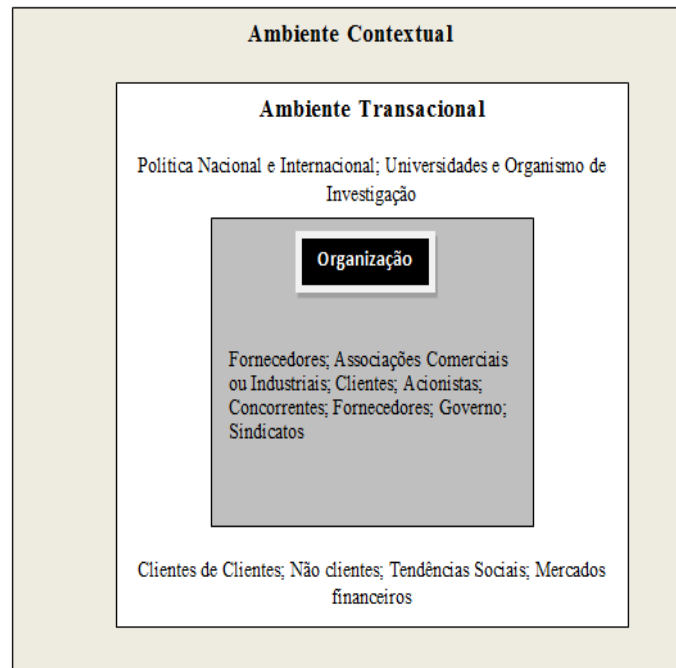
<b>Leavitt</b>	<b>Scott</b>	<b>Davis &amp; Olson</b>	<b>MIT90</b>	<b>PRAXIS</b>
Leavitt (1965) Pessoas, Tecnologia, Tarefas, Estrutura	Scott (1992)  Tecnologia, ambiente, objetivos,  Estrutura social, Participantes	(Davis & Olson, 1985)  Pessoas, Tecnologia, Tarefas, Estrutura, Cultura	(Morton, 1991)  Processos, Pessoas, Tecnologias, Meio ambiente, Estratégia, Estrutura	(Amaral, 1994)  Processos, outros recursos, Meio ambiente, Objetivos, pessoas

Fonte: extraído de Lopes, Morais e Carvalho (2009)

Na sociedade atual, a organização está inserida num ambiente contextual e transacional, onde existem relações diretas e indiretas com os elementos que dela fazem parte (Lopes, Morais e Carvalho, 2009). Esta abordagem permite aferir que no processo organizativo as relações entre os vários ambientes que a compõem, constituem os elementos com os quais a organização transforma informação de modo a se adaptar à realidade.

Apresenta-se de seguida o meio contextual e conceptual da organização:

### Ilustração 1- Elementos da Organização



Fonte: (Lopes, Morais e Carvalho 2009)

A organização de turismo evoluiu após a II Guerra Mundial. Durante os anos 70 estas organizações tiveram um crescimento lento, atribuído à recessão verificada em alguns países, mas também à mudança de gostos dos consumidores e alterações demográficas. Após esta década esta tendência foi invertida dando lugar a um crescimento acentuado, traduzida numa indústria sazonal, com salários baixos, e restrito a um número pequeno de organizações (Murphy, 1985).

Atualmente o desenvolvimento das organizações turísticas relacionam-se com o uso das tecnologias de informação e às oportunidades de ligação com outras organizações promovida pelo uso da internet (Akehurst, 2009). A organização do

turismo apresenta-se no séc. XXI com uma das grandes indústrias do mundo desenvolvido (Lew, Hall e Williams, 2007).

A organização do turismo está assente num sistema turístico que funciona com quatro elementos: mercado, viagens, destinos e marketing (Mill e Morrison, 1985 citado em MCKercher, 1999), o seu desempenho traduz-se na satisfação do consumidor, eficiência, crescimento da organização, partilha de mercado e lucro (Stable e Sinclair, 1997).

O carácter de sazonalidade da indústria de turismo identificada por Murphy (1985) é fundamental para o gestor adotar uma estratégia de crescimento, com base na região e tipologia onde está inserida, valorizando o carácter sazonal, o comportamento do consumidor e a tipologia específica de mercado (Costa 2005).

Assim, atendendo às características apresentadas das organizações, e mais concretamente das organizações de turismo, conclui-se que, estas devem adotar um planeamento tendo em conta o seu carácter sazonal e as preferências dos consumidores, baseado em estratégias de crescimento nacional e internacional, por forma a competir com grupos económicos de mercados diferenciados onde prevalecem organizações estruturadas e globalizantes.

### **2.3 Especificidades do turismo no espaço rural**

O turismo rural, em Portugal, assume a designação de Turismo no espaço rural (TER), sendo um produto turístico que, em termos legais, data de 1986, foi criado com o objetivo de estimular o rendimento económico das populações e a recuperação do património histórico-cultural nas zonas ditas rurais.

O Decreto-Lei (DL) n.º 256/86 de 27 de agosto estabelece no Plano Nacional de Turismo (PNT) que “ (...) o turismo deverá contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população portuguesa, mediante, entre outras medidas, o

fomento do turismo rural e o incremento do turismo de habitação nas zonas rurais, modalidades que, simultaneamente, deverão visar a proteção e valorização do património cultural, de que a arquitetura regional é expressão de grande interesse turístico. (...)”. Este DL foi retificado e regulamentado pelo DL n.º 39/2008<sup>1</sup> de 7 de março, entende que, empreendimentos de turismo na área rural devem situar-se em determinados locais de modo a preservar, recuperar e valorizar o património arquitetónico, histórico, natural e paisagístico das respetivas regiões, desde que seja respeitada a traça arquitetónica da construção já existente.

Desde 1986 que a análise do TER passou a ser em Portugal um dos motivos de preocupação política e económica, passando a constar nos Planos de Recuperação da Economia Regional (PRER) e, mais recentemente, nos objetivos delineados no Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT), com um horizonte temporal até 2015.

A problemática inerente ao desenvolvimento do turismo no espaço rural só pode ser entendida se identificarmos os seus fundamentos, a metodologia utilizada na classificação, as características de alojamento do espaço rural e a sua ocupação do espaço físico.

Relativamente às organizações de turismo no TER, estas apresentam, normalmente, um carácter familiar com o objetivo de apoiar o negócio rural assente na experiência de um estilo de vida ou *hobby* feminino (Getz e Carlsen, 2000), por isso a sua perspetiva de desenvolvimento deve ser ajustada à sazonalidade de outros produtos turísticos, já que contrariam a sazonalidade do turismo nacional, e reforçam o desequilíbrio já existente, em zonas geográficas distintas (Mesquita, 2009).

No desenvolvimento deste ponto consideram-se três aspetos fundamentais: a dinâmica do mercado turístico em Portugal, em termos de oferta e procura; a

---

<sup>1</sup> Atualizado pelo DL n.º 54/2002

caraterização e os fundamentos teóricos do mercado rural; e a análise do mercado do turismo rural na região do Algarve.

### 2.3.1. O mercado turístico

Para Cunha (1997,8) o turismo define-se como: “ o conjunto de relações e fenómenos produzidos pelo deslocamento de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que esses deslocamentos e permanência não sejam motivados por uma atividade lucrativa principal, permanente ou temporária”.

O mercado turístico é fragmentado por ser composto por vários ramos de negócio e atividades, deslocando-se o consumidor para a localidade onde vai consumir o “produto” que adquire (Cunha, 1997).

O mercado turístico também chamado de sistema turístico (SISTUR) constitui um importante vetor da economia para as decisões de políticas de emprego, ordenamento do território, desenvolvimento rural e local (Beni, 1997), sendo por isso fundamental a análise das componentes da oferta e da procura turística.

Para Cooper (2008) a procura turística reflete a motivação como um fator importante para que o turista procure determinado destino (Murphy, 1985), em função de determinadas variáveis heterogéneas (Abreu *et al.*, 2005), e comuns a todos os turistas, como o rendimento e o preço (Athiyaman, 1997). O desenvolvimento da motivação do turista sugere que este se desloque em função de um desejo, de uma necessidade ou da disponibilidade para viajar.

A procura depende de fatores estruturais, como a tendência a médio prazo ligados ao processo de crescimento económico e ao modo de vida, de fatores conjunturais como o volume e o tipo de procura, a duração de permanência, os preços e os serviços turísticos, de fatores psicossociológicos que atuam permanentemente e têm um carácter dinâmico e pertencem ao domínio irracional e do inconsciente

(Cunha, 1997). A procura depende também da necessidade do turista se deslocar para outro lugar por um determinado período de tempo (Lim, 1997 e Athiyaman, 1997).

De acordo com Cooper (2008) a oferta do turismo é de dois tipos: conceptual ou descritiva e técnica. A oferta do turismo é o conjunto dos bens e serviços que concorrem para satisfazer as necessidades dos turistas, e o conjunto de fatores naturais, equipamentos, bens e serviços que provoquem a deslocação de visitantes, satisfaçam as suas necessidades de deslocações e de permanência e sejam exigidos por estas necessidades (Cunha, 1997).

### **2.3.2 O mercado rural**

A evolução do mercado rural teve a sua origem no processo de reorganização económica 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. Estas mudanças estruturais permitiram que a economia rural crescesse de forma sustentada e com um plano de reorganização económica e social, suscitando uma nova perspetiva 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. O turismo rural 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 interesse pela recreação no campo surgiu no século XIX como reação ao *stress* associado ao crescimento das cidades industrializadas.



Contudo, 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, Lowengart e Milman (2000) o turismo rural ocorre nas áreas rurais, é construído no mundo rural e assente em organizações de pequena escala.

De acordo com Sharpley (2002), o turismo rural é visto como um setor em crescimento, que representa uma fonte importante de rendimento nas economias rurais. Ou seja, promove o crescimento económico e social/cultural em zonas desertificadas e com fracos recursos de desenvolvimento, e protege e melhora infraestruturas naturais.

Na evolução do quadro legislativo do TER em Portugal (tabela 4) reconhece-se a preocupação com o desenvolvimento e a revitalização do tecido económico rural, através do aumento da qualidade de vida das populações rurais, associação da oferta turística de alojamento às tradições da hospedagem rural e a recuperação do património histórico-cultural e rural.

Assim, os diplomas legais (tabela 4) identificam-se com a evolução da ocupação rural, desde os parques de campismo até à exploração dos empreendimentos turísticos, incluindo-se os requisitos específicos de exploração de parques de campismo e caravanismo, e classificação de estabelecimentos hoteleiros rurais. Esta evolução legislativa reflete ainda uma preocupação do ordenamento rural, associada à atividade turística rural e sua classificação segundo uma tipologia padronizada, necessária ao TER.

**Tabela 4- Legislação do TER**

Ano	Diplomas legais	Descrição
1982	Dec. Lei nº192/82	Cria os Parques de Campismo Rurais.
1984	Dec. Lei nº 25/84	Consagra a atividade turística em meio rural, através da criação legal da figura Turismo de Habitação.
1986	Dec. Lei nº 256/86	Diferencia as novas modalidades de TER: Turismo de Habitação, Turismo Rural e Agroturismo.
1997	Dec. Lei nº 169/97	Cria as modalidades: Turismo de Aldeia e Casas de Campo.
2002	Dec. Lei nº 54/2002	Estabelece o regime jurídico da Instalação dos empreendimentos de Turismo no Espaço Rural.
2002	DR 13/2002	Regula os requisitos mínimos das instalações e do funcionamento dos empreendimentos de Turismo no Espaço Rural
2008	Dec. Lei nº 39/2008	Estabelece o novo regime jurídico da instalação, exploração e funcionamento dos empreendimentos turísticos
2008	Declaração Retificativa nº 25/2008	Retifica o Decreto-Lei n.º 39/2008
2008	Portaria 465/2008	Aprova o sistema de classificação dos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos turísticos e apartamentos turísticos
2008	Portaria 937/2008	Fixa os requisitos mínimos a observar pelos estabelecimentos de Turismo de Habitação e de Turismo no espaço rural.
2008	Portaria 1320/2008	Estabelece os requisitos específicos de instalação, classificação e funcionamento dos parques de campismo e caravanismo (onde se enquadram os parques de campismo rurais).

Fonte: extraído de Económicos (2008)

Nesta sequência é apresentado o DL nº 39 de 2008, onde se identifica várias modalidades de hospedagem do TER (tabela 5). Este DL surge pela necessidade de uniformização das várias tipologias de hospedagem no TER, e apresenta diversos conteúdos de ocupação que se identificam com formas de motivação e ocupação de tempos livres no meio rural.

**Tabela 5- Modalidades de hospedagem no TER**

<i>Turismo de habitação</i>	“Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado a turistas em casas antigas particulares que, pelo seu valor arquitetónico, histórico ou artístico sejam representativas de uma determinada época, nomeadamente os solares e as casas apalaçadas, devendo ser habitadas por quem faz a sua exploração durante o período da mesma.” (artigo 4º)
<i>Turismo Rural</i>	“ Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado a turistas em casas rústicas particulares que, pela sua traça, materiais construtivos e demais características, se integram na arquitetura típica regional, devendo ser habitadas por quem faz a sua exploração durante o período da mesma.” (artigo 5º)
<i>Agro turismo</i>	“ Serviço de hospedagem de natureza familiar prestado em casas particulares integradas em explorações agrícolas que permitam aos hóspedes o acompanhamento e conhecimento da atividade agrícola, ou a participação nos trabalhos aí desenvolvidos, de acordo com as regras estabelecidas pelo seu responsável, devendo ser habitadas por quem faz a sua exploração durante o período da mesma.” (artigo 6º)
<i>Turismo de aldeia</i>	“ Serviço de hospedagem prestado num conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de uma forma integrada, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores, devendo, pela sua traça, materiais de construção e demais características, integrar-se na arquitetura típica local.” (artigo 7º)
<i>Casas de Campo</i>	“ Casas particulares situadas em zonas rurais que prestem serviço de hospedagem, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores e legítimos detentores, devendo, pela “sua traça, materiais de construção e demais características, integrar-se na arquitetura e ambiente rústico próprio da zona e local onde se situem.” (artigo 8º).

Fonte: AR, DL nº 39 (2008)

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, identificando-se com a ideia do natural e autêntico e impondo-se como uma alternativa a outro tipo de turismo, que atrai turistas mais exigentes, cultos, informados, indiferentes aos custos e seletivos nas suas escolhas.

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. Constituindo de igual forma, um estímulo para uma melhor qualidade de vida das populações rurais e aumento das experiências de qualidade para este segmento de turismo.

### **2.3.2.1. Os números do turismo no espaço rural**

A análise quantitativa da evolução do turismo no espaço rural em Portugal, no período compreendido entre 1999 e 2008, sugere que a modalidade que cresceu mais, em termos de nº de estabelecimentos, foram as “casas de campo”. O “turismo de habitação” foi a modalidade que cresceu menos e o “turismo no espaço rural” e o “turismo de aldeia” aparecem sem relevância (tabela 6, Vareiro e Ribeiro (2007)<sup>2</sup> e [www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt)). Em termos globais, verifica-se um aumento no número de estabelecimentos entre 1999 e 2008, conforme apresentado na tabela 6.

---

<sup>2</sup> (Vareiro & Ribeiro, 2007): *Turismo de habitação*: caracteriza-se por solares, casas apalaçadas ou residências de reconhecido valor arquitetónico, com dimensões adequadas, mobiliário e decoração de qualidade; *turismo rural*: serviço de hospedagem prestado a turistas em casas rústicas com características próprias do meio rural em que se inserem, situando-se em aglomerado populacional ou não longe dele; *Agro-turismo*: caracteriza-se por casas de habitação ou os seus complementos integrados numa exploração agrícola, permitindo-se a participação dos turistas em trabalhos da própria exploração ou em formas de animação complementar; *casas de campo*: são casas particulares e casas de abrigo situadas em zonas rurais que prestam um serviço de hospedagem, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários; *turismo de aldeia*: caracteriza-se pelo serviço de hospedagem prestado num conjunto de, no mínimo, cinco casas particulares situadas numa aldeia e exploradas de forma integrada, quer sejam ou não utilizadas como habitação própria dos seus proprietários, possuidores ou legítimos detentores.

**Tabela 6 - Número de estabelecimentos e capacidade de alojamento, por modalidades entre 1999 e 2008**

modalidades	1999		2000		2001		2002		2003		2007		2008	
	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj
Turismo Habitação	214	2183	229	2375	228	2371	244	2677	246	2733	232	2719	233	2733
Turismo Rural	262	2208	280	2347	284	2379	358	3256	391	3676	390	3893	(a)	---
Agroturismo	115	1295	119	1350	122	1386	145	1738	147	1813	136	1739	140	1781
Casas de Campo	15	90	40	221	51	340	116	763	148	988	234	1793	246	1893
Turismo de Aldeia	---	---	---	---	(a)(2)	(a)(2)	3	99	4	127	7	249	(a)	(a)
TER	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Outros	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---
<b>Total Geral</b>	<b>606</b>	<b>5776</b>	<b>668</b>	<b>6293</b>	<b>685</b>	<b>6476</b>	<b>685</b>	<b>8533</b>	<b>936</b>	<b>9337</b>	<b>999</b>	<b>10393</b>	<b>1433</b>	<b>15366</b>
<b>crescimento em %</b>			10,23	8,95	2,54	2,91	0,00	31,76	36,64	9,42	6,73	11,31	43,44	47,85

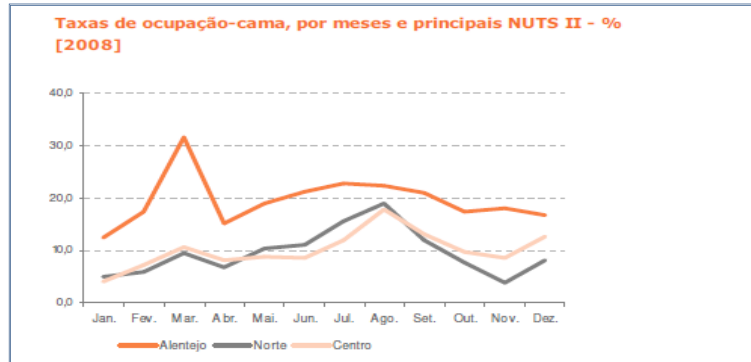
Fonte: adotado de Vareiro e Ribeiro (2007) e [www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt), acedido em 2/07/2012

Notas do quadro: (2) modalidades não consideradas em 2001 e 2008; (3) - inclui turismo de aldeia e turismo rural; (a) dados não disponíveis.

Em termos de capacidade de alojamento, destacam-se as “casas de campo” e o “turismo no espaço rural”. A taxa de crescimento anual média em termos globais desta variável, no período considerado, foi de 13.0% (tabela 6) justificada pela preferência de escolha dos consumidores, pelos incentivos governamentais e pelo aumento do investimento privado nesta modalidade turística.

A procura turística apresenta características de sazonalidade em termos de taxa de ocupação/cama (ilustração 4). Esta sazonalidade é o efeito das preferências dos consumidores por determinado tipo de tipologia de turismo e época do ano, como por ex.: a preferência pelo produto sol e mar, e o verão. Com efeito, a análise revela que, em média, a taxa de ocupação varia entre os 10% e os 20%, sendo os meses de maio a outubro aqueles que apresentam maior taxa. Nos meses de fevereiro e março destaca-se a região Alentejo como aquela que apresenta uma taxa de ocupação superior à média anual no total das regiões.

## Ilustração 2 - Taxa de ocupação /cama mensal por NUTS II



Fonte: extraído de [www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt), acedido em 2/07/2012

A análise dos números no TER reflete um crescimento moderado nas várias tipologias, apresentando-se como alternativa a outros produtos turísticos (como, por exemplo, o turismo sol e mar), destacando-se as “casas de campo” com maior crescimento, em termos de capacidade de alojamento e número de estabelecimentos.

### 2.3.2.2 Análise do turismo no espaço rural na região Algarve

A ruralidade na região do Algarve apresenta características comuns ao mundo rural, na generalidade das regiões portuguesas: carácter frágil e pouco significado na economia, no tecido produtivo, na escolarização da população, na oferta de serviços e na baixa capacidade de desenvolvimento de outros setores de atividade.

O ruralismo algarvio encontra-se associado a áreas de baixa densidade populacional, caracterizadas por processos de despovoamento contínuos quase irreversíveis, onde uma parte significativa da população é agrícola e a paisagem predominantemente agrária (Jacinto, T. R. S. Dora Isabel Martins Sampaio).

No conjunto do território algarvio, para além da estreita faixa litoral, existe também uma vasta área de barrocal e de serra, constituído por dezasseis concelhos

do Algarve, dos quais seis são interiores: Alcoutim, Aljezur, Castro Marim, Monchique, S. Brás de Alportel. Todos apresentam ainda fortes marcas de ruralidade (Ilustração 3).

### Ilustração 3- Os concelhos no Algarve



Fonte: [www.google.pt](http://www.google.pt), acedido em 24/04/2013

A dinâmica entre o litoral e o barrocal Algarvio origina o desenvolvimento de sinergias e atividades que proporcionam a minimização de assimetrias e que fortalecem as zonas rurais com fraco desenvolvimento económico e social na região. Por outro lado, existe uma grande diversidade paisagística e morfológica, valores culturais e patrimoniais, sendo estes pontos de partida para a diversificação e multifuncionalidade dos espaços rurais algarvios que, associados ao litoral oferecem um turismo variado e de enorme qualidade.

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. No entanto, o esforço feito em termos de investimento (tabela 7) é pouco significativo face a outras regiões, verificando-se que, face aos investimentos

feitos no âmbito dos vários programas financeiros o Algarve apresenta apenas 5,38% do investimento global.

Observa-se de igual modo que, as zonas com maior financiamento (Norte e Centro) são aquelas em que a taxa de ocupação/ cama é menor (ilustração 2) o que permite concluir que, embora exista um financiamento com o propósito de aumento do investimento no TER, as estratégias de gestão das unidades hoteleiras deverão ser repensadas de modo a atrair mais turistas para este segmento de mercado.

**Tabela 7- Sistemas de incentivo utilizados no investimento inicial pelos estabelecimentos do turismo no espaço rural/ turismo natureza, por número de projetos**

Financiamento	Norte	Centro	Lisboa	Alentejo	Algarve	Açores	Madeira	Portugal
LEADER	19	21	0	5	1	3	3	52
SIVETUR	13	13	0	1	5	0	0	32
SIME	7	1	0	2	0	0	1	11
SIPIE	3	0	0	1	0	0	1	5
SIFIT	3	5	1	1	0	1	0	11
SIR	9	5	0	3	0	3	0	20
Outro/Não sabe	16	9	0	5	3	5	2	40
<u>N.e.</u>	110	91	11	38	15	3	7	275
Total	180	145	12	56	24	15	14	446

Fonte: extraído de Económicos (2008)

A análise da evolução dos estabelecimentos e capacidade de alojamento no TER no Algarve e no Continente, entre 1999 e 2008 (tabela 8), reflete uma evolução positiva na variável nº de estabelecimentos e capacidade de alojamento tanto no Algarve como no Continente, no entanto, o peso da oferta do nº de estabelecimentos e capacidade de alojamento do Algarve relativamente ao Continente é baixa.



**Tabela 8 - Total de estabelecimentos e capacidade de alojamento do turismo no espaço rural (TER)**

NUTS II	1999		2000		2001		2002		2003		2007		2008	
	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj	NºEst	Aloj
Algarve	18	197	19	207	19	207	24	247	23	241	31	367	32	377
Continente	580	5540	603	5750	619	5919	777	7790	846	8572	892	10046	916	10410
(1)	3,1	3,55	3,15	3,6	3,06	3,5	3,08	3,2	2,71	2,8	3,47	3,6	3,49	3,6

Fonte: adotado de Vareiro e Ribeiro (2007) e [www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt) em 2/07/2012

Notas da tabela: (1) - peso da região no total do continente em %.

A importância do estudo da evolução do TER na região do Algarve destaca a alternativa ao turismo sol e mar e turismo de golfe, os mais importantes na região do Algarve, e identifica neste tipo de turismo “produto” alternativo aos consumidores e produtores de TER.

### 2.3.3 Perspetiva de evolução do turismo no espaço rural

A questão do desenvolvimento rural associado a uma nova perspetiva de ocupação do espaço rural constitui uma das preocupações para a Política Regional da Europa (PRE). O PRE 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*. O desenvolvimento rural deve ser analisado de acordo com várias vertentes. A reestruturação das oportunidades agrícolas, e no maior/melhor aproveitamento dos recursos naturais e arquitetónico. Deve-se igualmente 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 perspetiva 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 desse estar assente em mais investimento na informação digital, e formação dos recursos humanos de modo a privilegiar a utilização de sistemas e tecnologias de informação.

Com efeito, através do uso dos sistemas e tecnologias de informação nas organizações rurais, espera-se mais qualidade rural, melhores decisões na organização, maior satisfação dos consumidores e aumento dos resultados financeiros das empresas. Atualmente, os impactos positivos e negativos do turismo nas zonas rurais (tabela 9) revelam que os desafios verificados nestas zonas estão associados ao aproveitamento do espaço rural e ao desempenho dos promotores da “ruralidade”.

Por isso, deverá ser estabelecida uma relação de entendimento entre os promotores e os consumidores, apoiada em aspetos económicos e sociais, de modo a tornar as zonas rurais autossuficientes, autónomas e sensíveis às tendências internacionais, e conseqüentemente, à adoção de propostas de atuação recomendáveis na ótica do desenvolvimento da atividade rural (Económicos, 2008).

**Tabela 9 - Impacto do turismo nas zonas rurais**

Impactos positivos	Impactos negativos
Estímulo ao uso dos recursos	Aumento da hostilidade aos turistas nos locais
Suplemento de rendimento na área	Mudança nos aspetos culturais
Aumento do turismo internacional e aumento dos ganhos provenientes da taxa de câmbio	Causa e decadência da linguagem nativa e os costumes
Conservação da herança cultural	Danos e mudanças na paisagem rural
Conservação do ambiente rural	Reforço nas discrepâncias sociais
Mudança no aspeto económico – social	Decadência na ética dos produtos nacionais

Fonte: adotado de Keane e Quinn (1990)

A metodologia de avaliação do TER, em termos económicos e sociais, começou em Portugal muito recentemente como consequência das deficiências verificadas no aproveitamento das sinergias e desenvolvimento local. Nesta sequência, o Governo considerou rever o Plano Estratégico Nacional do Turismo 2011-2014 (PENT) de modo a potenciar uma melhor coordenação de reservas, promoção e qualidade do produto rural, através do desenvolvimento da promoção e distribuição *online*.

A perspetiva de evolução do TER deverá centralizar-se na adoção de um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo, que privilegie um desenvolvimento/crescimento das zonas rurais em declínio, mas com fortes potencialidades no domínio económico e social, valorizando o património cultural, ambiental e histórico e a qualidade do produto rural.

## **2.4 Sistemas e tecnologias de informação aplicáveis ao turismo e ao turismo no espaço rural**

Neste capítulo são identificados os sistemas de informação turística e a sua aplicabilidade nas organizações, com especial atenção à sua utilização em TER. Identificam-se de igual modo, as características e funcionalidades dos sistemas de informação turística no turismo, em geral, e no TER.

### **2.4. 1 Definição de sistema de informação turística**

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 necessárias, uma base tecnológica e aumentou a competitividade das organizações e a sua sobrevivência (Ramos, 2010), assim como um melhor relacionamento com atividades relacionadas com o turismo (Ramos, Rodrigues e Perna, 2009).

Apresenta-se de seguida algumas das necessidades de informação sentidas pelas empresas de turismo:

**Tabela 10- Algumas necessidades de informação turística**

Procura/turistas	Informação sobre destinos turísticos, facilidades, disponibilidades, preços, informação geográfica e clima
Oferta e Transportes	Informação sobre empresas, turistas, intermediários e concorrentes.
Intermediários	Informação sobre tendências no mercado turístico, destinos turísticos, facilidades, disponibilidades, preços, pacotes turísticos e concorrentes.
Organização de Marketing de destinos turísticos	Informação sobre tendências no setor, dimensão e natureza dos fluxos turísticos, políticas e planos de desenvolvimento.

Fonte: extraído de Ramos, Rodrigues e Perna (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, Dong e Longhi 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, Dong e Longhi, 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, privilegiando o uso do correio eletrónico (Winer, 2001). O CRM apresenta como objetivos: aumentar a aquisição dos 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).

Para Özgener e İraz (2006) o CRM nas organizações do turismo constitui uma importante estratégia de aplicabilidade tecnológica e um papel importante na relação que a empresa estabelece com o cliente. Esta relação constitui uma fonte de informações sobre o cliente e direciona a estratégia empresarial para a

fidelidade do cliente em relação à organização. A utilização do CRM no turismo permite de acordo com Özgüner e İraz (2006) o acesso à informação sobre os consumidores; manter e atualizar a base de dados dos clientes; aumentar a satisfação dos clientes; diminuição dos custos dos clientes; vantagem competitiva na aquisição de serviços *online*; maximização do lucro; criação de micro mercado de acordo com as necessidades dos clientes; criação de valor acrescentado junto dos clientes através dos serviços oferecidos e rapidez de acesso aos mesmos, gestão de vendas apropriada às necessidades dos clientes.

Para Sigala (2004) o CRM nas organizações do turismo não tem os resultados esperados como noutras organizações, e algumas iniciativas na sua implementação têm falhado, sendo que a sua produtividade relacionada com a utilização das tecnologias de informação. Por isso, o mesmo autor refere que existe pouca literatura sobre a relação existente entre a gestão do CRM e o desempenho organizacional nas empresas do turismo.

Para Martin (2004) as organizações de turismo rural apresentam uma reduzida dimensão, por isso o CRM é pouco utilizado. No entanto as mesmas têm adotado a internet à organização com o objetivo de aumentar as suas vantagens competitivas.

O CRS/GDS (Central reservation system/ Global Distribution System) está associado ao crescimento da utilização dos clientes da internet. Este sistema permite aos clientes escolher mais rapidamente as viagens, com base na informação turística disponível sobre sistemas de reserva, e possibilita às empresas uma gestão e planeamento do seu produto *online*. Por outro lado, o CRS/GDS constituem uma rede de informação turística onde estão presentes os intervenientes do mercado e suas relações económicas (Werthner e Ricci, 2004).

Para Ramos (2010) os SIT podem ser divididos consoante as suas características de funcionalidade e de divulgação do produto. Apresenta-se de seguida alguns exemplos: CRS (ex.: NEWHOTEL e OPERA); GDS (ex.: AMADEUS e

SABRE); IDS (ex.: TRAVELELOCITY e EXPEDIA); DMS (ex.: turismodeportugal.pt); DSS (ex.: INE, EUROSTAT); CRM (ex.: EDREAMS, VENERE).

#### **2.4.2 A aplicação do sistema de informação turístico nas organizações**

Buhalis (2008) refere que a aplicabilidade dos SIT nas organizações depende das suas necessidades. A implementação do SIT deve responder às necessidades sentidas pelos intervenientes do turismo durante a viagem ou antes da viagem, nomeadamente consumidores, agentes de viagens, fornecedores e agências de turismo (Sheldon, 1997)<sup>3</sup> (tabela 10), e deve estar em conformidade com os objetivos das organizações.

Com efeito, a utilização de vários tipos de informação turística (estática ou dinâmica) por parte das organizações, permite que os SIT utilizados se ajustem às necessidades sentidas para satisfazer os utilizadores.

---

<sup>3</sup> (Sheldon, 1997:8): “consumer: about destination, facilities, availabilities, prices, border controls, geography/climate; travel agents: about consumer trends in the market; about destinations, facilities, availabilities, prices, border controls, tour package, about other branches; suppliers: company information; about consumers and travel agents, about competitors; tourism Offices: about trends in the industry; about the size and nature of tourism flows; policies and plans for development”.

**Tabela 11 - Tipos de informação turística**

	<b>Estática</b>	<b>Dinâmica</b>
Antes da viagem	Brochuras, <i>GuideBooks</i> <i>CD- Room</i>	Telefone, fax, correio eletrónico, acesso do agente de viagem ao GDS, internet
Durante a viagem	Quiosques <i>Guidebooks</i> Canal de Tv nos Hotéis	Telefone, fax, correio eletrónico, DIS, internet

Fonte: adotado de (Sheldon, 1997, 9)

A aplicação do SIT nas organizações apela à constante inovação em termos de hardware, software e desenvolvimento de ligações *net*, com o propósito de manter a prosperidade a longo prazo, maximização de tempo e aproveitamento de recursos online (Buhalis, 2008), e a promoção do produto turístico (Buhalis, 1998).

De acordo com vários autores a utilização dos SIT nas organizações facilita a relação entre a organização turística e o cliente, e contribui para a promoção e especialização do produto turístico. Com efeito, esta relação poderá ser vantajosa se o SIT utilizado responder às necessidades sentidas pelos utilizadores e de acordo com os objetivos delineados pela empresa, possibilitando uma relação que, responde de forma profícua à satisfação dos clientes e aos problemas identificados na organização (Buhalis, 1998; Buhalis, 2008; Bénédicte, Dong e Longhi, 2011).



### **2.4.3 A utilização dos sistemas de informação do turismo no espaço rural**

O papel desempenhado por muitas organizações de turismo nas regiões europeias levou a criação de um sistema de gestão de destinos turísticos com o objetivo de as promover e desenvolver.

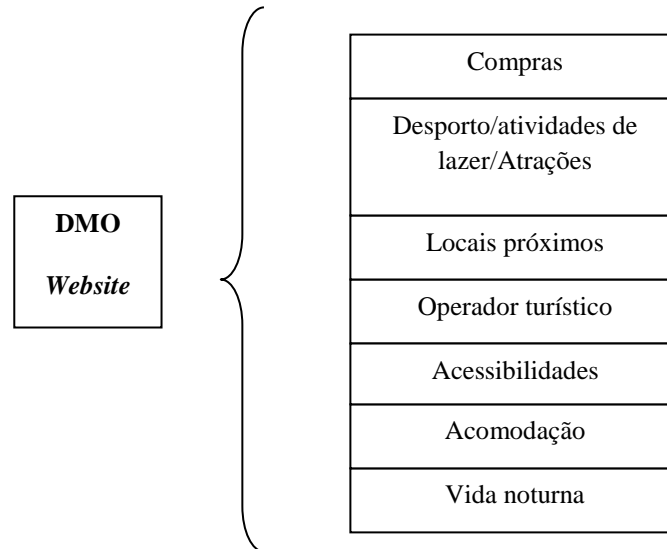
Consequentemente salienta-se o papel que as tecnologias de informação, mais especificamente a internet, proporcionaram à promoção e divulgação de destinos turísticos, e partilha de informação sobre opinião, considerações e conselhos sobre determinado destino por parte dos seus utilizadores (Hays, Page e Buhalis, 2013). Assim, 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, assim como a atualização da informação é bastante importante, por ser um destino com consumidores e características específicas. Por isso, 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).

O DMO apresenta várias informações ao turista através da página da internet (Ilustração 4):

#### Ilustração 4- Sistema DMO



Fonte: adotado de 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 *media* 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, Page e Buhalis, 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, Rodrigues e Perna, 2008).

Em suma, o aumento da utilização das tecnologias de informação permitiu uma melhor competitividade nas organizações do turismo (Neuhofer, Buhalis e Ladkin, 2013). Consequentemente o rápido crescimento da sua utilização (Buhalis, 2008) originou nas empresas o aumento das relações entre os vários

agentes do turismo. Deste modo, os SIT surgem como uma necessidade nas organizações de se relacionarem mais eficazmente com os clientes e outros agentes, através da transmissão de informação necessária e útil para o seu desempenho no mercado.

Referencia-se ainda que, as organizações em TER por oferecerem um produto turístico onde a informação sobre o mercado e experiências do turista é pouco divulgado, utilizam mais frequentemente o SI DMO por ser aquele que se adapta melhor às necessidades de informação deste tipo de consumidor, ou seja, o SI consegue informar detalhadamente o consumidor sobre atividades, compras, locais de interesse, mapas (Beldona e Cai (2006)), enquanto, as outras organizações, pelo facto de estarem à mais tempo no mercado utilizam preferencialmente o CRM e o GDS (Beldona e Cai, 2006), ignorando uma informação detalhada sobre o destino turístico.

Por último, a utilização do DMO deverá evoluir para um conceito dinâmico de SI, onde se privilegia os gostos dos consumidores e a utilização destes SI através do *facebook* e *twitter*.

## **2.5 Instrumentos de análise do turismo no espaço rural**

Neste ponto são analisados os conceitos de avaliação de qualidade das organizações (servqual, servperf e ruralqual), satisfação dos consumidores quanto à utilização dos SI no TER, decisão na organização e resultados financeiros. Estes conceitos permitem operacionalizar as variáveis a incluir no instrumento de recolha de dados para análise do impacto dos SI no TER.

### 2.5.1 Conceito de qualidade nas organizações

O conceito de qualidade nas organizações está associado ao conceito de qualidade total de gestão (TQM- total quality management).

A TQM na organização deve ser analisada com base na avaliação da satisfação dos utilizadores e assente em instrumentos de gestão, com o objetivo de melhorar o processo organizacional e a qualidade de produtos e serviços oferecidos. Alguns autores defendem que a análise da qualidade pode ser feita através da comparação entre a satisfação real e a satisfação esperada. No turismo rural, a análise da qualidade deve contemplar a qualidade funcional (ex.: as atitudes do funcionário) que diz respeito ao *como* fazer, e a qualidade técnica (ex.: tamanho do quarto e serviços incluídos) de *que forma* fazer qualidade (Reichel, Lowengar e Milman, 2000).

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, Zeithaml e Berry, 1988)

Os modelos propostos para avaliação da qualidade de serviços na organização relacionam a expectativa do utilizador, face a um determinado serviço, e o efetivamente realizado na organização, sendo possível determinar a diferença existente entre a expectativa e a realizada (Parasuraman, Zeithaml e Berry, 1985; Grönroos, 1984). 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.

### **2.5.1.1 Servqual**

O instrumento de avaliação da qualidade SERVQUAL proposto por Parasuraman, Zeithaml e Berry (1988) identifica dez dimensões determinantes na qualidade dos serviços: fiabilidade, competência, capacidade de resposta, acessibilidade, cortesia, comunicação, credibilidade, segurança, conhecer/compreender o cliente e tangibilidade, através de um questionário que permite avaliar as expectativas e a perceção dos clientes face ao serviço da organização após a sua utilização, através de uma escala de Likert (Göb, McCollin e Ramalheto, 2007).

### **2.5.1.2 Serviperf**

Cronin e Taylor (1992) desenvolveram um modelo denominado SERVPERF baseado somente na perceção de desempenho do serviço. A escala utilizada no SERVPERF é a mesma que foi desenvolvida por Parasuraman *et al.* (1985), sendo apenas aplicadas as 22 questões referentes às perceções do serviço (ver anexo 1).

Para Jain e Gupta (2004), a escala utilizada no SERVPERF apresenta melhorias e benefícios de utilização relativamente à SERVQUAL: convergência e discriminação de uma explicação válida na construção do serviço e um grande poder de explicação das variações da qualidade de serviços, sendo também necessária como instrumento na recolha de dados.

### **2.5.1.3 Ruralqual**

Vega, Casseilles e Martín (1995) apresentam uma análise complementar ao proposto pelo modelo SERVQUAL na qual se avalia a perceção e a qualidade do desempenho em TER.

Para Loureiro (2008) a qualidade percebida dos serviços é tida como mais difícil de avaliar do que a qualidade dos produtos, devido às características específicas dos serviços, em especial a intangibilidade. A RURALQUAL baseou-se na escala SERVQUAL, SERVPERF e na escala proposta por Vega, Casseilles e Martín (1995), através da avaliação dos clientes que utilizavam TER.

Para a investigação da variável “qualidade ” dos serviços de reserva de quartos nas organizações TER na região do Algarve, irá ser utilizada os itens relacionados com a utilização dos sistemas de informação e as reservas de quartos da escala RURALQUAL (ver anexo I). Conforme Fernandes (2008) é a melhor que se enquadra na avaliação da qualidade dos alojamentos em TER.

### **2.5.2 Satisfação do proprietário/gerente**

O crescimento da oferta de produtos no mercado proporciona uma avaliação da satisfação por parte dos proprietários/gerentes de TER com os SI utilizados, face aos serviços disponíveis. A satisfação resulta da avaliação relativamente às expetativas 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 o prazer produzido pela sua utilização.

Nas organizações a investigação da satisfação dos consumidores permite medir o sucesso do SI relativamente às suas expetativas (Baroudi e Orlikowski, 1987) e os benefícios da sua utilização. Esta satisfação deve ser separada em satisfação

atribuída (mede o nível de contentamento do consumidor num determinado produto) e satisfação da informação (baseada na qualidade de informação usada para decidir quanto à compra do produto), como antecedentes da satisfação (Mekinney, Yoon e Zahedi, 2002).

**Tabela 12 - Avaliação das alternativas das medidas de satisfação do uso de sistemas de informação**

<i>Autores</i>	<i>Origem</i>	<i>Suporte empírico</i>	<i>Nível de cobertura</i>	<i>Nº de indicadores</i>
<b>Gallagher</b>	Empírico	Adequado	Produto	18
<b>Jenkis and Ricketts</b>	Entrevista e Literatura	Inadequado	Produto	5
<b>Larker e Lessig</b>	Entrevista	Adequado	Produto	2
<b>Pearson</b>	Entrevista, literatura e empírico	Adequado	Suporte e produto	39

Fonte: adotado de Ives, Olson, H. e Baroudi (1983)

Para o desenvolvimento deste trabalho académico, utiliza-se a escala Pearson aplicada à escala de Likert, por ser a mais adequada para medir a satisfação do uso dos sistemas de informação, e medição de sistemas de qualidade (Göb, McCollin e Ramalheto, 2007).

Segundo Rensis Linkert (1932) (citado em Göb, McCollin e Ramalheto, 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. Estas atitudes são medidas através de uma escala de 5 pontos (a mais usual): discordo fortemente, discordo, neutro (indeciso), concordo, concordo fortemente.

Apresenta-se de seguida os vetores para medir a qualidade segundo a escala de Pearson:

**Tabela 13- - Vetores de avaliação para medir a satisfação do uso dos sistemas de qualidade segundo a escala de Pearson**

<b>Vetores</b>	<b>Fatores</b>	<b>Categoria</b>
1	Top Management involvement	Organizacional context
2	Organizational competition with EDP Unit	Organizacional context
3	Priorities determination	Organizacional context
4	Charge- back method of payment for services	Organizacional context
5	Organizational position of EDP function	Organizacional context
6	Relationship with the EDP staff	EDP Centre Staff and Policies
7	Communication with the EDP Staff	EDP Centre Staff and Policies
8	Technical competence of the EDP Staff	EDP Centre Staff and Policies
9	Attitude of the EDP Staff	EDP Centre Staff and Policies
10	Schedule of the products and services	EDP Centre Staff and Policies
11	Time required for new development	EDP Centre Staff and Policies
12	Processing of change request	EDP Centre Staff and Policies
13	Vendor Support	EDP Centre Staff and Policies
14	Response / Turnaround time	Interface
15	Mode of Interface	Interface
16	Convenience of access	Interface
17	Accuracy	Quality of systems
18	Timeless	Quality of systems
19	Precision	Quality of systems
20	Reliability	Quality of systems
21	Currency	Quality of systems
22	Completeness	Quality of systems
23	Flexibility	Quality of systems
24	Format of output	Quality of systems
25	Language	Quality of systems
26	Volume of output	Quality of systems
27	Relevancy	Quality of systems
28	Error recovery	Quality of systems
29	Security of Data	Quality of systems
30	Documentation	Quality of systems
31	Integration of systems	Quality of systems
32	Expectations	User constructor
33	Understanding of systems	User constructor
34	Perceived Utility	User constructor
35	Confidence in systems	User constructor
36	Feeling of participation	User constructor



<b>Vetores</b>	<b>Fatores</b>	<b>Categoria</b>
37	Feeling of control	User constructor
38	Degree of training	User constructor
39	Jobs effects	User constructor

Fonte : extraído de Pearson e Bailey (1980)

Para concluir, a satisfação da utilização dos SI nas organizações revela a importância do seu uso (Michopoulou e Buhalis, 2013), relativamente à relação entre satisfação, qualidade e expectativa de utilização. Para a operacionalidade da variável satisfação utilizou-se 7 variáveis dos vetores de avaliação de Pearson, conforme se apresenta no capítulo 3 deste trabalho académico.

### **2.5.3 A decisão na organização**

#### **2.5.3.1 O processo de decisão na organização**

O processo de decisão (PD) presume o tratamento da informação para que esta se torne útil para a organização, assente na avaliação de cenários, com base em alternativas com o objetivo de oferecer recomendações aos seus utilizadores (Courtney, 2001).

A aplicabilidade das tecnologias de informação na organização deu origem a uma maior eficiência no tratamento de informação disponível (Reis, 1999), e reflete a necessidade das organizações melhorarem o desempenho na resolução de problemas através do desenvolvimento de SI como ferramentas de apoio às atividades relacionadas com a tomada de decisão (Bernardo, 2006), em cada nível de gestão (estratégico, tático e operacional) (Reis, 1999; Pereira, 2005).

Com efeito, o PD pressupõe o acesso à informação com o objetivo de resolução de problemas organizacionais através de três fases: inteligência, desenho e escolha

(Reis, 1999; Courtney, 2001; Teixeira, 1998) em qualquer organização (Harrison e Pelletier 2000) de modo a diminuir incertezas na organização, e garantir a sua sobrevivência (Pereira, 2005).

O PD na organização pode ser: tipo I- aquele que ocorre tendo em conta uma rotina e uma certeza nos resultados; tipo II- aquele que revela um grau de incerteza elevado nos resultados (Harrison e Pelletier, 2000; Lopéz, 2013) e envolve vários domínios (Harrison e Pelletier, 2000): a organização, o nível de decisão, a importância, a racionalidade, a estratégia, os resultados e a incerteza, com o objetivo de proporcionar na organização a utilização de sistemas de decisão mais eficazes no menor espaço de tempo possível.

Contudo, o PD deve basear-se em fatores de decisão organizacionais, nomeadamente: o tempo disponível, natureza crítica do trabalho, regulamentos escritos, atitudes da empresa, quantidade de informação disponível, capacidade do gestor como decisor e criatividade e inovação (Teixeira, 1998),

Em suma, o PD pressupõe o acesso à informação com o objetivo de resolução de problemas organizacionais.

### **2.5.3.2 Critérios de avaliação da tomada de decisão na organização**

A tomada de decisão nas organizações 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.

Os vários autores conforme refere Lopes, Morais e Carvalho (2009) relacionam a finalidade dos SI com o tipo de problema da organização. Esta relação permite estabelecer quais os critérios que deverão ser utilizados tendo em conta o problema identificado, proporcionando desta forma uma resposta atempada face aos objetivos delineados, em termos de rapidez e utilização da informação.

Assim, é fundamental que se estabeleça no processo de decisão uma relação entre os critérios de avaliação da tomada de decisão e a sua aplicação, coerente com o objetivo da organização.

Para a operacionalidade do conceito de tomada de decisão na organização, neste trabalho, foram utilizados os critérios na resolução de problemas e rapidez na tomada de decisão, apresentados por Lopes, Morais e Carvalho (2009) e Pereira (2005). A escolha destes critérios permite aferir se os SI utilizados influenciam positivamente a tomada de decisão organizacional, em termos de tempo e resposta ao problema identificado pelo proprietário/gestor do TER

## **2.6 Resultados financeiros**

A diversidade de mercados, e 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).

Liang e You (2010) indicam que a performance organizacional pode ser medida através de três indicadores: financeiros, medidos através da RAI (resultados antes de impostos), RAJI (resultados antes de juros e impostos) e proveitos; eficiência e outros, medidos através dos recursos tecnológicos (ativos tecnológicos, infraestrutura digitais, software e sistemas de aplicação, investimento em

tecnologia); recursos organizacionais, nomeadamente humanos, financeiros e gestão de conhecimento.

Shin (2004) refere que, o impacto das tecnologias de informação nos resultados financeiros ainda é pouco significativo comparativamente a outros investimentos na empresa, no entanto, a relação que se estabelece entre o uso das tecnologias de informação e o desempenho da organização, permite concluir que a organização estabelece estratégias para que esta relação seja positiva.

Para o desenvolvimento deste trabalho adotou-se as variáveis sugeridas 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, conforme se apresenta no capítulo 3. 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.

## **2.7 Síntese do capítulo**

O capítulo 2 permite aferir que os sistemas e tecnologias de informação são ajustados à realidade da empresa, tendo em conta as suas necessidades e os seus recursos, e permite criar benefícios provenientes da sua utilização. Identificou-se igualmente que, no setor do turismo o uso dos sistemas e tecnologias de informação promove e divulga o produto turístico, e que no TER a sua utilização indica mais competitividade face a outras empresas. Apresentou-se os instrumentos de análise do turismo rural, em termos de qualidade, satisfação do consumidor, tomada de decisão e resultados financeiros. Estes instrumentos serão operacionalizados no capítulo 3 do presente trabalho.

## **Capítulo 3- Metodologias da Investigação**

Na revisão da bibliografia foram apresentados alguns trabalhos científicos desenvolvidos por investigadores, a nível nacional e internacional, orientados para os sistemas e tecnologias de informação e a sua utilização nas organizações em TER. No entanto, não se identificou qualquer estudo com os mesmos objetivos específicos deste estudo.

O capítulo 3 está dividido em cinco pontos e, apoia-se no desenvolvimento metodológico da questão de investigação: *Qual o impacto dos sistemas e tecnologias de informação nas organizações de turismo no espaço rural na região do Algarve?*

O primeiro ponto identifica o desenho de investigação, assente no contexto de investigação, tipo de investigação, população, amostra e hipóteses fase à questão de investigação inicial. O segundo ponto apresenta a operacionalização das variáveis (tomada de decisão, satisfação, qualidade e resultados financeiros) relativamente à utilização dos sistemas e tecnologias de informação em TER, por parte dos proprietários/gerentes, e a questão aberta deixada aos respondentes do questionário. O terceiro ponto refere o método de recolha de dados deste estudo, sendo que o mesmo foi feito através do questionário eletrónico dirigido a proprietários/gestores de organizações TER. O quarto menciona o teste piloto feito a algumas unidades TER, e o quinto ponto apresenta a análise dos dados.

### **3.1 Desenho da investigação**

O desenho de investigação, segundo Sekaran (2003), apoia-se na resposta à questão de investigação delineada e define os mecanismos de controlo, minimizando ou eliminando as fontes de erro através da definição de diretrizes para o tipo de estudo escolhido, com base na preposição, rigor, testabilidade, replicabilidade, precisão e confiança, objetividade, generalidade e simplicidade na explicação do fenómeno. Por outro lado, D'Oliveira (2007) define desenho de

investigação como um conjunto de informações que devem ser incluídas no trabalho científico, tipo de desenho, variáveis dependentes e seus níveis, variáveis dependentes ou medidas e forma de distribuição dos sujeitos pelas condições experimentais.

### **3.1.1. Contexto da investigação**

A utilização dos sistemas e tecnologias de informação no setor do turismo (Buhalis, 2008), particularmente no TER na região do Algarve, constitui a base deste trabalho científico.

Nos últimos anos, identificou-se um crescimento na utilização dos sistemas e tecnologias de informação no TER na promoção e divulgação do produto turístico, pelo que se pretende com esta investigação identificar quais os benefícios da sua aplicabilidade em termos de resultados financeiros, tomada de decisão e satisfação dos proprietários/gerentes, assim como a qualidade dos serviços prestados na gestão de reservas dos quartos.

### **3.1.2 Tipo de investigação**

O trabalho de investigação é essencialmente empírico, baseia-se em observações para compreender melhor o fenómeno a estudar (Hill e Hill, 2012), e tem como objetivo contribuir para o enriquecimento da literatura, e conhecimento sobre determinada área teórica (Hill e Hill, 2012). Com efeito, pretende-se responder à questão de investigação através da recolha de dados por questionário eletrónico, e proceder à análise estatística de dados. Contudo, a investigação deve ser ordenada de modo a que as variáveis possam ser conceituáveis e testadas com o objetivo de

explicar o porquê daquele acontecimento e como pode ser resolvido (Sekaran, 2003).

Em função dos objetivos apresentados, e da questão de investigação, optou-se pelo modelo de pesquisa dedutiva apresentado através das hipóteses, ou seja, o investigador através dos resultados deduz uma teoria através da sua interpretação e análise de dados (Sekaran 2003).

O modelo de pesquisa dedutiva envolve a observação, levantamento de dados preliminares, formulação de uma teoria, hipóteses, recolha de dados através de um método científico, análise de dados e a dedução sobre determinado fenómeno em estudo (Sekaran, 2003).

Relativamente ao horizonte temporal, este estudo é transversal. Os dados são recolhidos apenas uma vez, durante um determinado período de tempo (15 de agosto a 15 de setembro de 2013) (Sampieiri, Collado e Lucio, 2006 citado em Santos, 2012).

A opção por este tipo de estudo deve-se à capacidade deste se adaptar à questão de investigação e aos objetivos delineados, permitindo o rigor no propósito desta investigação, assim como testar estatisticamente as hipóteses apresentadas para o problema em estudo. Por outro lado, a opção pelo estudo empírico permite a precisão e a confiança nos resultados apresentados, no que se traduz na objetividade de resultados, podendo a sua aplicabilidade ser generalizada a outros estudos e contribuir para trabalhos científicos de investigadores desta temática.

### **3.1.3 População e amostra**

Segundo Hill e Hill (2012) a recolha de dados permite ao investigador tirar as informações necessárias para o seu estudo, sendo por isso necessário definir a



população e a amostra. A população define-se como sendo um grupo de pessoas, eventos, ou outra qualquer situação que se pretende investigar (Sekaran, 2003).

Por amostra, entende-se o processo de seleção de determinados elementos de população que são necessários para investigar as características ou as propriedades, que se podem generalizar de uma determinada população, minimizando os erros de análise se a população é constituída por um elevado número de elementos (Sekaran, 2003).

Para além deste aspeto, a amostra permite minimizar considerar os não respondentes e os que não são envolvidos na investigação por algum motivo (recusa, inelegibilidade, não localizados, respondente localizado mas com contacto impossível), conforme Santos (2012). Na definição da amostra é difícil prever a taxa de resposta a um questionário enviado, por variar consideravelmente de estudo para estudo (Saunders, Lewis e Thornhill, 2003) (citado em Santos, 2012).

A população considerada na investigação foram as organizações de TER na região do Algarve, que utilizam as páginas de internet e correio eletrónico com o objetivo de promoção e divulgação do produto turístico (tabela 17). Pela pesquisa feita ao site [www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt) e [www.toprural.pt](http://www.toprural.pt), verificou-se que, maioritariamente, as unidades de TER utilizam sites eletrónicos na divulgação do produto, promoção e sistema de reservas, no que se identifica 51 unidades de TER com estas características, na região do Algarve.

Dado o desconhecimento da taxa de não respondentes e tendo a população em estudo uma dimensão reduzidas, optou-se por investigar a totalidade da população alvo, ou seja 51 unidades de TER.

**Tabela 14- Organizações de turismo no espaço rural por concelho na região do Algarve que utilizam página de internet**

<b>Concelho</b>	<b>População</b>
Albufeira	3
Alcoutim	1
Aljezur	17
Castro Marim	1
Faro	2
Lagoa	1
Lagos	4
Loulé	8
Monchique	0
Olhão	3
Portimão	0
Sagres	0
São Brás Alportel	0
Silves	2
Tavira	7
Vila do Bispo	0
VRSA	2
<b>Total</b>	<b>51</b>

Fonte. Elaboração própria

### 3.1.4 Hipóteses de investigação

Uma hipótese é uma proposição que prevê uma relação entre dois termos, que, segundo os casos, podem ser conceitos ou fenómenos (Quivy e Campenhout, 1998) e que deve ser verificada (Sekaran, 2003).

A utilização de hipóteses na investigação conduz a uma explicação da realidade, tendo em conta uma relação entre dois fenómenos (Estevão, 2008), e orienta o autor de acordo com uma determinada causa ou lei devendo este, agrupar os resultados num conjunto completo de factos científicos para facilitar a compreensão do fenómeno em estudo. Com efeito, e considerando os objetivos apresentados no capítulo 1 e revisão bibliográfica apresentada no capítulo 2, foram consideradas as seguintes hipóteses de investigação:

**H1:** Os SI utilizados nas organizações de TER na região do 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/gerentes.

**H3:** Os SI utilizados nas organizações de TER na região do Algarve influenciam positivamente a qualidade dos 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.

### 3.2 Operacionalização das variáveis

No processo de análise estatística, o investigador depara-se sempre com “algo” que precisa de medir, controlar ou manipular durante o processo de investigação, o qual chamamos de “variável”. Os objetos do estudo estatístico são as variáveis e a informação que estas podem oferecer. Esta informação depende do modo como as variáveis foram medidas e da qualidade dessa medição, isto é da proporção do

erro experimental de medida e da quantidade de informação que a escala de medida pode fornecer (Maroco, 2007).

A variável é uma medida que o investigador pretende controlar para dar resposta à sua questão de investigação inicial, traduzir conceitos em variáveis, isto é, em atributos que estabeleçam diferenças entre objetivos relevantes para a investigação (Bryman e Cramer, 1993). Por isso é necessário que o investigador recorra à análise estatística de dados, à informação disponível, dividindo-se esta em duas categorias: análise estatística dos dados e análise de conteúdo (Quivy e Campenhout, 1998).

Desta forma, é necessário que o investigador proceda à operacionalização da variável dependente através da descrição no questionário utilizado (D'Oliveira, 2007). Para este estudo utilizou-se o questionário eletrónico direcionado às organizações de TER, conforme referenciado no ponto 3.6.

Este método de análise estatística apresenta algumas vantagens: reduzido dispêndio de tempo e dinheiro, capacidade de recolha de informação elevada, e as respostas são dadas quando mais convier ao inquirido.

Apresenta-se neste questionário questões padronizadas com respostas fechadas, com o objetivo de as direcionar para o problema em estudo e pouca pressão aos respondentes. O questionário representa a ligação entre os objetivos de pesquisa e as informações dos inquiridos, recolhidas através de perguntas específicas (Morita, 2012), garantindo o anonimato das respostas, e os dados recolhidos utilizados para testar mais hipóteses (Gillham, 2000).

Estas características permitem satisfazer o critério da intersubjetividade, através da capacidade dos meios informáticos utilizados, conseguindo-se manipular rapidamente um grande número de variáveis, e clarificar os resultados dos relatórios de investigação (Quivy e Campenhout, 1998). Este questionário pretende investigar que tipos de tecnologias de informação (Turban, Rainer e

Potter, 2007; Buhalis, 2008) são usados nas organizações de TER, a influência da sua utilização na obtenção de rendimento em termos da utilização dos SI (Turban, Rainer e Potter, 2007), perante os consumidores, assim como a satisfação e a qualidade dos proprietários/gerentes perante a atividade turística.

Por último, pretende-se estudar quais os SIT associados ao desenvolvimento da atividade empresarial de TER, na região do Algarve.

### **3.2.1 Conceitos em investigação- grupo I**

Para o desenvolvimento dos conceitos de investigação, dividiu-se este grupo na identificação da unidade e o concelho a que organização TER pertence (grupo 0), e a sua caracterização (grupo I). Desta forma, o grupo encontra-se dividido em três pontos: o primeiro identifica o proprietário/gestor e concelho da unidade TER, o segundo as características dos proprietários/gerentes e das unidades TER, e por último, a caracterização dos sistemas e tecnologias de informação utilizadas na organização.

Neste grupo foram utilizadas questões fechadas porque permitem delimitar as respostas e a decisão dos inquiridos dentro das alternativas propostas, e codificar as respostas por parte do investigador de forma facilitar a sua análise (Sekaran 2003).

Assim, apresenta-se as tabelas de suporte ao grupo 0 (tabela 15) e grupo I (tabela 16 e 17).

O grupo 0 indica o sexo, idade, escolaridade e a disponibilidade face à sua ocupação na organização. Esta caracterização permite de igual modo tirar conclusões quanto ao tipo de população que tem como atividade o TER (tabela 15)

**Tabela 15- Caracterização do proprietário/gestor da organização TER**

Questão	Tipo de pergunta	Escala
Sexo	Pergunta Fechada	Escala de medida nominal [Masculino; Feminino]
Idade	Pergunta Fechada	Escala de medida ordinal [<40; 40-50; >50]
Escolaridade	Pergunta Fechada	Escala de medida nominal [ensino básico; ensino secundário; ensino superior; outro]
Ocupação no Estabelecimento	Pergunta Fechada	Escala de medida nominal [tempo inteiro; tempo parcial]

Relativamente ao funcionamento e característica do alojamento apresenta-se a tabela 16. Esta informação revela-se de grande importância pois identifica a dimensão e a tipologia do alojamento em estudo, e permite aferir quanto à oferta de serviços, mais precisamente, atividades de lazer e tipos de regime alimentar.

**Tabela 16 - Caracterização da unidade TER**

Questão	Tipo de pergunta	Escala
Tipo de Unidade	Pergunta Fechada	Escala de medida nominal [casa de campo; turismo de habitação; agroturismo; hotel rural; outro]
Capacidade de alojamento	Pergunta Fechada	Escala de medida ordinal [< 10 camas; entre 10 e 50 camas;> 50 camas]
Localização da Unidade	Pergunta Fechada	Escala de medida nominal [na cidade; perto da praia; campo; outra]
Período de Funcionamento	Pergunta Fechada	Escala de medida nominal [todo o ano; entre maio e setembro; entre outubro e abril]
Tipos de Regime Alimentar	Pergunta Fechada	Escala de medida nominal [só alojamento (SA); alojamento e pequeno-almoço (APA); meia pensão (MP); pensão completa (PC); tudo incluído (TI)]
Atividades de lazer	Pergunta Fechada	Escala de medida nominal [sim; não]

Por último, apresenta-se os elementos que permitem caracterizar o tipo de sistemas e tecnologias de informação utilizadas pelas organizações TER, mais precisamente o tipo de sistema de informação, o tipo de tecnologia de informação disponível para os clientes e relacionada com a web (tabela 17).

**Tabela 17- Caracterização do uso dos sistemas e tecnologias de informação no TER**

Questão	Tipo de pergunta	Escala
Tipo de sistema de informação utilizada	Pergunta fechada	Escala de medida nominal [vendas e marketing; front office; gestão de quartos e andares; controle de bebidas e comidas; minibar; gestão de stocks e inventários; contabilidade; divisão técnica; gestão de segurança; check in check out automático; planeamento da atividade dos hóspedes; recursos humanos; gestão de propriedade; website; gestão de top e intermédia]
Tipo de tecnologia informação disponível para os clientes	Pergunta fechada	Escala de medida nominal [serviço wireless, acesso à internet; sistemas de apresentação, datashow; smart card para os quartos; entretenimento dentro do quarto; controle da conta online; check in check out automático, kiosk]
Tipo de tecnologia informação usada relacionada com a web	Pergunta fechada	Escala de medida nominal [existência de página de internet; página de internet dinâmica; pagamento online disponível; reserva online disponível, resposta do cliente online disponível; comentários online do cliente disponível]

### 3.2.2 Conceitos em investigação – Grupo II

Neste grupo as questões permitem identificar os instrumentos de análise de resposta aos objetivos delineados no capítulo 1.



Para cada uma das variáveis em estudo identificou-se o autor, a escala de medida e a fundamentação teórica para o uso desse indicador, assim como a sua operacionalidade, fiabilidade e validade do questionário. A fiabilidade e a validade de uma medida não são a mesma coisa e têm uma relação estranha, na medida em que uma medida pode ter boa fiabilidade e ter pouca validade, mas, sem fiabilidade adequada, a medida não pode ter validade adequada (Hill e Hill, 2012).

Utilizou-se a escala de Likert de 5 pontos, por ser uma escala utilizada no setor de serviços e nos inquéritos aos consumidores (Göb, McCollin e Ramalhoto 2007). A escala de Likert é uma escala ordinal de cinco categorias, classifica os objetos por ordem de grandeza, admitindo uma ordem numérica das suas categorias mas sem possibilidade de medir a magnitude das diferenças entre essas categorias (Hill e Hill, 2012). A escala de Likert permite que os indivíduos expressem a sua opinião sobre determinado tema (Göb, McCollin e Ramalhoto, 2007).

### 3.2.2.1 Tomada de decisão

Na análise da operacionalidade da variável “tomada de decisão” de TER foram utilizados os fatores apresentados por Reis (1999) na classificação de modelos de decisão, segundo o tipo de problema, segurança no ambiente de decisão e processo de solução e, o fator rapidez da tomada de decisão Pereira (2005), conforme os critérios apresentados na tabela 18.

Os elementos apresentados permitem operacionalizar a variável tomada de decisão e permitem testar **H1: Os SI utilizados influenciam positivamente a tomada de decisão por parte dos proprietários/ gestores na organização.**

Neste estudo para medir o grau da tomada de decisão dos inquiridos utiliza-se a escala de Linkert de 5 pontos adotada à escala de Pearson: 1- concordo

completamente; 2- concordo; 3- neutro; 4- desacordo; 5- desacordo completamente.

**Tabela 18- Operacionalização do conceito tomada de decisão**

Conceito	Critérios	Itens	Descrição dos Itens
<b>TOMADA DE DECISÃO</b>	<b>Resolução de problemas</b>	D1	Identificação do problema organizacional
		D2	Minimização do tempo de resposta
		D3	Simulação de resposta ao problema
	<b>Rapidez na tomada de decisão</b>	D4	Área de aplicação organizacional
		D5	Tipos de tarefas/atividade de gestão executadas
		D6	Tempo de resposta ao problema
		D7	Capacidade e característica da base de dados

Fonte: adotado de Reis (1999) e Pereira (2005)

### 3.2.2.2 Satisfação

Na operacionalização desta variável utilizou-se a escala de Pearson para medir a “satisfação”. (Ives, Olson, H. e Baroudi, 1983) dos proprietários/gestores quanto à informação disponibilizada pelos SI nas organizações de TER, na região do Algarve.

Na tabela 19 é apresentado a operacionalização do conceito satisfação. São considerados 7 fatores que contribuem para medir a satisfação do uso dos SI nas organizações, de acordo com a escala de Pearson.

Os elementos apresentados permitem operacionalizar a variável satisfação e permitem testar **H2: Os sistemas de informação utilizados no TER influenciam a satisfação dos proprietários/gerentes.**

Para medir o grau de satisfação utilizou-se a escala de Linkert adotada à escala de Pearson: 1- muito importante; 2- importante; 3- neutro; 4- pouco importante; 5- nada importante.

**Tabela 19- Operacionalização do conceito satisfação**

Conceito	Itens	Descrição dos Itens
SATISFAÇÃO	sat 1	Confiança no sistema e linguagem utilizada no computador
	sat 2	Expetativas de suporte no computador
	sat 3	Correção dos erros e segurança nos dados
	sat 4	Tempo de resposta
	sat 5	Relevância do output e volume de output
	sat 6	Sistema flexível
	sat 7	Base de dados integrada

Fonte: adotado de Ives, Olson, H. e Baroudi (1983)

### 3.2.2.3 Qualidade

Para testar a variável “qualidade” foram utilizados dois fatores (RQ21 e RQ22 de RURALQUAL (Loureiro, 2008)) conforme se apresenta no capítulo 2.

A tabela 20 identifica os elementos para operacionalizar a variável qualidade e permitem testar a **H3: Os SI utilizados nas organizações TER na região do Algarve influenciam a qualidade dos serviços prestados na gestão de reservas de quartos.**

Neste estudo, para medir o grau de qualidade na organização, utiliza-se a escala de Linkert de 5 pontos adotada à escala de Pearson, 1- concordo completamente; 2- concordo; 3- neutro; 4- desacordo; 5- desacordo completamente.

**Tabela 20 - Operacionalização do conceito qualidade**

Conceito	Itens	Descrição dos Itens
<b>QUALIDADE NO SERVIÇO DE RESERVAS DE QUARTO</b>	RQ 21	As reservas dos quartos realizam-se facilmente
	RQ 22	As reservas confirmam-se pelo meio que mais convier ao cliente
	RQ 23	O sistema de reservas disponibiliza outras informações (ex. plano de acesso)

Fonte: adotado de Loureiro (2008)

### 3.2.2.4 Resultado financeiro

Para testar a variável “resultado financeiro” foram utilizados os fatores de Liang e You (2010) conforme apresentados na tabela 21.

Os elementos apresentados permitem operacionalizar a variável resultado financeiro e permitem testar a **H4: A utilização de tecnologias de informação tem impacto positivo nos resultados financeiros das organizações TER na região do Algarve.**

**Tabela 21 – Operacionalização do conceito resultado financeiro**

Conceito	Crítérios	Itens	Descrição dos Itens
<b>RESULTADO FINANCEIRO</b>	<b>Infraestrutura em TI</b>	RCT	Rácio do nº de computadores por trabalhador
		NW	Existência de rede na organização
	<b>Ativos em TI</b>	ATI	Capital investido em TI
	<b>Software e aplicação de sistemas de informação</b>	ITI	Inovação em tecnologias de informação

Fonte: adotado de Liang e You (2010)

### **3.2.2.5 Outras informações**

O grupo III tem como objetivo deixar à consideração dos entrevistados um espaço aberto para sugestões ou comentários sobre o tema em estudo. A avaliação das respostas será categorizada por grupos, conforme a opinião dos indivíduos, e permitirá analisar os comentários quando ao questionário realizado pelos respondentes, e quanto à utilização dos sistemas e tecnologias de informação em TER.

### **3.3 Método de recolha de dados**

O instrumento de recolha de dados consiste num inquérito por questionário eletrónico dirigido aos proprietários/gerentes das organizações de TER existentes na região do Algarve.

O questionário é um eficiente método de recolha de dados, quando o investigador sabe exatamente o que deve inquirir e como medir as variáveis do seu interesse. Apresenta como vantagens, a entrega em mãos, o envio por carta ou distribuído eletronicamente (Sekaran, 2003) sendo este último o utilizado nesta investigação por ser um método pouco dispendioso, e apresentar ao inquirido o questionário em tempo real. As técnicas de análise dos dados consistem na análise quantitativa de conteúdo nos grupos I e II das questões propostas no questionário, com recurso ao programa estatístico SPSS (versão 21), e na análise qualitativa, no grupo III.

A elaboração do questionário teve como base uma intensa revisão da bibliografia sobre os SI e a sua aplicabilidade no TER, assim como o uso e benefício das TI nas organizações de TER. A sua construção passou por várias fases – preparação, redação e organização, assim como a consulta a alguns autores, como Estevão (2008); Mesquita (2009), Costa (2005) e Santos (2012).

Na preparação e verificação final do questionário foram considerados alguns aspetos importantes, tais como: introdução, apresentação, clareza e tamanho. Foram também incluídas instruções para o seu correto preenchimento facilitando a resposta a cada uma das perguntas. Com efeito, foi feita uma pequena introdução no questionário informando o inquirido sobre a natureza e os objetivos da investigação, o público-alvo e a natureza académica do estudo.

A breve introdução inserida no início da primeira página compreende ainda o pedido de colaboração e a garantia de confidencialidade dos dados fornecidos. Trata-se de uma componente importante, na medida em que pode determinar a primeira impressão e a decisão de cooperação, por parte dos potenciais respondentes (Hill e Hill, 1998).

A colaboração para a realização do questionário foi feita com a utilização de correio eletrónico com hiperligação ao questionário (conforme ANEXO 2). Durante este período houve ainda reforço à participação com uma outra mensagem (ANEXO 3).

Para a criação, disponibilização *online* dos questionários e armazenamento das respostas, utilizou-se a plataforma eletrónica do KwikSurveys<sup>4</sup> na modalidade paga. O questionário encontra-se estruturado em três GRUPOS, num total de vinte questões.

### **Grupo I – Caraterização da Unidade do Turismo no espaço rural**

- ✓ Caraterização do proprietário
- ✓ Caraterização da unidade de turismo no espaço rural
- ✓ Caraterização do uso dos sistemas e tecnologias de informação na organização de turismo no espaço rural

---

<sup>4</sup> [www.kwiksurveys.com](http://www.kwiksurveys.com)

## **Grupo II – Conceito de investigação**

- ✓ Decisão
- ✓ Satisfação
- ✓ Qualidade
- ✓ Resultados financeiros

## **Grupo III- outras informações**

- ✓ Espaço para outras sugestões ou críticas

### **3.4 Teste piloto do questionário**

A realização do teste piloto é fundamental na metodologia de investigação do fenómeno em estudo, pois permite fornecer informação relevante para a investigação principal (Hill e Hill, 1998), nomeadamente: se todos os inquiridos entenderam de forma consistente as questões; se as questões correspondem à informação respondida; se a linguagem utilizada no questionário permite aos inquiridos entender a questão para que a resposta seja a desejada pelo investigador; se o local da realização do questionário está de acordo com a investigação (Collins, 2003).

De forma a validar as questões sugeridas neste inquérito, foi feito um teste piloto a 2 organizações TER, com o objetivo de identificar se existia dificuldades no preenchimento do inquérito e se as questões sugeridas respondiam à questão investigação inicial deste trabalho.

Com base na definição de Collins (2003) não foram detetados erros, pelo que se considerou o questionário inicialmente apresentado, aquele que deveria ser enviado às organizações.

### 3.5 Análise de dados

#### 3.5.1 Análise de dados quantitativos

Após a recolha dos dados quantitativos, torna-se necessário fazer a análise estatística, por forma a identificar a informação relevante, e detetar padrões e tendências, que doutra maneira ficariam escondidos (Santos, 2012).

A escolha da ferramenta estatística utilizada depende da questão de investigação inicial. Alguns autores (Hill e Hill 2012; D'Oliveira 2007) apresentam várias escalas de medida a que o investigador pode recorrer: escalas nominais, ordinais, de intervalo e de rácio. Na análise dos dados quantitativos do grupo I, recorreu-se à análise de escalas nominais intervalares, através da medida de tendência central Moda (Maroco 2007). No grupo II utilizou-se o conceito de variável latente para medir a variável decisão, satisfação e qualidade do estudo, porque não é possível medir diretamente estas variáveis (Hill e Hill, 2012). Na análise dos dados deste grupo utilizou-se a correlação Item Total, ou seja, as correlações entre os valores atribuídos a cada item e o valor total para cada um dos itens, devendo estas apresentar valores entre 0,4 e 0,7, e todos positivos porque se assumiu que existe relação em comum entre os itens.

Deve ser apresentado um exame a duas medidas fiabilidade e viabilidade; ou seja, a variável é fiável, se for consistente e viável se traduzir aquilo que o investigador pretende medir. Estimou-se a fiabilidade através do teste estatístico de *Alfa Cronbach* (Hill e Hill, 2012).

Relativamente à análise quantitativa da variável “resultados financeiros”, utilizou-se a regressão linear multivariada, sendo a validação feita através da análise de resíduos e multicolinearidade dos dados (Maroco, 2007; Hill e Hill, 2012).



Esta análise estatística foi realizada com recurso ao software *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versão 21.

### **3.6 Síntese do capítulo**

Ao longo do capítulo foram identificadas as questões metodológicas que dizem respeito ao estudo da questão da investigação inicial. Identificou-se o desenho e o modelo da investigação, objetivos e hipóteses de investigação, caracterização da população, método de recolha de dados, metodologia de elaboração do questionário e, por fim, operacionalização das variáveis. No capítulo seguinte apresentam-se e discutem-se os resultados deste trabalho de investigação.

## **Capítulo 4 – Apresentação e Análise de Resultados**

Neste capítulo são apresentados e analisados os dados recolhidos através do questionário eletrónico. Das 51 unidades sujeitas ao questionário eletrónico verificou-se que responderam 49% das organizações, no que se considerada uma taxa de resposta boa. Das 25 organizações sujeitas ao questionário eletrónico, nem todas responderam na totalidade às questões propostas.

O questionário apresenta uma parte inicial (grupo 0) referente à identificação e localização da unidade por concelho na região Algarve, verificando-se que maioritariamente as unidades dos respondentes se situam no concelho de Aljezur e Tavira.

Os dados obtidos no grupo I de questões foram submetidos a uma análise estatística descritiva, os do grupo II foram sujeitos, para além de uma análise estatística descritiva, a uma análise de regressão linear para evidenciar a relação entre as variáveis relativamente ao fenómeno em estudo, e por fim, as respostas ao grupo III foram alvo de uma análise qualitativa para complementar as conclusões.

#### **4.1 Grupo I – parte I e parte II**

As questões da parte I referem-se à caracterização dos respondentes quanto ao género, idade, formação base, ocupação no estabelecimento.

Assim, pela análise descritiva dos questionários verificou-se 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.

Relativamente às questões da parte II, estas referem-se ao tipo de unidade TER, capacidade de alojamento, localização da unidade, período de funcionamento e tipo de regime alimentar. A análise descritiva permite afirmar que

maioritariamente os organizações rurais são casas de campo, com a capacidade de alojamento entre 10 a 50 camas, e que são localizadas no campo. Verifica-se ainda que cerca de 83,3% funciona durante todo o ano, o regime alimentar e maioritariamente APA (alojamento e pequeno almoço) e que cerca de 66% possuem atividades de lazer.

#### **4.1.2 Caracterização dos sistemas e tecnologias de informação de informação no turismo em espaço rural**

No desenvolvimento deste ponto foi utilizado a análise quantitativa de dados com o objetivo de identificar quais os sistemas e tecnologias utilizadas pelas organizações TER. Considerou-se três subpontos: as tecnologias disponíveis para os clientes, as tecnologias utilizadas pela organização e os sistemas de informação utilizadas pela organização.

##### **4.1.2.1 Tipos de tecnologias disponíveis para os clientes**

Relativamente às tecnologias disponíveis para os clientes nas organizações TER, a análise de dados quantitativa demonstra que maioritariamente o serviço de *wireless* (50,0%) e o acesso à internet (34.1%) são aquelas que as organizações tem à disposição dos clientes (tabela 30). Por outro lado, outro tipo de tecnologias como controle de conta *online*, *smart cards* para os quartos, são tecnologias que não são utilizadas pelos respondentes.

**Tabela 22- Tipos de tecnologia de informação disponível para o cliente**

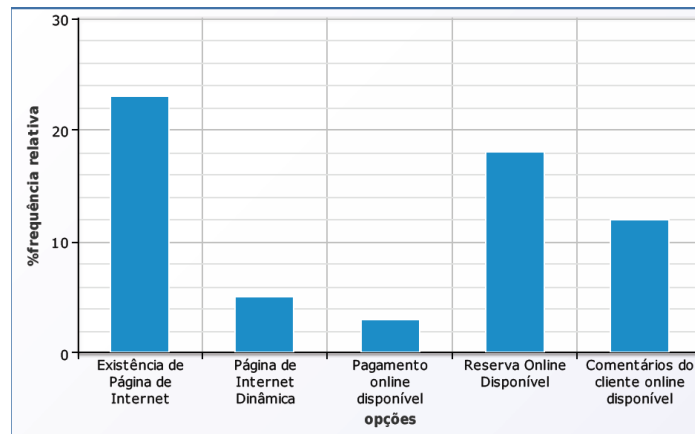
	<b>Frequência absoluta</b>	<b>Percentagem Relativa</b>
Serviços de wireless	22	50,0%
Acesso à internet	15	34,1%
Sistema de apresentação, datashow	3	6,8%
Smart cards para os quartos	0	0,0%
Entretenimento dentro dos quartos	2	4,5%
Controle de conta online	0	0,0%
Check in/check out automatic	1	2,3%
kiosck	1	2,3%
<b>Total</b>	<b>44</b>	<b>100,0%</b>

A importância desta análise reflete que nas organizações rurais a utilização das tecnologias ao serviço do cliente ainda não tem uma forte expressão digital, sendo esta apenas utilizadas pelo cliente para seu uso pessoal e não para um serviço específico na organização rural como o controle da conta online.

#### **4.1.2.2 Tipo de tecnologia de informação usada pela organização relacionada com a internet**

Este ponto identifica as tecnologias de informação usadas pela organização relacionada com a internet. A análise de dados quantitativos identifica que 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. Salienta-se também que, o pagamento *online* disponível e a página de internet dinâmica é pouco significativo nas organizações que foram sujeitas ao questionário *online*.

### Ilustração 5- tipo de tecnologia utilizada pela organização relacionada com a internet



Em termos de tecnologia utilizada na organização relacionada com a internet, podemos concluir que embora os respondentes disponham de página de internet, e reservas *online*, o pagamento online e a página de internet dinâmica ainda é pouco utilizada.

#### 4.1.2.3 Tipo de sistema de informação utilizada na organização

Relativamente ao SI na organização o *website* (15,8%), seguido da contabilidade (13,9%), front office e serviço de quartos e andares (10,9%), são os mais utilizados na organização rural. A mesma análise identifica que o check in/ e o check out automático são apenas utilizado por 1% dos respondentes (tabela 23).

**Tabela 23 - Tipo de sistemas de informação utilizados na organização**

	<b>Frequência absoluta</b>	<b>Percentagem relativa</b>
Vendas e marketing	9	8,9%
Front office	11	10,9%
Gestão de quartos e andares	11	10,9%
Controle de bebidas e comidas	6	5,9%
Minibar	7	6,9%
Gestão de stocks e inventários	7	6,9%
Contabilidade	14	13,9%
Divisão técnica	3	3,0%
Gestão de segurança	2	2,0%
Check in/check out automático	1	1,0%
Planeamento da atividade dos hóspedes	4	4,0%
Recursos humanos	3	3,0%
Gestão da propriedade	7	6,9%
Website	16	15,8%
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>100,0%</b>

A análise reflete que nas organizações rurais, os SI ainda não são utilizados de forma a maximizar a utilidade na gestão da organização. Assim, 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 conclui que, os SI de apoio à operacionalidade da gestão da organização nas organizações rurais deste estudo, não são utilizadas de modo a promover o desempenho e performance organizacional.

#### **4.1.2.4 Síntese**

A tipologia das tecnologias utilizada nas organizações TER indica que a mesma está relacionada com o uso do serviço *wireless* e página de internet, enquanto a utilização dos sistemas de informação são na sua maioria website, front office, serviço de quartos e andares. No que se concluí que a utilização de sistemas e

tecnologias de informação ainda continua a ser bastante reduzida, e portanto, não refletem investimento em informação digital por parte das organizações TER em estudo.

## **4.2 Grupo II**

Este grupo tem como objetivo analisar as variáveis “tomada de decisão”, “satisfação quanto ao uso dos sistemas de informação”, “qualidade do serviço de reservas de quartos” e “resultados financeiros”. A análise das variáveis foi sujeita ao teste da análise fatorial das componentes principais, pelo fato destas apresentarem uma escala de valores de opinião por parte dos respondentes.

Esta análise teve como objetivo construir uma escala de medida para fatores que de alguma forma controlam as variáveis originais relativamente à utilização de sistemas e tecnologias de informação. A análise resulta por um lado, na especificação de um conjunto de fatores que são novas variáveis definidas por combinações lineares das variáveis em análise, os quais vão explicar como é que as variáveis iniciais estão correlacionadas (Hill e Hill, 2000), e por outro, na análise da estrutura de um conjunto de variáveis interrelacionadas de modo a construir uma escala de medida para fatores (intrínsecos) que controlam as variáveis originais, e que não são diretamente observáveis (Maroco, 2007).

### **4.2.1 Tomada de decisão**

A análise dos resultados obtidos para a variável “tomada de decisão” permitiu-nos verificar que dos 25 questionários analisados, apenas 21 dos inquiridos respondeu a esta questão.

Com o objetivo de avaliar a consistência interna desta parte do questionário, calculou-se o coeficiente *alpha de Cronbach* para os 21 questionários que



identificam a tomada de decisão. O valor obtido foi de 0,909 o que indica um bom nível de fiabilidade do questionário.

Para realização da análise fatorial foram utilizadas as seguintes etapas:

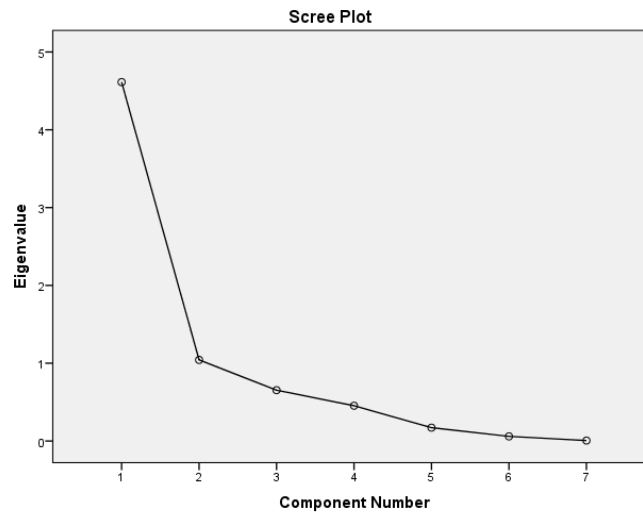
*Primeiro*, na decisão sobre o número de fatores a extrair – utilizou-se o critério de *Kaiser*, isto é, no número de valores próprios superiores à unidade, que pode ser analisado analiticamente através do total de variância explicada e graficamente através do Gráfico *Scree*; no que se concluiu que, o fator 1 (D1), identificado pela questão: identificação do problema organizacional, e o fator 2 (D2): minimizações do tempo de resposta a determinado problema, segundo o critério de Kaiser, explicam cerca de 80,79% da variância total.

**Tabela 24- Solução fatorial e variância explicada de cada fator**

<b>Fatores</b>	<b>Descrição dos itens</b>	<b>Variância total</b>
D1	Identificação do problema organizacional	65,9%
D2	Minimização do tempo de resposta	14,89%

*Segundo*, a análise do gráfico *Scree Plot* (ilustração 6) confirma que os D1 e D2, apresentam a inclinação mais acentuada, e portanto são aqueles que contribuem mais para a explicação da variável “tomada de decisão”.

### Ilustração 6 - Decisão



Terceiro, aplicando o teste de *Kolmogorov-Smirnov* é possível constatar, que os fatores extraídos via análise fatorial seguem uma distribuição normal, a recomendação é medíocre (teste KMO varia entre 0,6 e 0,7), o que significa que deverá ser utilizado um teste estatístico diferente ou aumentar o número de elementos da amostra. Verifica-se o pressuposto da normalidade dos fatores.

Quarto, relativamente à interpretação de fatores, foi aplicado o método de rotação de Varimax de modo a explicar a sua interpretabilidade. A solução fatorial encontrada sugere a extração de dois fatores, no fator 1 ficaram associados as variáveis referentes à minimização do tempo de resposta, e no fator 2 ficaram associadas as variáveis relacionadas a área de aplicação organizacional.

**Tabela 25- Rotação da matriz das componentes**

Descrição	Identificação do problema organizacional	Minimização do tempo de resposta
D1 Identificação do problema organizacional	0,787	0,18
D2 Minimização do tempo de resposta	0,963	0,161
D3 Simulação de resposta ao problema	0,897	0,296
D4 Área de aplicação organizacional	0,091	0,955
D5 Tipos de tarefas/ atividades de gestão executadas	0,671	0,625
D6 Tempo de resposta ao problema	0,492	0,810
D7 Capacidade e característica da base de dados	0,618	0,342

Método de Extração: Análise de Componentes Principais  
 Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser  
 Rotação convergiu em 3 iterações.

Quinto, na obtenção dos *scores* dos fatores utilizou-se o método de *Bartlett* para estimar os *scores* dos fatores, no que se conclui que, não se confirma a afirmação de que nas decisões tomadas na organização foi útil a utilização de todos os sistemas de informação ( $p\text{-value} < 0,001$ , teste de Bartlett's) apresentados no questionário.

Relativamente à análise descritiva (tabela 26) apresenta – se a média e o desvio padrão para o conceito “tomada de decisão”, no que se conclui que, os indivíduos concordam e estão neutros que os fatores D1 e D4 contribuem para a tomada de decisão. Relativamente aos outros fatores D2, D3, D5, D6, e D7 os indivíduos concordam que os itens contribuem para a tomada de decisão.

O desvio padrão apresentado por todos os itens apresenta valores acima de 1 ou próximo de 1, no que se traduz numa grande variabilidade de valores em torno da média, ou seja, existe uma dispersão de respostas aos fatores apresentados por parte dos respondentes.

**Tabela 26- Estatística descritiva da variável “tomada de decisão”**

<b>Fatores</b>	<b>Descrição dos itens</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio padrão</b>
D1	Identificação do problema organizacional	3,429	1,1212
D2	Minimização do tempo de resposta	3,952	,9207
D3	Simulação de resposta ao problema	4,000	,8944
D4	Área de aplicação organizacional	3,476	,9284
D5	Tipos de tarefas/ atividades de gestão executadas	3,905	,9952
D6	Tempo de resposta ao problema	3,714	1,0071
D7	Capacidade e característica da base de dados	3,857	,7928

Assim, face aos resultados apresentados, ao rejeitarmos a hipótese de que os SI utilizados influenciam positivamente a tomada de decisão dos proprietários/gestores, 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.

Por último, salienta-se que os respondentes concordavam (45%) que a utilização de sistemas e tecnologias de informação têm um impacto positivo nas decisões tomadas na organização, embora apenas a resolução dos problemas organizacionais e a minimização do tempo de resposta constituem fatores determinantes para a tomada de decisão. Assim, para os inquiridos sendo importante o uso dos sistemas e tecnologias de informação, estas só fazem sentido se conseguirem resolver problemas na organização no mínimo tempo possível.

#### 4.2.2 Satisfação

A análise dos resultados obtidos para a variável “Satisfação” permitiu-nos verificar que dos 25 questionários analisados, apenas 18 dos inquiridos responderam a esta questão.

Com o objetivo de avaliar a consistência interna desta parte do questionário, calculou-se o coeficiente *alpha de Cronbach* para os 18 questionários que identificam a satisfação. O valor obtido foi de 0,928 o que indica um bom nível de fiabilidade do questionário.

Para realização da análise fatorial foram utilizadas as seguintes etapas:

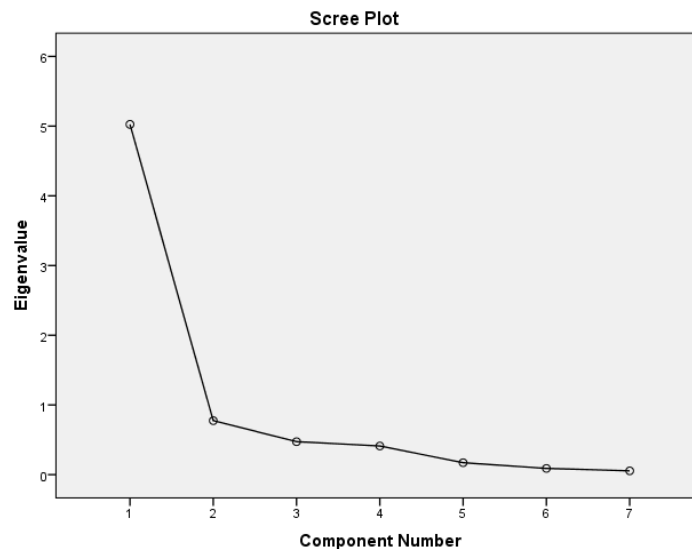
*Primeiro*, na decisão sobre o número de fatores a extrair – utilizou-se o critério de *Kaiser*, isto é, no número de valores próprios superiores à unidade, que pode ser analisado analiticamente através do total de variância explicada e graficamente através do Gráfico *Scree*; No que se concluiu que o fator 1 (Sat 1), identificado pela questão: o sistema utilizado é fiável e fácil de utilizar, segundo o critério de *Kaiser*, explica cerca de 71,8 % da variância total.

**Tabela 27 - Solução fatorial e variância explicada de cada fator**

Fatores	Descrição dos itens	Variância total
Sat 1	Confiança no sistema e linguagem utilizada no computador	71,8%

*Segundo*, a análise do gráfico *Scree Plot* (ilustração 7) confirma que o item Sat1 apresenta a inclinação mais acentuada, é aquela que contribui mais para a explicação da variável “satisfação”.

### Ilustração 7 - Satisfação



Terceiro, aplicando o teste de *Kolmogorov-Smirnov* é possível constatar, que os fatores extraídos via análise fatorial seguem uma distribuição normal, têm uma recomendação média (teste KMO varia entre 0,7 e 0,8), ou seja é adequado fazer este teste estatístico para testar a normalidade dos fatores. Verifica-se a normalidade de fatores.

Quarto, relativamente à interpretação de fatores, foi aplicado o método de rotação de Varimax de modo a explicar a interpretabilidade dos fatores. A solução fatorial encontrada sugere que a rotação da matriz não foi possível, por só ter sido extraído o fator 1.

Quinto, na obtenção dos *scores* dos fatores utilizou-se o método de *Bartlett* para estimar os *scores* dos fatores, no que se conclui que, não se confirma a afirmação os sistemas de informação influenciam positivamente a satisfação quanto à sua utilização por parte dos proprietários/gerentes da organização rural (p-value <0,001, teste de Bartlett's).

Relativamente à análise descritiva (tabela 28) apresenta-se a média e o desvio padrão para o conceito “satisfação”, no que se conclui que, os indivíduos têm uma opinião neutra relativamente aos fatores que contribuem para a satisfação dos indivíduos quanto à utilização dos sistemas de informação na unidade TER.

Quanto ao desvio padrão os fatores apresentam valores menores que 1, no que se traduz numa fraca dispersão de resposta, e portanto pouca variabilidade de valores em torno da média.

**Tabela 28 - Estatística descritiva da variável “satisfação”**

<b>Fatores</b>	<b>Descrição dos itens</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio padrão</b>
Sat 1	Confiança no sistema e linguagem utilizada no computador	4,16	0,70
Sat 2	Expetativas de suporte no computador	3,94	0,72
Sat 3	Correção dos erros e segurança nos dados	4	0,68
Sat 4	Tempo de resposta	4,16	0,70
Sat 5	Relevância do output e volume do output	3,7	0,89
Sat 6	Sistema flexível	3,88	0,83
Sat 7	Base de dados integrada	3,88	0,9

Assim, face aos resultados apresentados podemos afirmar que, ao 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 centra-se fundamentalmente na confiança no sistema e linguagem utilizada no computador, sendo os outros fatores menos relevantes, para os utilizadores dos SI na organização.

Por último, cerca de 64% concorda que estão satisfeitos com os sistemas e tecnologias de informação utilizados nas suas organizações, pela confiança que estes transmitem relativamente à sua utilização.

### 4.2.3 Qualidade

A análise dos resultados obtidos para a variável “qualidade” permitiu-nos verificar que dos 25 questionários analisados, apenas foram considerados 21 responderam a esta questão.

Com o objetivo de avaliar a consistência interna desta parte do questionário, calculou-se o coeficiente *alpha de Cronbach* para os 21 questionários que identificam a qualidade. O valor obtido foi de 0,887 o que indica um bom nível de fiabilidade do questionário.

Para realização da análise fatorial foram utilizadas as seguintes etapas:

*Primeiro*, na decisão sobre o número de fatores a extrair – utilizou-se o critério de *Kaiser*, isto é, no número de valores próprios superiores à unidade, que pode ser analisado analiticamente através do total de variância explicada e graficamente através do Gráfico *Scree*; no que se concluiu que o fator 1 (RQ 21), identificado pela questão: as reservas dos quartos realizam-se facilmente através do site, segundo o critério de Kaiser, explica cerca de 81,71% da variância total.

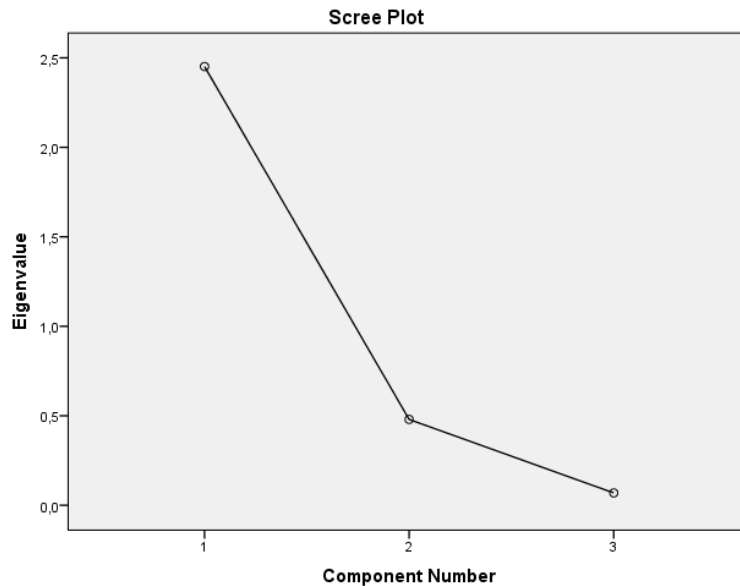
**Tabela 29- - Solução fatorial e variância explicada de cada fator**

Fatores	Descrição dos itens	Variância total
RQ21	As reservas dos quartos realizam-se facilmente	81,71%

*Segundo*, a análise do gráfico *Scree Plot* (ilustração 7) confirma que o item RQ 21 apresenta a inclinação mais acentuada, e portanto é aquela que contribui mais para a explicação da variável “qualidade”.



### Ilustração 8 - Qualidade



Terceiro, aplicando o teste de *Kolmogorov-Smirnov* é possível constatar, que os fatores extraídos via análise fatorial seguem uma distribuição normal, têm uma recomendação razoável (teste KMO varia entre 0,6 e 0,7), ou seja é adequado a realização deste teste estatístico para verificar o pressuposto da normalidade dos fatores. Verifica-se a normalidade de fatores.

Quarto, relativamente à interpretação de fatores, foi aplicado o método de rotação de Varimax de modo a explicar a interpretabilidade dos fatores. A solução fatorial encontrada sugere que a rotação da matriz não foi possível, por só ter sido extraído o fator 1.

Quinto, na obtenção dos *scores* dos fatores utilizou-se o método de *Bartlett* para estimar os *scores* dos fatores, no que se conclui que, não se confirma a afirmação os sistemas de informação influenciam positivamente a qualidade de reservas nos serviços prestados na gestão de reservas ( $p\text{-value} < 0,001$ , teste de Bartlett's).

Relativamente à análise descritiva (tabela 30) apresenta-se a média e o desvio padrão para o conceito “qualidade”, no que se conclui que, os indivíduos têm uma opinião neutra relativamente aos fatores que contribuem para a qualidade de serviços quanto à utilização dos sistemas de informação na reserva de quartos na unidade TER.

Quanto ao desvio padrão os fatores apresentam valores maiores que 1, no que se traduz numa grande dispersão de resposta, e portanto uma grande variabilidade de valores em torno da média da resposta.

**Tabela 30- - Estatística descritiva da variável “qualidade”**

<b>Fatores</b>	<b>Descrição dos itens</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio padrão</b>
RQ 21	As reservas dos quartos realizam-se facilmente	3,95	1,24
RQ 22	As reservas confirmam-se pelo meio que mais convier ao cliente	4,04	1,16
RQ 23	O site fornece informações sobre o local	3,81	1,20

No que se conclui que, ao rejeitarmos a hipótese que os SI utilizados nas organizações influenciam positivamente a qualidade de serviços prestados na gestão de reservas, 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.

De uma forma global, os respondentes consideraram que concordavam (59,9%) que a utilização de sistemas e tecnologias de informação tem um impacto positivo na qualidade dos serviços de reservas de quartos, sendo esta a variável principal que explica a qualidade de reservas da organização TER.

#### 4.2.4 Resultado financeiro

A análise dos resultados obtidos para a variável “resultados financeiros” permitiu-nos verificar que dos 25 questionários analisados, apenas 20 inquiridos responderam a esta questão.

Com o objetivo de avaliar a consistência interna desta parte do questionário, calculou-se o coeficiente *alpha de Cronbach* para os 20 questionários que identificam os resultados financeiros. O valor obtido foi de 0,689 o que indica um fraco nível de fiabilidade do questionário.

Para realização da análise fatorial foram utilizadas as seguintes etapas:

*Primeiro*, na decisão sobre o número de fatores a extrair – utilizou-se o critério de *Kaiser*, isto é, no número de valores próprios superiores à unidade, que pode ser analisado analiticamente através do total de variância explicada e graficamente através do Gráfico *Scree*.

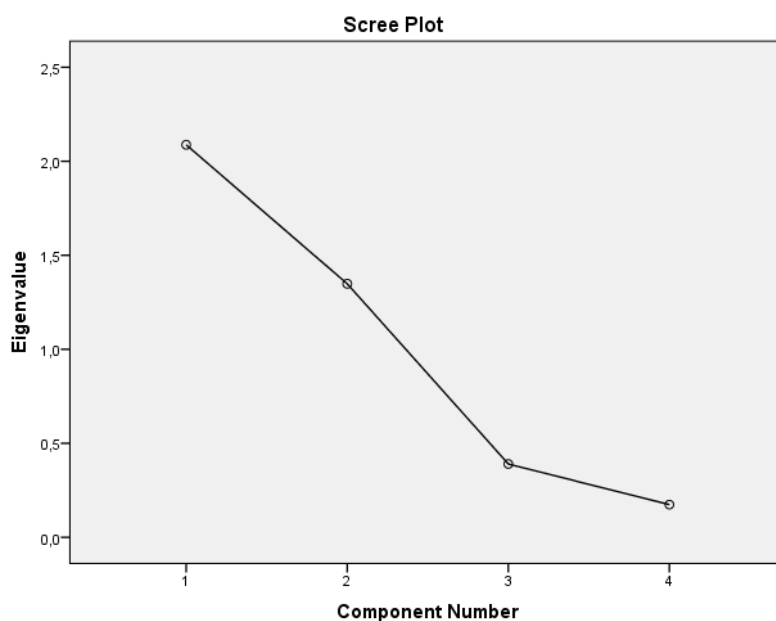
No que se concluiu que fator (ITI), desta questão, identificada pela questão: utilização das tecnologias inovadoras na gestão da organização), e pelo fator 2 (NW): utilização da interligação de dados em vários locais da organização segundo o critério de Kaiser, explicam cerca de 85,9% da variância total.

**Tabela 31- Solução fatorial e variância explicada de cada fator**

Fatores	Descrição dos itens	Variância total
ITI	Inovação em tecnologias de informação	52,2%
NW	Existência de rede na organização	33,7%

Segundo, a análise do gráfico *Scree Plot* (ilustração 7) confirma que o item ITI e o NW apresentam a inclinação mais acentuada, e portanto, são aquelas que contribuem mais para a explicação da variável “resultados financeiros”.

### Ilustração 9 - Resultados financeiros



Terceiro, aplicando o teste de *Kolmogorov-Smirnov* é possível constatar, que os fatores extraídos via análise fatorial não tem uma distribuição normal, a recomendação do teste é fraca, o teste KMO é menor que 0,5, e portanto, não se verifica o pressuposto da normalidade dos fatores. Deverá ser feito o teste com uma amostra maior e testar a normalidade de fatores posteriormente.

Quarto, relativamente à interpretação de fatores, foi aplicado o método de rotação de Varimax de modo a explicar a interpretabilidade dos fatores. A solução fatorial encontrada para sugere a extração de dois fatores, o fator 1, associada aos fatores

referentes à inovação em tecnologia, e o fator 2, associado à existência de rede na organização.

**Tabela 32- Rotação da matriz das componentes**

Descrição	Inovação em tecnologias de informação	Existência de rede na organização
RCT- rácio do nº de computadores por trabalhador	0,950	-0,028
NW – existência de rede na organização	-0,043	0,935
ATI – capital investido em TI	0,889	0,238
ITI – inovação em tecnologias de informação	0,258	0,862

Método de Extração: Análise de Componentes Principais  
 Método de Rotação: Varimax com Normalização de Kaiser  
 Rotação convergiu em 3 iterações.

*Quinto*, na obtenção dos *scores* dos fatores utilizou-se o método de *Bartlett* para estimar os *scores* dos fatores, no que se conclui que, não se confirma a afirmação de que a utilização das tecnologias de informação tem um impacto positivo nos resultados financeiros das organizações de TER (p-value <0,001, teste de Bartlett's).

Relativamente à análise descritiva (tabela 33) apresenta-se a média e o desvio padrão para o conceito “resultados financeiros”, no que se conclui que, os indivíduos têm uma opinião neutra e concordam que os resultados financeiros são influenciados pela utilização das tecnologias de informação. Quanto ao desvio padrão os fatores apresentam valores próximos de 1, no que se traduz numa grande dispersão de resposta, e portanto uma grande variabilidade de valores em torno da média.

**Tabela 33 - Estatística descritiva da variável “resultado financeiro”**

<b>Fatores</b>	<b>Descrição dos itens</b>	<b>Média</b>	<b>Desvio padrão</b>
RCT	Rácio do nº de computadores por trabalhador	3,95	1,14
NW	Existência de rede na organização	3,6	0,94
ATI	Capital investido em TI	3,55	1,05
ITI	Inovação em tecnologias de informação	3,4	1,14

Assim, face aos resultados apresentados podemos afirmar que, ao rejeitarmos a hipótese de que a utilização de tecnologias de informação tem um impacto positivo nos resultados financeiros da organização, este impacto é influenciado pela inovação em tecnologias e existência de uma rede na organização, sendo os outros fatores menos relevantes em termos contributivos, no aumento dos resultados financeiros na organização.

De uma forma global, os respondentes consideraram que concordava (50%) que a utilização das tecnologias de informação tem um impacto positivo nos resultados financeiros da organização, sendo a inovação tecnológica e a existência em rede os principais fatores para o aumento dos resultados financeiros.

### **4.3 Grupo IV**

O grupo IV do questionário eletrónico teve como objetivo identificar situações que não estiveram previstas, ou opiniões relacionadas com a organização TER que estavam diretamente relacionados com os respondentes.

Esta análise permitiu aferir quais as situações com as quais os respondentes reconhecem maior importância relacionados com a organização TER e, outros aspetos relevantes que não foram identificados ao longo do questionário.

Depois de analisadas as várias respostas, estas foram agrupadas em quatro grupos: tipologia enquanto unidade TER, aplicabilidade dos sistemas e tecnologias de informação, aplicabilidade do questionário, perspectiva futura quanto à utilização dos sistemas e tecnologias de informação (tabela 34).

**Tabela 34- Comentários dos respondentes**

<b>Tipologia enquanto unidade TER</b>	<p>“...o nosso TER, tem uma dimensão muito pequena”; “...O nosso turismo resume-se a uma pequena casa TI...”; Somos um empreendimento de alojamento local em espaço rural...”; “... -Trata-se de uma mini – empresa...”</p>
<b>Aplicabilidade dos sistemas e tecnologias de informação em TER</b>	<p>“...ainda não foi aumentada a largura de banda das operadoras (já pedido varias vezes) não conseguimos chegar com sucesso a uma net que possamos considerar boa...”; “...Não é a nossa atividade principal e por isso utilizamos apenas comuns sites de promoção de alojamentos”; “...não utilizamos sistemas de gestão, tais como front - office, stocks, gestão de andares e outros, devido a custos que seriam de longe muito superiores à faturação de todos os serviços prestados. Para uma unidade de médio e grande porte e até algumas pequenas, os sistemas de novas tecnologias são altamente recomendáveis e necessários, se conseguirem suportar os custos destas aplicações. Nas micro - empresas, como na quase totalidade do TER, os sistemas clássicos são o suficiente, com exceção das novas tecnologias, oferecidas e ao dispor na internet, tais como reservas, marketing/publicidade. Praticamente as reservas de alojamento são feitas hoje quase todas através da internet, quer em páginas da empresa, quer em centrais de reservas mundiais, entre elas a mais utilizada na europa e a nível mundial, booking.com. Alguns exemplos de outras centrais, pudemos mencionar além da booking.com, expedia, edreams, hrs, venere, rumbo, etc.etc. Claro todos estes sistemas têm custos elevados para a hotelaria, mas são consideradas um mal necessário, com comissão mínima de 15% para o hoteleiro. A booking.com, em qualquer motor de pesquisa de alojamento, aparece sempre em primeiro lugar. O sistema está muito bem montado e funcional, apesar de caro. Inicialmente as reservas vinham por intermédio das página da empresa na net, hoje os grandes monopólios de reservas tomaram quase conta de tudo...”</p>
<b>Aplicabilidade do questionário</b>	<p>“...isso utilizamos apenas comuns sites de promoção de alojamentos. Nesse sentido encontrámos alguma dificuldade para responder com clareza ao vosso questionário...”; “...uma especificidade muito concreta, pelo que algumas questões não se aplicam aqui...”; “...As respostas ao 2.4 nºs 19 e 20 são dadas na base de uma administração efetiva de uma unidade cujo nível de vendas suporte os altos custos de todos os sistemas, e não os usados na minha micro – empresa...”</p>
<b>Perspetiva futura quanto ao uso de sistemas e tecnologias de informação</b>	<p>“...Ainda não temos tecnologias avançadas no nosso estabelecimento...”; “... Queríamos no entanto esclarecer que estamos muito satisfeitos com o retorno resultante da publicação do nosso alojamento nos sites mencionados...”; “...Se sou a favor de todos os sistemas com alta tecnologia de informação, um SIM grande. Se forem sistemas integrados, ainda melhor. Hoje a resposta a qualquer problema deve ser dada e corrigida " antes de acontecer ””.</p>



No que se conclui que, em termos de utilização de sistemas e tecnologias de informação, as unidades TER continuam a não ter grandes investimentos nas mesmas, pelos custos diretos de implementação e pelo empreendedorismo por parte dos empresários, pelo facto do alojamento rural ser considerado de pequena dimensão. No entanto, salienta-se a necessidade das organizações TER investirem nos sistemas e tecnologias integradas para melhor identificar o problema e corrigi-lo atempadamente. Por outro lado, os respondentes identificaram outros benefícios de utilização dos sistemas e tecnologias de informação, como a divulgação do produto através da internet, sendo que os sistemas clássicos continuam a ser os mais utilizados, nomeadamente o correio eletrónico e a página de internet, não havendo lugar a outros sistemas e tecnologias mais avançados, pela dimensão da organização, mas também como já foram referido, pelos custos da sua implementação.

Desta forma, com base nas hipóteses de investigação relacionadas a decisão, satisfação e qualidade na organização rural, conclui-se que, face à análise das respostas apresentadas, os SI são importantes na tomada de decisão nas organizações, os inquiridos estão satisfeitos com a sua utilização, e são necessários face à competitividade do mercado. Por outro lado, as organizações devem investir em SI de modo a obterem mais informação do mercado, e por último, a qualidade dos SI utilizados pelos respondentes relacionado com o sistema de reservas, continua a dar resposta à solicitação dos clientes, mas de uma forma tradicional.

#### **4.4 Síntese do capítulo**

Neste capítulo apresentaram-se e analisaram-se os resultados dos questionários aplicados às organizações de TER. Os grupos I e II de questões foram submetidos a uma análise estatística descritiva. No caso particular das questões do II grupo,

realizou-se uma análise fatorial de componentes principais. Os comentários realizados pelas unidades de TER foram analisados qualitativamente, consoante 4 categorias de resposta: tipologia enquanto unidade TER, aplicabilidade dos sistemas e tecnologias de informação, aplicabilidade do questionário e, perspetiva futura quanto ao uso dos sistemas e tecnologias de informação.

Desta forma, através do grupo inicial de questões caracterizaram-se os respondentes e as unidades de TER, assim como se identifica quais os sistemas e tecnologias de informação utilizados; no grupo seguinte extraíram-se as informações relativas à tomada de decisão, à satisfação dos proprietários quanto à informação disponibilizada pelos SI nas organizações, à qualidade do uso dos SI quanto há reservas de quartos, a influência dos sistemas e tecnologias de informação nos resultados financeiros da organização, por fim no grupo III sintetizaram-se os comentários realizados pelos respondentes. Após a apresentação de resultados, eles podem ser interpretados pela elaboração de conclusões.

## Capítulo 5 – Conclusões

Este capítulo tem como objetivo apresentar as conclusões finais com base nos resultados obtidos. Ou seja, reflete-se quanto aos resultados do capítulo 4, e analisam-se as suas implicações e limitações (D'Oliveira, 2007) formulam-se sugestões e recomendações para futuras investigações (Estrela, Soares e Leitão, 2006).

### **5.1. Conclusões**

O presente trabalho académico teve como objeto de estudo as organizações TER na região Algarve, e procurou dar resposta à questão de investigação: *“Qual o impacto dos sistemas e tecnologias de informação nas organizações TER na região Algarve?”*.

De modo a estudar os objetivos propostos foram consideradas como hipóteses de investigação a influência positiva dos SI na tomada de decisão, na satisfação, na qualidade dos serviços prestados nas reservas de quartos e nos resultados financeiros das organizações de TER que utilizam SI.

A análise a 25 organizações TER na região Algarve permitiu concluir que, de uma forma global, 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. No entanto, a utilização de sistemas e tecnologias de informação continua a ser limitada e a aplicabilidade de novos métodos de gestão digital pouco desenvolvida nas organizações rurais.

Relativamente à utilização dos SI na “tomada de decisão”, embora os resultados tenham sido inconclusivos, existem evidências que são utilizados essencialmente

tendo em conta o problema organizacional e a minimização do tempo de resposta a determinado problema, no que se identifica que face ao objetivo inicialmente proposto, existe um impacto positivo na organização face a estas duas variáveis, e por isso, podem constituir um importante instrumento de gestão organizacional.

No que concerne à hipótese e objetivo de investigação quanto ao impacto positivo da utilização dos SI na “satisfação” dos proprietários/gerentes, embora os resultados tenham sido inconclusivos, existem evidências que este é positivo, considerando que a sua utilização permite utilizar de forma fiável e fácil os SI disponíveis na organização, tendo em conta o sistema e a linguagem utilizada.

Relativamente à hipótese e objetivo de investigação sobre o impacto positivo dos SI na “qualidade” do serviço de reserva de quartos, embora os resultados tenham sido inconclusivos, existem evidências que este é positivo, ao considerarmos as reservas através do *site*, constituindo este um fator decisivos para melhorar o desempenho da organização em termos de oferta do produto turístico.

No que respeita à hipótese e objetivo de investigação sobre o impacto positivo da utilização das tecnologias de informação nos “resultados financeiros”, embora os resultados tenham sido inconclusivos, existem evidências que os fatores: “existência de uma rede na organização” e “inovação em tecnologias” são aqueles que contribuem mais para os resultados financeiros da organização rural. Verifica-se de igual modo que, a maioria dos respondentes consideram que a utilização das tecnologias permite aumentar os resultados financeiros.

## **5.2. Principais contributos**

Este trabalho académico reflete a necessidade das organizações TER, na região Algarve, valorizarem o impacto positivo relativamente à utilização dos sistemas

de tecnologias de informação, e contribui para a promoção e análise dos benefícios da sua utilização, com o objetivo de aumentar a competitividade destas organizações. Por outro lado, contribui ainda para a análise do desempenho organizacional, assente no poder de decisão, na satisfação quanto à utilização dos sistemas de informação, e na qualidade dos serviços prestados aos clientes.

### **5.3. Limitações ao estudo**

A realização deste trabalho apresentou algumas limitações que condicionaram de alguma forma os resultados obtidos. Em primeiro lugar, foram enviados 51 questionários mas obtiveram-se apenas 25 questionários respondidos. Só foi possível alcançar este número após contacto telefónico. Durante o telefonema foram apontadas razões de não participação como a falta de tempo, o receio de uma infeção de vírus com o preenchimento do questionário, o encerramento de algumas unidades de TER, e a falta de interesse pelo estudo em questão. Salienta-se também que algumas unidades de TER solicitaram o estudo quando concluído, para análise face a novas perspetivas de negócio, ou seja, aumentar a utilização do uso de sistemas e tecnologias de informação.

Aponta-se também algumas deficiências na atualização da informação nos sites consultados de especialidade do turismo, como [www.turismodeportugal.pt](http://www.turismodeportugal.pt), para obtenção da identificação da unidade TER, relativamente ao encerramento de algumas unidades desde 2009 e abertura de outras.

### **5.4. Sugestões para investigação futura**

Pelas limitações apresentadas no ponto anterior, apresentam-se de seguida sugestões para trabalhos futuros.

Com efeito, este trabalho será interessante se a avaliação do uso dos sistemas e tecnologias de informação for aplicada a outras regiões nacionais e a outros setores da economia, nomeadamente àqueles onde a promoção e divulgação do produto ainda está incipiente. De igual modo, seria 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 BIBLIOGRÁFICAS

- Abreu, L., Kozak, M., Avei, N., & Cifter, N. (2005).** Market segmentation by motivation travel. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 1-14.
- Akehurst, G. (2009).** User generated content: the use of blogs for tourism organisations and tourism consumers. *Service Business*, 3 (1), 51-61.
- Amaral, L. (1994).** PRAXIS: Um referencial para o Planeamento de Sistemas de Informação.
- Amaral, L., Magalhães, R., Morais, C.C., Serrano, A., e Zorrinho, C. (2005).** *Sistemas de informação organizacionais* (1ª edição). Lisboa: Edições Sílabo
- Andreu, L., Kozak, M., Avci, N., e Cifter, N. (2005).** Market segmentation by motivation travel - British Tourists Visiting Turkey. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 19 (1), 1-14.
- Athiyaman, A. (1997).** Knowledge development in tourism: tourism demand research. *Tourism Management*, 8(4), 221-228.
- Bacon, C. J., e Fitzgerald, B. (2001).** A systemic framework for the field of information systems. *ACM Sigmis Database*, 32(2), 46-67.
- Baroudi, J. J., e Orlikowski, W. J. (1987).** A short form measure of user information satisfaction: a psychometric evaluation and notes on use. *Information Systems Working Papers Series*, Vol.
- 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, A., Dong, R. J., e Longhi, C. (2011).** Innovation in the tourism Industry: the case of tourism. *Tourism Management*, 32, 1204-1213.

**Beni, M. C. (1997).** *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: editora Senac.

**Bernardo, M. D. R. A. D. (2006).** *Os agentes de software e o processo de tomada de decisão: estudo empírico do impacto de um shopbot*. Tese de Doutoramento, Instituto Superior de Economia e Gestão- Universidade Técnica de Lisboa, Portugal

**Bhatt, G. D., Grover, V., e GROVER, V. (2005).** Types of information technology capabilities and their role in competitive advantage: an empirical study. *Journal of Management Information Systems*, 22 (2), 253-277.

**Bittner, E. (1965).** The concept of organization . *Social Research*, 32 (2), 239-255.

**Bryner, A., e Cramer, D. (1993).** *Análise de dados em ciências sociais- introdução às técnicas utilizando o spss ( 2º Edição)* . Oeiras: Celta Editora.

**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*, 29, 609-6023.

**Buhalis, D. (1998).** Strategic use of information technologies in the tourism industry. *Tourism Management*, 19 (5), 409-421.

**Burch, E., Rogers, H. P., & Underwood, J. (1995).** Exploring SERVPERF: an empirical investigation of the importance-performance, service quality relationship in the uniform rental industry. *saber. uca.edu/docs/proceedings11/95ama*, 121.

**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*, 21, 29-46.

**Collins, D. (2003).** Pretesting survey instruments: an overview of cognitive methods. *Quality of Life Research*, 12(3), 229-238.

**Cooper, C. (2008).** *Tourism: Principles and practice*. Pearson education.

**Cunha, L. (1997).** *Economia e Política do Turismo*. Portugal: McGraw-Hill.

**Correia, A. M., e Mesquita, A. (2013).** *Mestrados e Doutoramentos*. Porto: VidaEconómica.

**Costa, R. A. (2005).** *Avaliação do potencial de crescimento e desenvolvimento das pequenas e micro empresas do setor do turismo*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Portugal

**Courtney, J. F. (2001).** Decision making and knowledge management in inquiring organizations: toward a new decision- making paradigm for DSS. *Decision Support System*, 31 (1), 17-38.

**Cronin, J. J., e Taylor, J. &. (1992).** Measuring service quality: a reexamination and extension . *Jornal of Marketing*, 2 (4), 55-68.

**Dahlberg, T., e Jarvinen, J. ( 1997).** Challanges to IS quality. *Information and Software Techonology*, 39, 809-818.

**Davis, G. B., e Olson, M. H. (1985).** *Management Information Systems: Conceptual Foundations, Structure, and Developments*. New York: McGraw-Hill.

**D'Oliveira, T. (2007).** *Teses e Dissertações (2ª edição)*. Lisboa: RH editora.

**Decreto Lei nº 256/86 de 27 de agosto.** *Diário da República nº 196/86 - 1ª Série A*. Presidência do Conselho de Ministros - Secretaria de Estado do Turismo.

**Decreto Lei nº 39/2008 de 7 de março.***Diário da República nº 48- 1ª Série A.*  
Ministério da Economia e da Inovação.

**Económicos, I. E. S. (2008).** *Estudo da Caracterização do turismo no Espaço Rural e do Turismo de Natureza em Portugal- Versão Resumida.* Direção Geral da Agricultura e Desenvolvimento Rural

**Estevão, C. M. S. (2008).** *As estratégias competitivas dos estabelecimentos hoteleiros de interesse para o turismo: o caso da Região de Turismo da Serra da Estrela.* Dissertação de Mestrado, Universidade da Beira Interior, Portugal.

**Estrela, E., Soares, M. A., e Leitão, M. J. (2006).** *Saber escrever uma tese e outros textos.* Leya.

**Europeia, C. (2011).** Rural development contributes to Europe 2020. Disponível on-line em 30 de junho de 2012:

[http://ec.europa.eu/agriculture/policy-perspectives/policy-briefs/04\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/agriculture/policy-perspectives/policy-briefs/04_en.pdf)

**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

**Galbraith, J. R. (1977) (a).** Organization Design: An Information Processing View. *Organizational Effectiveness Center and School*, 21.

**Galbraith, J. (1977) (b).** *Organization Design.* Reading. 3ª Edição. MA: Addison - Wesley.

**Getz, D., e Carlsen, J. (2000).** Characteristics and goals of family and Owner-operated business in the rural tourism and hospitality sectors. *Tourism Managment*, 21 (6), 547- 560.

**Gillham, B. (2000).** *Developing a questionnaire*. Continuum International Publishing Group.

**Göb, R., McCollin, C., e Ramalhoto, M. F. (2007).** Ordinal Methodology in the analysis of Likert scale. *Quality and Quantity*, 41, 601-626.

**Grönroos, C. (1984).** A service quality model and its marketing implications. *European Journal of Marketing*, 18 (4), 36-44.

**Harrison, E. F., e Pelletier, M. A. (2000).** The essence of management decision. *Management Decision*, 38(7), 462-470.

**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*, 16(3), 211-239.

**Hill, M. M. e Hill, A. (1998).** *A construção de um questionário (Working paper)*, nº 1998/11, ISCTE, 1-58.

**Hill, M.M. e Hill, A (2012).** *Investigação por questionário (2ª Edição)*. Lisboa: Edições Sílabo

**Hoffer, J.A., George, J.F., Valacich, J.S. ( 2011).** *Modern System analysis and design* (Sixth edition). Pearson Edition

**Ives, B., Olson, M.H. e Baroudi, J.J. (1983).** The measurement of user satisfaction. *Research Contributions - Communications of ACM*, 25 (10), 785-793.

**Jacinto, T. R. S. Dora Isabel Martins Sampaio** – Universidade de Lisboa, FLUL.

**Jain, S. K., e Gupta, G. (2004).** Measuring service quality: SERVQUAL vs. SERVPERF scales. *Vikalpa*, 29(2), 25-37.

**Keane, M. J., & Quinn, J. (1990).** *Rural development and rural tourism*. University College Galway, Social Sciences Research Centre.

**Law, R., Qi, S. e Buhalis, D. (2010).** Progress in Tourism Manegment. A review of wesite evaluation in tourism research. *Tourism Management*, 31, 297-313.

**Lew, A., Hall, C. Michael e Williams, A.M. (2007).** *Compêndio de turismo*. Lisboa: Ciência e Técnica

**Leavitt, H. J., e March, J. G. (1962).** *Applied organizational change in industry: structural, technological and humanistic approaches*. Carnegie Institute of Technology, Graduate School of Industrial Administration.

**Liang, T. P., You, J. J., & Liu, C. C. (2010).** A resource-based perspective on information technology and firm performance: a meta-analysis. *Industrial Management e Data Systems*, 110(8), 1138-1158.

**Lim, C. (1997).** Review of international tourism demand models. *Annals of Tourism Research*, 24 (4), 835-849.

**Litvin, S. W., Goldsmith, R. E. e Pan, B. (2008).** Electronic word-of mouth in hospitality and Tourism Management. *Tourism Management*, 29 (3), 458-468.

**López, Yanai (2013).** *Sistemas de informação para gestão*. Lisboa: Escolar editora

**Lopes, F.C., Morais, M.P., Carvalho, A.J. (2009).** *Desenvolvimento de sistemas de informação (2ª Edição atualizada)*. Editora FCA

**Loureiro, S. M. (2008).** Qualidade percebida do serviço em alojamento rurais em Portugal e Espanha: análise oferta e procura. *Revista Lusófona de Humanidades e Tecnologias*, 1-13.

**Maroco, J. (2007).** *Análise Estatística - com utilização do SPSS ( 3º Edição)*. Lisboa: Edições Sílabo.

**Martin, L. M. (2004).** E-innovation: internet impacts on small UK hospitality firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 16(2), 82-90.

**Mckinney, V., Yoon, K. e Zahedi, F. "Mariam" (2002).** The measurement of web-customer satisfaction: An expectation and disconfirmation approach. *Information System Research*, 13 (3), 296-305.

**Mehrtens, J., Cragg, P. B. e Mills, A. M. (2001).** A model of internet adoption by SMEs. *Information and Management*, 39, 165-176.

**McKercher, B. (1999).** A chaos approach to tourism. *Tourism Management*, 20(4), 425-434.

**Mesquita, A. M. Vicente ( 2009).** *Sistemas de distribuição do turismo em espaço rural: a região de Trás-os-Montes*. Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Portugal.

**Michopoulou, E., e Buhalis, D. (2013).** Information Provision for Challenging markets: The Case of the Accessibility Requiring Market in the Context of Tourism. *Information Management*.

**Morita, M. (2012).** *Análise de Mercado*. IESDE BRASIL SA.

**Murphy, P. E. (1985).** *Tourism - A Community Approach*. Cambridge: Routledge.

**Ndou, V. e Passiante, G. (2005).** Value Criation in Tourism Network System. *Information and Communication Technologies in Tourism*, 14, 440-451.

**Neuhofe, B., Buhalis, D., e Ladkin, A. (2013).** A Typology of Technology-Enhanced Tourism Experiences. *International Journal of Tourism Research*.

**OCDE (1994).** *Tourism strategies and rural development*, disponível on-line em 2 de julho de 2012: <http://www.oecd.org/dataoecd/31/27/2755218.pdf>

**Özgener, Ş., & İraz, R. (2006).** Customer relationship management in small–medium enterprises: The case of Turkish tourism industry. *Tourism Management*, 27(6), 1356-1363.

**Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., e Berry, L. L. (1988).** Servqual. *Journal of retailing*, 64(1), 12-40.

**Pearson, S. W., e Bailey, J. E. (1980).** Measurement of computer user satisfaction. *ACM SIGMETRICS Performance Evaluation Review*, 9(1), 59-68.

**Peña, A. I. P. e Jamilena, D. M. F. (2010).** The relationship between business characteristics and ICT deployment in rural tourism setor. The case of Spain. *International Journal of Tourism Research*, 12, 34–48.

**Pereira, M.J. (2005).** *Sistemas de informação: uma abordagem sistémica*. Lisboa: Campus do saber- Universidade Católica Editora.

**Pereira, A. e Poupa, Carlos (2008).** *Como escrever uma tese, monografia ou livro científico usando o word ( 4ª Edição) .* Lisboa: Edições Sílabo

**Quivy, Raymond e Campenhoudt, LucVan (1998).** *Manual de investigação em ciências sociais ( 2ª Edição)*. Lisboa: Edições Sílabo

**Turismo de Portugal (2006).** *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)

**Turismo de Portugal (2008).** *Oferta e procura de TER*, disponível *on-line* em 28 de junho de 2012:  
<http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/ProTurismo/estat%C3%ADsticas/an%C3%A1lisesestat%C3%ADsticas/aofertaeprocuranoter/Pages/AOfertaProcuranoTER.aspx>

- Ramos, C. M. (2010).** Sistemas de informação para a gestão turística. *Revista Encontros Científicos-Tourism & Management Studies*, (6), 107-116.
- Ramos, C., Rodrigues, P., e Perna, F. (2008).** Sistemas de Informação para o Apoio ao Turismo, o caso dos Dynamic Package. *Revista Ibérica de Sistemas e Tecnologias de Informação*, 25-34.
- Ramos, C., Rodrigues, P. M. e Perna, F. (2009).** Sistemas e Tecnologias de Informação no Setor do Turismo. *Journal of Tourism and Development*, 12, 21-32.
- Reichel, A., Lowengart, O., e Milman, A. (2000).** Rural tourism in Israel: service quality and orientation. *Tourism Management*, 21(5), 451-459.
- Reis, António P. dos (1999).** *Sistemas de Decisão*. Lisboa: Universidade Aberta
- Ribeiro, J. C., Freitas, M. M. D., e Mendes, R. B. (2001).** *O turismo no espaço rural: uma digressão pelo tema a pretexto da situação e evolução do fenómeno em Portugal*.
- Riley, R. W., e Love, L. L. (2000).** The state of qualitative tourism research. *Annals of tourism research*, 27(1), 164-187.
- Salmela, H. e Spil, T. A. (2002)** . Dynamic and emergent information system strategy formulation and implementation. *International Journal of information Management*, 22, 441-460.
- Santos, A. C. F. (2012).** *Estratégias competitivas nos sítios eletrónicos das farmácias de oficina com dispensa ao domicílio*. Dissertação de Mestrado. Universidade Aberta, Portugal.
- Saunders, M. Lewis, P: and Thornhill, A. (2009).** Research methods for business students.



**Selznick, P. (1948).** Foundations of the Theory of Organization. *American sociological review*, 13(1), 25-35.

**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>

**Sekaran, U. (2003).** *Research methods for business: a skill building approach* ( 4th Edition). Danvers: John Wiley & Sons, Nova Iorque

**Serrano, P. (2004).** *Redacção e apresentação de trabalhos científicos* ( 2ª Edição). Lisboa: Relógio D'Água

**Sharpley, R. (2002).** Rural tourism and the challenge of tourism diversification: the case of Chyprus. *Tourism Management*, 2002, 23(3),233-244.

**Sheldon, P. J. (1997).** *Tourism information technology*. Cab International.

**Shin, N. (2004).** The imoact of information technology on financial performance of diversitied firms. *Decision Support Systems*, 41, 698-707.

**Sigala, M. (2004).** Customer relationship management (CRM) evaluation: diffusing CRM benefits into business processes.

**Stable, M., e Sinclair, M. T (1997).** *The economics of tourism* ( 1<sup>st</sup> edition). Routledge.

**Swanson, E. B. (1994).** Information System Innovation among organizations. *Management Science Review*, 40 (9), 1069-1092.

**Teixeira, S. (1998).** *Gestão das Organizações*. Lisboa: McGraw- Hill.

**Turban, E., Rainer, R. Kelly e Potter, Richard E. (2007).** *Introdução a sistemas de informação*. São Paulo: Editora Campos/Elsevier.

**Weiermair, K. (2006).** Prospects for innovation in tourism: Analysing the innovation potential throughout the tourism value chain. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 6 (3-4), 59-72.

**Werthner, H. e Klein, S. (1999).** ICT and the Changing Landscape of Global Tourism Distribution. *Electronics Markets*, 9 (4), 256-262.

**Werthner, H., e Ricci, F. (2004).** E-commerce and tourism. *Communications of the ACM*, 47 (12), 101-105.

**Winer, R. (2001).** A framework for costumers Relationships Management. *California Managment Review*, 43 (4), 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.

**Vareiro, L. C., e Ribeiro, J. C. (2007).** Turismo e desenvolvimento regional: O espaço rural como destino turístico. In *Atas do 1º Congresso Internacional – Casa Nobre, um Património para o Futuro*, Arcos de Valdevez.

**Varian, H. R., e Shapiro, C. (1999).** *Information rules: a strategic guide to the network economy*. Harvard Business School Press, Cambridge.

**Vaughan, D. R., Silva, G., e Edwards, J. R. (2003).** Oportunidades e constrangimentos ao desenvolvimento do turismo rural.

**Vega, A. V. R., Casielles, R. V., e Martín, A. M. D. (1995).** La calidad percibida del servicio en establecimientos hoteleros de turismo rural. *PAPERS DE TUR/W*, 17.

**Zhang, X., Song, H., e Huang, G. Q. (2009).** Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 30 (3), 345-358.

## **ANEXOS**

## ANEXO 1 – SERVPERF e Ruralqual

### Escala SERVPERF

<b>Vetores</b>	<b>Atributos</b>
1	Up-to-date equipment
2	Should do as promised
3	Should tell when services will be performed
4	Employees who are trustworthy
5	Individual attention to customers
6	Appealing physical facilities
7	Interest in solving customer problems
8	Prompt service to customers
9	Customers feel safe in transactions
10	Convenient operating hours
11	Neat appearing employees
12	Perform service right the first time
13	Always willing to help customer
14	Consistently courteous with customers
15	Employees give personal assistance
16	Visually Appealing services materials
17	Provide service at times promised
18	Never too busy to respond to request
19	Knowledgeable
20	Have customer best interest at heart
21	Insist on error free records
22	Understand customer specific needs

Fonte: adotado de Burges e Rogers (1995:8)

## Escala Ruralqual

Vetores	Atributos
1	As instalações físicas do alojamento rural encontram-se em bom estado
2	As instalações físicas e os quartos do alojamento rural têm mobiliário confortável.
3	O alojamento rural está bem climatizado
4	As instalações físicas e os quartos do alojamento rural estão limpos
5	As refeições do alojamento rural são bem apresentadas e são saborosas
6	Os empregados do alojamento rural têm um aspeto limpo e asseado
7	Os clientes do alojamento rural são tratados de modo cordial e afável
8	A cada cliente é dispensada uma atenção personalizada
9	Os empregados do alojamento rural conhecem as funções que desempenham
10	Os clientes do alojamento rural são integrados no modo de vida rural da região
11	O alojamento rural enquadra-se arquitetonicamente na região
12	Existem materiais e objetos da tradição local e decoração
13	O acesso ao alojamento rural é fácil
14	O alojamento rural oferece facilidade de estacionamento
15	O alojamento rural situa-se num local de grande beleza natural
16	O local onde se encontra o alojamento rural é tranquilo
17	O alojamento rural inclui na sua ementa a gastronomia típica da região
18	Facilita-se o acesso a atividades culturais, recreativas e/ou desportivas
19	Na região envolvente do alojamento rural existem feiras, festas singulares e outros aspetos de interesse cultural
20	Os horários de chegada estão estabelecidos mas são bastante flexíveis
21	As reservas dos quartos realizam-se facilmente
22	As reservas confirmam-se pelo meio que melhor convir ao cliente, remetendo-se igualmente outras informações de interesse (ex.: plano de acesso)

Fonte: adotado de Vega, Casseilles e Martín (1995)

**ANEXO 2 - Mensagem de Apresentação em Correio Eletrónico**

Exmo. (a) Senhor(a) Proprietário(a) /Gestor (a)

Atualmente estou a dar início à parte prática da minha dissertação de mestrado em Gestão/MBA na Universidade Aberta, da qual faz parte um estudo de investigação cujo objetivo é “Investigar e estudar os sistemas e tecnologias de informação utilizados no Turismo em Espaço Rural e o seu impacto nas organizações da região do Algarve”.

Para o efetivar optei pelo envio de um questionário *online*. Dado que o vosso site está disponível para consulta de qualquer consumidor na *internet*, venho solicitar a V/ indispensável colaboração no preenchimento do referido questionário. Para responder ao questionário clique na hiperligação seguinte:

HYPERLINK "http://kwiksurveys.com/s.asp?sid=k2y2giejv1mnkb8163011"

<http://kwiksurveys.com/s.asp?sid=k2y2giejv1mnkb8163011>

(password:anapego)

(se preferir pode copiar a hiperligação e colá-la no seu navegador Web)

O questionário será conduzido numa base estritamente confidencial e nenhuma organização rural será identificada nos resultados finais. As conclusões da investigação serão facultadas às organizações de turismo em espaço rural colaboradoras que o solicitem através do seguinte correio eletrónico: MBA.universidade.aberta@gmail.com.

Ciente de que compreenderão a importância que a V/ resposta terá para a efetivação da investigação em curso, espero da parte de V. Ex.<sup>a</sup> o melhor acolhimento a este meu pedido.

Se necessitar de mais informações não hesite em contactar a responsável pela investigação, a economista Ana Cristina Pego – Telemóvel 964145626.

Agradeço, desde já, o tempo dispensado e a resposta a este questionário. Com os melhores cumprimentos,

Ana Cristina Pego

### **ANEXO 3 - Reforço do Pedido de Resposta**

Exmo.(a) Senhor(a) Exmo. (a) Senhor(a) Proprietário(a) /Gestor (a)

Enviámos-lhe há cerca de uma semana um convite para participar no estudo supra-citado. Voltamos a escrever-lhe, pois a sua colaboração é imprescindível no âmbito da minha dissertação de mestrado em Gestão/MBA na Universidade Aberta para “Investigar e estudar os sistemas e tecnologias de informação utilizados no Turismo em Espaço Rural e o seu impacto nas organizações da região do Algarve”.

Caso ainda **não** tenha participado e pretenda fazê-lo basta preencher um questionário anónimo online, que não lhe tomará mais de 25 a 30 minutos, clicando na hiperligação seguinte:

HYPERLINK "http://kwiksurveys.com/s.asp?sid=k2y2giejv1mnkb8163011"

<http://kwiksurveys.com/s.asp?sid=k2y2giejv1mnkb8163011>

(password:anapego)

(se preferir pode copiar a hiperligação e colá-la no seu navegador Web)

O questionário será conduzido numa base estritamente confidencial e nenhuma organização rural será identificada nos resultados finais. As conclusões da investigação serão facultadas às organizações de turismo em espaço rural colaboradoras que o solicitem através do seguinte correio eletrónico: MBA.universidade.aberta@gmail.com.

Ciente de que compreenderão a importância que a V/ resposta terá para a efetivação da investigação em curso, espero da parte de V. Ex.<sup>a</sup> o melhor acolhimento a este meu pedido.

Se necessitar de mais informações não hesite em contactar a responsável pela investigação, a economista Ana Cristina Pego – Telemóvel 964145626.

Agradeço, desde já, o tempo dispensado e a resposta a este questionário. Com os melhores cumprimentos,

Ana Cristina Pego

## **ANEXO 4 - Questionário**



[http://kwikisurveys.com/UserFiles/159590/files/logo\\_uab.jpg](http://kwikisurveys.com/UserFiles/159590/files/logo_uab.jpg)

**Sistemas e Tecnologias de Informação nas Organizações de Turismo em Espaço Rural na Região Algarve**

O presente Inquérito por questionário, insere-se num trabalho de investigação, tendo por base as empresas de turismo em espaço rural (TER). Este trabalho de investigação tem como principal objetivo investigar e estudar os sistemas e tecnologias de informação utilizadas no turismo em espaço rural e o seu impacto nas organizações na região do Algarve.

O questionário está dividido em três grupos: - o primeiro conjunto de questões permite a caracterização geral do respondente e da organização; - o segundo grupo inclui questões sobre a decisão, satisfação, qualidade e resultados financeiros da organização; - o terceiro grupo é o espaço para sugestões e comentários. O questionário será conduzido numa base estritamente confidencial e nenhuma organização rural será identificada nos resultados finais

A sua resposta é extremamente importante para a realização deste trabalho. Ficáramos muito gratos se tivesse a amabilidade de responder às questões que se colocam de seguida. Para avançar para o ecrã seguinte, continuando a responder às questões, clique no botão "NEXT PAGE", no fundo. Finalizando o seu preenchimento, clique no botão "FINISH SURVEY" para o envio automático. Obrigada pela sua disponibilidade!

**Grupo 0- Identificação da Organização**

Este grupo destina-se a identificar a organização de turismo em espaço rural

**1) 0.1 Nome da Organização**

--

**2) 0.2 Identificação do concelho a que pertence a organização**

Albufeira	
Alcoutim	
Aljezur	
Castro Marim	
Lagoa	
Lagos	

Loulé	
Monchique	
Portimão	
Silves	
Tavira	
Vila do Bispo	
VRSA	

**Grupo I - Caracterização Geral do Proprietário/Gestor e do Uso dos Sistemas e Tecnologias de Informação na Organização**

**Parte 1- Este grupo destina-se a caraterizar o proprietário/gestor da organização de TER. É constituído por 4 questões de perguntas fechadas.**

<b>3) 1.1 - Sexo</b>	
Feminino	
Masculino	

<b>4) 1.2 - Idade</b>	
<40	
40-50	
>50	

5) 1.3 - Escolaridade	
Ensino Básico	
Ensino Secundário	
Ensino Superior	
Outro	

6) 1.4 - Ocupação no estabelecimento	
tempo inteiro	
tempo parcial	

Parte 2- Este grupo destina-se a caracterizar a unidade de TER. É constituído por 6 questões fechadas.

7) 2.1 - Tipo de Unidade	
Casa de Campo	
Turismo de Habitação	
Agroturismo	
Hotel Rural	
Outro	

8) 2.2 - Capacidade de Alojamento	
<10 camas	
10-50 camas	

>50 camas	
-----------	--

<b>9) 2.3 - Localização da Unidade</b>	
Na cidade	
Perto da praia	
Campo	
Outra	

<b>10) 2.4 - Período de Funcionamento</b>	
Todo o ano	
Entre maio e setembro	
Entre outubro e abril	

<b>11) 2.5 - Tipos de Regime Alimentar</b>	
SA	
APA	
MP	
PC	
TI	

<b>12) 2.6 - Atividades de Lazer</b>	
Sim	
Não	

**Parte 3- Este grupo destina-se a caraterizar o uso dos sistemas e tecnologias de Informação na Organização de TER. É constituído por 3 questões fechadas**

<b>13) 3.1 - Tipo de Tecnologia Informação disponível para os clientes</b>	
Serviço de Wireless	
Acesso à Internet	
Sistema de Apresentação, Datashow	
Smart Cards para os Quartos	
Entretenimento dentro dos Quartos	
Controle da Conta Online	
Check In/Check Out automático	
Kiosck	

<b>14) 3.2 Tipo de tecnologia Informação usada pela organização relacionadas com a Internet</b>	
Existência de Página de Internet	
Página de Internet Dinâmica	
Pagamento online disponível	
Reserva Online Disponível	

Comentários do cliente online disponível	
--	--

<b>15) 3.3 Tipos de sistema de informação utilizado na organização</b>	
Vendas e Marketing	
Front Office	
Gestão de quartos e andares	
Controle de bebidas e comidas	
Minibar	
Gestão de Stocks e Inventários	
Contabilidade	
Divisão Técnica	
Gestão de Segurança	
Check in/Check out automático	
Planeamento da Atividade dos Hóspedes	
Recursos Humanos	
Gestão de Propriedade	
Website	

**Grupo II- Conceitos Fundamentais - Satisfação, Tomada de Decisão, Resultados Financeiros e Qualidade**

Para cada questão do grupo II, identifique por grau de concordância a resposta mais adequada à gestão da organização TER, conforme o conceito fundamental apresentado.

2.1 Esta questão destina-se a avaliar o grau de satisfação quanto ao uso dos sistemas de informação na organização

16) Estou satisfeito com a utilização dos sistemas de informação na minha organização, porque estes permitiram:					
	discordo completamente	discordo	Neutro	concordo	concordo completamente
Que o sistema utilizado fosse fiável e fácil de utilizar					
Que a expectativa face ao suporte de dados fosse positiva					
Fazer a correção dos erros e ter segurança nos dados					
Que o Tempo de resposta do sistema fosse curto					
Que o volume do output fornecido fosse importante e preciso					
Que o sistema fosse flexível face a novas situações na organização					
Que a base de dados integrada no sistema tivesse informação relevante					

**2.2 Esta questão destina-se a avaliar a utilização de sistemas de informação no aumento da qualidade dos serviços de reserva de alojamento na organização rural**

17) O sistema de informação utilizado na minha organização permite melhorar a qualidade nas reservas de alojamento, porque:					
	discordo completamente	discordo	Neutro	concordo	concordo completamente
As reservas dos quartos realizam-se facilmente através do site					
As reservas confirmam-se pelo meio que mais convier ao cliente, email, ou local próprio no site					
O sistema de reservas disponibiliza informações sobre o local					

**2.3 Esta questão pretende avaliar o impacto das tecnologias de informação nos resultados financeiros da organização rural**

18) As tecnologias de informação que utilizo permitem-me que aumente os meus resultados financeiros na organização, porque:					
	discordo completamente	discordo	neutro	concordo	concordo completamente
Utilizo tecnologias inovadores na gestão da minha organização					
Utilizo a interligação de dados em vários locais na organização					
utilizo um computador para a realização das tarefas					
invisto em tecnologias de informação na organização					

**2.4 Este grupo pretende avaliar se o uso dos sistemas de informação influencia a tomada de decisão por parte do proprietário/gestor da organização**

19) Nas decisões tomadas na minha organização foi útil a utilização de sistemas de informação, porque:					
	discordo completamente	discordo	Neutro	concordo	concordo completamente
Identificou o problema organizacional					
Minimizou o tempo de resposta a determinado problema					
Permitiu uma resposta ao problema identificado					
A decisão foi feita de forma segura e com confiança					
O software utilizado dispõe de uma base de dados útil para a resolução de problemas					
O software de gestão permitiu uma melhor decisão					
As tarefas de gestão e organização foram tomadas mais rapidamente					



**2. 5 Questões Gerais**

20) De uma forma geral considero que:					
	discordo completamente	discordo	neutro	concordo	concordo completamente
A utilização de sistemas e tecnologias de informação tem um impacto positivo nos resultados financeiros da minha organização					
A utilização de sistemas e tecnologias de informação tem um impacto positivo na qualidade dos serviços que a minha organização presta aos clientes					
Estou satisfeito com os sistemas e tecnologias de informação utilizados na minha organização					
A utilização de sistemas e tecnologias de informação tem um impacto positivo nas decisões tomadas na minha organização					

**Grupo IV- Outras Informações**

3- Esta questão é uma questão aberta onde se pretende que os inquiridos deixem sugestões ou comentários importantes para a análise deste questionário.

21) Sugestões ou comentários