



**UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE**

Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA NA PRAIA DE TOFO

Natércia da Conceição Alexandre

Inhambane, 2025

Natércia da Conceição Alexandre

Proposta de Implantação de Uma Empresa de Animação Turística na Praia de Tofo

Projecto de Desenvolvimento apresentado a Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI) como um dos requisitos para a obtenção do grau de Licenciatura em Animação Turística

Supervisor: dr. Sérgio de Jesus Belchior

Inhambane 2025

Declaração

Declaro por minha honra que este trabalho é resultado da minha investigação pessoal e dos conhecimentos obtidos durante o curso, com as fontes devidamente citadas no texto e na bibliografia. Este projecto nunca foi originalmente concebido para a obtenção de outro título nesta Universidade, Escola ou qualquer outra entidade.

Assinatura

Natércia Alexandre

(Natércia da Conceição Alexandre)

Data: 27 / 06 / 2025

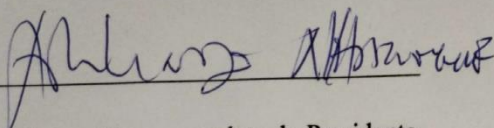
Natércia da Conceição Alexandre

Proposta de Implantação de uma Empresa de Animação Turística na Praia de Tofo

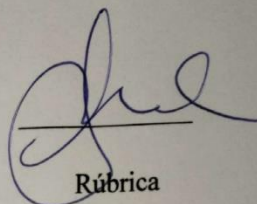
Projecto de Desenvolvimento avaliado como requisito parcial para
obtenção do grau de Licenciatura em Animação Turística pela
Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane – ESHTI

Inhambane,

27 / Junho /2025



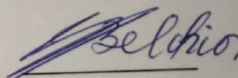
Categoria, Grau e Nome completo do Presidente



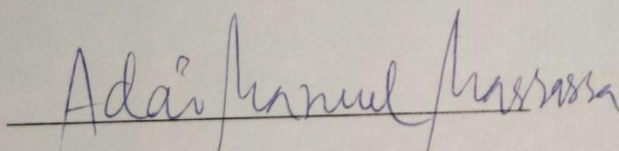
Rúbrica

SÉRGIO DE J. BELCHIOR

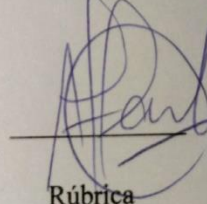
Categoria, Grau e Nome completo do Supervisor



Rúbrica



Categoria, Grau e Nome completo do Arguente



Rúbrica

Dedicatória

Este trabalho é dedicado aos meus tios e a Deus, que por sua graça me proporcionaram forças e suporte incondicional para que eu pudesse concluir os meus estudos.

Agradecimentos

Primeiramente, agradeço profundamente a Deus, que com a força do seu espírito, me ajudou a superar as dificuldades enfrentadas durante o meu percurso académico e possibilitou que eu realizasse este trabalho. Gostaria também de manifestar a minha gratidão ao meu supervisor, Sérgio de Jesus Belchior, que através de sua habilidade, paciência e inteligência, soube guiar-me e reconhecer meu esforço durante este período, proporcionando um suporte incondicional. Gostaria também de manifestar a minha gratidão a toda comunidade da Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane. Agradeço de forma imensurável ao meus tios, Albazino Alexandre Massingue e Rosa Bento Siitoe Massingue, que dedicaram todo o seu tempo para que eu conseguisse concluir os meus estudos. Agradeço imensamente a minha colega de turma que compartilhou seus conhecimentos comigo, especialmente a Edna João por ter compartilhado os quatros anos de ensino comigo e por ter ajudado a realizar este projecto. Em suma agradeço a todos os que torceram por mim para que eu conseguisse concluir a minha formação.

Resumo

Este projecto tem como objectivo primordial implantar uma empresa de animação turística na praia de Tofo. A ideia inicial deste projecto surgiu da necessidade de diferenciação das actividades de animação pelas empresas já estabelecidas e da busca por elementos diferenciadores para proporcionar experiências únicas. Este projecto tem também como objectivo reconhecer as empresas de animação turística presentes na praia do Tofo, detalhar sucintamente os produtos disponibilizados por essas empresas, identificar os aspectos diferenciadores da oferta turística que não são explorados pelas empresas de animação turística, e, finalmente, propor actividades que tenham elementos diferenciadores da oferta já presentes na praia do Tofo. Do ponto de vista metodológico, este projecto baseou-se na técnica de questionário aplicado aos turistas que visitam a praia do tofo, além de aplicar uma entrevista aos operadores turísticos que operam na mesma. Inicialmente, a intenção desta empresa é se destacar nas actividades de animação, com a expectativa de alcançar os seguintes resultados: (i) que a empresa desenvolva actividades que atendam às necessidades dos turistas ou visitantes, (ii) que proporcione serviços diferentes, com atendimento personalizado, e simultaneamente a oportunidade de vivenciar experiências diferentes; (iii) que proporcione oportunidades ou envolva as comunidades locais nas actividades que oferece.

Palavras-chaves: Empresas de animação turística; animação turística; Praia de Tofo.

Listas de Abreviaturas

ONU: Organização das Nações Unidas

OMT: Organização Mundial de Turismo

UEM: Universidade Eduardo Mondlane

ESTHI: Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

RCC: Regulamento de Culminação de Curso

SWOT: Strengths, Weaknesses, Opportunities e Threats

Lista de Figuras

Figura 1: Localização da área de Estudo.....	13
Gráfico 2: perfil do turista em relação às actividades oferecidas.....	16
Gráfico 2: perfil do turista em relação às necessidades.....	16
Gráfico 3: perfil do turista em relação à dinamização de um destino turístico.....	17
Gráfico 4: perfil do turista em relação às actividades oferecidas.....	18
Gráfico 5: perfil das empresas em relação ao conhecimento da empresa.....	19
Gráfico 6: perfil das empresas em relação aos meios de divulgação dos serviços.....	19
Figura 2: Actividade de Pesca desportiva.....	25
Figura 3: Actividade Bike Aquática.....	25
Figura 4: Actividade de Experiencia de Parapente.....	26
Figura 5: Actividade de Passeios a Cavalos.....	26
Figura 6: Actividade de Tours pelas Comunidades.....	26
Figura 7: Actividade de Aventura de Quadricíclos.....	27
Figura 8: Actividade de Jantares Temáticos.....	28
Figura 9: Actividade Pequiniques.....	28
Figura 10: Área de Intervenção da WANGA EVENTS LDA.....	30
Figura 11: Esquema das cinco forças de Porter.....	32
Figura 4: 4Ps de Marketing.....	33

Lista de Tabelas

Orçamento

Lista de Quadros

Quadro 1: Empresas de Animação Turística na Praia do Tofo.....	11
Quadro 2: Empresas de Animação turística Inqueridas.....	18
Quadro 3: Análise SWOT da Wanga Events Lda.....	21
Quadro 4: Acções concretas para a resolução de problemas.....	24
Quadro 5: Cronograma.....	36

Sumário	Página.
<i>Folha de</i>	
<i>Rosto.....</i>	<i>i</i>
<i>Declaração.....</i>	<i>ii</i>
<i>Folha de avaliação.....</i>	<i>iii</i>
<i>Dedicatória.....</i>	<i>iv</i>
<i>Agradecimentos.....</i>	<i>v</i>
<i>Resumo.....</i>	<i>vi</i>
<i>Lista de Abreviaturas e Siglas.....</i>	<i>vii</i>
<i>Lista de Figuras.....</i>	<i>viii</i>
<i>Lista de Tabelas e Quadros.....</i>	<i>ix</i>
<i>Índice.....</i>	<i>x</i>
1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1. Enquadramento.....	1
1.2. Problema.....	2
1.3. Justificativa.....	3
1.3.1. Geral:.....	4
1.3.2. Específicos:.....	4
1.4. Metodologia.....	5
2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	9
2.1. Turismo.....	9
2.2. Animação turística.....	9
2.3. Empresas de Animação Turística.....	10
2.3.1. Tipologia de Empresas de Animação Turística.....	11
3. DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO.....	13
3.1. Enquadramento territorial da Cidade de Inhambane.....	13
3.2. Elementos diferenciadores da oferta Turística não Explorados.....	14
3.3. Perfil dos turistas que visitam a praia do tofo.....	15
3.4. Estudo Técnico do Problema.....	20
3.5. Análise <i>SWOT</i> para a implantação de uma empresa de animação turística.....	20

4.	IMPLANTAÇÃO DA EMPRESA WANGA EVENTS Lda NA PRAIA DE TOFO	23
4.1.	DESCRIÇÃO DOS PRODUTOS E SERVIÇOS DA WANGA `EVENTS LDA	24
4.2.	Avaliação dos Recursos Necessários para a Implantação da Wanga Events lda	28
4.2.1.	Recursos Humanos.....	29
4.2.2.	Recursos físicos	29
4.2.3.	Sistemas de Informação	29
4.2.4.	Recursos Financeiros	29
4.3.	Área de Intervenção da WANGA EVENTS LDA.....	30
4.4.	ESTUDO DA VIABILIDADE DO PROJECTO (ESTUDO DO AMBIENTE EXTERNO)	30
4.5.	ESTUDO DA VIABILIDADE DO PROJECTO (ESTUDO DO AMBIENTE INTERNO)	33
5.	RESULTADOS ESPERADOS.....	36
6.	CRONOGRAMA.....	37
7.	ORÇAMENTO	38
8.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	39
	APÊNDICES.....	41

1. INTRODUÇÃO

Neste capítulo, são apresentados os elementos que serão abordados na presente pesquisa como: o enquadramento do projecto, o problema, justificativa, os objectivos e por fim, a metodologia utilizada no trabalho.

1.1.Enquadramento

De acordo com Figueira e Dias (2011, p. 4), o turismo sempre foi considerado como a actividade económica mais importante do mundo em alguns países, regiões e localidades e constitui um factor determinante nos rumos do desenvolvimento. Podemos identificá-lo como um fenómeno que apresenta várias faces: social, geográfica, económica, cultural, ambiental, destacando se em todas elas como uma força que provoca mudanças, em rápidos processos de transformação.

Aliando-se ao pensamento do autor citado anteriormente sobre o turismo, podemos afirmar que o turismo é um elemento fundamental, pois além de ser visto como uma actividade que promove descontração, também promove alterações socio-económicas e o crescimento de um destino turístico. A problemática deste projecto manifesta na falta da diversificação das actividades de animação turística pelas empresas já estabelecidas.

De acordo com Esteves (2002),

a oferta turística é por natureza extremamente diversificada e integra uma boa parte de subjectividade relacionada com as motivações de viagens de turistas e avaliação que os mesmos fazem desses elementos.

Assim, um destino turístico é fortemente influenciado pela sua imagem. Para isso, é importante que o destino considere os seguintes factores: a singularidade da oferta turística, os atrativos que proporciona as instalações e a facilidade dos serviços prestados. Esses elementos são fundamentais para que o destino seja atraente e possa satisfazer as necessidades dos turistas ou visitantes.

Considerando a praia do tofo como um ponto de referência para o município de Inhambane, o objectivo deste estudo é enfatizar até que ponto as empresas de animação turística podem ser vistas como um factor que diferencia as actividades de animação, bem como o progresso socio-económico das comunidades locais.

1.2.Problema

Moçambique é um país que apresenta um notável potencial turístico com alta capacidade estratégica de impulsionar o desenvolvimento socio económico. Diante deste cenário, o turismo é considerado entre a principal prioridade nacional, destacando-se como vector de geração de receitas e de emprego.

Portanto, no contexto das actividades realizadas durante os quatro anos de formação, especificamente na disciplina de Itinerários Turísticos ministrada na Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane, observou-se que a praia de Tofo possui condições propícias para a realização de uma ampla gama de actividades turísticas, que englobam elementos de natureza cultural, social e histórica.

Contudo constatou-se uma limitação expressiva em relação à diversificação das actividades de animação oferecidas pelos operadores turísticos na praia de tofo o que pode comprometer a atratividade e a competitividade do destino pelo que surge a preocupação central de implantar uma empresa de animação turística que vem com o objectivo de oferecer actividades mais diversificadas para os visitantes.

De acordo com Plano Estratégico do Município de Inhambane (2009-2019), Tofo é considerado um destino turístico de renome mundial devido à beleza das suas praias, juntamente à riqueza indiscutível em biodiversidade marinha. A praia de Tofo recebe muitos turistas provenientes de vários pontos do mundo, motivados pela prática de mergulho, safari oceânico, visita a lugares históricos e culturais, bem como pela fruição do turismo de sol. Com efeito, a maior parte de turistas que visita Tofo, têm como objectivo principal o usufruir da biodiversidade marinha que suas águas oferecem.

Contudo, mesmo com seu grande potencial para o crescimento do turismo, a região se depara com obstáculos consideráveis, tais como a ausência de diferenciação nas actividades turísticas, a carência de actividades de animação turística e o fraquíssimo envolvimento directo das comunidades locais nas actividades que as empresas já estabelecidas organizam.

Desta forma, é primordial que as empresas realizem um estudo de mercado aprofundado que permitam identificar oportunidades de actuação e diferenciação. Uma das estratégias sugeridas é a implantação de uma empresa de animação turística que tem como objectivo oferecer actividades

diversificadas capazes de agregar valor à experiência do visitante, oferecer uma variedade de actividades que farão com que o visitante permaneça mais tempo no destino por ele escolhido e promover uma participação mais activa da comunidade local.

Com isto, a empresa de animação turística é de extrema importância, pois além de proporcionar uma absoluta variedade de actividades, ela busca distinguir o seu produto turístico, fazendo com que os turistas gastem mais sem a necessidade de olhar para outros destinos, além de atrair um maior número de visitantes.

Com base nas ilações acima citadas, surge a seguinte questão de partida:

De que forma a implantação de uma empresa de animação turística pode contribuir para a diferenciação das actividades oferecidas na praia de tofo?

1.3.Justificativa

Marque e Almeida (s/d), defendem que o turismo é nos dias de hoje, visto como uma grande fonte de rendimento para os locais e acima de tudo como uma forte actividade de equilíbrio para os países pelos impactos a nível económico, social e cultural.

Considerando que o turismo na praia de tofo é predominantemente de sol e praia, a proposta de implantar uma empresa de animação turística na área em estudo, representa uma grande oportunidade relevante para diversificar a oferta já existente contribuindo assim para o incremento do fluxo turístico na cidade de Inhambane, especificamente na praia de tofo.

Contudo, apesar da existência de múltiplos recursos naturais e culturais, maior número de empresas já estabelecidas no local em estudo operam maritariamente, em actividades padronizadas e limitadas, o que restringe a variedade de experiências oferecidas aos visitantes. Esta falta de inovação, pode reduzir o tempo de permanência dos turistas no destino e comprometer a sua competitividade no mercado turístico nacional e internacional.

No entanto, deve se ter em conta que diversificar actividades não é só apenas para atrair mais clientes, mas fazer com que o turista não fique entediado ao praticar mesmas actividades e também constitui uma vantagem competitiva para a empresa desde que a mesma consiga despertar, satisfazer e fidelizar novos clientes.

A escolha da praia de Tofo como área de estudo foi motivado tanto pelo seu elevado potencial turístico como pela frequência com que recebe visitantes provenientes de diversos cantos do mundo.

Como estudante do curso de Animação Turística, a principal razão para abordar este assunto foi à concordância das observações feitas no local de estudo e a falta de diferenciação das actividades por parte das empresas já estabelecidas na praia, o que pode ofuscar e tornar a praia menos atraente. Assim, espera-se que este projecto (i) auxilie no crescimento e desenvolvimento da região e do município de Inhambane, ampliando a oferta de turismo e diversificando o produto turístico, (ii) que ela atenda às necessidades dos turistas e gere receita para a própria empresa, (iii) espera-se que ela seja inovadora, capaz de atender às demandas dos diversos tipos de turistas que visitam a praia de Tofo, (iv) também se espera que possa auxiliar na conservação do património natural e cultural, na protecção do meio ambiente, na melhoria das vias de acesso e no fornecimento de água potável, o que contribuirá para o progresso da região, (v) contribua para futuras pesquisas académicas.

1.3. Objectivos:

1.3.1. Geral:

- Propor a Implantação de uma empresa de animação turística como forma de diversificar as actividades turísticas na praia de tofo;

1.3.2. Específicos:

1. Identificar as empresas de animação turística na praia do Tofo;
2. Descrever de forma breve os produtos oferecidos pelas empresas de animação turística na praia do Tofo;
3. Identificar os elementos diferenciadores da oferta turística não explorados pelas empresas de animação turística na praia do Tofo;
4. Propor actividades que incluam elementos diferenciadores da oferta existentes na praia do Tofo.

1.4. Metodologia

Neste segundo capítulo, são descritos os métodos aplicados para encontrar informações ou conhecimentos necessários para atingir os objectivos, bem como os métodos metodológicos usados na elaboração deste projecto. Portanto, esta pesquisa está organizada da seguinte maneira:

Metodologia é uma exposição que o pesquisador faz sobre os passos a serem seguidos no desenvolvimento do trabalho, com identificação dos métodos como fazer a acção, técnicas e que ferramentas usar para conduzir a pesquisa a serem usados para tal (LUNDIN, 2016, p.39).

1.4.1. Tipo de Pesquisa

Este projecto enquadra-se numa abordagem aplicada, pois a mesma consiste em oferecer solucoes de forma prática para a ausência da diversificação nas actividades de animação turística na praia do tofo. Partindo dos conhecimentos obtidos pela pesquisadora durante os quatro anos do curso de licenciatura em animação turística propõe-se a implantação de uma empresa de animação que possa oferecer actividades distintas das oferecidas pela maioria das empresas já estabelecidas na praia de Tofo. Por outro lado, o mesmo visa fornecer soluções para a falta de diferenciação das actividades, propondo medidas concretas que farão com que a praia continue sendo frequentada por turistas nacionais e internacionais.

No que diz respeito à metodologia, este projecto baseou-se em dados qualitativos e quantitativos onde por meio dos dados qualitativos, a pesquisadora coletou informações pertinentes através de entrevistas aplicados aos operadores turísticos na recolha de informações de forma detalhada sobre a realidade do local que poderiam auxiliar na compreensão e resolução do objectivo proposto, ao passo que os dados quantitativos, foram obtidos através da aplicação de questionários dirigidos a turistas, analisados com recurso a métodos estatísticos, análise por percentagem e frequência de informações obtidas dos questionários.

Em relação aos objectivos, o estudo é exploratório, já que se concentrou em familiarizar-se com o problema identificado neste estudo. Isto é, buscou-se ampliar a compreensão como pesquisadora sobre o problema da ausência de diferenciação entre as actividades de animação e os recursos ainda não explorados presentes no local de estudo.

1.4.2. Fases da pesquisa

Para detalhar de forma clara os objectivos traçados neste projecto, esta pesquisa obedeceu, as seguintes fases: (1) Preparação do trabalho de campo, (2) Planeamento da pesquisa e, finalmente, a fase de (3) processamento e análise dos dados.

Fase I: Preparação do trabalho de Campo

Esta etapa é marcada pela seleção do tema a ser abordado e os métodos usados para a coleta de dados. Portanto, esta pesquisa utilizou os seguintes métodos:

- a) Pesquisa Bibliográfica - o estudo fundamentou-se no uso de teses, dissertações, artigos, livros, jornais e websites relacionados ao tema em análise para desenvolver e apoiar as metas definidas no trabalho, que auxiliam na implantação de uma empresa de animação turística na área de Tofo.
- b) Pesquisa documental – destacou-se pela procura de conteúdos que não foram submetidos a qualquer tratamento científico, como artigos publicados, pareceres, revistas, relatórios, jornais e assim por diante.

Fase II: Planeamento da pesquisa

- a) Delimitação do universo e da amostra

Em relação à selecção da população, a pesquisadora recorreu a dois métodos sendo eles amostragem não probabilística e amostragem probabilística onde por sua vez o autor salienta que a amostragem não probabilística consiste em seleccionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população (GIL 2008). Portanto, este tipo de amostragem foi intencionalmente submetida aos gestores ou operadores turísticos na área de estudo, a praia de Tofo, que oferecem actividades de animação turística. Esses profissionais são especialistas em um determinado tópico relacionado ao tema deste estudo. Portanto, foram submetidos à entrevista oito (8) gestores das empresas de animação turística na praia de Tofo.

De acordo com Matar (F.p. 133), amostragem probabilística é aquela em que cada elemento da população tem uma chance conhecida e diferente de zero de ser selecionado para compor a amostra. Portanto, esta amostragem foi realizada de maneira adequada aos turistas presentes no

local de estudo e de maneira aleatória, conforme a disponibilidade de cada um. Foram aplicados (92) questionários a um grupo de turistas na praia de Tofo.

b) Elaboração dos Instrumentos e técnicas de recolha de dados

Ramos e Naranjo (2014, p.100), definem instrumentos como sendo “a materialização de um método ou duma técnica”. Desta forma, esta pesquisa baseou-se nos seguintes instrumentos de recolha de dados:

1. Entrevista semi- estruturada – Esta entrevista foi aplicada aos operadores turísticos que actuam na praia do tofo e foi conduzida de maneira profissional e directa entre o pesquisador e o entrevistado, visando obter informações sobre as actividades oferecidas pelas empresas através de uma conversa informal. É importante destacar que este tipo de instrumento foi extremamente útil, pois além das perguntas feitas pela pesquisadora, surgiram outras que enriqueceram a entrevista. Isso ocorreu porque, além das informações fornecidas pelos gestores das empresas, foram deixadas algumas ideias que poderiam aprimorar a maneira como essas actividades são implementadas aos turistas, bem como a experiência deles no seu campo de trabalho.

2. Questionário – O questionário utilizado neste estudo foi direccionado aos turistas com o objectivo de recolher informações necessárias para a execução do estudo em questão.

A primeira secção do questionário foi importante, pois permitiu uma análise detalhada do entrevistado em diversos aspectos, além de coletar informações sobre o perfil do turista (sexo, idade, nacionalidade, o nível académico e estado civil) de cada participante. Finalmente, a segunda secção procurou examinar a conexão entre as empresas e as actividades disponibilizadas por elas.

Fase III: Processamento e análise de dados

Para o processamento e análise dos dados esta pesquisa obedeceu aos seguintes métodos:

a) Método descritivo – Este método foi empregado para detalhar as actividades disponibilizadas pelos operadores turísticos na praia de Tofo, fundamentado nas informações coletadas no local de estudo.

b) Método Estatístico – Este método foi usado para analisar as respostas obtidas através do questionário aplicado aos turistas. Com o uso da plataforma Google forms, foi possível criar uma base de dados capaz de gerar resultados. Além disso, foi possível gerar uma planilha de Excel automática para a elaboração de gráficos estatísticos, atendendo às normas do Regulamento de Conclusão de Curso em vigor na ESHTI.

Fase IV: Idealização do Projecto

A ideia inicial deste projecto surgiu da necessidade de diferenciação das actividades de animação pelas empresas existentes na praia do tofo. A falta de inovação nas experiências disponibilizadas ao visitante motivou a proposta de implantação de uma empresa que ofereça actividades diferenciadas para a valorização da cultura local e dos recursos naturais.

Esta iniciativa visa prestar serviços ou actividades de animação turística com enfoque na natureza e nas manifestações culturais da comunidade e despertar o interesse dos clientes ou consumidores na procura dos serviços virados a natureza e cultura contribuindo para a diversificação do produto turístico regional. Pretende-se ainda resgatar os valores culturais da comunidade afintriã envolvendo-a activamente no processo turístico, ao mesmo tempo em que se promove o interesse dos visitantes por experiências alternativas as tradicionais actividades de sol e praia.

2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

No presente capítulo far-se-á uma abordagem dos conteúdos relacionados com tema em causa, sob forma a sustentar teoricamente a ideia inicial, através de diferentes percepções dos autores.

2.1. Turismo

Turismo compreende as actividades realizadas pelas pessoas durante suas viagens e estadia em lugares diferentes de seu entorno habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a um ano, tendo em vista lazer, negócios ou outros motivos não relacionados ao exercício de uma actividade remunerada no lugar visitado (ONU e OMT 1999, p. 5).

Turismo é visto como um conjunto de todas as viagens de lazer e negócios, orientados para satisfação dos turistas e deve ser reflectido tanto do lado da oferta como da procura. O turismo leva a recuperação, valorização e protecção dos recursos, na estabilidade económica das regiões. Envolve as comunidades no processo turístico que leva a entender que o turismo é diferente aos níveis nacionais, regionais e locais, devendo por isso, ser aplicada acções de forma conveniente (ABRANJA ET. AL, 2012).

O turismo é um fenómeno social que engloba uma série de actividades planeadas estrategicamente para oferecer, por um lado, uma experiência turística global agradável e, por outro, mecanismos locais, promovendo assim a actividade turística como um benefício para a comunidade anfitriã.

2.2. Animação turística

De acordo com Perreira (2015, p. 19), define animação turística como:

Um factor de elevada importância para o desenvolvimento económico da região onde atua, como por exemplo, através da criação de emprego a nível local e de rendimentos complementares para as comunidades de acolhimento, através do aumento da duração da estadia e dos gastos dos turistas.

Segundo Cunha e Abrantes (2014, p.245), animação turística são “todas actividades que visam contribuir para melhorar ou aumentar as condições de atracção, construir um meio para a ocupação

dos tempos livres dos visitantes ou para a satisfação das necessidades e experiências decorrentes da sua permanência no local visitado”.

De acordo com o decreto nº 40/2007 de 24 de Agosto, que aprova Regulamento de Animação Turística vigente na legislação moçambicana, no seu nº 4 do artigo 1, a animação turística é definida como o conjunto de actividades de carácter cultural, desportivo, recreativo entre outras que se desenvolvem numa região, área ou estabelecimento turístico destinadas a atrair turistas e preencher os tempos livres dos que ali se encontrem.

Com base nos três conceitos mencionados anteriormente, compreende-se que a animação turística, além de entreter os turistas, auxilia na recuperação do equilíbrio físico e mental do visitante, além da redução das doenças cardiovasculares. Também é vista como um conjunto de acções planeadas para proporcionar experiências únicas e que possam provocar um alto grau de satisfação no turista.

2.3. Empresas de Animação Turística

Aquelas que têm por objecto exclusivo a exploração de actividades lúdicas, culturais, desportivas ou de lazer, que contribuam para o desenvolvimento turístico de uma região e não se configuram como empreendimento turístico, estabelecimento de restauração e de bebidas, complexos turísticos, meios complementares de alojamento turístico, agências de viagens e turismo ou operadores marítimo-turísticos (DECRETO Nº 40/2007).

Segundo COVILHÃ (2009 p. 21) diz que a empresa de animação turística espelha-se em actividades e serviços prestados a turistas, que visam o complemento da oferta primária (alojamento, restauração, viagens, etc.). Estas actividades podem ser lúdicas, culturais, desportivas e ambientais, incidindo, geralmente, sobre os recursos de determinadas regiões e devem contribuir para o desenvolvimento das mesmas.

De acordo com Sousa (2014, p. 32), define empresa de animação turística é uma pessoa singular ou colectiva que desenvolva, com carácter comercial, alguma das actividades de animação turística, podendo ser actividades lúdicas de natureza recreativa, desportiva ou cultural que se configurem como actividades de ar livre ou de turismo cultural e que tenham interesse para a região em que se desenvolvam.

Portanto, torna-se claro que as empresas de animação turística são compostas por uma ou duas pessoas com o objectivo de realizar actividades de animação turística, que podem ser desportivas, recreativas, culturais ou comerciais, com o intuito de promover o desenvolvimento da região onde estão localizadas.

2.3.1. Tipologia de Empresas de Animação Turística

A empresa de animação turística desempenha um papel fundamental, pois contribui para o progresso das actividades de animação turística, além de incentivar a participação dos turistas nas atividades programadas pela equipe de animação turística. Dessa forma, esses profissionais estimulam os turistas a investir mais em actividades como forma de entretenimento e uma alternativa para fugir da rotina cotidiana, beneficiando-se diretamente. Dessa forma, eles impulsionam o setor turístico através da execução de atividades turísticas.

Quadro 1: Empresas de Animação Turística na Praia do Tofo

Empresas de Animação Turística	Descrição
Peri-Peri Divers	Mergulhos livres, Oceanic safari, escola de Mergulho e Diveing.
Liquid Dive Adventures	Mergulho recreativo, safari oceanic.
The Surf Shack	Aulas de Surf e Surf.
Tofo scuba	Scuba diving e Ocean safari, Deep Adventure, Under water photographer.
TicTac	Ocean safari, Pansy Island, Dhow Sunset Cruise, Catamaran Sunset Cruise, Quad Bike Tour, Tofo Horse Riding, Kayaking Within Mangrove Catamaran.
Moz Roots Tours,	Mergulho, kayak, snorkelling.
Baia Azul Surf	Surf.
Tofo surf Company	Surf. Aluguer de praanchas, venda de roupas esportivas, venda de pranchas de surf.

Fonte: autora (2025)

Neste contexto, é importante destacar que diversas empresas, sejam privadas ou públicas, estão investindo fortemente no avanço das actividades de animação. Isso possibilita ao turista explorar todas as opções disponíveis durante sua estadia, incluindo actividades recreativas, desportivas, aventuras, culturais e outras oferecidas pelas e isso acaba impactando na melhoria contínua dos seus serviços turísticos para atrair mais visitantes.

3. DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO

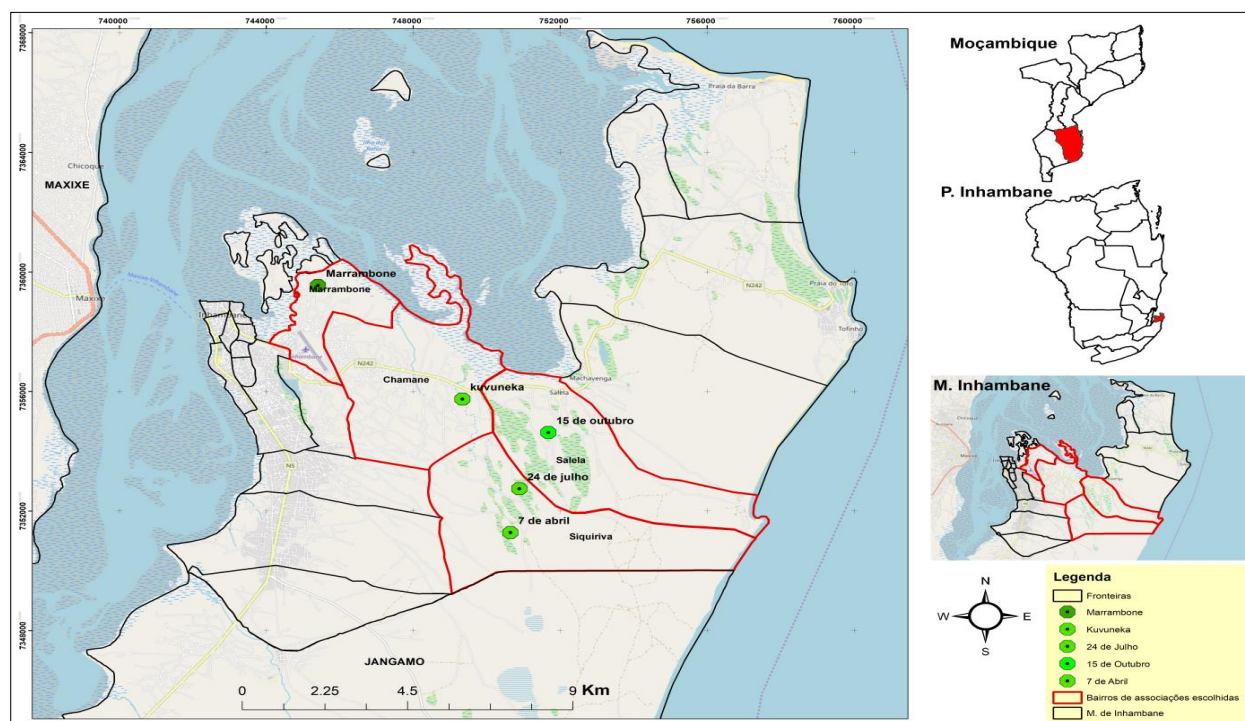
3.1. Enquadramento territorial da Cidade de Inhambane

De acordo com Chitaba (2020, p. 221),

A praia de tofo é uma região localizada na faixa litoral oriental do Município de Inhambane, na província do mesmo nome, e enquadra-se entre as coordenadas 23° 51' 15" e 23° 52' 56" de latitude Sul e 35° 32' 47" e 23° 51' 15" de longitude Este. Tem como principais limites a Norte a praia da Barra, a Sul a praia da rocha, a Este pelo Oceano Índico e a Oeste pelo bairro Josina Machel, localizando-se a Leste da cidade capital Inhambane, que dista cerca de 21 km.

A praia de tofo é uma praia semi-encaixada, uma vez que se encontra abrigada por um promontório apresentando uma forma assimétrica, sendo constituída por uma zona de sombra próxima do promontório, protegida da acção directa das ondas e fortemente curvada, e a outra extremidade relativamente retilínea (ZACARIAS, 2013).

Figura 1: Mapa de Localização da Cidade de Inhambane



Fonte: Chitaba, (2018) apud chitaba e sitioe (2020)

3.2. Elementos diferenciadores da oferta Turística não Explorados

Tendo em conta que a praia do tofo é um local muito procurado por turistas, é importante integrar a oferta turística para incentivar os clientes a envolverem-se em diversas actividades de lazer. Por outro lado, é essencial garantir a qualidade do produto turístico e superar as expectativas para oferecer experiências únicas a quem visita a região do tofo.

Assim, uma das características relevantes deste estudo é a própria natureza em si. Isso ocorre muitas das vezes porque é fundamental alertar os operadores turísticos sobre a importância de diversificar a oferta de turismo, aumentar ou investir no turismo de natureza como um elemento diferenciado. Nos dias de hoje, o turismo de natureza é um complemento aos destinos tradicionais de sol e praia.

O turismo de natureza tem vindo a ganhar espaço como um elemento diferenciador, complementando os destinos tradicionais de sol e praia. Este tipo de turismo surge como uma alternativa atrativa definido como viagens com prioridade em actividades recreação ligadas à natureza e experiências culturais, com o objectivo de conhecer, desfrutar e contribuir para a preservação dos recursos naturais e culturais.

Outro elemento diferenciador que este projecto pretende oferecer são as actividades culturais, pois a cultura inclui conhecimentos, arte, moral, costumes ou qualquer outra habilidade ou convicções obtidas num determinado tempo pelas comunidades locais. Assim, a cultura é fundamental, já que, além de oferecer conhecimento, também dá a conhecer à história das próprias comunidades.

Por isso, é fundamental que as empresas de turismo na praia do tofo funcionem como mediadoras na troca de informações e conhecimentos entre as comunidades locais e os turistas. O objectivo é impulsionar a cultura popular da região do tofo, para que seja passada às próximas gerações e se torne um produto turístico, valorizando a cultura não apenas entre os praticantes ou visitantes, mas também em nível mundial.

E por último, a empresa não descuida o outro elemento distintivo que é a comunidade local. Isso acontece porque as comunidades locais detêm várias contribuições, que vão desde as línguas

locais, as refeições típicas até à participação activa na animação turística. Assim, o envolvimento comunitário no turismo é fundamental, uma vez que ajuda no desenvolvimento turístico, a valorização da identidade cultural dessas comunidades, além de estimular a apreciação de valores sociais.

3.3. Perfil dos turistas que visitam a praia do tofo

O propósito deste capítulo é apresentar de forma prática os resultados obtidos na área de estudo. Portanto, a pesquisadora dirigiu-se ao local do estudo com os equipamentos de coleta de dados para facilitar o processo da recolha de informações. A mesma aplicou questionários e os distribuiu aos turistas, além de conduzir uma entrevista com os operadores das empresas de animação turística na praia do tofo.

Conforme as informações obtidas no campo de estudo, observou-se um maior número de turistas internacionais que visitam a praia do tofo. Portanto, no que diz respeito à origem dos turistas internacionais, a maioria é de origem sul-africana.

Em relação à idade de cada participante dos 92 turistas inqueridos e conforme as informações coletadas no campo observou-se que a maioria dos entrevistados tem conhecimento completo sobre as empresas de animação turística.

A pesquisadora, antes de realizar a análise do perfil dos turistas que visitam a praia do Tofo, procurou clarificar aos entrevistados o que a motivou a fazer a pesquisa e o propósito do projeto: implantar uma empresa de animação turística na praia do Tofo, o que serviria como um diferencial em relação às actividades oferecidas pelas empresas já estabelecidas. Portanto, de acordo com os dados obtidos no campo foi possível notar que o maior número de que inqueridos correspondem ao sexo masculino.

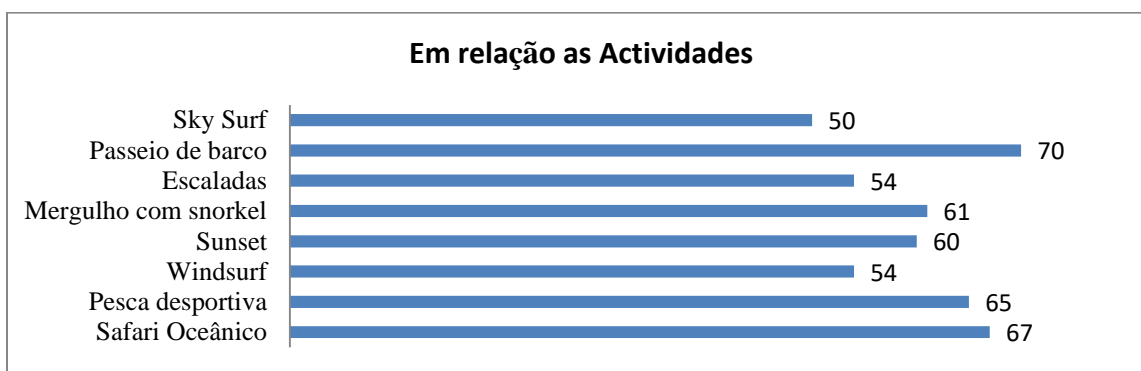


Gráfico 1: perfil do turista em relação às actividades oferecidas

Fonte: autora (2025).

Com base nas informações obtidas no campo de estudo, notou-se que há actividades que os turistas preferem mais do que outras, como demonstrado no gráfico acima. Portanto, para simplificar, a pesquisadora decidiu descrever apenas as três actividades que os turistas mais apreciam. Dos entrevistados, 70% preferem que a empresa proporcione passeios de barco; 67% preferem o Safari Oceânico e 65%, a Pesca desportiva.

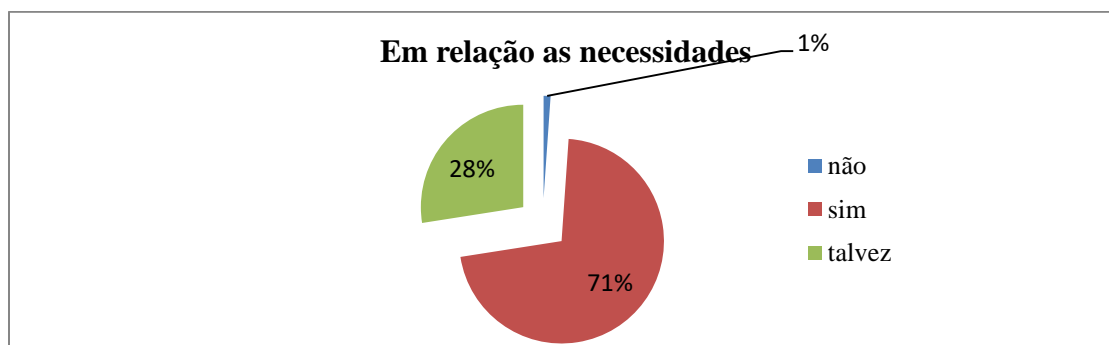


Gráfico 2: perfil do turista em relação as necessidades

Fonte: autora (2025).

Em relação à satisfação das necessidades, 71% dos entrevistados demonstraram uma resposta positiva quando questionados sobre o tema, 28% mostraram algumas incertezas e 1% expressaram uma resposta negativa. Portanto, observa-se que as empresas de animação turística na praia de Tofo enxergam como um diferencial as actividades que beneficiarão os turistas, os operadores e a comunidade local. Ou seja, é com essa satisfação das necessidades que a empresa contribuirá para manter a praia como um destino cada vez mais procurado pelos turistas.

Portanto, a empresa diversificará a oferta de turismo, contribuindo para o desenvolvimento da região de tofo.

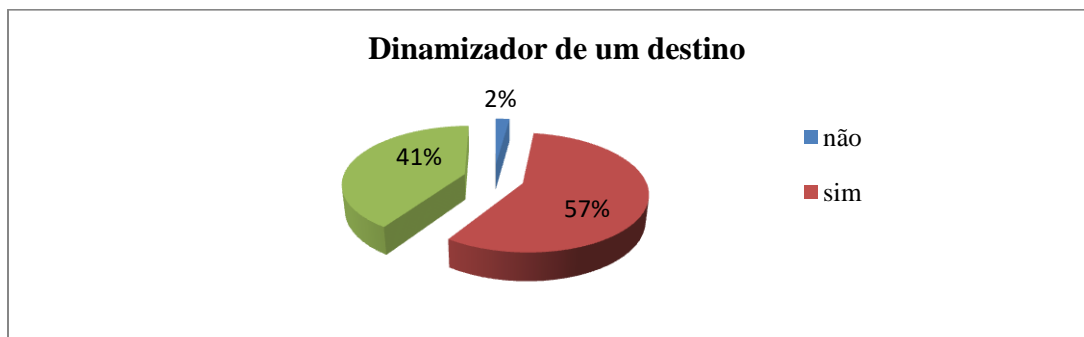


Gráfico 3: perfil do turista em relação à dinamização de um destino turístico

Fonte: autora (2025).

Levando em conta a praia do tofo como um ponto turístico e atrativo do Município de Inhambane, com suas praias maravilhosas e as actividades proporcionadas pelas empresas já estabelecidas na área de tofo, o gráfico acima mencionado mostra que as empresas proporcionam uma ampla variedade de actividades que tornam a praia um dinamizador de destino turístico. Assim, após uma avaliação realizada pela pesquisadora, observou-se que 57% dos entrevistados manifestaram-se de forma positiva sobre a questão em causa.

Segundo Almeida e Araújo (2012), a atracção turística deve ser considerada como qualquer elemento ou factor, incluindo os intangíveis, que provoque a deslocação de pessoas e garanta a existência de uma actividade turística. Todo o conjunto de actividades de animação, da mais variadíssima índole, funciona nos mercados turísticos, como uma atracção, promovida e evidenciada, por forma a criar expectativas nos potenciais clientes, influenciando assim a sua decisão final e a respectiva viagem para o destino.

Quadro 2: Empresas de Animação turística Inqueridas

Número de ordem	Nome das Empresas de Animação Turística
1	Peri-Peri Divers
2	Liquid Dive Adventures
3	The Surf Shack
4	Tofo Scuba
5	TicTac
6	Moz Roots
7	Tofo surf Company
8	Baia Azul Surf

Fonte : autora (2025)

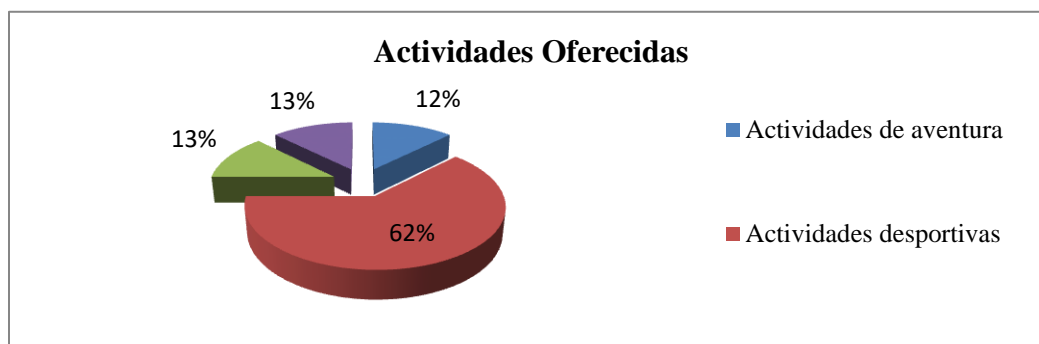


Gráfico 4: perfil do turista em relação às actividades oferecidas

Fonte: autora (2025).

No que diz respeito às actividades propostas pelas empresas de animação turística já existentes na praia do tofo, o gráfico indica que a maioria delas prioriza actividades desportivas, representando 62%, seguidas por actividades culturais e de natureza, e finalmente, 12% para actividades de aventura. Assim, percebe-se que as empresas estão investindo mais em oferecer actividades desportivas.

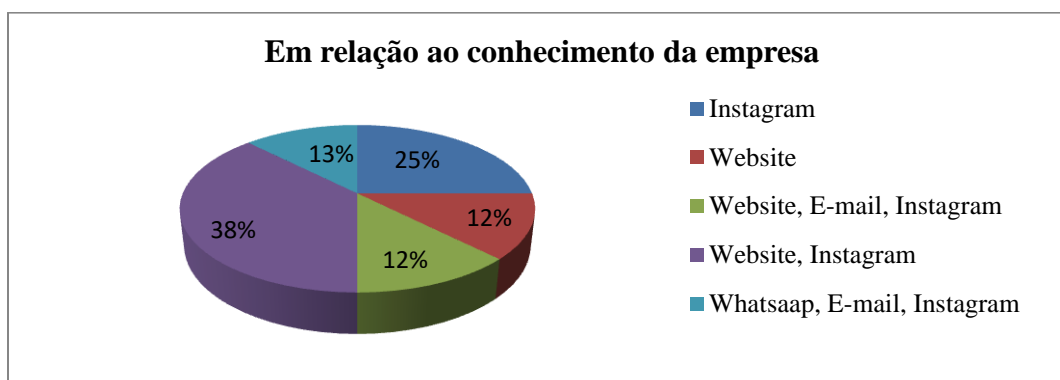


Gráfico 5: perfil das empresas em relação ao conhecimento da empresa

Fonte: autora (2025)

Em relação ao conhecimento das empresas, os operadores reconheceram que muitos turistas descobrem as empresas ou locais turísticos através de websites e Instagram. O diagrama indica que 38% representam a maior parte das plataformas utilizadas para a aquisição de conhecimento pelas empresas.



Gráfico 6: perfil das empresas em relação aos meios de divulgação dos serviços

Fonte autora (2025)

Em relação aos meios de divulgação dos serviços, a pesquisadora recorreu a quatro opções onde notou-se que maior parte das empresas assumem que a publicidade promocional é o meio mais usado para a divulgação dos seus serviço e este corresponde a 100%.

3.4. Estudo Técnico do Problema

Conforme a pesquisa realizada no local, observou-se que a praia do tofo proporciona condições propícias para a implantação da empresa, uma vez que possui uma abundância de recursos para a prática de algumas actividades que as empresas já existentes não exploram. Assim, em relação às actividades ligadas à animação turística, serão apresentadas diversas sugestões que irão variar as actividades disponibilizadas na praia de Tofo.

No entanto, ao combinar as informações coletadas no campo, observou-se que uma das dificuldades identificadas pela pesquisadora é a falta de uma empresa que oferece actividades únicas na praia do tofo. Devido ao seu papel mundial, nacional e regional, essas empresas são sem dúvida elementos diferenciadores na formação e promoção de competências que possibilitam atender aos padrões de qualidade mais elevados a nível regional, além de gerar empregos e receitas para as comunidades locais e para as empresas.

Como mencionado antes, as empresas de animação turística têm um papel fundamental não só na diversidade das actividades, mas também no desenvolvimento da região em questão. Assim, o propósito deste projecto é implantar uma empresa de animação turística, que actua como um elemento de diferenciação das actividades.

É possível constatar na região em questão referidos no projecto há inexistência de:

1. Diferenciação das actividades por parte das empresas já existentes na praia de tofo;
2. Falta da participação activa das comunidades locais na prática das actividades de animação turísticas;
3. A escassez da oferta turística das actividades culturais e naturais;
4. E existência de atractivos não explorados pelas empresas já estabelecidas;

A proposta de implantação desta empresa, visa actuar directamente sobre os factores acima alocados, contribuindo para uma oferta turística mais rica, envolvente e sustentável e alinhada com as tendências do turismo responsável e com as expectativas dos visitantes contemporâneos.

3.5. Análise SWOT para a implantação de uma empresa de animação turística

Segundo Dantas e Melo (2008), a análise FOFA é um sistema simples para verificar a posição estratégica da empresa no ambiente em que esta inserida. A análise FOFA consiste no cruzamento entre as Oportunidades com as forças e Fraquezas identificadas e cruzando as Ameaças com as forças e Fraquezas identificadas. Avaliam-se as oportunidades que podemos aproveitar ameaças para mitigar, que fraquezas eliminar e que forças potenciar para o alcance do sucesso dos objectivos propostos (DANTAS E MELO, 2008).

Quadro 3: Análise SWOT da Wanga Events Lda

Ambiente interno	
Forças	Fraquezas
<ul style="list-style-type: none"> • Localização perfeita da empresa (frente ao mar) • Qualidade dos serviços prestados • Fornecedores de primeira • Atendimento bem avaliado • Diversificação das actividades • Infraestrutura excepcional para oferecer actividades de qualidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Altos custos para a manutenção da empresa; • Dificuldades na diferenciação da oferta turística; • Falta de posicionamento no mercado • Pouco aceitação no mercado • Tempo de implantação da empresa • Investimento bastante alto
Ambiente Externo	
Oportunidades	Ameaças
<ul style="list-style-type: none"> • Falência de um concorrente no mercado • fornecimento de novas actividades Turísticas; • Entrada de maior número de turistas na empresa; • Pouca concorrência no mercado 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de preços o que vai fazer com que haja carência de passeios, • Entrada de novos investidores, • Escassez de entradas de turistas, • Instabilidade económica da empresa

Ao analisar as forças e oportunidades, bem como as fraquezas e ameaças, percebe-se que para implantar uma empresa de animação turística, foram identificadas estratégias ou formas para controlar e minimizar os impactos sejam eles negativos ou positivos. Nas fraquezas relacionadas à diferenciação da oferta turística para atrair mais clientes, a empresa irá utilizar as forças da diversificação das actividades internas, a fim de evitar que os turistas se sintam aborrecidos ao praticar as mesmas, evitando assim que eles busquem outras empresas para satisfazer suas necessidades, ou seja, as actividades e serviços prestados pela empresa.

A mesma irá desenvolver um plano mais detalhado para minimizar a ausência de posicionamento no mercado e aproveitar as oportunidades da escassa concorrência.

4. IMPLANTAÇÃO DA EMPRESA WANGA EVENTS Lda NA PRAIA DE TOFO

Num contexto marcado pela crescente procura por experiências turísticas diferenciadas, a implantação da empresa WANGA EVENTS Lda surge como resposta à necessidade de diversificação das actividades actualmente disponíveis na Praia do Tofo. Esta proposta resulta de uma observação atenta do contexto local e da análise das limitações das empresas já estabelecidas, cujo leque de actividades permanece restrito e pouco inovador.

A WANGA EVENTS Lda propõe-se a oferecer um conjunto de actividades de animação turística, com especial enfoque em experiências de natureza e de carácter cultural, com o intuito de enriquecer a permanência dos visitantes e reforçar a atratividade do destino. A criação desta empresa pretende, ainda, estabelecer uma ligação próxima com os seus clientes, através de um ambiente acolhedor, um atendimento personalizado e um portefólio de serviços de qualidade superior.

A localização estratégica da empresa, junto à orla marítima da Praia do Tofo, permitirá um contacto directo com os recursos naturais, essenciais à concretização das actividades propostas. Para além de responder às necessidades dos turistas, esta iniciativa visa igualmente promover o envolvimento activo das comunidades locais, quer através da criação de postos de trabalho, quer pelo aproveitamento e valorização do património cultural e social da região. Assim, a empresa assume um duplo compromisso: com a excelência na experiência turística e com o desenvolvimento sustentável da comunidade anfitriã.

Portanto, após uma pesquisa realizada pela pesquisadora, ficou claro que para resolver os problemas identificados, foi necessário propor uma gama de ações que aumentarão a oferta para atrair um número maior de visitantes. Estas ações incluem:

Quadro 4: Acções concretas para a resolução de problemas

Problemas Identificados	Acções Concretas
Falta de Diferenciação	Criar uma empresa que irá oferecer produtos e serviços que a diferenciam das outras.
Existência de atractivos não explorados pelas empresas já estabelecidas	Elaborar estratégias adequadas para a realização das actividades em locais não explorados na praia do tofo.
Falta da participação activa das comunidades locais na prática das actividades de animação turística;	Oferecer condições que permitam a participação directa da comunidade ou da população local nas actividades conduzidas pelos operadores na praia de Tofo.
Escassez da oferta turística das actividades culturais e naturais.	Oferecer actividades relacionadas à cultura e à natureza para envolver os turistas nas tradições culturais e naturais da região. Proporcionar aos visitantes a chance de entender a história, os mitos, os costumes e os hábitos da comunidade local, a origem do termo tofo e os pratos típicos da região.

Fonte: autora (2025)

4.1. Descrição dos Produtos e Serviços da Wanga `Events lda

Após uma pesquisa realizada pela pesquisadora sobre os produtos e serviços disponibilizados pelos operadores turísticos presentes no local de estudo, ficou notório que, para solucionar os problemas identificados no quadro acima, foi preciso sugerir um leque de actividades que tornarão a oferta mais variada para atrair mais visitantes. Essas actividades incluem:

- Pesca Desportiva
- Bike aquática;
- Experiência de parapente;
- Elaboração de Tours pelas comunidades;

- Passeios a cavalos
- Aventura de quadriciclo;
- Jantares Temáticos;
- Piquenique;

No que tange á **Pesca Desportiva, Bike Aquática e Experiência de Parapente**, propõe-se que as mesmas sejam inspecionadas e fiscalizadas de modo a evitar um elevado índice de acidentes e aumentar a segurança na prática destas actividades, minimizando os riscos existentes. Assim, propõe-se: que a empresa contrate profissionais qualificados para inspecionar as actividades e que, ao realizar as mesmas, a empresa utilize equipamentos específicos para cada actividade como forma de garantir a segurança na prática das mesmas.



Figura 2: Pesca Desportiva

Fonte: Mahalo Noronha



Figura 3: Bike Aquática

Fonte: Explore Terceira

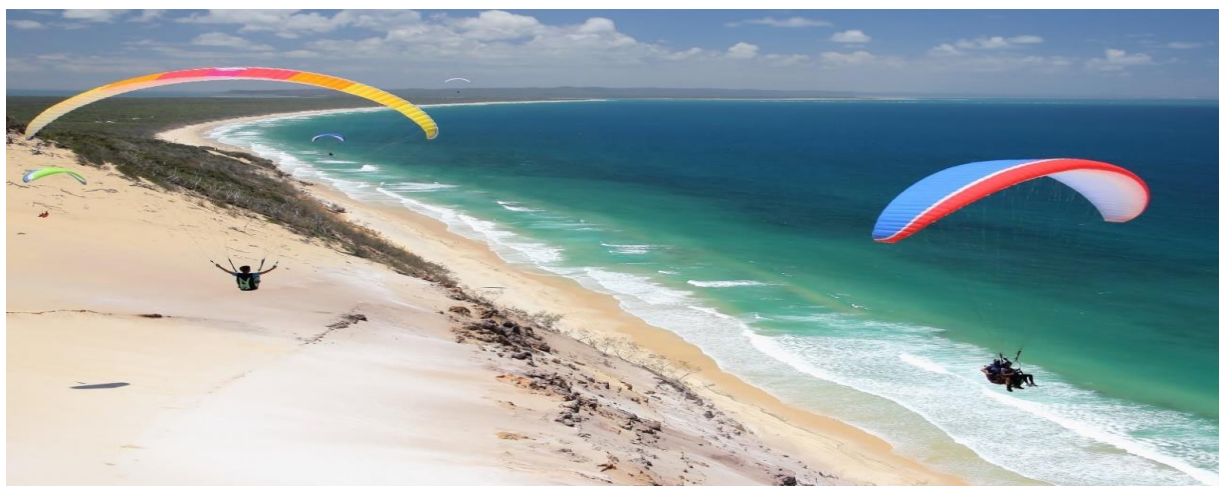


Figura 4: Experiência de Parapente

Fonte: MOZBOX

Para as actividades como: **Passeios a cavalos e Tours pelas comunidades** propõe-se que estas sejam realizadas de forma segura de modo a evitar danos. Propõe-se que a empresa crie condições de contratar especialistas para supervisionar a actividade e que haja manutenção das trilhas, uso de equipamentos adequados para evitar picadas de insectos.



Figura 5: Tours pelas Comunidades

Fonte: Tripadvisor



Figura 6: Passeio a Cavalo

Fonte: Livealentejo

Para a actividade de aventura de Quadriciclo, propõe-se que a empresa use equipamentos adequados e que tenha profissionais formados para que supervisionem as actividades sem

precisar de correr riscos. Propõe-se também para que os participantes respeitem as regras de segurança, conduzir com prudência de modo a evitar acidentes.



Figura 7: Actividade de Quadriciclo

Fonte: Revista la Torre



Figura 8: Actividade de Quadriciclo

Fonte: Revista la Torre

Para as actividades como: **Jantares temáticos e Pequiniques** propõe-se que as empresas observem toda a segurança alimentar para evitar com que os produtos preparados sejam produtos fora de prazo para que não haja intoxicação alimentar porque para além de zelar pela saúde do turista preserva-se também a reputação da própria empresa.



Figura 9: Pesca Desportiva

Fonte: Casa .com.br



Figura 10: pequinique

Fonte: depositphotos

4.2. Avaliação dos Recursos Necessários para a Implantação da Wanga Events Ida

A análise dos recursos necessários para a execução deste projecto será planeada com base nos objectivos e estratégias que serão definidos na organização, visando atingir as situações e posições desejadas.

- Recursos humanos;
- Recursos Fisicos;
- Sistemas de informações e

➤ Recursos Financeiros;

4.2.1. Recursos Humanos

Relativamente aos recursos humanos, importa realçar que o sucesso de uma empresa depende das pessoas que nela trabalham. Neste sentido, contratar profissionais experientes e com a formação qualificada na área é um passo que o aproximará do sucesso em seu empreendimento. Por isso, a tarefa de contratar em primeiro lugar, os recursos humanos requer a dedicação em algum tempo.

4.2.2. Recursos físicos

É conjunto de todos os recursos necessários para o funcionamento de uma empresa, sejam eles: equipamentos, infraestruturas e materiais necessários para a realização do projecto. Mesmo que pequena, uma empresa necessita sempre de infraestrutura física para funcionar. Isso inclui um local adequado, linhas telefônicas, internet, entre outros componentes. Este é o recurso que provavelmente exigirá um maior suporte financeiro, portanto, é fundamental avaliar quais são as suas reais necessidades e realizar uma pesquisa rigorosa antes de tomar decisões.

4.2.3. Sistemas de Informação

O objectivo dos sistemas de informação é compreender e analisar o impacto da implementação de tecnologias de informação nos processos de tomada de decisão gerencial e administrativas das organizações. Na WANGA EVENTS Lda, o sistema de informação possuirá componentes como software, hardware, base de dados, sistemas, especialistas e sistemas de suporte à gestão. Em outras palavras, todos os processos informatizados estão incluídos, capazes de fornecer a informação correta e permitir que a empresa opere de forma adequada.

4.2.4. Recursos Financeiros

Trata-se de um conjunto de activos que podem ser convertidos em dinheiro e que se encontram à disposição de uma pessoa ou organização para a operacionalização de um negócio e na administração financeira. Neste sentido, os recursos financeiros da WANGA EVENTS são de extrema importância, pois vão facilitar a movimentação de materiais que serão necessários para o funcionamento da empresa em questão.

4.3. Área de Intervenção da WANGA EVENTS LDA

A área de intervenção da WANGA EVENTS LDA situa-se no município da cidade de Inhambane mais precisamente na praia do tofo. Visto que, a mesma é o principal destino de actividades turísticas do município de Inhambane, com o elevado índice de desenvolvimento em termos de acesso aos serviços de lazer.

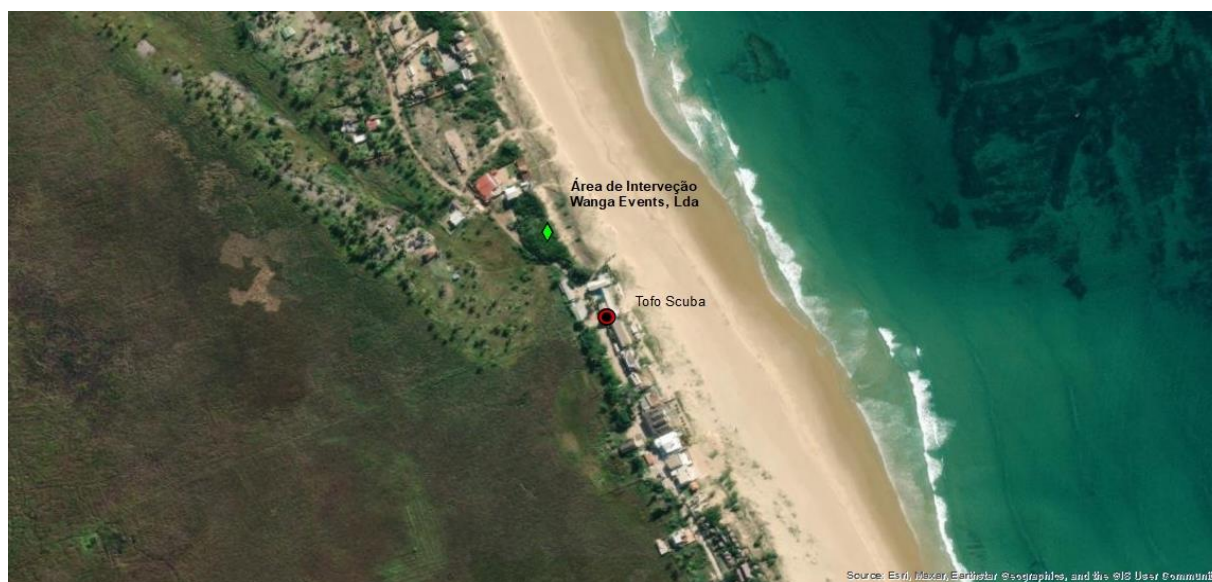


Figura 10: Área de Intervenção da WANGA EVENTS LDA

Fonte autora (2025)

4.4. Análise da Pré- Viabilidade da WANGA EVENTS

Segundo Khurana e Rosenthal (1998), a pré-viabilidade está inserida nas fases iniciais do desenvolvimento de produtos e envolve a identificação de oportunidades, geração e selecção de ideias e a avaliação conceitual. Eles destacam ainda que essa fase é crucial para alinhar a estratégia da empresa com as oportunidades do mercado.

De salientar que a análise de pré-viabilidade permite:

- Reduzir riscos e incertezas;
- Economizar recursos ao evitar projectos inviáveis;
- Direcionar esforços para ideias com maior potencial de sucesso;
- Criar uma base sólida para o estudo de viabilidade completo.

A Wanga Events irá fazer uma análise de pré-viabilidade como forma de ajudar a entender se a ideia de negócio é promissora antes de investir recursos mais pesados. De salientar que para a Wanga Events está em fase de concepção e estruturação de seu modelo de negócio e para garantir que seus recursos financeiros, humanos e operacionais sejam aplicados de forma eficiente, a empresa decidiu realizar uma análise de pré-viabilidade. Esta etapa tem como objectivo principal avaliar, de forma preliminar, se a ideia é promissora, sustentável e capaz de atender as demandas do mercado, antes de avançar para investimentos mais substanciais. Com base em estudos de mercado, análises financeiras iniciais e avaliação do cenário operacional a Wanga Events busca validar sua proposta e minimizar riscos.

4.5. Estudo da Viabilidade do Projecto (estudo do ambiente externo) da Wanga Events

De acordo com Hirschfeld (2000), o estudo de viabilidade de um empreendimento deve considerar os aspectos jurídicos, administrativos, comerciais, técnicos e financeiros. Assim sendo, é importante fazer-se antes uma previsão do futuro da WANGA EVENTS Lda de forma a antecipar desafios e ir além da simples perspectiva de sobrevivência tendo sempre em conta o contexto macro externo do projecto. Isso ocorre porque o estudo de viabilidade é uma avaliação prática que analisa o plano de um projecto, determinando se é viável seguir em frente com ele ou não.

Tendo em conta que a análise da viabilidade de um projecto envolve o macro envolvente externo (macro ambiente externo) é preciso que a empresa leve consigo os factores que compõem o macro ambiente externo para que a mesma não seja surpreendida pelas surpresas desagradáveis do amanhã.

Para que a WANGA EVENTS Lda. Tenha um progresso positivo e ascendente, é fundamental que a empresa trace um plano que ditará como a estrutura do mercado e a localização onde a empresa será implantada, as interações culturais e sociais, o público-alvo e a concorrência potencial presente. Assim, a análise de mercado envolve a avaliação do comportamento do consumidor, que resulta dos laços sociais e culturais onde o público que se beneficia dos serviços da empresa se encontra.

Portanto, a pesquisadora considerou importante enumerar algumas políticas públicas que garantem o funcionamento adequado de cada sector, ou seja, cada departamento que compõe as cinco forças de Porter. Com isso, a empresa Wanga Events irá estabelecer uma ligação

importante com o seu ambiente externo. Isto porque a empresa tem como objectivo oferecer actividades inesquecíveis e diversas outras formas de entretenimento para os seus clientes, que depositarão confiança na organização e execução do mesmo. Esta empresa tem como objectivo estabelecer um elemento externo envolvente, que fornecerá uma produtividade e diversificação contínuas, além de uma interação constante com clientes e parceiros e a relação entre a organização e a sua envolvente externa é imprescindível, inevitável e complexa.

As cinco forças de Porter serão úteis para a implantação da empresa WANGA EVENTS, uma vez que, como qualquer outra organização, enfrenta ameaças, detém poder de negociação com seus os clientes e fornecedores, além de competir com seus actuais concorrentes. É evidente que tudo relacionado as forças na empresa WANGA EVENTS é desafiador e, no final, vencível. A empresa tem como missão atender de forma eficiente seus potenciais clientes.

Com efeito a empresa WANGA EVENTS LDA irá focar-se na organização de actividades culturais, de natureza e actividades desportivas.



Figura 11:esquema das cinco forças de Porter

Fonte: as cinco forças de Porter (1980).

Tendo em conta o esquema acima apresentado e considerando a ameaça da entrada de novos concorrentes, é evidente que, com o avanço e o aumento da competitividade no mercado da WANGA EVENTS, torna-se crucial fazer-se um estudo por parte da empresa sobre seu ambiente

interno e externo, com o objectivo de elaborar um plano eficaz que promova a proteção contra potenciais riscos ao seu crescimento.

Em relação à rivalidade entre os concorrentes WANGA EVENTS, não se trata de buscar estabilidade, mas sim dinamismo numa perspectiva diferente. Assim, será realizada uma avaliação no final de cada semestre dos serviços oferecidos, identificando os mais frequentes e a interação dessas actividades com as comunidades locais e os turistas além de avaliar os recursos, tanto materiais quanto humanos, a fim de assegurar uma boa continuidade, especialmente no que se refere aos recursos humanos adequadamente treinados e prontos para atender às necessidades da empresa e do mercado devidamente capacitados e aptos para suprir com as exigências da empresa e do mercado.

A WANGA EVENTS irá fazer uma análise sobre a sua capacidade de aquisição, a situação financeira dos potenciais clientes, de modo a perceber a viabilidade da compra de serviços, produtos e materiais. Desta forma, a empresa poderá negociar com os clientes sobre suas preferências e gostos em relação às actividades que irá oferecer, com o objectivo de alcançar um acordo mutuamente benéfico e satisfatório para todos. No que diz respeito ao poder de negociação, os fornecedores têm a capacidade de exercer essa influência sobre os participantes do mercado, ameaçando elevar os preços dos serviços e diminuir a qualidade dos produtos adquiridos.

As ameaças de produtos substitutos para a WANGA EVENTS estarão ligadas aos serviços, entre outros. Assim, a empresa reconhecerá a presença de produtos substitutos e se esforçará para mitigar essas ameaças por meio da integração de outras actividades, visando à diferenciação dos produtos substitutos.

4.5. Estudo da Viabilidade do Projecto (estudo do ambiente interno) da Wanga Events

Para implantar uma empresa, é essencial planear e definir o que a empresa pretende oferecer, para quem e como o produto será distribuído no mercado. Além disso, é imprescindível detalhar os objectivos. E é neste ponto que se insere o mix de marketing. Nos tempos atrás, o marketing era predominantemente focado nos produtos, sem se dedicar a estabelecer laços com os clientes ou a avaliar suas necessidades para melhorar o produto ou serviço. Actualmente, tudo se transformou, com os 4Ps, os especialistas em marketing e empreendedores compreendem que todas as fases

são essenciais. É essencial aplicá-las de maneira clara para evitar riscos ao negócio. O objectivo do mix de marketing é atrair a atenção dos consumidores, impulsionando o desejo de compra e aprimorar a experiência do consumidor. Ele deve ser elaborado conforme o segmento, o estilo da empresa em questão e a personalidade da mesma.

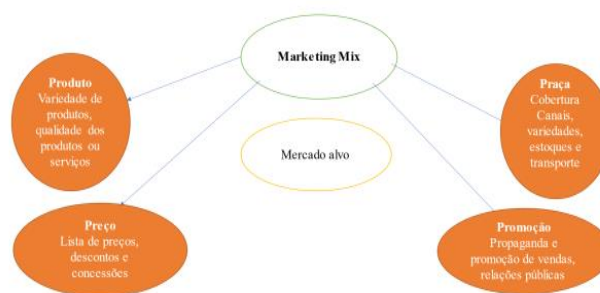


Figura 12: 4Ps de Marketing

Fonte: Kotler e Keller (2006).

A estratégia proposta pela WANGA EVENTS Lda para definir o preço é a estratégia de penetração no mercado. Esta estratégia é também conhecida como a estratégia de preço de entrada é permanentemente utilizada por empresas em evolução para ganhar alguma visibilidade no mercado que actualmente é dominado por empresas já estabelecidas. A estratégia de penetração no mercado, por ser recente não desencadeia a conhecida guerra de preços entre empresas.

A WANGA EVENTS identificou diversas estratégias de divulgação para promover seus serviços, incluindo: Marketing de conteúdo, Redes sociais (Facebook, Twitter, Instagram e Whatsapp), Influenciadores e afiliados (canal no youtube, blogs), Email marketing e distribuição de folhetos. Para promover os serviços que a empresa pretende organizar, serão usadas as seguintes estratégias de divulgação: Marketing direto e eletrônico: propagandas em sites da internet, mídias sociais e propagandas em televisão.

Em termos de comunicação, a empresa irá utilizar métodos específicos para divulgar seus serviços ao público, incluindo o marketing de boca-a-boca. No entanto, a Wanga Events dará prioridade a quatro métodos tradicionais: publicidade, venda directa, relações públicas e promoção de vendas. Nos serviços, é comum que haja uma interação directa entre os clientes e

os funcionários de uma organização. Assim, a qualidade dos serviços ou actividades promovidos pela empresa será frequentemente determinada pela qualidade da interação entre os funcionários e os clientes.

Os procedimentos reflectem o marketing interno e evidenciam a importância fundamental dos recursos humanos para o sucesso dos mesmos. Como referido anteriormente, os serviços são processos compostos por uma sequência de acções que empregam diversos tipos de recursos, como sistemas ou indivíduos, com o objectivo de solucionar um problema do cliente. Os procedimentos podem ser "imperceptíveis" ou envolver interações directas com o cliente. A elaboração e execução de um serviço para um cliente exige da empresa a implementação de processos eficientes e inovadores.

5. RESULTADOS ESPERADOS

De acordo com o que foi discorrido acima, as empresas de animação turística são de grande importância não só pela diversificação das actividades assim como no desenvolvimento da região em estudo. Assim, com a implantação da empresa de animação turística espera-se as seguintes melhorias:

- Geração de empregos para as comunidades locais;
- Aprimorar as vias de acesso e promover o destino turístico em questão;
- Erradicação da escassez das actividades de animação por meio da diversificação;
- Desenvolvimento das actividades de animação turística que vão de acordo com as necessidades dos turistas ou visitantes;
- Promover experiência da imersão cultural para a diversificação da oferta turística assim como para a preservação dos costumes e tradições locais;
- Criação do bem-estar geral nas pessoas, através da vivência em contacto com a natureza;
- Espera-se também que a empresa ofereça serviços diferenciados, com atendimento personalizado, e por outro lado a possibilidade de viver experiências em excelentes condições, num local único;
- Espera-se que haja maior qualidade nas actividades para atrair mais turistas não só pela oferta natural da praia, mas também pela satisfação das necessidades mais fortificadas;
- Espera-se que esta pesquisa possa despertar nos estudantes interesse em desenvolver mais actividades que vão fazer com que a praia do tofo continue sendo um destino mais procurado para a prática de lazer assim como para a realização das actividades de animação turística;
- Que as empresas cumpram com as normas estabelecidas para a realização das actividades marítimas controladas para a conservação da biodiversidade marinha.

6. CRONOGRAMA

Fases	Descrição das actividades	Duração das actividades (meses)						
		1	2	3	4	5	6	7
1ª	Idealização do projecto	■						
2ª	Estudo de viabilidade da Empresa		■					
3ª	Submissão do Projecto às Autoridades Governamentais para Licenciamento			■				
4ª	Execução do Projecto				■	■		
5ª	Término do Projecto						■	
6ª	Entrega e Funcionamento do Projecto							■
7ª	Monitoria e avaliação	■	■	■	■	■	■	■

7. ORÇAMENTO

A tabela a seguir detalha de maneira precisa as seguintes despesas: espaço físico para instalação da empresa, equipamentos e o valor total necessário para financiar o projecto. Após o cálculo adequado, para concretizar o projecto, será necessário um investimento de 332.963,00, conforme evidenciado na tabela a seguir:

Item	Quantidade	Custo Unitário	Total
Computador	1	30.000,00	30.000,00
Cadeiras	2	12.000,00	12.000,00
Secretarias	1	15.000,00	15.000,00
Esferograficas	1	485,00	485,00
Resma A4	1	368,00	368,00
Bloco de notas	2	75,00	150,00
Pasta de arquivos	1	290,00	1450.000,00
Agrafadores	2	450, 00	900,00
Agrafos	2	105,00	210,00
Camera audio visual	2	75.000,00	150.000,00
Furador de Papel	2	490,00	980,00
Subtotal			70.543,00
Despesas Adicionais			
Licenciamento		5000,00	5.000,00
Seguro		10.000,00	10.000,00
Aluguel de Espaço		30.000,00	30.000,00
Licenças	Por Mês	20.0000,00	20.000,00
Softwares	Por Mês	10.000,00	10.000,00
Marca	Permanente	10.000,00	10.000,00
Subtotal			85.000,00
Despesas Fixas			
Água		500.00	500,00
Energia		10.000.00	10.000,00
Internet		10.000.00	10.000,00
Publicidade	Por Mês	9500,00	9500,00
Aluguer de Barco	Por dia	147,420. 00	147,420. 00
Subtotal			177.420,00
Contingência (10%)			33296,3
Total			332.963,00

8. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ABRANJA, Nuno et al (2012). Gestão de Agências de Viagens e Turismo. Lisboa - Porto: LIDEL.
2. ALMEIDA, Paulo & ARAÚJO, Sérgio; (2012): *Introdução a Gestão de Animação Turística*, Lidel edições técnicas.
3. CHITABA, J. G.A e SITO, C. L. Multiplicidade de uso de recursos florestais no desenvolvimento do turismo na praia de tofo e tofino. Revista Científica Monfrague Resiliente. Inhambane. V. 13, p. 14, julho 2020
4. COUVILHA, Bruno Miguel, (2009). *a criação e desenvolvimento das empresas animação turística no território das aldeias de Xisto*: Brazil, v.6, p.34-39, Abril, 1998;
5. CONSELHO MUNICIPAL DA CIDADE DE INHAMBANE. Plano Estratégico do Município de Inhambane (2009 – 2019). Aprovado em 2009.
6. ESTEVES, Elsa Encarnação Gonçalves Tavares; (2015) Animação Turística como Factor de Eleição de um Destino - Perspectiva do Visitante. Tese como parte dos requisitos para obtenção do grau de Doutor em Ciências Empresariais apresentada à Universidade Fernando Pessoa
7. FIGUEIRA, Victor; Dias Reinaldo, (2011) *responsabilidade social no Turismo*, Lisboa: escolar editora
8. GIL, A. C. (2007) Métodos e técnicas de pesquisa social. 4. Ed. São Paulo: Atlas. Como elaborar projectos de pesquisa. 4. Ed. São Paulo: Atlas.
9. KOTLER, P.; KELLER, K. Administração de marketing. 12 ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2006.
10. LUNDI, Ines Baptista. *Metodologia de pesquisa em Ciências Sociais*. Maputo: Escolar Editora p. 118. 2016.
11. MATTAR, F. Pesquisa de marketing. Ed. Atlas. 1996.
12. ONU / OMT. (1999). Mise a jour des Recommandations sur les Statistiques du Tourisme ONU_ WTO – serie M No. 83.
13. PERREIRA, Cristina de Jesus (2015) Animação Turística no Alentejo: sobre a oportunidade para criar um serviço aeronáutico inovador, Évora, Universidade de Évora.
14. PORTER, Michael E. Estratégia competitiva: técnicas para análise de indústrias e da concorrência. 2.ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

15. Ramos, S., & Naranjo, E. (2014). Metodologia de Investigação Científica. Angola: Escolar Editora.
16. SOUSA, Tiago Miguel Alves (2014) *factores críticos de sucesso das empresas de animação turística* da régia autónoma dos scores;
View Publications.
17. UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE – ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE. Regulamento de culminacao do Curso. Inhambane. Outubro de 2016.
18. ZACARIAS, D.A. (2013) – Avaliação da capacidade de carga turística para a gestão de praias em Mocambique: o caso da Praia do Tofo. Revista da Gestão Costeira Integrada, 13(2): 205-214.

REFERÊNCIAS NORMATIVAS

1. Decreto nº 40/2007 de 24 de Agosto do conselho de ministro (Aprova o regulamento de animação turística) publicado no BR, 1 º série, suplemento, de 24 de Agosto de 2007.

APÊNDICES

APÊNDICE I – QUESTIONÁRIO E GUIÃO DE ENTREVISTA



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

Departamento de Turismo

Curso de Licenciatura em Animação Turística

TEMA: PROPOSTA DE IMPLANTAÇÃO DE UMA EMPRESA DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA NA PRAIA DE TOFO

GUIÃO DE ENTREVISTA PARA OS GESTORES DAS EMPRESAS DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA NA PRAIA DE TOFO

Este guião foi elaborado pela estudante Natércia da Conceição no âmbito de projecto de desenvolvimento para conclusão do curso de Licenciatura em Animação turística com o seguinte tema *“Proposta de Implantação de uma Empresa de Animação Turística na praia de Tofo”*.

O mesmo tem como objectivo a colecta de informações, assegurando que as mesmas serão mantidas em carácter confidencial. Este inquérito é dirigido principalmente aos gestores das empresas de animação turística na praia de tofo. Por favor, peço que responda com sinceridade.

O seguinte questionário contém perguntas abertas e fechadas. Assinale com **X**, nas fechadas.

1. Qual o tipo de actividades de animação turística que a empresa oferece?

Actividades desportivas ☐

Actividades de Natureza ☐

Actividades culturais ☐

Actividades de aventura ☐

1.1.Mencione as referidas actividades?

R: _____

2. De que forma os clientes tomam conhecimento da empresa?

Whatsaap ☐

Website ☐

E-mail ☐

Instagram ☐

Outro _____

3. Quais os meios usados na divulgação dos vossos serviços?

Publicidade Promocional ☐

Jornais/Revistas ☐

Televisão/Rádio ☐

3.1. Qual tem sido o meio que mais usam para a divulgação da vossa empresa?

R: _____

4. Quais os serviços mais procurados da vossa empresa? Em ordem de importância:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. Outros (Mencione)

5. Quais os serviços menos procurados da vossa empresa? Em ordem de importância:

1. _____

2. _____

3. _____

4. _____

5. Outros (Mencione)

6. Quais têm sido as dificuldades que tem enfrentado na divulgação dos vossos serviços?

R: _____

7. Quais são os produtos que o diferenciam das outras empresas concorrentes?

R: _____

Obrigada pela Disponibilidade!



UNIVERSIDADE
E D U A R D O
MONDLANE

Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

Departamento de Turismo

Curso de Licenciatura em Animação Turística

QUESTIONNAIRE TO ASSESS THE QUALITY OF ACTIVITIES OFFERED BY TOURIST ENTERTAINMENT COMPANIES IN TOFO BEACH.

This questionnaire aims to evaluate the quality of tourist entertainment activities, offered by tourist entertainment companies on Tofo Beach. Its objective is to collect essential information and the data provided will be confidential, no names will be mentioned in any case or situation.

This questionnaire was made for tourists. Please note I will appreciate your honesty while answering the question for truth and trustful results.

PART 1: TOURIST PROFILE

1. Sex

Male ☐

Female ☐

2. Age

14 - 22 ☐

23 - 34 ☐

35 - 60 ☐

60 or more ☐

3. Nationality

4. Academic Level

Primary ☐

Basic ☐

Medium ☐

Superior ☐

5. Marital status

Single ☐

Married ☐

Widowed ☐

Divorced ☐

PART 2: IN RELATION TO THE COMPANY AND ACTIVITIES

6. Have you ever heard of a tourist entertainment company?

Yes ☐

No ☐

Do you think it is important to have these types of companies on Tofo Beach?

Yes ☐

No ☐

6.1. If yes/no, please mention 2 or 3 reasons

7. Looking at the physical-natural conditions of the beach, is it viable to set up a tourist entertainment company?

Yes ☐

No ☐

8. What activities would you like the company to offer?

Ocean safari ☐

Sport fishing ☐

Windsurf ☐

Sunset ☐

Snorkelling ☐

Climbing ☐

Boat trips ☐

Sky surf ☐

9. In your opinion, will this company meet all your needs?

Yes ☐

No ☐

Maybe ☐

10. Do you consider that the tourist entertainment company is a catalyst for attracting a destination/tourism?

Yes ☐

No ☐

Maybe ☐

11. What differentiating services would you like the company to offer?

12. What advice do you have for animation companies regarding the activities they offer?



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

Departamento de Turismo

Curso de Licenciatura em Animação Turística

QUESTIONÁRIO DE AVALIAÇÃO DA QUALIDADE DAS ACTIVIDADES OFERECIDAS PELAS EMPRESAS DE ANIMAÇÃO TURÍSTICA NA PRAIA DE TOFO

Este questionário visa avaliar a qualidade das actividades de animação turística, oferecidas pelas empresas de animação turística na praia de tofo. Seu objectivo é colectar informações muito importantes e os dados fornecidos serão confidenciais, não serão mencionados nomes de nenhum caso ou situação. Este questionário foi feito para turistas. Observe que apreciarei a honestidade de todos ao responder a pergunta para obter resultados verdadeiros e confiáveis.

PART 1: PERFIL DO TURISTA

1. Sexo

Masculino ☐

Feminino ☐

2. Age

14 - 22 ☐

23 - 34 ☐

35 - 60 ☐

60 ou mais ☐

3. Nacionalidade

4. Nivel académico

Primário ☐

Secundário ☐

Médio ☐

Superior ☐

5. Estado civil

Solteiro ☐

Casado ☐

Viúva ☐

Divorciado ☐

PART 2: EM RELAÇÃO A EMPRESA E AS ACTIVIDADES

6. Já ouviu falar de empresas de animação turística?

Sim ☐

Não ☐

Você importante ter este tipo de empresas na praia de tofo?

Sim ☐

Não ☐

6.1. Se sim/não, por favour mencione 2 ou 3 razões

7. Olhando as condições físico-naturais da praia, é viável implantar uma empresa de animação turística?

Sim ☐

Não ☐

8. Quais actividades gostaria que a empresa oferecesse?

Safari oceânico ☐

Pesca desportiva ☐

Windsurfe ☐

Sunset ☐

Mergulho com snorkel ☐

Escaladas ☐