



UNIVERSIDADE
E D U A R D O
M O N D L A N E

ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

**O PAPEL DOS EVENTOS CULTURAIS NA PROMOÇÃO DOS
DESTINOS TURÍSTICOS: CASO DO TOFO NA RUA PRAIA DO
TOFO**

Matias Arménio Vaz

Inhambane, 2023

Matias Arménio Vaz

**O Papel Dos Eventos Culturais Na Promoção Dos Destinos Turísticos: Caso Do Tofo
Na Rua Praia Do Tofo**

Monografia apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI), como um dos requisitos para obtenção do grau de Licenciatura em Animação Turística.

Supervisor: dr. António Matola

Inhambane, 2023

Declaração

Declaro que este trabalho de fim do curso é resultado da minha investigação pessoal, que todas as fontes estão devidamente referenciadas, não contendo nenhum plágio, e que nunca foi apresentado para a obtenção de qualquer grau nesta Universidade, Escola ou em qualquer outra instituição.

Assinatura

Matias Vaz

(Matias Arménio Vaz)

Data: 30 / 08 / 2023

Matias Arménio Vaz

**O Papel Dos Eventos Culturais Na Promoção Dos Destinos Turísticos: Caso Do Tofo Na
Rua Praia Do Tofo**

Monografia avaliada como requisito parcial para a
obtenção do grau de Licenciatura em Animação
Turística pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo
de Inhambane – ESHTI.

Inhambane, 30 / 08 / 2023

Wanda Karine Cardoso Uaene
Grau e Nome completo do Presidente

[Assinatura]
Grau e Nome completo do Supervisor

Fernando Passos
Grau e Nome completo do Arguente

Wanda Uaene
Rúbrica

[Assinatura]
Rúbrica

[Assinatura]
Rúbrica

Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus Pais, Arménio Vaz e Helena Chirindza, pela força, apoio, dedicação e apoio incondicional para a minha conclusão de concurso, antes do Parents I made it, thank u for all.

Agradecimentos

Por ser um ser humano que acredita é um ser divino, em primeiro lugar quero agradecer a Deus por ter-me concedido o dom da vida e que em sua infinita sabedoria concedeu-me forças, protecção durante o período de realização da pesquisa.

Aos meus pais, obrigado pelo apoio e incentivo incondicional concedido em todos os momentos da minha vida. À minha família Vaz, em destaque ao meu irmão Luís Vaz e primo Justino Vaz que sempre estiveram ao meu lado, apoiando e incentivando meus estudos, dedico minha mais profunda gratidão.

Quero agradecer ao meu orientador dr. António Matola pela paciência, orientação e valiosas contribuições ao longo de todo o processo de elaboração desta monografia. Sua dedicação em compartilhar conhecimentos e sua orientação crítica foram fundamentais para o desenvolvimento deste trabalho e ao corpo docente da ESHTI, estendo também aos docentes que fizeram parte da minha trajectória académica.

Agradeço imensamente a Milena Laura Xerinda por ter estado comigo em vários momentos, difíceis e alegres e também estendo os agradecimentos a Leopoldina Pene, a minha irmã que ganhei em Inhambane Macama Faquirá, obrigado por tudo. Aos colegas de curso e faculdade, cujas contribuições, trocas de ideias e debates enriqueceram minha formação académica e me motivaram a buscar conhecimento de forma contínua, muito obrigado.

Aos amigos, Dario Manuel, Emerson Nhabanga, obrigado pelo apoio e consideração, explicações, agradeço também a todo Ponto 12 pela amizade.

Um agradecimento a organização, em especial ao sr. José e a todos que directa ou indirectamente contribuíram para o sucesso dessa pesquisa.

RESUMO

Os eventos culturais são uma forma de proporcionar uma experiência autêntica e enriquecedora aos turistas, que buscam interagir com a cultura local e experimentar as tradições e práticas culturais únicas do destino turístico. A pesquisa procura analisar o papel dos eventos culturais na promoção destino turístico, com foco no evento tofo na rua na praia do tofo, uma vez que o evento vem se tornando uma segmentação de turismo muito procurada pelos turistas. Com a realização desta pesquisa pretendia-se descrever a importância que os eventos culturais trazem para os destinos, analisar a satisfação dos turistas em relação ao evento e identificar o real contributo do evento para a promoção da praia de tofo. A metodologia usada tinha como abordagem quantitativa e qualitativa, de natureza exploratória, na medida que procurou explorar a revisão da literatura consultando obras literárias que abordam questões dos eventos e promoção de destinos turísticos. A colecta de dados foi feita na praia de tofo, com entrevista a organização do evento e questionário para os turistas mediante a disponibilidade destes responder. O estudo concluiu que o evento tofo na rua assume o papel de aumentar a visibilidade da praia de tofo, atrair mais turistas para região principalmente no período do evento, trazendo valorização a cultura local, diversifica as actividades e oferta turísticas do destino. Os inquiridos ficaram satisfeitos com o evento e superou as expectativas. Por fim recomenda-se a organização a buscar apoio do governo, investimento no marketing e parcerias com os diversos operadores turísticos locais.

Palavras-chave: Eventos culturais, destino turísticos, Promoção dos destinos turísticos, Tofo na rua

Lista de Quadros

Quadro 1- Classificação dos eventos	14
Quadro 2- Descrição da entidade entrevistada	30

Lista de Figuras

Figura 1- Enquadramento Geográfico da área de estudo em Moçambique.....	23
Figura 2- Caracterização da amostra quanto ao género.....	25
Figura 3- Caracterização da idade da amostra.....	25
Figura 4- Origem geográfica dos turistas	26
Figura 5 - Participação no evento	26
Figura 6- - Enriquecimento da experiência turística através da participação em eventos culturais.....	27
Figura 7 - Importância do tofo na rua para promoção da praia de tofo	27
Figura 8- Satisfação dos turistas em relação ao tofo na rua como evento cultural.....	28
Figura 9- Expectativas em relação ao evento	28
Figura 10- Recomendação do evento	28
Figura 11- Pesquisa tofo na rua desempenha na promoção da praia do tofo	29
Figura 12- Papel específico que o tofo na rua para a promoção da praia de Tofo	29
Figura 13 e Figura 14- Ilustração da rua principal do evento.....	59
Figura 15- Visita do governador da província no evento	60
Figura 16- Ilustração dos expositores e público participante	60

Índice

<i>Folha de Rosto</i>	<i>i</i>
<i>Declaração</i>	<i>ii</i>
<i>Folha de Avaliação</i>	<i>iii</i>
<i>Agradecimentos</i>	<i>v</i>
<i>RESUMO</i>	<i>vi</i>
<i>Lista de Quadros</i>	<i>vii</i>
<i>Lista de Figuras</i>	<i>vii</i>
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Enquadramento.....	1
1.2. Problema.....	3
1.3. Justificativa.....	4
1.4. Hipóteses	5
1.5. OBJECTIVOS	5
1.5.1. Objectivo Geral	5
1.5.2. Objectivos específicos.....	5
1.6. Metodologia	6
1.6.1. Classificação teórica da pesquisa	6
1.6.2. Procedimentos técnicos da pesquisa	7

2.	REVISÃO DA LITERATURA	10
2.1.	Conceitos Básicos	10
2.1.1.	Turismo	10
2.1.2.	Eventos	10
2.1.3.	Eventos culturais	11
2.1.4.	Destino turístico	12
2.2.	Classificação dos eventos.....	13
2.3.	Fases da Organização de um Evento.....	17
2.4.	Eventos e Sua Contribuição Para o Turismo.....	19
2.5.	Eventos Culturais Na Promoção Dos Destinos Turísticos	21
3.	APRESENTAÇÃO e DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	23
3.1.	Descrição da área de Estudo.....	23
3.2.	Descrição do Evento Tofo na Rua.....	24
3.3.	Apresentação e Análise dos Resultados	24
3.3.1.	Caracterização da amostra.....	24
3.3.2.	Avaliação da satisfação dos turistas em relação ao evento tofo na rua.....	26
3.3.3.	Contribuição do tofo na rua na promoção da praia de tofo como destino turístico	29
3.4.	Entrevista a Organização.....	30
3.4.1.	Sobre a importância/ contributo do tofo na rua para a promoção da praia de tofo	30

3.4.2.	O tofo na rua, sendo um conceito novo, conseguiu desempenhar um papel significativo na promoção da praia de tofo?	31
3.4.3.	Quanto a satisfação dos turistas	31
3.4.4.	Aspectos a melhorar no evento	31
3.4.5.	Estratégias usadas para a consolidação do evento Tofo na Rua como ferramenta de promoção da praia de Tofo como destino turístico.....	32
3.5.	Discussão dos Resultados.....	33
4.	CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	35
4.1.	Conclusão.....	35
4.2.	Recomendações.....	36
5.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	38
	APÊNDICES.....	41

1. INTRODUÇÃO

O turismo tem desempenhado um papel significativo no desenvolvimento econômico e social de muitas regiões ao redor do mundo. Com o aumento da concorrência entre os destinos turísticos, torna-se essencial adotar estratégias eficazes de promoção para atrair e cativar os viajantes. Nesse contexto, os eventos culturais têm se destacado como uma poderosa ferramenta para promover e posicionar destinos turísticos de forma única e autêntica. Este trabalho tem como objetivo explorar o papel dos eventos culturais na promoção de destinos turísticos, com foco no estudo de caso do evento Tofo na Rua na Praia de Tofo, uma deslumbrante localidade costeira situada em no Município de Inhambane, o evento Tofo na Rua se destacou como uma iniciativa cultural marcante, podendo assim contribuir de forma significativa na projeção da praia do Tofo como um destino turístico atraente e diversificado.

1.1. Enquadramento

No contexto do consumo do turismo experiencial, “os eventos podem desempenhar um papel proeminente na criação de marca, posicionamento e promoção de um destino” (DIMANCHE, 2008, p. 77). Nesse contexto, os eventos culturais têm se destacado como estratégias eficazes para atrair turistas e promover a identidade e o patrimônio cultural de um local. De acordo com Urry (1996) A promoção de destinos turísticos tornou-se uma peça-chave na competição por uma fatia do mercado turístico global, os turistas estão cada vez mais em busca de experiências autênticas, que vão além das atrações turísticas convencionais e proporcionem uma imersão na cultura local.

Segundo Butler (1980), os eventos culturais têm o poder de atrair um público diversificado e de criar um ambiente propício para a interação entre moradores locais e turistas. Eles proporcionam uma experiência enriquecedora, permitindo que os viajantes conheçam as tradições, artes, culinária e expressões culturais únicas do destino. Além disso, tais eventos promovem o desenvolvimento de uma atmosfera festiva e acolhedora, fatores essenciais para criar memórias positivas e estreitar os laços entre o destino e seus visitantes.

O Tofo na rua é um evento bianual que se tornou um ícone cultural na região da Praia do Tofo, atraindo tanto a comunidade local quanto turistas nacionais e internacionais. Durante o evento, são apresentadas diversas atividades culturais, como danças tradicionais, exposições de artesanato local, música ao vivo e culinária típica. Essa celebração é um reflexo da rica herança cultural da região e oferece aos visitantes a oportunidade de vivenciar e se envolver com a cultura local de maneira autêntica. Este estudo explorará como o evento Tofo na Rua tem contribuído para a promoção da praia de Tofo como destino turístico.

Para o alcance dos objectivos propostos neste estudo, concebeu-se a seguinte estrutura do trabalho: o primeiro capítulo (I) que é o da introdução, onde está disposta a apresentação do tema, os objectivos da pesquisa, a justificativa, a metodologia aplicada para a realização da pesquisa e o problema; seguindo o segundo capítulo (II) que é o da revisão da literatura, onde está disposta a fundamentação teórica que sustenta o estudo, os elementos-chaves que serviram de alicerce para a compreensão do objecto da pesquisa; seguindo o terceiro capítulo (III) representado pela apresentação e discussão dos resultados, onde são apresentados os resultados obtidos durante a realização do trabalho de campo com recurso aos métodos, técnicas e instrumentos de recolha de dados definidos para o trabalho, assim como o confronto com o que foi exposto na revisão da literatura; e por fim o quarto capítulo (iv) Conclusão e recomendações, são apresentados neste capítulo, as conclusões e recomendações com base nos resultados apurados.

1.2. Problema

Segundo Gil (2002, p. 49), "problema é qualquer situação não resolvida e que é objecto de discussão, em qualquer domínio do conhecimento". Selltiz apud Gil (1991), sobre o referido no parágrafo anterior, ressalta que existem algumas condições que facilitam a tarefa de formular o problema, tais como: imersão sistemática no objecto de estudo; estudo da literatura existente; discussão com pessoas com experiência na área de interesse. Os turistas estão cada vez mais incentivados a procurar novos produtos e destinos turísticos. Isso se deve ao fato do desenvolvimento do turismo e as facilidades de consumo da oferta turística. Silva & Teles, (2012).

De acordo com Matias (2010), turismo de eventos deu as comunidades a possibilidade de celebrar a sua diversidade cultura. Os eventos culturais surgem não só como forma de atrair turistas, servindo para consolidar e celebrar a identidade local e para oferecer uma experiência autêntica ao visitante, tornando o destino único.

O papel dos eventos culturais na promoção de destinos turísticos é amplamente reconhecido como uma estratégia eficaz para atrair viajantes em busca de experiências autênticas e enriquecedoras. No entanto, apesar do crescente interesse nesse tipo de iniciativa, muitas questões permanecem em aberto quanto à efetividade desses eventos e ao impacto real na promoção dos destinos turísticos, principalmente em localidades de menor ou maior visibilidade no cenário turístico global. O evento tofo na rua teve a sua primeira edição em dezembro de 2022, o destino em causa não é muito conhecido como organizador de eventos mas sim pela componente turismo de sol e praia, sendo que ostenta uma rica cultura e mesmo assim tem verificado um fluxo de turistas positivo. Daí que surge a necessidade de compreender de que forma o Tofo na Rua, contribui para a promoção desse destino turístico específico Praia do Tofo, ainda na sua primeira edição.

Dessa forma, o problema central deste estudo consiste em responder à seguinte pergunta de pesquisa: *Qual é o papel do Tofo na rua na a promoção da Praia do Tofo como destino turístico?*

1.3. Justificativa

Este trabalho surge no âmbito da elaboração da monografia para a obtenção do nível académico de Licenciatura em Animação Turística, como também para fazer uma reflexão em torno do papel dos eventos culturais na promoção dos destinos turísticos, caso do evento tofo na rua. “Os eventos são um fenómeno crescente à escala global, aumentando em número e popularidade, podendo funcionar como produto turístico, sejam eles mega-eventos ou pequenos festivais comunitários. São oportunidades para divertimento e entretenimento artístico, cultural e patrimonial em comunidades e noutros locais recreativos.” (MENDIRATTA, 2010). A escolha de estudar o tema é fundamentada em várias razões:

Em primeiro lugar, os eventos culturais têm se mostrado estratégias eficazes para atrair turistas e promover destinos turísticos. Através desses eventos, é possível oferecer aos visitantes experiências autênticas e imersivas na cultura local, despertando o interesse e a curiosidade dos turistas em relação ao destino. Para a OMT (2003), o mercado dos eventos têm-se tornado um segmento altamente especializado e relevante para o sector turístico, gerando resultados positivos, através de vários elementos estabelecidos que compõem o segmento de eventos desempenhando, cada um deles, uma função diferente. Os benefícios da animação que os eventos representam são de grande importância no sentido em que atraem pessoas que, de outra forma, não realizariam uma viagem até ao local do evento, encorajam futuras visitas e incentivam estadias mais longas e mais gastos (GETZ, 2004), estando implícito que quanto maior for a duração do evento maior será o tempo de estadia de quem nele participa. Assim sendo, compreender como o papel do Tofo na rua para a promoção da Praia do Tofo permitirá uma análise aprofundada sobre o impacto dos eventos culturais no turismo local.

Além disso, uma das razões recai para o contexto do meu curso Animação turística. Segundo TORRES, (2004,p.16), “animação turística é o conjunto de programas elaborados com a finalidade de humanizar uma viagem, fazendo com que o turista se integre nela e participe activamente é um tempo dedicado ao divertimento e a descontração, forma salutar de lazer, que quando praticada em conjunto com outras

pessoas, proporciona harmonia, facilitando o entrosamento entre eles”. Tofo na Rua apresenta características que a tornam um caso interessante de estudo, por ser um evento que a priori tem diversas actividades pra dinamizar a estadia dos visitantes. Dessa forma, o Tofo na rua representa um exemplo concreto de como um evento cultural pode promover a identidade e o patrimônio cultural de um destino, envolvendo ativamente e atraindo visitantes. Esses resultados podem contribuir para o aprimoramento das estratégias de promoção turística, o fortalecimento da identidade cultural e a preservação do patrimônio local.

Dessa forma, a investigação do papel do Tofo na rua para a promoção da Praia do Tofo como destino turístico contribuirá para o avanço do conhecimento no campo do turismo cultural, fornecendo subsídios teóricos e práticos para a compreensão e valorização dos eventos culturais como impulsionadores do turismo e talvez do desenvolvimento local.

1.4. Hipóteses

H1: A realização do Tofo na rua tem um impacto positivo na promoção do destino turístico, valorizando o destino e aumentando o número de visitantes durante o período do evento.

H2: O Tofo na rua fortalece a identidade cultural da Praia do Tofo e contribui para o aumento da diversificação da oferta turística.

1.5. OBJECTIVOS

1.5.1. Objectivo Geral

➤ Analisar o papel do evento cultural Tofo na rua na promoção da praia do tofo como destinos turístico.

1.5.2. Objectivos específicos

1. Descrever a importância dos eventos culturais para a promoção dos destinos;
2. Avaliar a satisfação dos turistas com relação ao evento

3. Apresentar estratégias usadas para a consolidação do evento Tofo na Rua como ferramenta de promoção da praia de Tofo como destino turístico

4. Identificar a contribuição do tofo na rua na promoção da praia de tofo como destino turístico;

1.6. Metodologia

Segundo Cervos et al. (2007, p. 30), "a metodologia como um conjunto de diversas etapas que devem ser seguidos para a realização de uma pesquisa e que configuram as técnicas". Neste subcapítulo são descritos os procedimentos metodológicos utilizados para a colecta de informações relevantes para o estudo, com destaque nos métodos, técnicas e instrumentos de recolha dos dados aplicados para responder os objectivos do estudo.

1.6.1. Classificação teórica da pesquisa

1.6.1.1. Quanto a natureza

A pesquisa é aplicada, pelo facto de a pesquisa ter como objectivo gerar conhecimentos para a ciência com a possibilidade de aplicação prática para problemas específicos que resultem de eventos culturais, podendo também interessar aos demais organizadores de eventos.

1.6.1.2. Quanto aos objectivos

Conforme Gil (2008), as pesquisas podem ser agrupadas em três categorias: exploratórias, descritivas e explicativas. A pesquisa classifica-se como exploratória, porque consistiu em proporcionar maior familiarização com o problema da pesquisa, apoiando-se a revisão bibliográfica, na medida em que procurou analisar o papel dos eventos culturais na promoção dos destinos turísticos, caso do evento tofo na rua. Tal como afirma Silva (2008, p.59) a pesquisa exploratória “consiste numa pesquisa realizada em área de pouco conhecimento acumulado e sistematizado que tem como objectivo proporcionar maior familiaridade com o problema para torná-lo mais explícito ou para construir hipóteses”.

1.6.1.3. Quanto a abordagem

Quanto à abordagem, a pesquisa foi desenvolvida num âmbito misto com a combinação de metodologias quali-quantitativa.

Pesquisa Qualitativa, segundo Vilelas (2009), os investigadores usam as abordagens qualitativas para explorar o comportamento, as perspectivas e as experiências das pessoas que elas estudam. Nesta perspectiva consistiu no contacto directo do pesquisador e apreensão de conhecimentos dos organizadores do Tofo na rua, em relação ao impacto que o evento traz para a promoção da praia de tofo como destino turístico.

Pesquisa quantitativa, é uma modalidade que atua sobre um problema humano ou social, é baseada no teste de uma teoria e composta por variáveis quantificadas em números, as quais são analisadas de modo estatístico, com o objetivo de determinar se as generalizações previstas na teoria se sustentam ou não. (KNECHTEL, 2014). Com isso foi elaborado o questionário e dirigido aos participantes do evento (turistas, comunidade local, publico em geral), com a combinação de variáveis que visavam compreender a percepção dos inquiridos sobre o real papel do evento tofo na rua, na promoção da praia de tofo como destino turístico.

1.6.2. Procedimentos técnicos da pesquisa

A pesquisa orientou-se pelos seguintes procedimentos:

1ª fase: Planeamento da pesquisa e Revisão da Literatura

De uma forma sintética, esta fase foi caracterizada pela formulação do problema e hipóteses da pesquisa, definição dos objectivos, também consistiu na leitura de livros e documentos que serviram de base para a delimitação do tema e recolha de dados para dar corpo ao trabalho, e baseou-se nas seguintes técnicas:

- a) Revisão Literária- técnica que consistiu essencialmente no levantamento de informações relacionadas com os Eventos, as estratégias de Marketing adequadas a promoção de eventos e destinos turísticos, no Município de Inhambane. Este levantamento fundamentou-se na recolha de informações em livros e artigos

científicos tais como: Cunha e Abrantes (2013), Matias (2010) e os demais descritos na pesquisa.

b) Pesquisa na internet – consistiu na busca de informações em páginas da Internet de modo a complementar a informação adquirida nas fases anteriores com especial enfoque para os sites da KHETHU

c) Estudo de caso

SANTOS (1999, p. 28), estudo de caso é “selecionar um objecto de pesquisa restrito, com o objectivo de aprofundar-lhe os aspectos característicos é o estudo de caso, cujo objecto pode ser qualquer facto/fenômeno individual, ou um de seus aspectos. Com o estudo de caso, por sua vez, procurar-se-á reunir um grande número de informações detalhadas com a finalidade de trazer maior conhecimento sobre o assunto. O objectivo principal deste estudo de caso é compreender o papel do evento tofo na rua na promoção da praia de tofo como destino turístico.

2ª Fase: Execução da pesquisa

Esta fase segue depois do planeamento da pesquisa, a fase do preparo final e a realização do trabalho de campo, que teve lugar nos meses de maio e junho de 2023, orientando-se pelas seguintes técnicas: Entrevista e Questionário.

Entrevista

Foi feita uma entrevista ao representante da organização do evento (KHETHU) para obter dados sobre o papel do tofo na rua na promoção da praia do tofo como destino turístico, com vista a alcançar os objectivos propostos, totalizado 1 entrevista. Guião de entrevista (vide apêndice A).

Questionário

Para a materialização desta técnica teve-se como instrumento de recolha de dados, questionário misto direccionado aos turistas, comunidade local, visando avaliar o grau de percepção sobre o papel do tofo na rua na promoção da praia de tofo (vide apêndice B)

Determinação da amostra

Para GIL (2008), amostragem não probabilística consiste em seleccionar um subgrupo da população que, com base nas informações disponíveis, possa ser considerado representativo de toda a população. Neste sentido obedeceu-se a normas não indicados estatisticamente pelo simples facto de não se conhecer a amostra optando-se por uma amostra não probabilística intencional, uma vez que, foi composto por elementos seleccionado intencionalmente. Os questionários foram aplicados aos elementos da amostra que de certa forma possuem as características típicas da população em estudo. Nesta pesquisa a amostra foi composta pela organização do evento, turistas e comunidade local.

3ª Fase: Análise de dados

Esta fase consistiu na análise de todo material quantitativo e qualitativo tanto de fonte escrita como orais, efectuados a respectivas comparações e cruzamentos de dados usados, apoiando-se no método estatístico:

Método estatístico – Este método foi usado para o processamento de dados dos inquéritos através do cálculo das médias aritméticas simples e de valores modais agrupados seguido o cálculo dos respectivos valores percentuais pelo registro e contagem das respostas, utilizado para tal o pacote informático Microsoft office 2016.

4ª Apresentação e discussão dos resultados

Chegada à esta fase, procedeu-se com a composição do trabalho final que constitui o relatório da pesquisa, trabalho este que respeitou o vertido no Regulamento de Culminação de Curso (RCC) da ESHTI.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Conceitos Básicos

2.1.1. Turismo

"Turismo é o conjunto de actividades desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, as atracções e os meios que as originam, as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades e os fenómenos resultantes de umas de outras" (CUNHA E ABRANTES 2013, p. 17).

"É uma indústria global que envolve o deslocamento de pessoas para lugares distintos do seu ambiente cotidiano" (URRY, 1990).

Para OMT, (2003, p.38). "Turismo corresponde as actividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócios ou outras"

Apoiando-se nas ideias dos autores acima, turismo pode ser definido como a atividade de viajar para destinos diferentes de nossa residência habitual, seja por lazer, recreação, negócios, educação ou outros fins específicos. É uma indústria dinâmica e multifacetada que engloba uma ampla gama de atividades e serviços relacionados a viagens e estadias temporárias em locais fora do ambiente cotidiano. O turismo envolve a mobilização de pessoas para destinos específicos, sejam eles regiões naturais, culturais, urbanas ou rurais, com o objetivo de vivenciar experiências diferentes, conhecer novas culturas, paisagens e patrimônios, além de se engajar em atividades de interesse pessoal.

2.1.2. Eventos

No senso comum, muitas vezes consideramos qualquer reunião de última hora como um evento. Porém, ressalta-se que Eventos são acontecimentos criados e planejados para ocorrer em um lugar determinado, com um espaço de tempo pré-definido, e tem finalidades específicas.

Zanella (2012, p.1) define que:

“Evento é uma concentração ou reunião formal e solene de pessoas e / ou entidades, realizada em data e local especial, com objetivo de celebrar acontecimentos importantes e significativos e estabelecer contatos comerciais, culturais, esportivos, sociais, familiares, religiosos, científicos, etc”.

Já para Andrade (2002), evento é todo fenômeno capaz de alterar determinada dinâmica da economia. E com o foco voltado ao mercado, Melo Neto (2003) descreve eventos como atividades realizadas ao mesmo tempo e no mesmo espaço, e que são capazes de promover produtos e serviços e até mesmo prover conhecimento de marca.

Matias (2010) conceitua evento a partir das características do seu planejamento:

“ação profissional mediante pesquisa, planejamento, organização, coordenação, controle e implantação de um projeto, visando atingir seu público-alvo com medidas concretas e resultados projetados” (MATIAS, p.106, 2010).

Em resumo, eventos referem-se a acontecimentos organizados ou planejados para um propósito específico, seja ele social, cultural, esportivo, educacional, empresarial ou político. Eles envolvem a reunião de pessoas em um determinado local e horário para participar de atividades ou experiências comuns. Os eventos podem variar em tamanho, escala e natureza, desde pequenas reuniões e festas locais até grandes eventos internacionais e conferências.

2.1.3. Eventos culturais

"Os eventos culturais são momentos de encontro entre diferentes pessoas e expressões artísticas, onde a cultura ganha vida e se torna uma experiência coletiva. Eles são espaços de diálogo, reflexão e celebração, nos quais as identidades culturais se encontram e se entrelaçam, enriquecendo a sociedade como um todo." (UNESCO)

Uma definição abrangente e concisa de eventos culturais é apresentada por Getz (2007), um renomado autor na área de gestão de eventos. Segundo ele:

Eventos culturais podem ser definidos como atividades que proporcionam experiências criativas e intelectuais a um público ativo ou passivo. Eles são normalmente planejados, organizados e executados com o objetivo de transmitir significados simbólicos ou estéticos associados a uma cultura específica, seus valores, tradições, história ou identidade.

Em outras palavras, eventos culturais são aqueles que têm como objetivo promover, celebrar e difundir aspectos da cultura de uma determinada comunidade, região ou país. Eles são uma manifestação importante da identidade cultural de um povo e podem envolver diversas formas de expressão artística, tradicional, histórica e social. Esses eventos proporcionam uma oportunidade única para as pessoas se conectarem com sua herança cultural, compartilharem experiências, aprendizados e tradições. Além disso, eles também servem como meio de preservar e promover o patrimônio cultural e artístico de uma sociedade, tornando-o acessível a diferentes públicos.

2.1.4. Destino turístico

Agapito (2010), destino turístico assenta numa estrutura de oferta de produtos e serviços turísticos, coerente e baseada numa determinada zona geográfica, que tem associada uma determinada imagem de conjunto, normalmente comercializada de uma forma integrada e sob uma marca distintiva.

São locais que recebem visitantes por motivos de lazer, negócios ou outros propósitos, e que possuem atrativos turísticos e infraestrutura adequada para atender as necessidades dos turistas. Esses locais são desenvolvidos para promover a atividade turística e podem ser uma cidade, uma região, um país ou mesmo um continente. A definição de um destino turístico também está relacionada com a oferta de serviços e produtos que atendam às expectativas e demandas dos turistas, Buhalis e Costa (2006).

Laws (1995), defende existir uma diferença significativa entre as definições mais tradicionais, e as propostas emergentes. Segundo o autor, as abordagens tradicionais apresentam uma perspectiva bastante restrita sobre o conceito de Destino, pois baseiam-se apenas em factores administrativos em vez de integrarem a percepção dos visitantes.

No âmbito desta abordagem o Destino tende a ser encarado simplesmente como locais onde as pessoas passam as suas férias, como é o caso do conceito da OMT (2001, p.47), que define o Destino Turístico como o lugar para onde tem de se deslocar a demanda a fim de consumir o produto turístico, Segundo Ferreira (2010) citado por Mwakalinga (2018), afirma que é a localidade ou região que o turista escolhe para aproveitar as suas férias.

As definições apresentadas por Portela (1998) citado por Mwakalinga (2018), os Destinos Turísticos podem ser definidos como “qualquer espaço geográfico e socioeconómico que dispõe de uma oferta turística integrada e que tem como estratégia desenvolver e promover esta oferta de forma organizada”.

Esta ideias ressaltam que os destinos turísticos são locais ou áreas geográficas que atraem visitantes e oferecem uma variedade de atrações, serviços e infraestrutura voltados para o turismo. Esses destinos são selecionados e escolhidos pelos turistas com base em fatores como beleza natural, patrimônio cultural, atividades de lazer, infraestrutura turística, clima favorável, entre outros. Os destinos turísticos podem ser de diferentes tipos, atendendo a diferentes interesses e motivações dos turistas

2.2. Classificação dos eventos

Existem diversos critérios para classificação dos eventos e podem ser agrupados de diversas formas. De acordo com Britto e Fontes (2002) citados por De Albuquerque (2004, pp 27-31), para um melhor entendimento desta temática vasta, os eventos classificam-se em: Categoria, Área de interesse, Localização, Característica estruturais e tipologia, que serão descritos no quadro abaixo

Quadro 1- Classificação dos eventos

Categoria
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Institucional: quando visa a criar ou firmar o conceito e a imagem de uma empresa, entidade, governo ou pessoa; ➤ Promocional ou Mercado lógico: quando objetiva a promoção de um produto ou serviço de uma empresa, governo, entidade, pessoa ou local (no caso do turismo), em apoio ao marketing, visando, portanto, a fins mercado lógicos; <p>Essa classificação permite ao organizador de eventos definir e captar corretamente seu público-alvo, real e potencial.</p>
Área de interesse
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Artística: relacionado a qualquer espécie de arte, como música, dança, pintura, poesia, literatura, teatro e outras; ➤ Científica: trata de assuntos científicos nos campos da medicina, física, química, biologia, informática e outros em que a tônica é a pesquisa científica; ➤ Cultural: ressalta os aspectos da cultura, objetivando sua divulgação e reconhecimento, com fins normalmente promocionais, a exemplo das feiras de artesanatos, festivais de gastronomia regional, dança folclórica, música regional, entre outros. Engloba todas as manifestações culturais regionais e folclóricas nacionais ou internacionais, abordando lendas, tradições, costumes típicos, hábitos e tendências; ➤ Educativa: enfoca a divulgação de didáticas avançadas, cursos e novidades correlatas à educação; ➤ Cívica: trata de assuntos ligados à Pátria e à sua história; ➤ Política: são os eventos relacionados com assuntos das esferas políticas, sejam estes relacionados a partidos políticos, associações de classe, entidades sindicais e outros; ➤ Governamental: trata de realizações do governo, em qualquer esfera, nível e instância; ➤ Empresarial: enfoca as pesquisas, resultados e realizações das organizações e seus associados;

<ul style="list-style-type: none"> ➤ Lazer: objetiva proporcionar entretenimento aos seus participantes; ➤ Social: são os eventos de interesse comum da sociedade como um todo, realizações familiares ou de grupos de interesses entre amigos, visando à confraternização entre as pessoas ou comemorações específicas; ➤ Desportiva: qualquer tipo de evento realizado dentro do universo esportivo, independente de sua modalidade; ➤ Religiosa: trata de interesses, assuntos e confraternizações religiosas, sejam quais forem as crenças abordadas; ➤ Beneficente: bastante comum nos dias de hoje, esses eventos refletem programas e ações sociais que são divulgados e/ou auxiliados em acontecimentos públicos; ➤ Turística: seu objetivo é a divulgação e promoção de produtos e serviços turísticos com a finalidade de incrementar o turismo local, regional, estadual/Provincial e nacional. Vem sendo utilizado com maior frequência para incrementar o turismo de baixa estação e garantir a manutenção da oferta turística em determinada região. Costuma ser inserido em calendários oficiais de eventos do município, Estado ou país.
Localização
<ul style="list-style-type: none"> ➤ Locais (de bairro), distritais, municipais, regionais, estaduais, nacionais e internacionais
Características estruturais
<p>Nesta categoria, os eventos são classificados segundo o porte, a saber:</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Pequeno: evento com número de até 200 participantes; ➤ Médio: evento com número de participantes estimado entre 200 e 500; ➤ Grande: evento com mais de 500 participantes.
Data de realização

- Fixo: evento com data de realização invariável, de acordo com as comemorações cívicas, religiosas e outras. Realizam-se, anualmente, no mesmo dia, com periodicidade determinada;
- Móvel: evento que sempre se realiza, porém em data variável, segundo o calendário ou os interesses da organização promotora;
- Esporádico: evento de realização temporária, que acontece em função de fatos extraordinários, porém previstos e programados.

Em Relação ao Público

- Eventos fechados: ocorrem dentro de determinadas situações específicas e com público-alvo definido, que é convocado e/ou convidado a participar, por exemplo: um casamento, uma formatura, um aniversário, a inauguração de uma empresa particular, a assembleia de uma cooperativa, um jantar comemorativo de um sindicato, entre outros.
- eventos abertos: são propostos a um público, porém pode atingir pessoas fora deste público inicial. Os eventos abertos podem ser divididos em evento aberto por adesão e evento aberto em geral. O evento aberto por adesão são aqueles eventos oferecidos a um público-alvo que fará inscrição gratuita ou paga para participar do evento; como

Tipologia

- Exposições (Feiras, Exposições, Road-Shows, salões, etc.);
- Encontros Técnicos e Científicos (congressos, conferências, palestras);
- Simpósios, fóruns, convenções, seminários, debates, brainstormings, etc.);
- Encontros de Conveniência (Saraus, cocktails, almoços, jantares, banquetes, encontros culturais, shows, festivais);
- Cerimônias (cerimônias religiosas, fúnebres, acadêmicas, de tomada de posse, casamentos);
- Eventos competitivos (concursos, torneios, campeonatos, olimpíadas, etc)
- Inaugurações (Espaços físicos e monumentos);

Fonte: Adapato de Britto e Fontes (2002) apud Albuquerque (2004)

2.3. Fases da Organização de um Evento

Para o processo de planeamento e organização de um evento, independentemente da sua temática, Matias (2004), citado por Mwakalinga (2018) apresenta quatro fases, que são elas:

➤ Fase da Concepção – incorporação da ideia;

Na fase da concepção, ocorre a incorporação da ideia inicial de um evento. Nessa etapa, é importante explorar e desenvolver a ideia para que ela se torne um conceito sólido e viável. levantamento do maior número possível de elementos que os ajudem a criar o corpo do evento. Nesta etapa faz-se a identificação dos objetivos (geral e específicos), coleta de informações sobre os participantes, patrocinadores, entidades e outras instituições em potencial, reconhecimento das necessidades de realização do evento, elaboração de alternativas para suprir as suas necessidades, listagem dos resultados desejados, estimativas de exequibilidade econômica e técnica, estimativas de tempo e recursos necessários, estabelecimento de directrizes e elaboração dos contornos do projeto.

➤ Fase do Pré-evento- planeamento e organização;

Um estágio decisivo para o Evento, no qual estão inseridos a coordenação executiva e os controles financeiro, técnico-administrativo e social do evento e elaboração do projecto do evento. Neste faz-se a identificação dos os órgãos governamentais, entidades e empresas com interesses voltados à execução do evento para fornecer patrocínio, subvenções, doações e outros; levantamento dos nomes e confirmação de presença dos convidados, conferencistas, autoridades e outros; definição de responsabilidade de todos os profissionais e prestadores de serviço envolvidos nas fases do pré-evento, per ou transevento e pós-evento; preparação da correspondência preliminar; expedição da correspondência preliminar para entidades governamentais, empresas e pessoas que possam colaborar de alguma forma com o evento; tomada de preço e confecção de material administrativo necessário ao evento; controle e arquivo da correspondência recebida e expedida; remessa de circulares e cartas informativas para os participantes

potenciais e outros; definição, controle e classificação dos trabalhos a serem apresentados, enviados pelos participantes e convidados; controle e confirmação das inscrições e adesões; obtenção dos cadastros de pessoas que poderão se inscrever como participantes (mailing list); criação e execução de fluxograma de informações; e elaboração do pré-projecto para a organização do evento é o passo inicial, porque apresenta, em linhas gerais, a ideia do que se pretende realizar.

➤ Fase Per ou Transevento – realização;

É a fase de implementação do projecto, a qual se circunscreve na realização do evento. A autora afirma que a aplicação do checklist é imprescindível nesta etapa, de modo que o Evento corra conforme o planeado, de forma a alcançar os resultados desejados

➤ Fase do Pós-evento – avaliação e encerramento.

Estágio pós o encerramento do evento, que consiste na avaliação técnica, administrativa e dos participantes. É nesse momento em que ocorre a confrontação dos resultados esperados com os obtidos, possibilitando identificar os pontos positivos e negativos do evento. Para tal, é feita a verificação dos instrumentos de controlo aplicados durante as três fases anteriores e principalmente na fase de traz evento, através de formulários de procedimentos formais, checklist, relatórios periódicos das atividades, actas das reuniões periódicas e questionários de avaliação dos participantes.

Contudo, existem autores como Mizzin (2012), Nunes (2012) e Sobi (2014) citados por Mwakalinga (2018) que nas suas literaturas “identificam, semelhantemente, três fases como sendo as únicas e fundamentais para o processo de planeamento e organização de um evento, que são o Pré-Evento, Evento e Pós Evento e, os aspectos apresentados na fase de concepção por Matias (2004), estes autores as inserem na fase de Pré-Evento”. Portanto, percebe-se que comumente, todos autores frisam o planeamento como um elemento essencial para o sucesso de todos os tipos de Eventos.

2.4. Eventos e Sua Contribuição Para o Turismo

Matias (2011) discute a contribuição dos eventos para o turismo, destacando a importância desses eventos como um dos principais impulsionadores do turismo em todo o mundo. De acordo a autora, os eventos turísticos podem ser definidos como "ocorrências que reúnem um grande número de pessoas com interesses comuns e que, além de propiciar momentos de entretenimento, lazer e cultura, têm também a capacidade de movimentar significativamente a economia local". Ela destaca que esses eventos podem ser de diversos tipos, incluindo festivais culturais, eventos desportivos, conferências e feiras, entre outros. Ainda argumenta que os eventos turísticos têm uma série de contribuições importantes para o turismo, incluindo:

➤ Atrair turistas

Os eventos podem ser um grande atrativo para turistas que buscam experiências culturais, desportivas ou de entretenimento. Eles podem atrair um grande número de visitantes, que podem permanecer por dias ou semanas em uma determinada região.

➤ Gerar receita

Os eventos turísticos podem gerar receita significativa para a economia local, incluindo hospedagem, alimentação, transporte e outros serviços. Além disso, eles podem estimular o comércio local e a criação de empregos temporários.

➤ Promover a imagem do destino

Os eventos podem ajudar a promover a imagem de um destino turístico, destacando a cultura, a gastronomia, as paisagens e outras características que o tornam atraente para os visitantes.

➤ Estimular o desenvolvimento econômico

Os eventos turísticos podem ajudar a estimular o desenvolvimento econômico de uma região, promovendo o crescimento de setores como o turismo, a cultura e o comércio.

➤ Promover a cultura e a identidade local

Os eventos culturais podem ajudar a preservar e promover a cultura e a identidade local, destacando as tradições e costumes de uma determinada região.

Em suma, os eventos turísticos são uma importante ferramenta para o desenvolvimento do turismo, contribuindo para atrair turistas, gerar receita, promover a imagem do destino, estimular o desenvolvimento econômico e promover a cultura e a identidade local.

Na mesma linha Hall (1992), afirma que os eventos desempenham um papel crucial no desenvolvimento do turismo. Ele argumenta que eventos de todos os tipos, desde desportos até festivais culturais, podem ser usados como ferramentas estratégicas para promover destinos turísticos e impulsionar a economia local.

Uma das principais contribuições dos eventos para o turismo é que eles ajudam a aumentar a visibilidade do destino turístico. Ao promover um evento de grande porte, o destino turístico pode atrair a atenção da mídia nacional e internacional, o que pode ajudar a criar uma imagem positiva da região e aumentar a consciência sobre o destino. HALL (1992).

Além disso, os eventos podem ajudar a promover a identidade cultural de um destino turístico. Eventos que destacam a cultura e as tradições locais podem ajudar a atrair visitantes que estão interessados em experimentar a autenticidade da cultura local. MATIAS (2010).

Em resumo, os autores, comungam da ideia de que os eventos podem ajudar a aumentar a visibilidade de uma região ou cidade como destino turístico. Se um evento é bem-sucedido e atrai muitos visitantes, isso pode ajudar a promover a região como um destino turístico desejável, levando a um aumento da prática do turismo em outras épocas do ano, além do período do evento, fornecendo uma oportunidade única de promover a economia local, a cultura e as tradições, além de aumentar a visibilidade da região como um destino turístico desejável.

2.5. Eventos Culturais na Promoção dos destinos Turísticos

De acordo com Getz (2005), os eventos culturais desempenham um papel fundamental na promoção dos destinos turísticos. Os eventos culturais são uma forma de destacar a identidade cultural e as tradições únicas de um destino, atraindo visitantes interessados em experimentar a autenticidade da cultura local. Eles também podem ser uma forma eficaz de aumentar a visibilidade do destino turístico, promovendo-o como um lugar atraente para visitar.

Getz (2005) diz que os “eventos culturais são uma forma de proporcionar uma experiência autêntica e enriquecedora aos turistas, que buscam interagir com a cultura local e experimentar as tradições e práticas culturais únicas do destino turístico”. Além disso, os eventos culturais podem ser usados para criar uma imagem positiva do destino turístico, destacando as tradições e a identidade cultural da região. A organização desses eventos exige uma grande quantidade de infraestrutura e serviços, o que pode gerar empregos e oportunidades de negócios para as empresas locais, fornecendo uma fonte adicional de receita para a comunidade, uma vez que atraem visitantes e aumentam o consumo de serviços e produtos locais. Richards (2007) discute a importância dos eventos culturais na promoção dos destinos turísticos. Segundo ele, os eventos culturais são uma forma de destacar a identidade cultural de um destino, tornando-o mais atraente para os turistas interessados em experimentar a autenticidade local.

Nessa linha de pensamento, podemos afirmar que os eventos culturais são uma forma eficaz de criar uma imagem positiva do destino turístico, transmitindo a sensação de que o destino é vibrante e animado, com uma rica história e patrimônio cultural.

“os eventos culturais podem ser uma forma de mostrar ao mundo a diversidade cultural de um destino, atraindo turistas interessados em explorar as tradições locais e experimentar a autenticidade da cultura”. RICHARDS (2007). O autor também enfatiza a importância dos eventos culturais na promoção do desenvolvimento sustentável do turismo, podendo ajudar a preservar o patrimônio cultural e a proteger o meio ambiente, além de criar oportunidades econômicas para as comunidades locais. Por sua vez Soraya (2004), afirma que as organizações de eventos culturais bem planejados podem trazer

benefícios significativos para a economia local, promovendo a criação de empregos e estimulando o comércio local.

Por fim, Getz (2005), destaca a importância da organização de eventos culturais de alta qualidade e bem planejados, que proporcionem uma experiência autêntica e enriquecedora aos turistas. Ele argumenta que a qualidade dos eventos é fundamental para garantir a satisfação dos turistas e sua disposição para recomendar o destino turístico a outras pessoas e Richards (2007) destaca também a importância da colaboração entre os diversos actores envolvidos na organização de eventos culturais, incluindo as autoridades locais, as empresas de turismo e as comunidades locais, vê a colaboração como fundamental para garantir a qualidade dos eventos, bem como para promover a sustentabilidade e a inclusão social.

As ideias dos autores, resumem-se no facto dos eventos culturais serem uma ferramenta importante na promoção dos destinos turísticos, proporcionando uma experiência autêntica e enriquecedora aos turistas, destacando a identidade cultural e as tradições únicas do destino, promovendo a economia local e criando uma imagem positiva do destino, ajudam na promoção dos destinos turísticos, destacando a identidade cultural de um destino, criando uma imagem positiva do destino, promovendo o desenvolvimento sustentável do turismo e estimulando a colaboração entre os diversos actores envolvidos na organização de eventos culturais

3. APRESENTAÇÃO e DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

3.1. Descrição da área de Estudo

Segundo (Azevedo & Bias, 2011; Zacarias, 2013) citado por (ZACARIAS 2015) A Praia do Tofo (no seu sentido mais amplo, ou seja, a área balnear e a circunscrição territorial no seu entorno), localiza-se na região sul de Moçambique, enquadrada na eco-região de Tofo-Barra-Tofinho e Rocha, área de importância ecológica internacional e um dos principais destinos turísticos de Moçambique

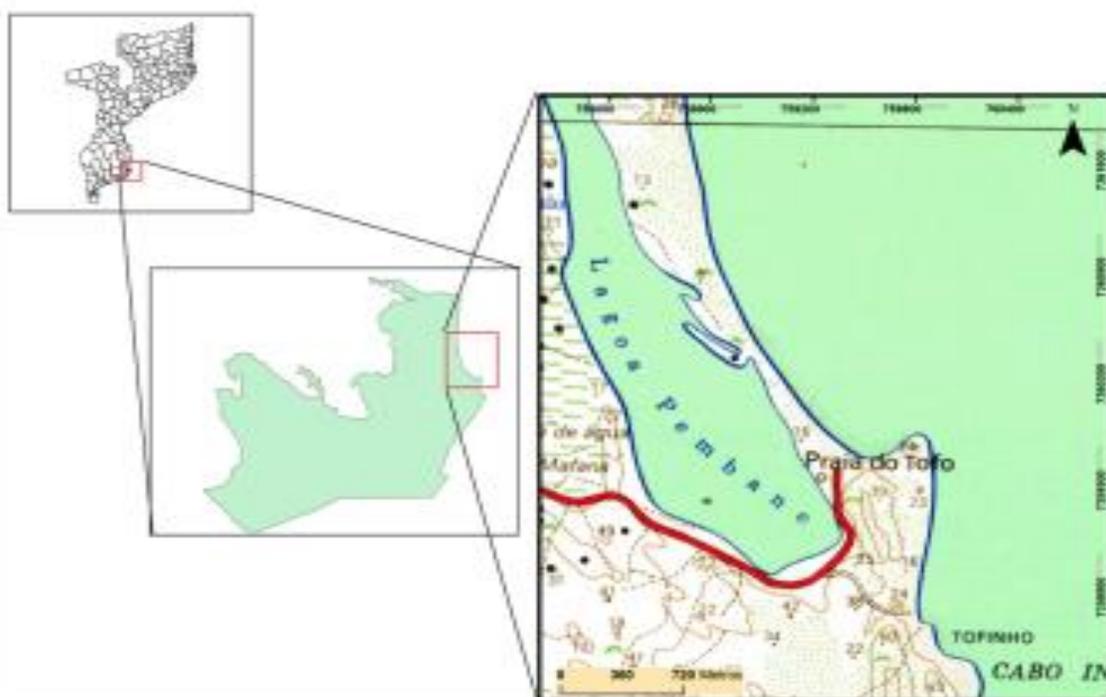


Figura 1- Enquadramento Geográfico da área de estudo em Moçambique

Fonte: Zacarias (2015)

3.2. Descrição do Evento Tofo na Rua

De acordo com a KHETHU, representada pelo Assistente administrado, tofo na rua é um evento programado para ser bi-anual, acontecendo duas vezes ao ano, com duração de 3 dias, é caracterizado por ser uma feira de rua, para que arte e cultura moçambicana, em especial de Inhambane visando o crescimento, desenvolvimento e valorização da arte e cultura, com a ideia de trazer vários artistas numa só feira, expositores de produtos, divulgando e expondo os seus produtos para diferentes públicos. O conceito do nome é explicado pela combinação do lugar, praia de tofo e rua por se desenvolver na rua principal da entrada da praia.

3.3. Apresentação e Análise dos Resultados

A pesquisa foi realizada por meio de um inquérito administrado a turistas e comunidade local na praia do tofo e uma entrevista com a organização do evento de maio a junho de 2023. Os inquéritos e as entrevistas foram as ferramentas metodológicas que nortearam a pesquisa, sendo que sua elaboração visou discutir todas as questões referentes ao papel do evento tofo na rua na promoção da praia de tofo como destino turístico.

3.3.1. Caracterização da amostra

Para coleta de dados utilizou-se questionário de perguntas mistas, buscando obter informações mais abrangentes sobre o assunto objecto de pesquisa, que teve uma amostra total de 33 inquiridos dos quais 18 são do sexo masculino e 15 do sexo feminino, conforme ilustra a figura abaixo, o sexo masculino é que está melhor representado.

Gênero

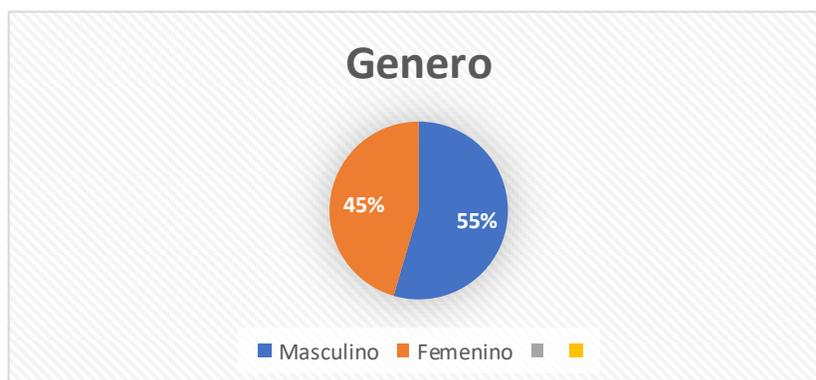


Figura 2- Caracterização da amostra quanto ao gênero

Fonte: Autor, com base no estudo de campo

Caracterização da Idade

Quanto a caracterização da idade, 58% dos inquiridos tem idade compreendida entre 18-24 anos, 27% deles tem de 25-34 anos de idade, 9% tem idade correspondente a 35-44 anos e 3% para 45-54 e mais de 55 anos,

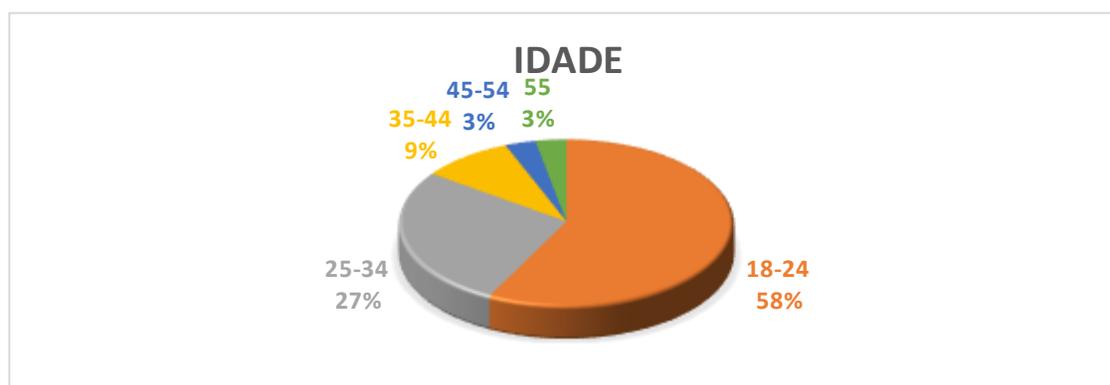


Figura 3- Caracterização da idade da amostra

Fonte: Autor (2023)

Proveniência

Quando chamados a responder sobre a sua proveniência, 76% se efectivaram nacionais, oriundos de diversos pontos do país, especialmente da região sul, 15% são originários de países vizinhos (Africa Austral) e os restantes 9% eram turistas internacionais, oriundos de outros continentes.

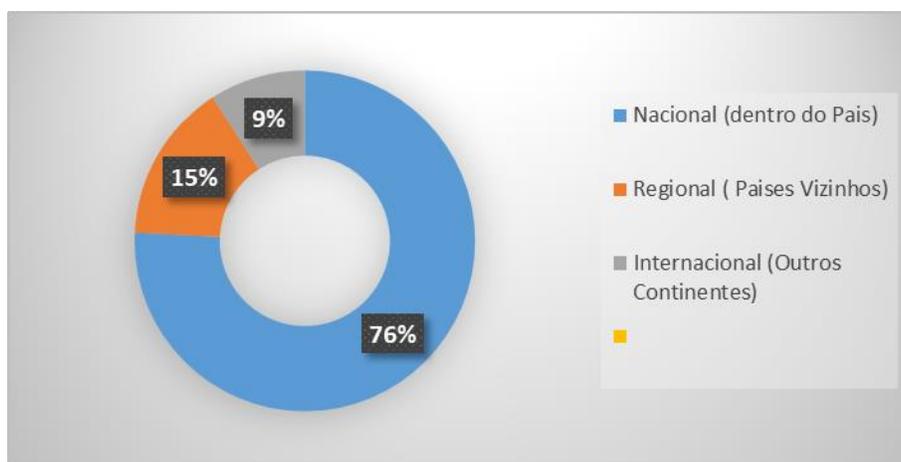


Figura 4- Origem geográfica dos turistas

Fonte: Autor (2023)

3.3.2. Avaliação da satisfação dos turistas em relação ao evento tofo na rua

Com vista a recolher informações acerca da satisfação dos turistas em relação ao evento, foi questionado aos inquiridos se haviam participado do evento Tofo na rua, dos quais 85% afirmaram ter participado e 15% não participou do evento.



Figura 5 - Participação no evento

Fonte: Autor (2023)

Perguntados se o evento enriqueceu a sua experiência turística 94% afirmou que si, 3% não, e os restantes 3% não tem certeza se enriquecem a experiência deles ou não.

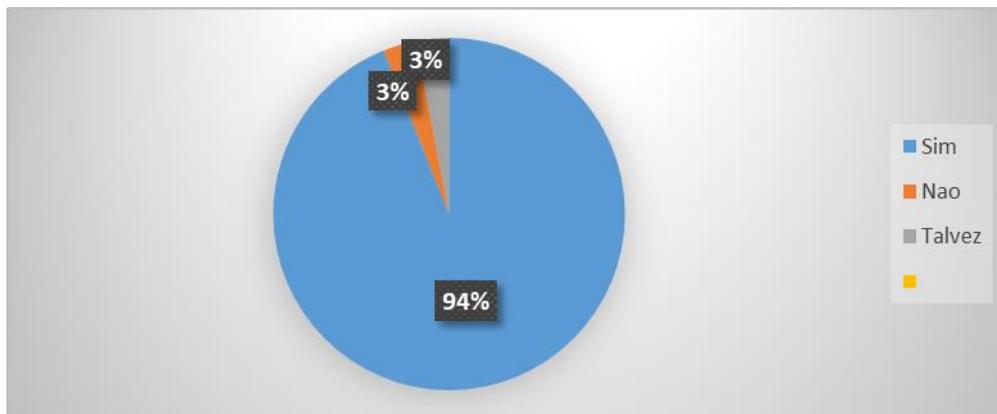


Figura 6- - Enriquecimento da experiência turística através da participação em eventos culturais

Fonte: Autor (2023)

Convidados a responderem sobre o grau de importância do tofo na rua para o destino, 73% afirmaram que é muito importante e 27% importante.

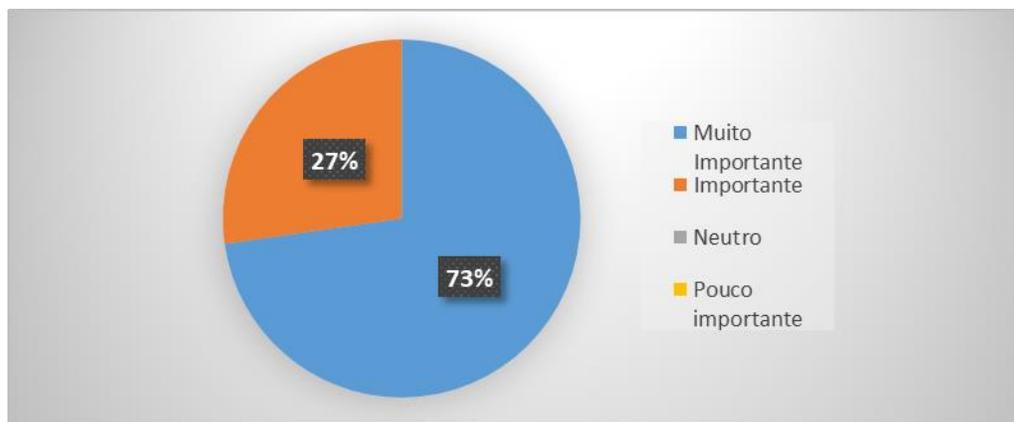


Figura 7 - Importância do tofo na rua para promoção da praia de tofo

Fonte: Autor (2023)

Quanto ao grau de satisfação, após participar do evento 85% afirmou ter tido uma satisfação excelente e 15% manteu-se neutro.

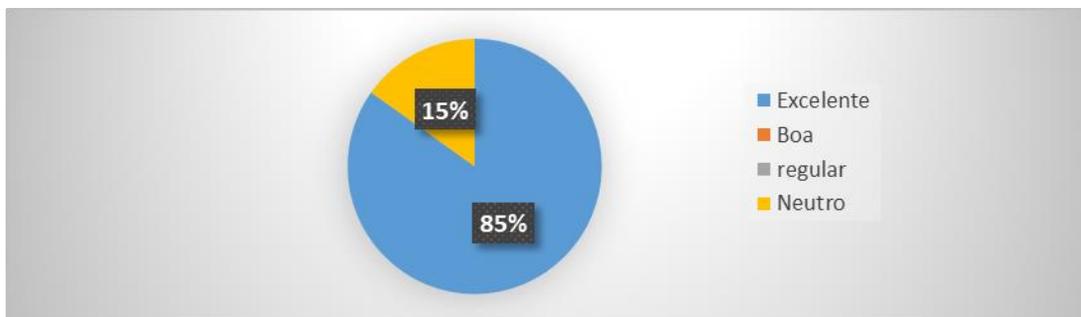


Figura 8- Satisfação dos turistas em relação ao tofo na rua como evento cultural

Fonte: Autor (2023)

De acordo com os inqueridos, 91% afirmaram que o evento atingiu as suas expectativas como evento cultural, 6% não tem a certeza e 3% não se sentiram satisfeitos

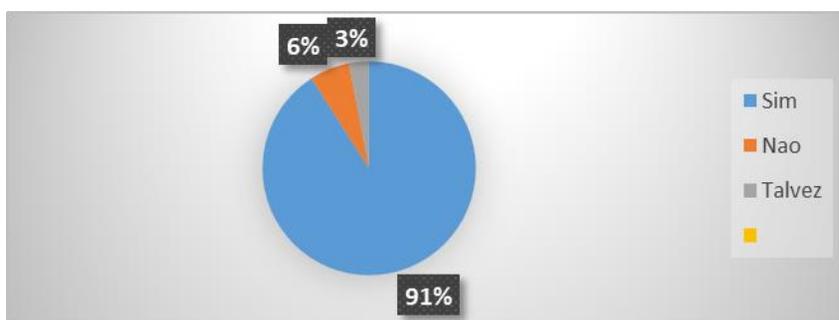


Figura 9- Expectativas em relação ao evento

Questionados se recomendariam o evento tofo na rua a mais pessoas, 91% respondeu que sim, recomendaria e 9% que não o faria.

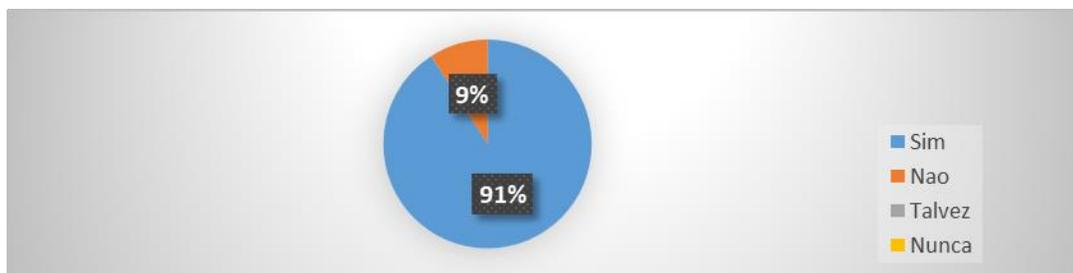


Figura 10- Recomendação do evento

3.3.3. Contribuição do tofo na rua na promoção da praia de tofo como destino turístico

Questionados se o evento desempenha um papel importante na promoção do local, 76% responderam sim e 24% responderam não.

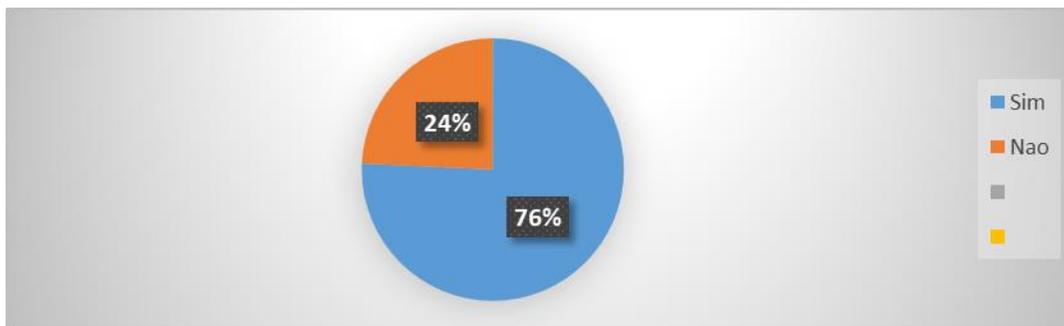


Figura 11- Pesquisa tofo na rua desempenha na promoção da praia do tofo

No que refere a contribuição do tofo na rua, 25% responderam que contribui valorizando a cultura local, 20% disseram que diversifica a oferta turística, 16% disseram que atrai mais turistas, 8% melhora as infra-estruturas e 31% acreditam que ajuda n visibilidade da praia de tofo.

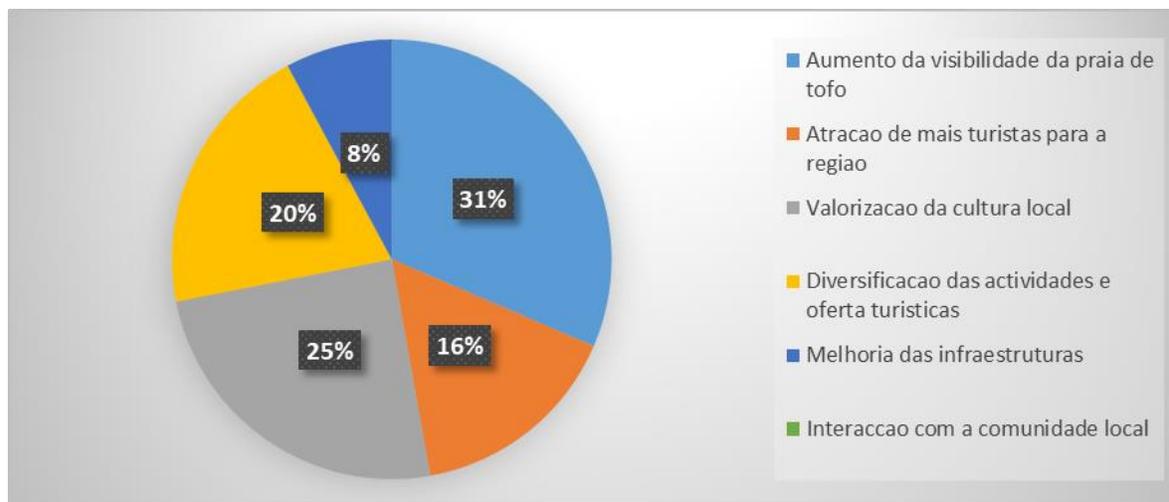


Figura 12- Papel específico que o tofo na rua para a promoção da praia de Tofo

Fonte: Autor (2023), com base no estudo de campo

3.4. Entrevista à Organização

Quadro 2- Descrição da entidade entrevistada

Nome	Organização	Cargo
José Gabriel Cuamba	Associação Khethu	Assistente Administrativo

Fonte: Autor

3.4.1. Sobre a importância/ contributo do tofo na rua para a promoção da praia de tofo

O evento tofo na rua trás um certo reconhecimento internacional por parte dos turistas, na medida que um turista participa do evento e de um feedback positivo, automaticamente eleva o destino (praia de tofo), uma vez satisfeito ele já faz um marketing boca a boca positivo acerca da segmentação de oferta diferente que encontrou na praia, afirmou que o tofo na rua diversifica a oferta, mostrando atratividades não habituais daquilo que é do seu centro de origem, ate mesmo da praia (em caso de turistas que não estejam pela primeira vez na praia de tofo), experimentando um conceito novo. consequentemente a praia ganha mais visibilidade e muitos outros podem querer visitar a praia, sendo em época de evento ou não, só por conta da satisfação fornecida pela outra pessoa e ter falado bem do destino.

A própria promoção dos espaços culturais, essa tem haver com o conhecimento das outras pessoas acerca de alguns lugares culturais que antes eram desconhecidos e consequente exploração.

O entrevistado deu ainda um exemplo do dathonga que promove um conceito diversificado, segundo ele muitos turistas internacionais agendam a suas viagens com o intuito de participar das noites culturais o empreendimento promove, aliando-se ao conceito de praia (pé na areia), shows de música ao vivo que enaltecem diversos grupos culturais locais, nacionais e internacionais, trazendo a coesão cultural. Nessa perspectiva há espaço para acontecer o mesmo com o tofo na rua, já na sua próxima edição. enfatizou ainda que o evento contribuiu de forma significativa na economia da comunidade local,

ajudando as senhoras da Alma, uma associação de reciclagem, lhes dando um trabalho a tempo inteiro, lhes dando a responsabilidade de prestarem serviços de limpeza do local e ao mesmo tempo a praia de tofo se beneficiou com uma recolha de lixo sistemática a tempo inteiro, e reciclagem adequada dos utensílios descartados, com isso a praia pode ser vista como sendo limpa, cuidada e passa uma imagem de responsabilidade social, sustentabilidade do meio, o destino saiu a ganhar pois essas acções são bem vistas e serão relatadas, não só ajudou a elas mas também a jovens que procuravam por emprego, para fazerem parte do staff.

3.4.2. O tofo na rua, sendo um conceito novo, conseguiu desempenhar um papel significativo na promoção da praia de tofo?

De acordo com o entrevistado o tofo na rua desempenhou sim, um papel importante e significativo na promoção da praia de tofo na sua primeira edição, pois a missão do evento era criar conexão significativa de culturas na praia, haviam turistas oriundos da cidade de Maputo, Xai-xai, internacionais, citando alguns países como Zimbabwe, Africa do Sul, Malawi, Brazil, Holanda e ademais, e ate teve exposições internacionais, do Brazil e Holanda. Enfatiza que não só divulgou a praia de tofo, mas também os produtos expostos pois houve muita troca de experiências e contactos entre os intervenientes.

3.4.3. Quanto a satisfação dos turistas

De acordo com o feedback feito nos pós evento, o evento só recebeu elogios e resposta positiva acerca da satisfação dos turistas e expositores, pois ate tinham estabelecido um mini acampamento para os feirantes na zona do Khumba lodge, em que disponibilizaram tendas para as pessoas que não tinham local para se acomodar. Uma vez que também existem eventos culturais já criados a bastante tempo na província de Inhambane (MI) em especial, na sua primeira edição o evento conseguiu impactar de forma positiva, passando a ser uma marca que veio para ficar.

3.4.4. Aspectos a melhorar no evento

Perguntado que aspectos podem ser melhorados para a próxima edição, o entrevistado disse que um dos aspectos é a selecção de pessoal voluntario, deve se reduzir o número,

pois havia selecionado volta de 18, nos dias de evento notou-se que o número era maior em relação as actividades e tiveram que cortar essas pessoas no desenvolvimento do evento, o que não foi uma medida acertada,

Criação de condições para alastrar a corrente eléctrica, compra de mais tomadas entre outros materiais eléctricos.

Rever a questão dos dias do evento, pois este está previsto para durar 3 dias, mas na sua primeira edição teve que durar uma semana, a pedido do governador de Inhambane que esteve presente e pediu para que se alastrassem os dias, pois estava muito bom evento

3.4.5. Estratégias usadas para a consolidação do evento Tofo na Rua como ferramenta de promoção da praia de Tofo como destino turístico.

De acordo com o nosso entrevistado, para o tofo na rua ser usado como uma ferramenta de promoção ou atracção de visitantes a praia de tofo, valorização do que é nosso e assim os outros podem valorizar, foi determinado:

1. Marca forte e identidade visual, criou-se uma identidade visual marcante e uma marca forte para o evento Tofo na Rua que estejam alinhadas com a essência da praia de Tofo.
2. Experiência autêntica, certificaram-se que o evento oferecesse uma experiência autêntica e única, refletindo a cultura local, gastronomia, música e atrações turísticas de nacionais, em particular de Inhambane, isso incentivou os participantes a explorar a praia e seus arredores.
4. Parcerias com operadores turísticos, estabeleceu-se parceria com operadores turísticos, agências de viagens, centros de actividades turísticas e estabelecimentos de alojamento e restauração para promover o evento junto dos seus clientes
6. Presença online e redes sociais, fortalece-se a presença online do evento Tofo na Rua, através de um site oficial, perfis activos nas redes sociais e conteúdo relevante, como fotos e vídeos de modo a interagir com o público e responder a dúvidas.

7. Avaliação e melhoria contínua, a cada edição a tendência será melhorar pra isso Coleta-se o feedback dos participantes após o evento e utilizamos essas informações para aprimorar futuras edições.

8. Parceria com o governo através do movimento Inhambane street art para pinturas de murais em locais emblemáticos da cidade de Inhambane, isto é, não abrangia somente a praia como diversos locais, ruas da cidade, instituições como a casa da cultura.

3.5. Discussão dos Resultados

Após a conclusão da revisão bibliográfica e de clarificadas as acções metodológicas, apresentação e análise dos dados encontrados no campo, com o auxílio do questionário e entrevista, far-se-á a discussão dos resultados obtidos.

Em relação ao papel do evento tofo na rua na promoção da praia de tofo como destino turístico, ficou constatado que traz uma experiência autêntica e enriquecedora para a experiência turística, como afirma Getz (2005) os “eventos culturais são uma forma de proporcionar uma experiência autêntica e enriquecedora aos turistas, que buscam interagir com a cultura local e experimentar as tradições e práticas culturais únicas do destino turístico”. O reconhecimento internacional, satisfazendo a sua necessidade de consumidor de produtos turísticos, com isso passa a valorizar o local e ao mesmo tempo fala acerca do local para a sua rede de contactos, tornando o destino e o evento recomendáveis, atraindo turistas com gosto a exploração cultural, aliando-se ao pensamento de Richards (2007), que para ele os eventos culturais podem ser uma forma de mostrar ao mundo a diversidade cultural de um destino, atraindo turistas interessados em explorar as tradições locais e experimentar a autenticidade da cultura. O evento contribuiu de forma significativa na economia da comunidade local, criando oportunidade de emprego para as senhoras da associação alma e diversos jovens da comunidade local, como afirma Soraya (2004), “a organização de eventos culturais bem planeados podem trazer benefícios significativos para a economia local, promovendo a criação de empregos e estimulando o comércio local”. Criaram-se iniciativas de limpeza a tempo inteiro com isso a praia pode ser vista como sendo limpa, cuidada e passa uma

imagem de responsabilidade social, sustentabilidade do meio, acções essas que decorreram durante o evento, preservando a imagem de um destino limpo.

No que diz respeito a satisfação dos turistas em relação ao evento, a maior parte dos inquiridos afirmou estar satisfeita com o evento, afirmação essa que foi confirmada pelo organizador com base no levantamento do feedback, um turista satisfeito, é um turista fidelizado e instrumento de marketing e os mesmos consideraram o evento tofo na rua de extrema importância para a promoção da praia do tofo e que sim recomendariam o evento e o destino a sua rede de contactos, pelo facto do evento ter superado as expectativas ainda na primeira edição, foi nessa perspectiva acredita-se que o evento teve um impacto significativo na promoção da praia, aliando-se a Getz (2005), a qualidade dos eventos é fundamental para garantir a satisfação dos turistas e sua disposição para recomendar o destino turístico a outras pessoas.

As Estratégias usadas para a consolidação do evento Tofo na Rua como ferramenta de promoção da praia de Tofo como destino, passam por criação de cooperação com operadores turísticos da localidade, em que os operadores divulgam o evento para os seus clientes e também quem sabe os levar para o evento, visto que é um atrativo turístico diferenciado e que podia certa forma ter muitos apreciadores, neste aspecto todos lados sairiam a ganhar, principalmente o destino em causa, colaborando com a ideia de Richards (2007), que destaca a importância da colaboração entre os diversos actores envolvidos na organização de eventos culturais, incluindo as autoridades locais, as empresas de turismo e as comunidades locais, vê a colaboração como fundamental para garantir a qualidade dos eventos, bem como para promover a sustentabilidade e a inclusão social.

Resposta a questão de partida

De uma forma geral, respondendo a pergunta de pesquisa o evento tofo na rua assume o papel de aumentar a visibilidade da praia de tofo, atrair mais turistas para região principalmente no período do evento, trazendo valorização a cultura local, diversificando assim as actividades e oferta turísticas do destino, e permite a interação com a comunidade local de modo que haja difusão cultural e traz benefícios económicos para a comunidade local (artistas, expositores, grupos culturais e os demais intervenientes)

4. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

4.1. Conclusão

Os eventos turísticos são uma importante ferramenta para o desenvolvimento do turismo, contribuindo para atrair turistas, gerar receita, promover a imagem do destino, estimular o desenvolvimento econômico e promover a cultura e a identidade local. Eventos culturais são aqueles que têm como objetivo promover, celebrar e difundir aspectos da cultura de uma determinada comunidade, região ou país. Eles são uma manifestação importante da identidade cultural de um povo e podem envolver diversas formas de expressão artística, tradicional, histórica e social. Esses eventos desempenham um papel crucial na promoção dos destinos turísticos, e o evento Tofo na Rua desempenha um papel significativo na promoção da Praia de Tofo como destino turístico. Ao oferecer uma rica experiência cultural, esse evento estimula o interesse dos turistas, atraindo-os para além das belas paisagens naturais da região, através de uma variedade de atividades culturais autênticas, o festival contribui para a diversificação das opções de lazer e o fortalecimento da identidade local.

O Tofo na Rua, é um evento cultural em fase embrionária enfrenta ainda muitas dificuldades, mas na sua primeira edição, com base nas opiniões colhidas é possível perceber que o mesmo desempenha um papel crucial na promoção da praia de Tofo como destino turístico. Ao oferecer uma experiência autêntica, que valoriza a cultura local, gastronomia e atrativos turísticos da região, o evento cria um impacto positivo na percepção de Tofo como um destino atrativo e encantador para os viajantes, pois conseguiu satisfazer o seu público alvo. Além disso, a estratégia de marketing integrada e o envolvimento da comunidade local contribuem para a consolidação do evento como uma ferramenta efetiva de promoção, o mesmo trouxe um impacto positivo no que diz respeito a promoção, valorizando a imagem do destino e diversificando a oferta turística, validando assim a primeira hipótese proposta.

O evento aumenta a visibilidade da praia de tofo, valoriza a imagem do destino e cultura local, gera empregos que o fazem impulsionar a economia do país, diversifica a oferta que pode ser muito bem aproveitada pelos diversos operadores turísticos, de enfatizar que

tem alguns aspectos negativos que serão deixados como recomendações para se melhorarem nas próximas edições.

Em síntese, a contribuição do festival Tofo na Rua para a promoção da Praia de Tofo como destino turístico é notável, mostrando que a celebração da cultura e tradições locais não apenas enriquece a experiência dos turistas, mas também contribui para o desenvolvimento econômico e social da região. Através de eventos culturais como esse, os destinos turísticos podem conquistar o coração dos viajantes, oferecendo-lhes não apenas belezas naturais, mas também uma imersão autêntica na riqueza cultural de suas comunidades. Isso, por sua vez, cria uma conexão significativa entre os turistas e o destino, fomentando um turismo mais consciente, responsável e sustentável.

4.2. Recomendações

- Aumentar a periodicidade do evento, 3 dias são poucos para o evento da dimensão
- Investir no marketing, não só focar-se em redes sociais e panfletos (parcerias com tv's e rádios locais poderá ser de mais valia.
- Parcerias contínuas, manter parcerias com operadoras turísticas, hotéis e outras entidades envolvidas no setor é fundamental para fortalecer a promoção da praia de Tofo. O trabalho em conjunto aumenta o alcance da divulgação e oferece aos turistas uma experiência completa.
- Sustentabilidade, é importante manter a sustentabilidade em mente ao promover Tofo como destino turístico através do evento. Implementar práticas responsáveis em relação ao meio ambiente, cultura e economia local contribuirá para a preservação da beleza e autenticidade da praia.
- Inovação, buscar constantemente inovar no evento Tofo na Rua e nas estratégias de promoção ajudará a manter a relevância e o interesse dos viajantes. Novos temas, actividades ou abordagens podem surpreender e atrair um público mais amplo, uma vez que o turista actual é exigente e actualizado.

- Apoio Governamental: Buscar apoio do governo local e regional para investir em infraestrutura turística e em ações de marketing conjunto é uma forma eficiente de fortalecer o evento e conseqüentemente a promoção de Tofo como destino turístico
- Monitoramento e Feedback: Continuar a monitorar os resultados das estratégias de promoção e coletar feedback dos turistas é fundamental para identificar pontos fortes e áreas de melhoria. Essas informações orientarão decisões futuras e aprimoramentos na promoção.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. AGAPITO, D. (2010). *O Turismo Cultural e a Sustentabilidade dos Destinos*. In Cadernos de Economia, 89(2), 45-60.
2. ANDRADE, Renato Brenol, (2002). *Manual de Eventos*. EDUCS. Caixas do Sul
3. BUHALIS, D.; COSTA, C. (2006) *Tourism business frontiers: Consumers, products and industry*. Butterworth-Heinemann.
4. BUTLER, R. W. (1980). *The concept of a tourism area cycle of evolution: implications for management resources*. Canadian Geographer, 24, 5-12
5. CERVO, A. L. et al. (2007) *Metodologia científica*. 6ª Ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall
6. CUNHA, L. e ABRANTES, A., (2013). *Introdução ao Turismo*. 5ª ed. Lisboa: Lidel
7. CRUZ, G., GONÇALVES, S., FILHO, S. E. M. S. & SANTOS, W. B. V. (2008). *Promoção de destinos: um olhar ético cultural sobre as operadoras turísticas*. In Anais do V Seminário da ANPTUR, Belo Horizonte/MG, 25-26 Ago. 2010
8. DE ALBUQUERQUE, Soraya Sousa. (2004). *Turismo de Eventos - A Importância dos Eventos para o Desenvolvimento do Turismo*. (Monografia). Centro de Excelência em Turismo. Universidade de Brasília,
9. GETZ, D. (2005). *Event Studies: Theory, Research and Policy for Planned Events*. Butterworth-Heinemann.
10. GETZ, D. (2007). *Event Management and Event Tourism (2nd ed.)*. Cengage Learning.
11. GIL, António Carlos (2002). *Como elaborar projectos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas

12. Gil, António Carlos (2008). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 6 ed. São Paulo: Atlas.
13. Hall, C. M. (1992). *Tourism and Politics: Policy, Power and Place*. Wiley.
14. KNECHTEL, Maria do Rosário (2014). *Metodologia da pesquisa em educação: uma abordagem teórico-prática dialogada*. Curitiba: Intersaberes
15. LAWS, E.(1995). *Tourist Destination Management*. London: Routledge
16. MATIAS, Marlene. (2004). *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. 3ª ed. Barueri: Manole.
17. MATIAS, M. (2010), *Organização de eventos: procedimentos e técnicas*. Barueri - SP: Editora Manole. 5ª Edição.
18. MATIAS, M. (2011). *Eventos e Turismo: Estudo de Caso sobre o Impacto de Eventos Culturais na Promoção de Destinos Turísticos*. (Tese de Doutorado). Universidade X.
19. MELO NETO, F. P. D. (2003). *Marketing de Eventos*. Rio de Janeiro: Sprint.
20. MENDIRATTA, A (2010). *Festivals – A Tourism Invitation To The World..* s.l: Compass - Insights Into Tourism Branding .
21. MWAKALINGA, Emmanuel A. (2018). *O papel dos eventos na atratividade turística do município de Inhambane*. Monografia. UEM-ESHTI
22. OMT (Organização Mundial do Turismo). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: ROCA, (2001)
23. RICHARDS, G. (2007). *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. Routledge
24. URRY, John. (1990). *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Societies*. London: Sage Publications.

25. URRY, J. (1996). *O olhar do turista: Lazer e viagens nas sociedades contemporâneas*. São Paulo: Studio Nobel.
26. SILVA, António Carlos R. (2008). *Metodologia da pesquisa aplicada a contabilidade: Orientações de estudo, projectos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses*. 2ª edição, Altas S.A.
27. TORRES, Z. (2004): *Animação turística*. 3ª edição: editora Roca
28. VILELAS, José. (2009); *Investigação: O Processo de construção do Conhecimento*. 1ª edição: edições Sílabo.
29. ZACARIAS, Daniel. A. (2015). *Turismo em áreas balneares: uma análise da interação entre residentes e visitantes na Praia do Tofo, Moçambique*. Revista de Gestão Costeira Integrada, 15(2):179-191.
30. ZANELLA, L. C. (2012). *Manual de organização de eventos: planeamento e operacionalização*: Atlas. 3ª Edição

Fontes Orais

1. CUAMBA, José Gabriel. (2023). Assistente Administrativo da Associação Khethu.

APÊNDICES

APÊNDICE A- Guião de entrevista direccionada a organizacao do evento



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

Este guião de entrevista tem o objetivo de coletar informações sobre o *papel dos eventos culturais na promoção dos destinos turísticos, com foco na contribuição do Tofo na Rua para a promoção da Praia de Tofo* como destino turístico. Suas respostas serão tratadas de forma confidencial, e será administrado organizadores do evento tofo na rua. Os dados recolhidos serão apurados para a consolidação de um trabalho de pesquisa que será apesentado a Escola superior de hotelaria e turismo de Inhambane, para efeitos de culminação de curso de Licenciatura em Animação turística. caso recorde de algo que pretende partilhar, contacte: matiasvaz57@gmail.com , +258 844 758 151

Nome _____

Instituição _____

Cargo _____

1. Na sua opinião, qual é a importância dos eventos culturais na promoção dos destinos turísticos? Explique brevemente.
2. Você acredita que o Tofo na Rua desempenhou um papel significativo na promoção da Praia de Tofo como destino turístico na sua primeira edição? Por quê?
3. Quais são as principais atividades culturais oferecidas durante o Tofo na Rua que contribuem para a promoção da Praia de Tofo como destino turístico?
4. Quais são as estratégias usadas para a consolidação do evento Tofo na Rua como ferramenta de promoção da praia de Tofo como destino turístico?

APÊNDICE B- Guião de questionario direccionada aos turistas que participaram do evento



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

Prezado Turista,

Este guião de entrevista tem o objetivo de coletar informações sobre o *papel dos eventos culturais na promoção dos destinos turísticos, com foco na contribuição do Tofo na Rua para a promoção da Praia de Tofo* como destino turístico. Suas respostas serão tratadas de forma confidencial, e será administrado organizadores do evento tofo na rua. Os dados recolhidos serão apurados para a consolidação de um trabalho de pesquisa que será apesentado a Escola superior de hotelaria e turismo de Inhambane, para efeitos de culminação de curso de Licenciatura em Animação turística. em caso de dúvida, contacte: matiasvaz57@gmail.com , +258 844 758 151

1. Género:

a) Masculino (___)

b) Feminino (___)

2. Faixa etária:

a) Menos de 18 anos (___)

b) 18-24 anos (___)

c) 25-34 anos(____)

d) 35-44 anos (___)

e) 45-54 anos (___)

f) 55 anos ou mais (___)

3. Qual é a sua origem geográfica?

a) Nacional (dentro do país) _____

b) Regional (países vizinhos) _____

c) Internacional (outros continentes) _____

4. Como você ficou sabendo do evento Tofo na Rua?

a) Mídias sociais_____

b) Indicação de amigos ou familiares _____

c) Agência de

viagens_____

d) Site oficial do evento_____

e) Outros (especificar)

5. Qual é o principal motivo que o(a) levou a visitar a Praia do Tofo durante o evento Tofo na Rua?

- a) Participação nas atividades culturais ____
- b) Conhecer a cultura local ____
- c) Atrações turísticas da região ____
- d) Praia e atividades aquáticas ____
- e) Outro (especificar) _____

6. Na sua percepção, que importância o evento tofo na rua na promove a praia como destinos turístico?

- a) Pouco importante ____
- b) Moderadamente importante ____
- c) Importante ____
- d) Muito importante ____

7. Você considera que o evento Tofo na Rua contribuiu para a sua decisão de visitar a Praia do Tofo?

- a) Sim ____ b) Não ____ c) Parcialmente ____

8. O evento conseguiu o satisfazer como evento cultural

- a) Sim ____ b) Não ____ c) Talvez

9. O Tofo na Rua atendeu às suas expectativas como evento cultural?

- a) Sim ____ b) Talvez ____ c) Não ____

10. Na sua opinião, qual é a contribuição específica do Tofo na Rua na Promoção da Praia do Tofo como destino turístico?

- a) Aumento da visibilidade da Praia do Tofo ____
- b) Atração de mais turistas para a região ____
- c) Valorização da cultura local ____
- d) Melhoria da infraestrutura turística ____
- e) Outro (especificar) _____

11. Em sua opinião, o Tofo na Rua influenciou a sua percepção sobre a Praia do Tofo como destino turístico?

a) Sim ____

b) Não ____

c) Não tenho certeza _____

12. Você recomendaria a Praia do Tofo como destino turístico a outras pessoas?

a) Sim, definitivamente ____ b) Talvez ____ c) Não ____

13. Na sua opinião, quais aspectos poderiam ser melhorados no evento Tofo na Rua para aumentar sua eficácia na promoção do destino turístico?

APÊNDICE B- Guião de questionário traduzido para a língua inglesa



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

Dear Tourist,

This interview guide aims to collect information about the role of cultural events in promoting tourist destinations, with a focus on the contribution of "Tofo na Rua" to the promotion of Praia de Tofo as a tourist destination. Your responses will be treated confidentially and will be administered by the organizers of the "Tofo na Rua" event. The data collected will be used for the consolidation of a research project that will be presented to the School of Hotel Management and Tourism of Inhambane as part of the culmination of the Bachelor's degree in Tourist Animation. In case of any questions, please contact: matiasvaz57@gmail.com, +258 844 758 151.

1. Gender:

a) Male () b) Female ()

2. Age range:

a) Under 18 years () b) 18-24 years () c) 25-34 years () d) 35-44 years ()
e) 45-54 years () f) 55 years or more ()

3. What is your geographical origin?

a) National (within the country) ____ b) Regional (neighboring countries) ____ c) International (other continents) ____

4. How did you learn about the "Tofo na Rua" event?

a) Social media ____ b) Recommendations from friends or family ____ c) Travel agency ____ d) Official event website ____ e) Other (specify) _____

5. What was the main reason that led you to visit Praia de Tofo during the "Tofo na Rua" event? a) Participation in cultural activities ____ b) To experience the local culture ____

c) Touristic attractions of the region ____ d) Beach and water activities ____

e) Other (specify) _____

APÊNDICE C- Imagens da realização do evento Tofo na rua



Figura 13 e Figura 14- Ilustração da rua principal do evento

Fonte: Associação KHETHU (2022)



Figura 15- Visita do governador da província no evento

Fonte: Associação KHETHU (2022)



Figura 16- Ilustração dos expositores e publico participante

Fonte: Associação KHETHU (2022)