

338. 486 (679) *gest-230*

NHATES

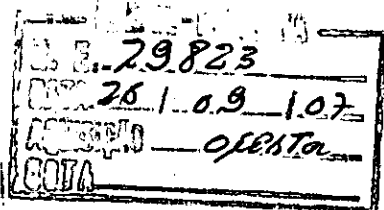
e.2

O IMPACTO DO TURISMO NO DESENVOLVIMENTO DE  
MOÇAMBIQUE

Nome: BAPTISTA CÂNDIDO SARMENTO NHANOMBE

Maputo, Agosto de 2007

Trabalho de Licenciatura em Gestão  
Universidade Eduardo Mondlane  
Faculdade de Economia  
Maputo



## DECLARAÇÃO

Declaro que este trabalho é da minha autoria e resulta da minha investigação. Esta é a primeira vez que o submeto para obter um grau académico numa instituição educacional.

Maputo 15 de Agosto de 2007



---

### Aprovação do júri

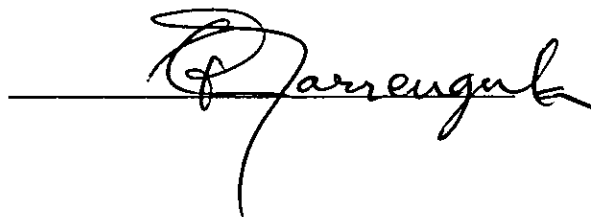
Este trabalho foi aprovado no dia \_\_\_\_ de \_\_\_\_\_ de 2007 por nós, membros do júri examinador da Universidade Eduardo Mondlane.

Presidente do júri



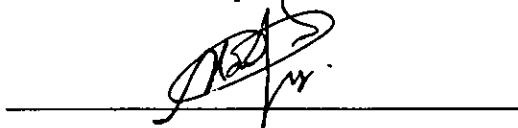
---

Arguente

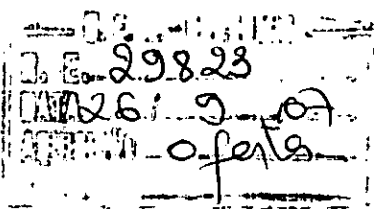


---

Supervisor



---



## DIDICATÓRIA

À minha mulher, Ana Comoane, filhos, irmãos, a minha falecida mãe, Helena José Mazia (Anifa Abdul Mahamade), que apesar de imensas dificuldades de várias ordens, deram o seu máximo para que o meu sonho de me formar um dia fosse real.

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a todos que directa e indirectamente contribuíram para que este trabalho se tornasse realidade e, em particular para as instituições e empresas que deram o seu contributo material e intelectual:

Ao Prof. Doutor. Manoela Sylvestre meu supervisor, que deu grande contributo intelectual e moral.

A equipe de professores que muito me ensinaram, amigos em geral pelo apoio prestado durante a minha formação; aos meus colegas de curso.

## LISTA DAS PRINCIPAIS ABREVIATURAS

ACP .....	África, Caraíbas e Pacífico
BM.....	Banco Mundial
CRM .....	Constituição da República de Moçambique
IDE .....	Investimento Directo Estrangeiro
MA .....	Ministério da Agricultura
MICOA .....	Ministério para a Coordenação da Acção Ambiental
MITUR .....	Ministério do Turismo
NEPAD .....	New Partnership for African Development
NU .....	Nações Unidas
OMT .....	Organização Mundial do Turismo
ONG's.....	Organizações Não Governamentais
PARPA .....	Plano de Acção do Governo a Para Redução da Pobreza Absoluta
PDs .....	Países Desenvolvidos
PMAs.....	Países Menos Avançados
PIB .....	Produto Interno Bruto
PP .....	Políticas Públicas
PVDs .....	Países em Vias de Desenvolvimento
S.A.D.C. ....	Comunidade de Desenvolvimento da África Austral

## LISTA DE TABELA E QUADROS

Tabela 1: Impacto do turismo na balança de transacções correntes .....	23
Tabela 2 : Mapa comparativa das receitas em transacções correntes .....	26
Quadro 1: Postos de emprego criados no período compreendido entre 2000-2006 ..	28
Quadro 2: Projectos de investimentos realizados no sector do turismo 2000 – 2006..	29

## RESUMO:

Este trabalho pretende apresentar algumas reflexões a propósito do “impacto do turismo no desenvolvimento de Moçambique”. Começa por definir a origem, a localização no espaço e no tempo do conceito do turismo, de seguida caracteriza o turismo como indústria, o seu funcionamento, os impactos nos domínios económicos, sociais, culturais e ambientais e finaliza com algumas recomendações e conclusões.

O turismo em Moçambique tem dado um grande contributo na luta contra a pobreza através da valorização dos recursos naturais e do património histórico e cultural, é visto como um “sector complementar” pelo seu carácter transversal, atinge todas as actividades económicas e sociais, e funciona como catalizador dos transportes aéreos, terrestres, marítimos e fluviais; estimula a produção agrícola e as pescas; fixa o investimento à terra catalizando a construção civil, contribuindo desta forma nos esforços de diversificação da economia; estabelece ainda a harmonia entre os homens, despindo-os de complexos sociais, provocando contactos e compreensão entre diferenciados extractos sociais,

A indústria turística em Moçambique, reposiciona-se conquistando hoje o seu espaço no mercado turístico regional e internacional. Os impactos económicos são marcantes através da promoção de emprego, da criação de oportunidades de investimento e geração de rendimentos que contribuem para a melhoria da balança de pagamentos

O turismo em Moçambique está gradualmente a recuperar o seu lugar na economia nacional. O crescimento dos investimentos ao longo dos últimos anos que resultaram na expansão de capacidade de alojamento e dos serviços similares e no melhoramento da qualidade do produto são factores que testemunham o futuro encorajador desta indústria no País.

## INDICE

CAPA .....	i
DECLARAÇÃO .....	ii
DIDICATÓRIA .....	iii
AGRADECIMENTOS .....	iv
LISTA DE ABREVIATURAS .....	v
LISTA DE TABELA E QUADROS .....	vi
RESUMO .....	vii
INDICES .....	viii
CAPÍTULO I. INTRODUÇÃO	
1.1. Contextualização .....	1
1.2. Objectivos .....	2
1.2.1. Objectivos gerais .....	2
1.2.2. Objectivos específicos .....	2
1.3. Delimitação do Problema .....	2
1.4. Justificação da escolha do tema .....	3
1.5. Metodologia .....	3
CAPÍTULO II 2. ENQUADROMENTO TÉORICO	
2.1 Origem e Conceito de Turismo .....	4
2.2. O turismo como fenómeno social e económico .....	4
2.3. Conceito de turismo .....	5
2.3.1. Turismo como sinónimo de viagem .....	5
2.3.2. Turismo como actividade económica .....	6
2.4. Turista .....	7
2.5. Turismo .....	8
2.6. As várias formas e modalidade de turismo .....	8
2.7. O Turismo como indústria .....	13
2.7.1. Aspectos gerais .....	13
2.7.2 O funcionamento da indústria turística .....	15



### CAPÍTULO III . IMPACTO DO TURISMO NOS VÁRIOS DOMÍNIOS

3.1. Visão geral .....	17
3.2. Recursos naturais Versus recursos turísticos.....	18
3.3. No caso específico de Moçambique .....	19
3.4. O Turismo como alternativa de desenvolvimento em Moçambique .....	20
3.5. O efeito multiplicador do turismo na perspectiva de Moçambique .....	23
3.6. Impacto do turismo na formação do PIB .....	25
3.6.1. Elementos determinantes .....	27
3.7. Resumo dos Impactos económicos positivos .....	27
3.7.1. Impactos económicos directos, indirectos e induzidos .....	29
3.7.2. Efeito demonstração: efeito directo .....	30
3.7.3. Efeitos sócio-culturais indirectos e induzidos .....	31
CAPITULO IV. CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES	
4.1 Conclusões .....	33
4.2. Recomendações .....	34
BIBLIOGRAFIA .....	35

### ANEXOS

## CAPITULO I. INTRODUÇÃO

### 1.1 Contextualização

O Impacto do Turismo no Desenvolvimento de Moçambique, o presente tema enquadra-se no contexto do desenvolvimento, primícia básica para a solução de problemas que afectam Moçambique, existe um reconhecimento mais ou menos generalizado segundo o qual o turismo é a indústria que pode conduzir a um rápido crescimento económico.

Tal reconhecimento tem vindo a sustentar a opção de Moçambique e o seu Governo na promoção do turismo e sua eleição como sector privilegiado de desenvolvimento sócio-económico. No caso particular de Moçambique o turismo, mais do que uma simples opção, é visto como uma indústria alternativa e um poderoso instrumento de combate à pobreza extrema que afecta o povo. Assim, por exemplo, o Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Moçambique 2004 – 2013 refere que “um número crescente de Agências de Desenvolvimento Internacionais e Governos estão a reconhecer o papel importante que o turismo pode ter na luta contra a pobreza (MITUR 2004: 7).

A União Africana (UA) partilha do mesmo entendimento. Por isso, na sua agenda reflectida no plano de acção contido no documento sobre a Nova Iniciativa para o Desenvolvimento de África (NEPAD) “Plano de Acção” (2004: 4). É assim que em Moçambique prevalece a mesma convicção de que o turismo pode acelerar a redução dos actuais níveis de pobreza cuja Taxa de Incidência reduziu de 69.4, para 54.1, entre 1996-97 e 2002-03,

## **1.2. Objectivos**

### **1.2.1. Objectivos gerais**

O objectivo geral do trabalho é mostrar a importância e eficácia do turismo como motor de desenvolvimento. Com maior ênfase para o papel importante que o turismo pode ter na luta contra a pobreza.

### **1.2.2. Objectivos específicos:**

Duma forma específica, o trabalho mostra a importância do turismo no desenvolvimento económico de Moçambique, determinando, em concreto, quais os impactos económicos, sócio-culturais e ambientais que justificam que Países Menos Avançados como Moçambique onde “mais de metade da população nem chega a alcançar os padrões de vida básicos empregues para projectar as linhas de pobreza” (Purdue 2004).

- Avaliar os impactos que deverão ser tidos em conta, particularmente na definição de uma política do turismo e conseqüentemente, determinar os principais factores estratégicos para a sua mitigação e desenvolvimento de turismo sustentável;

- Por último, ponderar sobre as perspectivas de evolução do turismo e sua contribuição na economia mundial, em especial de Moçambique.

## **1.3. Delimitação do problema**

O presente trabalho levanta, à partida, o problema de saber como é que se devem conciliar o interesse económico do sector do turismo e o objectivo de tornar esta actividade uma verdadeira alavanca de desenvolvimento de Moçambique, através de uma abertura cada vez maior aos investimentos privados, sobretudo estrangeiros, e de atracção de maior número possível de turistas nacionais e internacionais, tornando um destino acessível, e preferido em Africa

#### **1.4. Justificação da escolha do tema**

Várias razões concorrem para a escolha do tema em apreço. Desde logo, a crescente relevância que se atribui ao turismo, fundada na ideia de que actualmente é uma das maiores senão mesmo a maior indústria, susceptível de proporcionar aos países destinatários um rápido crescimento económico, donde que os países tudo fazem para aperfeiçoar os seus produtos e serviços turísticos, por forma a melhor se posicionarem na conquista da clientela.

Uma segunda razão prende-se com o facto de que em Moçambique, o turismo é visto como instrumento de combate à pobreza, por isso, privilegiado pelo Governo que atribuí a este sector grande importância económica e social, face à alegada capacidade de o turismo gerar receitas e novos postos de trabalho.

Uma outra razão, válida também para justificar a escolha do tema, relaciona-se com o grande desafio que se impõe ao país, no sentido de aguentar com as pressões da globalização e desenvolver capacidades para lidar com as regras de jogo que este fenómeno impõe e, além disso, promover de forma gradual a integração do país na economia mundial.

#### **1.5. Metodologia**

O trabalho é essencialmente uma análise bibliográfica, sustentada pela análise da informação estatística disponível. De facto, para alcançar os objectivos acima formulados e, considerando as possibilidades de realização deste estudo, foi feita:

- Revisão bibliográfica, incluindo alguma literatura de fontes internas e externas, sobre desenvolvimento, turismo e outros conceitos relevantes e também informação electrónica disponível na Internet, dada a exiguidade de fontes em Moçambique, sobretudo na área do turismo, um campo de estudo bastante jovem, para efeitos de recolha de elementos de comparação.

- Visitas a alguns lugares de interesse turístico, no País, (Bazaruto Lodge, Barra Lodge na Província de Inhambane, Ponta de Ouro em Maputo), destinadas a avaliar in loco o impacto do turismo;

- Algumas entrevistas com funcionários-chaves do MITUR, as quais permitiram a percepção dos aspectos práticos de desenvolvimento do turismo e que ajudou a completar e a precisar melhor a informação.

- Finalmente, a análise e interpretação dos dados recolhidos de diferentes fontes, visando avaliar o impacto do turismo no desenvolvimento bem como os índices e perspectivas de crescimento do turismo em Moçambique e no mundo e os desafios que ainda se impõem aos Países Menos Avançados.

## **CAPÍTULO II. ENQUADRAMENTO TEÓRICO**

### **2.1. Origem e Conceito de Turismo**

A palavra turismo tem sua origem na expressão inglesa Tourism que por sua vez deriva do vocábulo francês *tour/tourist*, e “corresponde ao conceito de Viagem de descoberta, de exploração, de reconhecimento”, A partir do Grand Tour nascem, por derivação, também os conceitos de turismo e de turista (Oliveira 2001: 17). Deste modo, entende-se turismo como sinónimo de viagem, ainda no século XIX ingleses pertencentes à aristocracia diziam *fair un tour* (dar uma volta), referindo-se ao acto de viajar pelo próprio continente europeu. A prática do turismo entretanto intensificou-se no século XX em decorrência da modernização tecnológica, responsável por uma revolução nos meios de transporte e por novos recursos de engenharia e arquitectura, cujos reflexos afectaram a construção civil e, portanto, no sector de turismo

### **2.2. O turismo como fenómeno social e económico**

Com a revolução industrial o conceito do turismo evoluiu, passando a incorporar aspectos sociais e económicos. O fenómeno de massas que o Grand Tour representava no início, particularmente influenciado pela revolução industrial cuja época foi marcada por grandes movimentações turísticas, transformou-se num fenómeno social. Este, por sua vez, determinou processos económicos nos quais são envolvidas milhares e milhares de pessoas que actuam como turistas, fornecedores ou simples consumidores de produtos ou serviços turísticos. Deste modo, o fenómeno turístico apresenta-se, de forma inegável, com uma dimensão económica e outra social (Oliveira 2001).

Na sua dimensão económica, o turismo constitui uma fonte de geração de divisas e favorece o desenvolvimento de outras actividades: de transporte, de produção de produtos alimentares ou de outra natureza, de recreação, artesanato, pesca, entre outras.

Pode-se, então, dizer que na perspectiva económica, o turismo cria riqueza e emprego, na medida em que envolve um processo de produção de bens e serviços. E, nesse processo de criação de riqueza funciona também como estímulo em relação a outras actividades económicas (de construção, mobiliário, têxteis, agrícola, etc).

Na sua dimensão social, o turismo aproxima os povos, reforça a unidade social e a ideia da chamada aldeia global, baseada no incremento dos contactos entre os homens, promove a reafirmação do próprio Homem, tornando-o cada vez mais solidário com os outros, independentemente das fronteiras, cria oportunidades de emprego e melhora a qualidade de vida das populações.

É também nesta componente que as relações interpessoais jogam um papel importante porquanto, dependendo da maior ou menor hospitalidade das comunidades anfitriãs, se pode influenciar a prosperidade de um determinado destino turístico (MITUR 2004).

## **2.3. Conceito de Turismo**

### **2.3.1. Turismo como sinónimo de viagem**

Da origem histórica do turismo pode-se dizer que o seu conceito revela-se primordialmente equivalente a “ viagem ” e, neste sentido, está ligado à essência da condição humana e, como tal, à própria civilização do Homem.

Assim, resulta que o elemento essencial do turismo é a viagem com retorno. E, tendo em conta que viajar é próprio do Homem e, por isso, faz parte da história da humanidade e da sua civilização o turismo surge como condição imprescindível da existência do Homem.

Do que acima se expõe resulta que a característica essencial do turismo é o movimento que determinada pessoa (o turista) faz, saindo do lugar de sua residência habitual para outro, retornando depois à casa.

As motivações para tal movimento são várias e distintas, podendo apontar-se: a saúde, cultura, lazer, investigação, aventura, entre outros, conforme as condições ambientais

existentes no lugar de destino. No entanto, em quase todas essas formas, está presente um elemento económico (Lage e Milone 2001: 44).

### **2.3.2. Turismo como actividade económica**

Quer em face das diferentes definições avançadas sobre o turismo quer em face das diferentes perspectivas sob as quais o conceito do turismo pode ser analisado.

Sendo que o turismo pode ser visto não apenas como uma viagem mas, também como todo um conjunto de acções levadas a cabo tanto pelo sector público como pelo sector privado, concorrendo para a organização e funcionamento do sector do turismo e para a oferta de serviços ou produtos turísticos, a turistas e consumidores, de forma sã e sustentável.

O turismo surge, neste âmbito, como uma actividade económica - a actividade turística - realizada no âmbito de uma parceria entre os sectores público e privado, sem prejuízo do papel específico de cada um, com vista à satisfação das necessidades dos turistas ou consumidores de produtos ou serviços turísticos. Aliás, mesmo para os autores que consideram o turismo como uma viagem há que ter em conta que como tal envolve muitos outros aspectos a serem considerados para que essa viagem se torne num conjunto de experiências agradáveis para o turista.

Assim, o turismo não pode ser visto apenas no sentido de uma simples deslocação de um lugar para outro mas, como um conjunto de experiências e emoções que essa deslocação proporciona ao turista através da mudança, do seu lugar habitual para outro.

Entre os factores que proporcionam ao turista o prazer e a alegria de mudança do lugar releva o transporte, incluindo a sua comodidade e conforto.

No seu sentido amplo, o conceito de turismo representa um ramo de actividade em que várias forças nomeadamente, o sector público e o sector privado interagem na realização das actividades turísticas compreendidas neste mesmo ramo. No entanto, convém salientar que embora as acções do sector público e do sector privado concorram para a realização do mesmo fim, não são iguais as respectivas funções.

O Governo há de ter, prevalentemente, funções de soberania como, a regulação, fiscalização e controlo da actividade turística, enquanto que o sector privado, pela essência do seu substrato empresarial, cujo escopo é a realização do lucro, há de se

ocupar dos investimentos na área do turismo, optando por qualquer uma das várias actividades turísticas como a hotelaria, restauração, mergulho, agenciamento de viagens, entre outras que a definição adoptada permite cobrir.

Na prática, porém, o conceito de turismo terá de ser determinado em função do contexto em que o termo é empregue, tendo em conta as duas principais acepções: turismo como viagem e turismo como actividade económica, sendo certo que entre os dois existe uma certa relação.

A viagem constitui um elemento essencial do turismo mas, não bastante para definir o seu conceito, o qual deve ser entendido em primeiro lugar como um conjunto de actividades e relações que se estabelecem por ocasião de uma viagem e exercidas de forma profissional (Comoane 2005: 68).

#### **2.4: Turista**

De acordo com (Lage e Milone 2001: 44), o turista é aquele que viaja para regiões que distanciam mais de 50 milhas dos locais de residência e que permaneça mais de 24 horas nos locais visitados.

Tendo em conta a fixação de um período mínimo de 24 horas, pode-se perguntar como classificar aqueles que viajam, por exemplo, por motivos de lazer ou para atender um workshop, permanecendo no destino apenas algumas horas que no total não perfazem 24 horas? Com efeito, hoje em dia, pode-se tomar pequeno-almoço num país e jantar ou mesmo almoçar noutra (Ruschmann 2004: 153), argumenta que a (WTO 1981), recomenda que pessoas que viajam dentro do país no qual residem por menos de 24 horas (sem pernoite) com os mesmos objectivos de turistas são Recreacionistas. E aqueles que visitam um país por menos de 24 horas (sem pernoite), são Excursionistas internacionais.

Nesta breve definição de turista, dois elementos básicos determinam o conceito de turista.

O primeiro refere-se ao carácter temporário da viagem empreendida pelo turista, de modo que este parte de um lugar, geralmente o da sua residência habitual, para outro, permanecendo neste último por um certo e determinado período de tempo. Neste contexto, o turista não se confunde com o viajante comum, pois este pode bem viajar por tempo indeterminado.



O segundo elemento, é a liberdade que caracteriza a viagem do turista diferentemente do militar, do estudante ou do trabalhador que o faz em cumprimento de um dever patriótico, académico ou laboral, nem sempre voluntário, mesmo nos últimos dois casos.

## **2.5. Turismo**

O conceito de turismo cobre diferentes formas, de acordo com os objectivos que os turistas ou consumidores de produtos turísticos têm em vista e que os levam a empreender uma determinada viagem ou a optar por determinado tipo de serviços ou produtos.

Assim, enquanto que para uns o interesse é o recreio ou o lazer, para outros será a cultura de um determinado povo enquanto para outros ainda, será a busca de soluções para a sua saúde ou simplesmente a prática de um determinado tipo de desporto (Ruschmann 2006).

## **2.6. As várias formas e modalidades do turismo**

Considerando, pois, as várias motivações que levam os turistas a deslocar-se a um determinado lugar, a doutrina distingue várias formas de turismo, das quais se destacam:

- **Turismo de lazer** referente a viagens de mero passeio, em que o turista pretende tão somente mudar de ares, conhecer novos lugares, passar férias ou visitar amigos.

Em princípio, este tipo de turismo pode ser praticado em qualquer lugar. No entanto, parece importante que o local escolhido seja o mais tranquilo possível e possua infra-estruturas de boa qualidade, susceptíveis de proporcionar ao visitante maior gozo.

- **Turismo de praia e sol**, muito comum na maioria dos países africanos, enquadra – se precisamente nesta categoria. Turistas que visitam as praias têm interesse em nadar e também aproveitar fazer os chamados banhos de sol, numa mera actividade de lazer.

Este é o tipo de turismo que actualmente domina a indústria turística dos países situados em zonas tropicais como Moçambique, sendo responsável pelo maior movimento de turistas.

- **Turismo de eventos**, que se refere ao tipo de turismo realizado por ocasião de encontros de debate sobre matérias de interesse comum focalizando diferentes temas de âmbito profissional, cultural, desportivo ou outro. Actualmente constitui, o turismo de eventos, um dos mais importantes segmentos de chegadas internacionais. Contudo, é mais exigente ainda que o primeiro tipo pois, além de lugares de acomodação em quantidade e qualidade suficientes requer uma ampla e forte segurança, facilidades em termos de transporte e equipamentos de som, audiovisual e Internet.

- **O Turismo de eventos** compreende essencialmente: os congressos, convenções, seminários, mesas redondas, simpósios, seminários, painéis, conferências, fóruns, colóquios, palestras, exposições, salões e feiras, encontros, bolsas, festas, festivais, "workshops" e "shows" nomeadamente, musicais.

Ao nível mundial, multiplicam-se os eventos que determinam o movimento de turistas para atender qualquer dos tipos de eventos acima indicados. Por exemplo, é comum organizarem-se seminários, mesas redondas, painéis, workshops, para apresentação ou debate público dos temas de actualidade e de interesse geral para uma determinada sociedade, grupo de países ou para a comunidade em geral.

No que diz respeito ao caso específico de turismo, as feiras internacionais e as bolsas de turismo constituem uma das formas de turismo de evento que de forma regular junta países de diferentes latitudes do mundo que se encontram num determinado ponto onde expõem e promovem os seus produtos turísticos. Além das feiras internacionais, podem organizar-se feiras regionais reunindo um grupo restrito de países de acordo com a sua localização geográfica, ou mesmo feiras nacionais que juntam participantes provenientes de diferentes províncias, por exemplo.

- **Turismo de águas termais**, aquele em que o produto em causa são águas hidro-minerais, naturais, conhecidas e procuradas pelas suas propriedades medicinais que os turistas procuram com o propósito de curar certo tipo de doenças ou simplesmente para o relaxe.

No entanto, não basta que um determinado país ou região tenha águas termais para se tornar um destino turístico, sendo necessário providenciar infra-estruturas, e equipamentos pertinentes quer para os turistas doentes como para seus acompanhantes e outros que visitam o lugar para simples recreio.

- **Turismo desportivo**, é o tipo de turismo relacionado com eventos desportivos e que envolve tanto os que vão participar como aqueles que vão simplesmente assistir a esses mesmos eventos. Pode ser de âmbito local, nacional, regional ou internacional, consoante a proveniência dos atletas que vão disputar os jogos.

O turismo desportivo é um importante veículo para o marketing das instituições, empresas e países, constituindo uma excelente oportunidade para o incremento dos rendimentos dos países acolhedores. A título de exemplo, a Austrália é citada como tendo logrado um crescimento de 31%, de um ano para outro e arrecadado três fabulosos prémios, na sequência da organização dos Jogos Olímpicos de Sydney que tiveram lugar em Julho de 2000, sendo o primeiro referente ao sucesso alcançado com a estratégia denominada Movimento Olímpico que proporcionou ao país 1, 6 milhão de visitantes e em que foram aplicados US\$ 6,5 biliões de dólares; o segundo refere-se ao Programa Olímpico de Relações com a Imprensa que gerou um ganho de US\$ 6,6 biliões em publicidade; E, o último diz respeito ao sucesso da campanha publicitária e foi atribuído à Australian Tourist Commission (ATC) juntamente com a Qantas Airways (Oliveira 2001: 17). Cientes do impacto que o turismo desportivo, sobretudo a nível internacional tem no desenvolvimento dos seus países, os Estados da região austral de África têm vindo a promover competições nas modalidades de futebol, voleibol, basquetebol e atletismo, actividades que contribuem para o desenvolvimento do turismo. Por isso, com a realização em vista do mundial de Futebol 2010, na África do Sul, países da região já estão a desenhar estratégias que incluem o aproveitamento dos benefícios no âmbito do turismo.

- **Turismo religioso**, aquele que tem a ver com as peregrinações religiosas referentes a visitas a lugares considerados sagrados como a nossa Senhora de Fátima em Namaacha e Portugal, pelos católicos e outros turistas e a Meca, pelos maometanos.

- **Turismo de juventude** também conhecido por **turismo juvenil**, é realizado por pessoas jovens, estudantes ou não, para festejar algum acontecimento, promover intercâmbios entre os jovens, principalmente durante as férias escolares. Para o efeito, os locais visitados devem oferecer condições de diversão.

- **Turismo social**, é organizado pelas entidades empregadoras a favor dos seus trabalhadores, especialmente em épocas cujos hotéis registam menos movimento de

hóspedes e como tal com os preços de alojamento mais baixos, ficando estes com o ónus de reembolsar os valores adiantados pelas empresas em condições vantajosas.

- **Turismo cultural**, o que envolve a participação em eventos ou acções de pesquisa por professores, estudantes, arqueólogos ou cientistas, com o objectivo de obter mais conhecimentos sobre determinada matéria. As viagens destinadas ao estudo das pinturas rupestres e outro tipo de objectos arqueológicos, através de escavações, no Egipto, constituem exemplo do turismo cultural.

A Declaração de ACRA, de Abril de 1995, sobre Turismo Cultural, desempenha um papel importante na promoção e preservação de lugares histórico-culturais dos povos, como forma de promover o turismo dos seus países,

Em Moçambique, por exemplo, são frequentes as visitas à Ilha de Moçambique, um distrito costeiro da Província de Nampula.<sup>1</sup>

O papel da UNESCO no âmbito do turismo cultural tem um grande impacto na promoção do Património da Humanidade e visa a protecção de bens ou recursos que pelo seu valor histórico, arquitectónico, natural ou cultural representam não só para os países onde os mesmos se localizam e para os quais tenham algum significado, por exemplo, na sua relação com os seus antepassados mas também interesse para toda a Humanidade. Neste sentido, os lugares como tal classificados têm um grande impacto no sector do turismo, pois, podem atrair turistas de vários quadrantes e desse modo contribuir para o seu desenvolvimento.

- Distinguem-se ainda o **turismo étnico e nostálgico**, praticado por aqueles que desejam visitar os seus locais de origem ou dos de seus antepassados ou por aqueles que viajam com o propósito de assistir ou observar as manifestações culturais dos povos nativos, diferentes dos que se podem observar nas cidades. Por exemplo, os rituais e outras cerimónias ligados a tradições de povos nativos.

- **Turismo gastronómico**, destina-se a promover os pratos típicos ou outros produtos oferecidos à mesa cujos sabores passam a constituir um atractivo aos turistas internacionais.

---

<sup>1</sup> UNESCO 1991- Classificado, em Dezembro de 1991, pela UNESCO, como Património Mundial em reconhecimento do alto valor histórico-cultural que representa a riqueza da diversidade cultural consubstanciando o entrosamento no oceano Índico de várias civilizações designadamente: swahili africa islâmica, árabe-indiana e portuguesa. <http://www.moztourism.gov.mz>

- **Turismo ecológico**, é geralmente praticado por pessoas provenientes de países industrializados interessadas em contemplar a natureza, em virtude de a partir dos seus países ter-se tornado difícil, por causa do desenvolvimento que determinou o desaparecimento de alguns recursos naturais ou em virtude de se tratar de espécies próprias das zonas tropicais. Tomou-se particularmente conhecido com a realização do ECO 92, no Rio de Janeiro e inclui, entre outros, o ciclismo, cavalgada, safari fotográfico e mergulho.

- **Turismo de aventura**, como o próprio nome refere, trata-se de um tipo de turismo praticado por aventureiros, pessoas dispostas a viver as maiores emoções, capazes de lhes aumentar a adrenalina. Estão neste conjunto, os alpinistas e os que fazem passeios de balão, boogie de pára-queda, etc.

- **Turismo de cruzeiros marítimos**, envolve as viagens de pessoas por navios devidamente equipados para oferecer a bordo praticamente todas as condições possíveis em terra e a preços competitivos.

- **Turismo de negócios**, praticado por pessoas de muitas posses, para reunir-se com os seus parceiros, fornecedores ou clientes e que viajam, em qualquer época do ano, normalmente por pouco tempo, dispostos a gastar mais em hotéis de luxo que ofereçam todo o tipo de facilidades.

- **Turismo de compras**, praticado por pessoas que viajam para adquirir produtos específicos, ou que sendo outro o motivo da viagem, entretanto, não conseguem regressar ao seu destino sem produtos de recordação específicos. Por exemplo, os chocolates suíços, os perfumes franceses, ou os bens de artesanato moçambicanos.

- **O Turismo da terceira idade** o qual, em geral, tem como emissores países desenvolvidos, sendo praticado por pessoas idosas, interessadas em repousar em lugares que disponham de belas paisagens, tranquilas e seguras.

- **O Turismo rural**, praticado por pessoas que viajam à busca de oportunidades para a prática de actividades só possíveis em zonas rurais como os passeios a cavalo, a caminhada pelos campos, os churrascos, entre outros).

- **O Turismo técnico** que consubstancia as viagens realizadas por aqueles que trabalham em áreas técnicas com o objectivo de conhecer, na prática, os processos de produção ou de adquirir experiências práticas sobre como resolver certo tipo de problemas técnicos.

Outras formas são nomeadamente: o **turismo de saúde** que se refere a viagens efectuadas por pessoas que pretendem serviços médicos especializadas; o **Turismo Gay (GLS)** que representa o tipo de turismo em recrudescimento, sobretudo nos países ricos e que envolve pessoas que estabelecem uma relação amorosa com pessoa do mesmo sexo; e, finalmente, o **Turismo de intercâmbio** que é o tipo de turismo convencionalmente praticado por jovens estudantes que realizam seus cursos fora dos países de residência e normalmente se hospedam em casas de famílias cujo contacto permite a rápida assimilação da matéria.

Note-se que a escolha que um determinado país faz para investir num determinado tipo de turismo deve levar em conta as condições existentes ou aquelas que potencialmente poderão ser criadas.

Cuba, por exemplo, consegue atrair maior número de pessoas interessadas no turismo de saúde, devido ao domínio que tem neste ramo e que constitui uma vantagem comparativa de maior valia, ainda por cima sem dependência de condições climáticas, ou seja, que pode ser praticada sem dependência da variação das estações do ano (Sumbana 2004: 86) e (<http://www.moztourism.gov.mz>).

## **2.7. O Turismo como indústria**

### **2.7.1. Aspectos gerais**

Mas, considerar o turismo como indústria parece entrar em contradição com o facto de se reconhecer que o turismo “tem a virtude, entre outras, de não ser poluente” (Santos 2004:15), quando comparado com a generalidade das indústrias normalmente responsabilizadas pela poluição do ambiente.

Tendo em conta a capacidade que o turismo tem de criar à sua volta um efeito multiplicador o autor Wahab considera que “O turismo é uma destas novas indústrias que são capazes de propiciar um rápido crescimento económico em ofertas de empregos, renda, nível de vida e activação de outros sectores produtivos do país receptor” (Wahab, em Ruschmann 2006: 300)

A consideração do turismo como indústria é de extrema importância porquanto dela decorrem importantes efeitos relacionados com o desenvolvimento e gestão da actividade.

### **2.7.2. O funcionamento da Indústria Turística**

O turismo como indústria constitui uma actividade que envolve uma combinação complexa de elementos não só humanos e materiais como também de natureza psicológica.

Do ponto de vista humano, são os transportadores, os agentes de viagem e de turismo, os operadores hoteleiros, etc. E, do ponto de vista material são os meios de transporte, os hotéis ou outros meios de alojamento turístico e demais serviços complementares.

Quanto aos elementos psicológicos e no que diz respeito ao turista, são as expectativas, as necessidades e as suas ansiedades, decorrentes daquilo que é a essência humana, envolvendo não só os sentimentos comuns como o amor, a angústia, o medo e outras emoções, algumas das quais incontroláveis ou irresistíveis mas, além destas, as emoções que o Homem frequentemente busca, construindo sonhos e fantasias e imaginando lugares desconhecidos ou experimentando o desejo de uma aventura. Consequentemente, procura formas de estímulo ou de concretização através de actividades de lazer, recreação, desporto, descanso, ou outras, incluindo aquelas que na prática envolvem certos riscos. Por vezes, é a simples necessidade de mudança, de sair do meio habitual, sobretudo para os que trabalham de forma intensiva.

Em todas ou pelo menos em quase todas estas situações, as viagens são um meio de concretização que exige da indústria turística a criação de condições de viagem, especialmente para o turista internacional, tais como: meios de transporte, alojamento e outros serviços fornecidos pelos intermediários entre o turista e os transportadores e os proprietários dos meios de alojamento.

O turista é normalmente influenciado por aquilo que ouve e sobretudo o que vê, i.e. aquilo que chega ao seu conhecimento e, em função disso, cria novos hábitos, ganha novos gostos, chegando até a mudar de comportamento. A via mais eficiente para a

transmissão de novos conhecimentos dos produtos e serviços turísticos é, sem dúvida, a inovação tecnológica,

Todos estes serviços e outros não mencionados constituem um sistema de cuja eficiência depende a qualidade do turismo a desenvolver. Este sistema caracteriza o funcionamento da indústria turística através de vários componentes independentes, todavia interactivos (Cunha 2001: 398).

Para que o turismo seja bem sucedido é necessário que cada componente realize a sua função com eficiência e oportunidade para garantir a complementaridade e coesão do sistema. Por isso, que se afirma da possibilidade de uma integração vertical e horizontal.

No primeiro caso, da integração vertical, verificar-se-ia a criação de uma empresa mista a partir da fusão de várias organizações de níveis diferentes da indústria ilustrando com o exemplo de "operadores turísticos que dominam agentes de viagem, companhias de aviação ou de navios de cruzeiro que compram hotéis" (Foster 2001: 58), enquanto que no segundo caso, a situação de fusão verifica-se entre empresas que sejam do mesmo nível. Por exemplo, entre grupos de operadores turísticos ou de hotéis.

No entanto, algumas vezes, a fusão é determinada por razões de mercado. Por exemplo, quando existam várias pequenas unidades hoteleiras que precisam de se associar para enfrentar a concorrência.

Qualquer que seja a organização interna dos vários fornecedores de serviços, ao nível exterior a indústria turística deve funcionar como uma estrutura organizada em torno do mesmo objectivo - servir melhor o turista e tornar o destino turístico mais atractivo e competitivo.

Essencialmente, a indústria turística envolve quatro categorias de componentes básicos:

A primeira, integra os vários tipos de alojamento como: hotéis, pensões, casas de hóspedes, conjuntos turísticos e outros meios complementares de alojamento.

A segunda categoria é dos transportes, podendo ser: aéreos, marítimos, rodoviários ou ferroviários. Porém, qualquer que seja o meio de transporte a empregar deve ser cómodo, confortável, rápido e seguro.

A terceira categoria, integra as atracções que constituem a linha de produtos que o destino turístico tem para oferecer ao turista. Estes produtos tanto podem ser naturais,



por exemplo, paisagens, praias, montanhas e águas termais, como podem resultar da criação do Homem nomeadamente: os museus, monumentos, construções arqueológicas, entre outros.

Na última categoria, integram-se os serviços de apoio incluindo: restaurantes, centros de informação turística, entre outros.

Geralmente estes serviços são assegurados pelo sector privado. Todavia, o sector público desempenha um papel importante na definição de políticas, regras sobre atracção de investimentos, incluindo a criação de incentivos, medidas de segurança e higiene, segurança dos turistas, promoção e marketing, entre outras.

Da eficiência deste sistema dirigido a satisfazer as necessidades do turista depende o crescimento e a evolução do turismo e sua contribuição na economia nacional e mundial.

Além disso, o crescimento do turismo é também determinado pela capacidade que as empresas têm de concorrer umas com as outras de modo a satisfazer o cliente e de, através da satisfação de um turista, ganhar muito mais clientes, pelo que “ a satisfação do consumidor é uma condição essencial para o sucesso das empresas e dos destinos turísticos o que significa que têm de garantir aos seus clientes que são capazes de responder melhor às suas necessidades, desejos e expectativas do que os concorrentes (Cunha 1997: 398 – 399).

É nestes termos que se defende a ideia de sistema. Porém, não se deve pensar que se põe de lado a concorrência entre os agentes económicos. A concorrência deve sempre existir, por isso, consentida pelos poderes públicos desde que respeite as regras e os bons costumes da indústria em causa (Olavo 1997: 59). A admissibilidade da concorrência é importante pois, estimula a perfeição e evita a prática de preços altos.

Um destino turístico precisa, para se tornar competitivo, de oferecer produtos de boa qualidade, a preços razoáveis, a par de outras condições como segurança e saúde entre outros factores determinantes para a opção do turista.

Apreciando os dados geralmente apresentados pela (OMT 1995), pode-se estabelecer uma relação de causa e efeito entre a eficiência da indústria turística num dado destino e os índices de evolução do turismo. Isto pode explicar o facto de que países

com melhores infra-estruturas, melhor segurança e melhores preços se situem no ranking dos países melhor posicionados.

### **CAPÍTULO III. IMPACTO DO TURISMO NOS VÁRIOS DOMÍNIOS**

#### **3.1. Visão Geral**

A indústria turística é geralmente considerada, a nível internacional, como sendo susceptível de proporcionar aos países um crescimento acelerado (OMT 1999a) e, também na sua avaliação, conforme preâmbulo do Código Mundial da Ética do Turismo, os membros reconhecem "... o crescimento rápido e contínuo, não só passado como o previsível, da actividade turística...". O mesmo reconhecimento resulta de forma expressa do Protocolo sobre o Desenvolvimento do Turismo da SADC, assinado em Grand Baie, Ilhas Maurícias, aos 14 de Setembro de 1998 e ratificado pelo Governo, através da Resolução nº 12/2001, de 20 de Março, do Conselho de Ministros, publicado no B.R. nº II, 1ª Série, de 20 de Março.

Neste contexto, o turismo tem sido igualmente considerado como um dos factores de desenvolvimento, tendo em conta o seu contributo na criação dos postos de trabalho e na geração de receitas, onde a componente do turismo internacional, é entendido como factor de entrada de turistas dos Países Desenvolvidos (ricos), para o país.

Do ponto de vista económico e, na perspectiva de Moçambique, um dos argumentos a favor do turismo é a deterioração dos termos de troca, comprometendo a sua capacidade de competir no mercado internacional, sendo que uma das principais razões é a falta de Matérias-primas locais, o que determina a sua importação e, conseqüentemente, o agravamento dos custos de produção.

Ora, o turismo, usando como Matéria-prima os recursos naturais existentes de forma mais ou menos abundante, constitui para esses países uma indústria alternativa.

Apesar desta vantagem, o turismo é uma indústria que se pode considerar de duas faces: uma positiva e outra negativa. Por isso, enquanto uns argumentam a favor do turismo, sobretudo considerando o seu papel de impulsionador de economia, quer pela possibilidade que tem de provocar um crescimento rápido, através da entrada de divisas, quer pelas oportunidades de emprego que oferece, sem falar de outras vantagens ao nível da promoção das relações internacionais e da segurança; Outros hão que se insurgem

contra o turismo devido aos danos que frequentemente provoca, sobretudo os relacionados com o ambiente e que em última análise se repercutem na própria economia (Lage e Milone 2001: 128 - 136).

Com efeito, o mundo inteiro é testemunha de algumas ocorrências recentes como o “Tsunami” e os terremotos cíclicos ou as cheias jamais vistas na história do nosso planeta, um pouco por todo o lado.

O turismo é frequentemente associado a alguns desses acontecimentos e, por isso, encarado por alguns com legítimo cepticismo.

O presente capítulo, tendo em conta as virtudes do turismo e também os seus defeitos, procura analisar o lado positivo do turismo mas, também o seu lado negativo. Esta análise deverá permitir encontrar pelo menos uma parte das respostas a dar à grande questão suscitada pelo tema em apreço, a de saber se vale a pena ou não apostar no turismo como base de desenvolvimento.

Embora o turismo seja partilhado por todos os países, ricos e pobres, não há dúvidas de que estes últimos entendem-no quase que como uma tábua de salvação. No entanto, o sucesso no desenvolvimento da actividade turística depende dos recursos existentes e da forma como os mesmos são explorados ou aproveitados.

### **3.2. Recursos naturais Versus recursos turísticos**

Em geral, a opção que um país tem de desenvolver ou de preferir esta ou aquela actividade há de ter por base, em larga medida, os recursos disponíveis.

Todos gostariam, de produzir platina, ouro ou outro metal precioso. Todavia, muitos não o podem fazer pelo simples facto de não possuírem os respectivos minérios.

No desenvolvimento do turismo, as coisas passam-se da mesma maneira. Não basta a vontade, o querer. É preciso ter em conta os recursos existentes e, naturalmente, a capacidade de tornar esses recursos atractivos e susceptíveis de oferecer ao país detentor, vantagens comparativas.

Os recursos naturais por si sós não são suficientes para gerar os benefícios esperados. O Homem, com a sua acção, é que vai adicionar os ingredientes necessários para tornar esses recursos mais apetecíveis e aptos a atrair turistas.

Daqui resulta, por um lado, que os recursos turísticos implicam a soma dos recursos naturais e de todos os elementos que com a sua intervenção o Homem adiciona com vista a potenciar aqueles recursos ao desenvolvimento do turismo. Por outro lado, decorre que, os recursos naturais, se bem que são os mais determinantes, não são os únicos que jogam um papel importante no desenvolvimento do turismo. Turistas há que viajam para um determinado país atraídos pelos grandes centros de diversão, para jogar num casino famoso, ou pelos grandes centros comerciais, para fazer compras de produtos específicos ou também por causa da oportunidade de visitar várias lojas no mesmo local. Outros ainda, são atraídos por um certo tipo de passeios como as de “teleférico” ou de balão, etc. Por conseguinte, as praias, as lindas paisagens e outros locais naturais não são os únicos atractivos. E, mesmo que fossem, sempre seria necessário combinar o natural com o artificial para tornar o produto ou serviço turístico mais atractivo e útil para o turista (Ruschmann 2004: 127).

### **3.3. No caso específico de Moçambique**

Durante muito tempo, o turismo foi considerado uma actividade económica própria dos Países Desenvolvidos (ricos). Entretanto, é hoje entendido por muitos como um crucial agente indutor de desenvolvimento e uma alternativa económica viável relativamente a muitos sectores primários e mesmos secundários em Moçambique. Os casos de sucesso do turismo em alguns países como Tunísia, Marrocos, México e muitos países caribenhos (Cooper 2002: 159) levam a que o turismo, sobretudo na perspectiva internacional seja considerado um factor vital e necessário para a captação de divisas em Moçambique desde que detentor de terra, sol e mar. Esta ideia, é reforçada pelo quadro económico e social do país, muito sombrio. Com efeito, os esforços que vem sendo desenvolvidos quer pelo Governo deste país, unilateralmente, quer pela Comunidade Internacional, estão longe de alterar o actual cenário, espelhado de forma dramática no Relatório de Desenvolvimento Humano (PNUD 2004), onde se reconhece o facto e, pior, onde se menciona que muitos deste país, continua a viver com o equivalente a menos de um dólar por dia.

Ainda assim o relatório do Banco Mundial sobre o desenvolvimento mundial 2005, entende que a comunidade internacional “pode dar a mão” , por exemplo, no domínio dos investimentos através da remoção das políticas distorcidas geralmente

adoptadas pelos Países Desenvolvidos (ricos), assistência mais ampla e efectiva, incluindo na formulação de PP mais adequadas ao melhoramento do clima de investimentos.

#### **3.4. O Turismo como alternativa de desenvolvimento em Moçambique**

Durante as últimas décadas, a economia cresceu em seus sectores de serviços, mesmo quando os sectores mais tradicionais, agrícolas e industria, estiveram sujeitos à estagnação ou ao declínio durante a Guerra de desestabilização. O turismo é uma indústria baseada em serviços e, como tal, foi parcialmente responsável pelo crescimento deste sector. Nos países em desenvolvimento, o sector de serviços é responsável por cerca de 40% do Produto Interno Bruto...”, segundo (Cooper 2001: 159). Para Moçambique, comumente caracterizado por uma economia debilitada, parque industrial obsoleto, elevado grau de endividamento, fraca capacidade tecnológica e ausência de “know how” e, conseqüentemente, sem grandes hipóteses para apostar em outras áreas de actividade como indústria, comércio, transportes, exigindo capacidade de modernização e implicando elevados custos de produção para que os seus bens e ou serviços possam competir, num mercado cada vez mais globalizado, o turismo aparece como uma alternativa viável, para a geração de novos postos de trabalho e de receitas que contribuem para a correcção do défice da balança comercial. É que paradoxalmente, o país é hoje considerado como potencial destino turístico em virtude das suas especiais atracções nomeadamente, naturais e culturais. Por exemplo, comparado com os países ricos, Moçambique apresenta muitos lugares exóticos próprios para a prática de turismo de aventura os quais constituem uma interessante alternativa para turistas que tenham já experimentado outro tipo de turismo mais vulgar.

Na sua estratégia de marketing, Moçambique têm destacado a parte cultural relativa às comunidades locais cujo contacto oferece ao turista estrangeiro uma nova experiência.

Saliente-se que a favor de Moçambique, joga factores como: recursos naturais pouco comuns, clima tropical com sol abundante, praias extensas e de águas cristalinas, fauna, florestas, cultura, tradições e histórias que potenciam a atracção aos turistas. Aliás, a generalidade deste país é possuir “terra, água e atmosfera”, considerados “principais recursos naturais” susceptíveis de proporcionar uma variedade de bens e serviços.

Diferentemente, a maioria dos Países ricos não têm a mesma vantagem de combinar os vários recursos aqui citados daí que, não raras vezes, os seus cidadãos fazem longas viagens justamente para desfrutar das condições que a natureza oferece a Moçambique.

Neste contexto, Moçambique, detentor de recursos naturais capazes de atrair turistas e investidores, pode reduzir as desvantagens económicas, sociais e de infra-estruturas e oferecer aos seus cidadãos melhores condições de vida e compensando ou minimizando o défice registado em outras actividades como a indústria e a agricultura, por a sua exploração não se mostrar viável face aos custos de produção respectivos.

No caso da indústria, por exemplo, é mister salientar que, grosso modo, o país é ex-colónia e, por razões de estratégia e de política económica a estrutura da indústria transformadora do país foi concebida, pelo governo então colonizador, não para a produção de produtos acabados mas apenas para produtos intermédios, a partir de matérias - primas e subsidiárias importada da metrópole.

Após a conquista da respectiva independência, o país passou a ter dificuldades de assegurar a continuidade da actividade industrial face à sua dependência original que, associada ao estado obsoleto dos seus equipamentos e aos elevados custos de manutenção e ou modernização e da importação das matérias-primas e subsidiárias, levou a que muitas empresas passassem a laborar muito abaixo da sua capacidade instalada, sem qualquer hipótese de suportar a concorrência de produtos similares, importados de outros países, sobretudo os provenientes dos mercados asiáticos e sul africana.

No que tange à agricultura, e embora “ o recurso natural mais valioso do país seja os terrenos aráveis” e se considere que “ Grande parte da população activa no país está empregada na agricultura” e, por isso, a produção agrícola pode determinar de forma significativa o aumento do produto desses países, sucede que, nos dias que correm, as exigências tanto do mercado interno como do mercado externo implicam a utilização de equipamentos e tecnologia modernos, incluindo sistemas de irrigação e outro tipo de insumos agrícolas cuja aquisição importa a mobilização de recursos financeiros que se situam muito aquém das reais capacidades dos agricultores ou daqueles que gostariam de fazer da agricultura a sua profissão.

É neste contexto que Moçambique, o qual o declínio dos termos de troca comerciais dos seus produtos de exportação, a baixa produtividade agrícola, contrastando com o elevado número de desempregados e do grau de analfabetismo, entre outros, obriga a investigar novas indústrias, produtos ou serviços, tendo em conta a necessidade de corrigir o défice da sua balança de pagamento, têm vindo a considerar o turismo como um meio de desenvolvimento susceptível de assegurar um crescimento acelerado da sua economia e também a criação de oportunidades de emprego e entrada de divisas. (Comoane 2005).

A este propósito (Naylon 1967) em (Oliveira 2001: 23), invoca, como exemplo, o sucesso alcançado pela Espanha no desenvolvimento do turismo, pois, considerada um país que atingiu o seu rápido crescimento económico através do desenvolvimento do turismo a ser seguido por Moçambique que aspire alcançar o mesmo objectivo, com vista não só a reduzir o défice da balança de pagamento como também a criar condições para um clima de investimento mais favorável.

Neste contexto, jogam a favor do turismo o seu impulso ao rápido crescimento económico, a redução do défice da balança de pagamento, a redução dos índices de desemprego e a captação de divisas.

Nos últimos cinco anos o crescimento económico testemunha-se pelo volume de receitas que desde 1996 revelam uma tendência crescente, conforme a tabela que se segue:

**Tabela 1: Impacto do Turismo na Balança de Transacções Correntes de Moçambique**

Anos	Receitas Turística (1)	Despesas Turísticas (2)	Saldo Turismo (3)	Saldo da BTC's (4)	SBTC - St (4)-(3)=(5)	Saldo da BP (6)	Tax de Cobertura (SBT/SBC)
1996	49,4	68,1	-18,7	-516	-497,3	-66,4	0,04
1997	61,3	81,9	-20,6	-435,2	-414,6	-100,7	0,05
1998	60,9	97,1	-36,2	-773,7	-737,5	-203	0,07
1999	61,2	139,3	-78,1	-854,6	-776,5	-211,7	0,15
2000	74,1	107,7	-33,6	-686,4	-652,8	-416,5	0,05
2001	63,6	114,3	-50,7	-639,7	-589,0	-441,1	0,2
2002	62,9	113,0	50,1	-711,6	-661,5	-1454,7	0,09
2003	97,7	139,8	-42,1	-521,5	-479,4	17,1	0,12

Fonte: banco de Moçambique ([www.bancomoc.mz](http://www.bancomoc.mz)).

Dados obtidos no site do Banco de Moçambique nas balanças de pagamentos dos anos 1996 - 2003 respectivamente.

Notas: BTC= Balança de transacções Correntes; SBTC0 Saldo da BTC.

ST = Saldo do Turismo; BS = Balança de Serviços; BP = Balança de Pagamentos

A última coluna da tabela 1 apresenta o saldo da BBS subtraída do saldo da BT, embora o saldo da BBS já fosse negativo, a incorporação da agravou o défice desta balança. Portanto para o período em análise a BT de Moçambique contribui para agravar o saldo já negativo da BBS. Apesar do número de turistas que visitam o país ter visivelmente aumentado desde a assinatura dos acordos de paz em Moçambique, as despesas turísticas mostram-se sistematicamente superiores que as receitas provavelmente:

1. A metodologia tradicional de medição dos saldos da BP, que Moçambique usa, não traduz o resultado final das transacções turísticas externas de uma economia, pois, mede apenas os pagamentos finais efectuados pelos turistas provocados pelos seus gastos nas economias visitadas, não abrangendo compra de equipamento e matéria prima ou bens de consumo necessários à produção e consumo turísticos.
2. O facto do dólar ser uma moeda de curso normal, e existirem no país muitos serviços que são cobrados em dólares ( propinas nas escolas privadas e universidades, aluguer de casas etc.) faz com que se sobrestime as despesas turística do país. Por conseguinte, quando os moçambicanos e outros cidadãos residentes procuram um banco ou cambistas para comprar o dólar para pagar certos serviços ou simplesmente para comprar algo, este valor é registado pelo BM como despesa turística.
3. O BM ainda não regista como receita turística os pagamento efectuados através do cartão de crédito por estrangeiros no território nacional, deixando assim captar uma parte significativa das receitas turísticas.

O saldo da BTC, por definição já inclui o saldo da BBS, e este por sua vez inclui a BT. A coluna (4)-(3)=(5) mostra que embora o saldo da BTC já fosse negativo, este défice da BT em todo período em análise. Por conseguinte, o défice da BTC é relativamente menor se tirada a contribuição da BT. Mas uma vez que o saldo da balança de transferências correntes foi positivo permitiu atenuar o défice da BTC.

Em 2003 o défice da conta de viagens fixou-se em 42.10 milhões de USD o que reflecte uma redução de 5.8% em relação a 2002. Esta redução é sustentada, pelo incremento da actividade turística em 2002, a quando da realização da Cimeira da União Africana. Por



outro lado o Governo de Moçambique, tomou medidas que podem ter inibido as viagens de Moçambique para Africa do Sul ao impor a Franquia mensal de importação por pessoa, de USD 500 para USD 50, obrigando os importadores informais a fazer as importações numa base legal.

Na coluna designada por (6) é apresentado o saldo da BT para o período em análise. O período 1996 – 2002 a BP de Moçambique apresentou um saldo deficitário o que demonstra que o país importa mais do que exporta.

A ultima coluna designada da tabela 1 dá-nos a Taxa de Cobertura, isto é, este indicador dá-nos a contribuição do turismo no financiamento da Balança Comercial de um país num período determinado, geralmente um ano (Cunha 1997: 278). Apesar desta taxa oscilar muito, de forma geral o peso da BT no BC tende a crescer ao longo do período em análise, o que reflecte que o BM tem sido mais bem sucedido a captar as despesas do que as receitas. O melhor ano em termos absolutos e em termos relativos foi 1996 em que a BT mais contribuiu para o défice da BC, em termos relativos é o ano de 2001 que contribuiu com cerca de 20%, mas em termos absolutos é o ano de 1999 em que o défice da BT atingiu o maior valor absoluto para o período em análise.

### **3.5. O Efeito Multiplicador do Turismo na perspectiva de Moçambique**

Do ponto de vista económico e do que se disse acima resulta, essencialmente, que o turismo em Moçambique apresenta uma série de benefícios directos. Entretanto, além destes, o turismo tem também a susceptibilidade de provocar sinergias, através do seu efeito multiplicador pelo que, constitui um factor dinamizador e de estímulo relativamente a outros sectores pródutivos ou de prestação de serviços como agricultura, comércio, transportes, comunicações, artesanato, mobiliário, entre outros, que abastecem os hotéis, proporcionam formas de deslocação de turistas de um ponto para outro ou simplesmente proporcionam ao turista estrangeiro momentos de contacto com a cultura e a história do país (caso dos museus e monumentos; das danças típicas das comunidades locais ou das obras artesanais que o turista leva como recordação) (MITUR 2005).

Nesta medida, o turismo funciona, de forma decisiva, como um motor que desencadeia o funcionamento de toda uma série de outras actividades económicas e desse modo multiplica o volume de receitas e os postos de emprego.

Fora o domínio económico o turismo provoca, do ponto de vista social e de entre outros, a necessidade de melhor aprouver os turistas ou mesmo os residentes das zonas onde se localizam os empreendimentos turísticos de outros serviços sociais como, hospitais, escolas, centros de diversão e outros que contribuem sobremaneira para o desenvolvimento humano, aproxima os povos e fomenta um espírito de solidariedade. Enfim, o turismo constitui uma ponte de unidade nacional, regional e internacional, capaz de quebrar fronteiras e superar as barreiras políticas, tribais, raciais, religiosas ou de outra natureza e, deste modo, contribuir para ligar o país ao resto do mundo.

O efeito multiplicador deriva, em particular, do grau de utilização de uma gama diversificada de serviços, pressupondo a intervenção de um número elevado de fornecedores. É o que sucede na instalação e exploração de um hotel que implica o consumo de muitos e diferentes mercadorias e serviços. Para a sua instalação, são necessários materiais de construção e, depois, para o seu funcionamento são necessários equipamentos, mobiliário, utensílios e as chamadas mercadorias de primeira linha. Cada um dos diferentes bens aqui mencionados têm fornecedores diversos. E, diversos são também os serviços e respectivos fornecedores como são os casos de telecomunicações, electricidade, gás, água e outros, além do uso intensivo da mão - de - obra.

É também o caso da organização de eventos como seminários, congressos ou outros similares, implicando a mobilização de vários recursos em termos de transporte, equipamento diverso, comunicações, banca, entre outros.

Com efeito, além do alojamento, os congressistas precisarão de outros tantos serviços como os de restauração e bebidas, transporte, equipamento informático, equipamento de som, blocos de notas, pastas, esferográficas, entre outros (Serrão 2004).

### **3.6. Impacto do turismo na formação do PIB**

As vantagens económicas, figuram no topo das razões que levam tanto os Países Ricos como os Países Pobres a desenvolver tanto o turismo doméstico, implicando a geração de receitas e de emprego para as localidades anfitriãs como, em particular, o turismo internacional, configurando uma forma de importação de divisas por parte dos países destinatários. Entretanto, em termos de avaliação, afigura-se mais fácil medir o crescimento do turismo internacional do que o turismo doméstico, e isto por causa do

controle que se faz relativamente aos turistas internacionais, por exemplo, através da migração e das alfândegas.

Não há dúvidas, porém, que os dois segmentos (turismo doméstico e turismo internacional), são importantes na formação do **PIB**, na criação de receitas e dos postos de trabalho, não na mesma proporção, é claro, pois o turismo internacional implica o envolvimento de mais serviços e, por isso, mais gastos para o turista e mais rendimentos para os fornecedores.

Dados estatísticos recolhidos por (Ignarra 2000: 9), mostram igualmente uma evolução positiva e crescente do nível de receitas, do emprego e dos impostos gerados pelo sector do turismo ao nível mundial. Entretanto, os referidos dados, obtidos da OMT, mostram que a importância do turismo, sobretudo na formação do **PIB** releva, em geral, com relação ao mundo inteiro, i.e. incluindo no Continente Africano embora, individualmente, países como Espanha, EUA, Japão, Alemanha e México possam apresentar-se melhor posicionados no ranking dos países com maior geração de receitas.

Na tabela 2, abaixo, apresenta-se a evolução de receitas distribuídas pelos diferentes continentes, comparando o número de chegadas de turistas internacionais, alcançado em 1996 comparativamente a 1995 e o alcançado em 1999 tomando como base o ano 1994.

Analisando os dados constantes da referida tabela resulta uma evolução positiva a nível mundial, determinada pelo crescimento verificado em cada um dos vários continentes no período 1995 a 1996. A América e a Europa são os continentes que neste período receberam mais turistas. Todavia, o continente africano registou também um crescimento assinalável.

Considerando um período mais longo 1994 – 1999 e tomando como ano base o de 1994, verifica-se igualmente uma evolução crescente, com o Continente Africano a registar um crescimento relativo de 60,3%, seguido do Médio Oriente com 59,4%.

**Tabela 2 – Mapa comparativo das receitas (1995 e 1996) e (1994 e 1999), em função do número de chegadas**

REGIÕES	CHEGADAS		% de MUDANÇA		RECEITAS (milhões US\$)		% de MUDANÇA	
	96/95	99/94	96/95	99/94	96/95	99/94	96/95	99/94
Mundo	592.122	656.900	4,6	19,3	423.116	455.440	7,6	28,7
Europa	347.437	385.900	3,6	16,4	214.474	232.100	5,9	29,6
Américas	115.511	126.700	4,3	19,1	106.378	124.900	6,1	31,2
Leste da Ásia/Pacífico	90.091	93.700	8,3	22,0	82.436	72.800	13,3	14,8
África	19.454	27.300	8,3	42,9	7.622	10.900	9,2	60,3
Oriente Médio	15.144	18.000	2,3	42,9	7.622	10.200	9,2	59,4
Sul da Ásia	4.485	5.400	4,3	38,5	3.963	4.500	8,8	45,2

Fonte: Extraído da OMT – Organização Mundial do turismo pelo (Ignarra 2000: 99)

Da tabela acima, resulta evidente que o turismo não só evoluiu, significativamente nos Continentes Europeu e Americano como em particular no Continente Africano que, aliás, assumiu a liderança em 1999 com uma evolução positiva de receitas de 60%.

Além das receitas, o crescimento do turismo manifesta-se também através da componente social em que segundo (Ignarra 2000: 99), “ Estima-se que no mundo 1 (um) em cada 11 (onze) trabalhadores estão empregues no sector de viagens e turismo”. Em Moçambique a Indústria hoteleira e similar emprega actualmente cerca de 32.000 trabalhadores.

Em termos globais, a evolução positiva do turismo, traduz a manifestação de alguns dos impactos económicos de maior significado.

**Turismo Cinegético** cresce 24,8 %, o MITUR refere que no ano 2006, cerca de 12,2 milhões de meticais entraram para os cofres do Estado contra o 9,6 milhões de meticais o que representa um crescimento de cerca de 27,6 %.

No que tange aos turistas de Safaris, as entradas foram de cerca de 352 pessoas contra 282 de 2005, representando um crescimento de 24,8 %



### **3.6.1. Elementos determinantes**

Os impactos económicos do turismo, não surgem automaticamente. Eles são o produto de combinação de certos elementos cuja verificação estimula a formação do PIB, a geração de empregos e dos impostos, quer através de uma influência directa quer através do efeito multiplicador.

Tais elementos podem ser analisados em função dos diversos intervenientes nomeadamente: o turista, os proprietários de estabelecimentos turísticos, o Governo e as comunidades locais, cada um dos quais com o seu interesse específico, designadamente:

- O turista, tem como interesse principal maximizar a sua satisfação desfrutando o prazer que a sua viagem lhe proporciona;
- O empresário, proprietário do estabelecimento turístico, procura obter o máximo de lucro em troca dos produtos ou serviços que oferece;
- O Governo do destino turístico procura maximizar a captação de receitas.
- A comunidade hospedeira procura maximizar os benefícios directos e indirectos que a presença e os gastos dos turistas lhes proporciona.

Não obstante a multiplicidade de intervenientes todos têm em vista ou, pelo menos, é desejável que prossigam o mesmo fim – o desenvolvimento do turismo no lugar de destino. Isto é possível mediante a harmonização dos seus objectivos específicos a qual, por sua vez, permite um desenvolvimento turístico pacífico, harmonizado e crescente, estimulando a procura e também a oferta turística que, entretanto, dependem igualmente de outros factores (Cooper 2001).

### **3.7. Resumo dos impactos económicos**

Os impactos económicos, no lugar de destino traduzem-se, em geral:

- Num aumento da captação de divisas e, conseqüentemente, da renda representando esta a importação de novos recursos na economia do lugar destinatário, deduzido o valor de exportação de recursos necessários para a aquisição de bens e serviços que não possam ser produzidos localmente;
- Num aumento das receitas que têm um grande impacto económico face à sua contribuição na correcção dos défices da balança de pagamentos;

- Num aumento de postos de trabalho, absorvendo de forma directa a mão-de-obra empregue no sector do turismo, nos vários estabelecimentos de alojamento e de restauração e bebidas, dos casinos ou outros afins, nos balcões de informação turística, nos serviços de transporte para fins turísticos, entre outros.

**Quadro 1: POSTOS DE EMPREGO CRIADOS NO SECTOR DO TURISMO NO PERÍODO 2000-2006**

Provincias	Ano 2000	Ano 2001	Ano 2002	Ano 2003	Ano 2004	Ano 2005	Ano 2006	total
Niassa	50	0	60	20	640	17	19	806
Cabo Delgado	2411	54	21	437	59	78	206	3266
Nampula	80	52	31	88	137	62	57	507
Zambezia	57	44	53	64	111	58	122	509
Inhambane	227	118	137	357	225	339	1004	2407
Tete	10	2	5	56	7	13	20	113
Gaza	62	154	83	54	144	641	113	1251
Maputo Província	143	123	1209	259	610	1113	348	3805
Maputo Cidade	684	215	133	149	524	60	2119	3884
Sofala	86	0	37	35	66	19	104	347
Manica	13	41	30	39	24	47	56	250
<b>TOTAL</b>	<b>3823</b>	<b>803</b>	<b>1799</b>	<b>1558</b>	<b>2547</b>	<b>2447</b>	<b>4168</b>	<b>17145</b>

Fonte: (DINATUR 2007), Extraído do Relatório de Investimentos no Turismo

**N.B:**

Os postos de emprego que constam da quadro referente aos postos de emprego não inclui os dados relativos aos projectos de restauração e bebidas.

- Num estímulo aos investimentos e redistribuição da renda e consequente aumento da geração de receitas.

Os investimentos aqui referidos não dizem respeito apenas às infra-estruturas turísticas mas também a todas aquelas que são complementares ao turismo nomeadamente, as infra-estruturas básicas (v.g. estradas, sistemas de saneamento, terminais de passageiros, sistemas de electrificação e de abastecimento de água).

**Quadro 2: Projectos de investimentos realizados no sector do Turismo no período 2000-2006**

Provincias	Ano 2000	Ano 2001	Ano 2002	Ano 2003	Ano 2004	Ano 2005	Ano 2006	Total de Projectos	Total de Investimento (em USD)
Niassa	1	0	5	4	7	10	8	35	1,805,622.00
Cabo Delgado	9	8	3	8	3	9	15	55	56,526,280.00
Nampula	3	17	4	13	11	5	7	60	15,750,016.00
Zambezia	3	4	8	10	13	15	7	60	15,400,610.00
Inhambane	20	17	21	28	24	44	54	208	98,991,954.00
Tete	3	2	5	5	4	7	3	29	5,174,972.00
Gaza	3	3	8	3	11	9	22	59	241,304,312.00
Maputo Província	4	4	12	12	12	23	18	85	667,785,429.00
Maputo Cidade	9	6	13	15	17	25	24	109	463,813,953.00
Sofala	6	1	4	2	7	7	10	37	20,997,797.00
Manica	1	2	2	2	6	10	5	28	7,281,780.00
total	62	64	85	102	115	164	173	764	1,594,832,725.00

Fonte: (DINATUR 2006), Extraído do Relatório de Investimentos no Turismo

### 3.7.1. Impactos económicos directos, indirectos e induzidos

Do efeito multiplicador do turismo resulta a noção de “efeito cascata” que se produz sobre a economia do lugar de destino, desde o consumo ou a utilização dos principais produtos ou serviços pelo turista como o alojamento no hotel, as refeições no restaurante, o transporte, até aos gastos secundários em aquisições afins, com impacto na economia. Neste sentido, fala-se de efeitos directos, indirectos e induzidos.

O efeito directo do turismo toma como factores os gastos do turista com o consumo de produtos e serviços. Porém, tendo em conta que muitos ou pelo menos alguns desses produtos ou serviços são importados, àqueles gastos são deduzidos as importações, donde que “O nível directo de impacto é o valor das despesas com turismo menos o valor das importações necessárias para abastecer esses serviços e mercadorias de “linha de frente” (Cooper 2001: 197). Daqui, resulta que tratando-se de uma economia dependente de importações, o impacto directo há-de ser, regra geral, menor que o valor dos gastos.

Sucedee, no entanto, que os hotéis ou outros estabelecimentos abastecem-se dos produtos ou serviços fornecidos por outras empresas, quer se trate dos da “linha da frente”, quer se trate de quaisquer outros secundários. Por sua vez, as empresas que abastecem os hotéis são também dependentes, nas suas actividades, de outras empresas, derivando daí um processo de produção cujo desenvolvimento se revela sucessivo e inter-dependente. Estas actividades derivadas e sucessivas consubstanciam o efeito indirecto.

Saliente-se, entretanto, que as actividades das quais resulta o efeito indirecto absorvem apenas uma parte do valor dos gastos dos turistas, enquanto a outra é aplicada na importação dos produtos e serviços que não podem ser produzidos localmente.

O efeito induzido, refere-se à parte dos gastos dos turistas que é usada em forma de renda ganha: pelos trabalhadores, em forma de salários; pelos empresários em forma de lucro e pelo governo em forma de receita.

A determinação do impacto económico positivo é o resultado da avaliação estimada dos três efeitos: directo, indirecto e induzido.

### **3.7.2. O efeito demonstração: efeito directo**

Das três categorias de impactos sócio-culturais directos, duas delas (aquele que resulta do contacto que se estabelece quando os turistas compram mercadorias aos anfitriões, por exemplo, artigos de artesanato e o que se verifica quando os turistas partilham o usufruto de um bem público) porque implicam um turismo de massa, propenso a deixar marcas indesejáveis junto das comunidades locais.

Paralelamente às duas categorias aqui referidas como sendo de impacto sócio-cultural, há a considerar um outro aspecto que se integra no conjunto e que se manifesta através do chamado “efeito demonstração” que se relaciona com a transmissão, pelos turistas, de hábitos e comportamentos que atentem contra a cultura local.

Este efeito traduz a ideia geral de que, diferentemente de outras indústrias, o turismo é uma actividade que implica a produção e o consumo simultâneos do respectivo produto ou serviço. Por isso, à semelhança do que sucede com o turismo de massas ou charter, o efeito demonstração pressupõe a presença física dos turistas no espaço de produção e consumo. É esta presença do turista que geralmente produz ou induz os comportamentos e estimula a assimilação pelos anfitriões de novas atitudes,



eventualmente negativas ou que entram em conflito com os valores morais locais provocando, em última análise, efeitos negativos (Ruschmann e Solha 2006).

### **3.7.3. Efeitos sócio-culturais Indirectos e induzidos**

Deve-se ressaltar, entretanto, que o efeito demonstração não ocorre apenas por contacto directo entre os turistas e os anfitriões. A mudança de comportamentos pode ser transmitida por via indirecta.

A partir de um pequeno grupo de anfitriões que entra em contacto com os turistas pode rapidamente alastrar-se a experiência, a moda, entre outros, para outros cidadãos e daí em diante, provocando mudanças na vida das famílias. Trata-se, neste caso de impactos indirectos.

A mudança de comportamentos, a aquisição de valores estranhos à cultura local será tanto mais acentuada se, em face do desenvolvimento do turismo, como aliás de qualquer outra actividade económica, a renda das famílias aumentar e, na sequência disso passarem a lidar com novas formas de comunicação como a televisão, a Internet e agora a cibernética.

Os impactos sócio-culturais induzidos implicam, por conseguinte, que as famílias passem a gerir as influências da globalização cultural imposta pelos meios de comunicação de alta tecnologia como a televisão e a Internet que com a sua rápida expansão atravessam continentes e violam a privacidade dos povos e que, secundada pelos princípios de democracia e do paradigma de governação participativa, torna o mundo numa aldeia global. Mesmo assim, a cultura de cada país deve prevalecer e o grande desafio é consciencializar, informar e educar o cidadão nesse sentido (Ruschmann 2004).

Outro aspecto sócio-cultural negativo relaciona-se com a discriminação velada ou presumida. A discriminação aberta segundo (Bauer 1999: 3), seria a que se verifica em certos lugares, por exemplo, junto às praias onde muitas vezes com recurso a vedações e placas específicas, é vedado o acesso às comunidades locais. A discriminação velada, nos estabelecimentos turísticos como hotéis ou restaurantes, seria a que se pratica recorrendo a formas subtis como a prática de preços exorbitantes ou a reserva de admissão para certa categoria de utentes. A discriminação presumida seria o caso de desenvolvimento

regional do turismo, em função dos recursos e outras oportunidades ou factores específicos que favorecem o desenvolvimento do turismo numa determinada região. Assim, por exemplo, os investidores terão uma preferência especial pelas zonas costeiras ou áreas de conservação, como parques e reservas nacionais, devido ao seu elevado potencial natural, com susceptibilidade de atrair um grande número de turistas. Esta situação cria desequilíbrios no desenvolvimento das diferentes regiões, sucedendo que umas desenvolvem-se mais que as outras.

Qualquer destas formas de discriminação gera conflitos entre as comunidades locais e os investidores e pode alimentar por parte daquelas uma certa aversão pelo turismo.

## CAPÍTULO IV CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

### 4.1. CONCLUSÕES

No início do presente trabalho identificou-se como problema nuclear o de saber se vale a pena ou não Moçambique apostar no Turismo como factor de desenvolvimento e, paralelamente, o de saber qual o impacto da respectiva política de desenvolvimento, no mundo e particularmente em Moçambique. Por conseguinte, o turismo afecta todos sectores da actividade humana (sector formal e informal, atingindo directamente os pobres). Porque este sector contribui para a criação de emprego, transforma bens não transaccionáveis em transaccionáveis expandido a procura e o volume de negócios; e por ser acessível a muitos países pobres e várias regiões dentro destes, é considerado a alavanca de desenvolvimento.

Aproveita os bens da natureza sem consumi-los, nem esgotá-los, exige investimento de enormes somas de dinheiro; gera rendas individuais e empresariais; proporciona o ingresso de divisas na balança de pagamentos; origina receitas para os cofres públicos; produz múltiplos efeitos na economia do país; valoriza imóveis e impulsiona a construção civil.

Moçambique é economicamente dependente da África do Sul. Uma parte considerável das importações são deste país vizinho, que entre outras coisas, beneficia de uma moeda relativamente forte. O Rand.

No âmbito do turismo, verifica-se também uma relativa dependência, pois, a maioria dos turistas que visitam Moçambique são provenientes da África do Sul e, por isso, geralmente usam como meio de transporte viatura própria e, conseqüentemente, podem transportar, à vontade, vários produtos que precisam consumir pelo tempo que durar a sua estadia no País. Apesar de ser um dos principais países destinatários para os visitantes moçambicanos, é também o principal país emissor.

Neste âmbito, além do turismo em si que não poderá oferecer o número de emprego que em outras condições o poderia fazer e nem poderá arrecadar o volume de receitas que se poderia esperar, os outros sectores como transportes, indústria ou comércio de produtos alimentares e mesmo o de hotelaria, dada a possibilidade de os

turistas sul-africanos transportarem as suas próprias tendas e todo uma gama de mercadorias, não partilham das vantagens que no âmbito das leankages, normalmente se esperam do turismo.

#### 4.2. RECOMENDAÇÕES

Mesmo assim, entende-se que a política do turismo no mundo e em especial em Moçambique pode responder aos objectivos de desenvolvimento, se e na medida em que o governo for capaz de conciliar o princípio da sustentabilidade com as necessidades de sobrevivência humana. Por exemplo, instituindo projectos direccionados ao apoio comunitário:

- Construindo escolas de turismo para formação profissional básica e médio
- Reabilitação de infra-estruturas tais como aeroportos, estradas, melhoria do fornecimento de energia e água
- Criação de programa de erradicação da malária
- Reabilitação do património arquitectónico e cultural
- Promover a coexistência entre a cultura local e a que vem do exterior
- Reduzir as assimetrias entre as diferentes regiões através de um planeamento espacial estratégico integrado
- Diversificar os mercados emissores
- Promover o equilíbrio necessário entre a oferta e procura
- Implementar programas de monitorização da satisfação de turistas

Porém, o turismo não pode ser visto como solução para todos os problemas financeiros do País.

## BIBLIOGRAFIA

- Banco de Moçambique (www.bancomoc.mz)
- Banco Mundial, 1990. Relatório sobre o Desenvolvimento Mundial: “A pobreza”, Fundação Getúlio Vargas.
- Banco Mundial, 2004. Relatório sobre o Desenvolvimento Mundial.
- Banco Mundial, 2005. Relatório sobre o Desenvolvimento Mundial.
- Baptista, M. 1997. Turismo: Competitividade Sustentável Ed. Lisboa/São Paulo: Verbo
- Comoane, A. 2007. “Impacto da Política do Desenvolvimento em Turismo” O Caso dos PMAs, em especial Moçambique: Contingências e Estratégias Ed. Lisboa: Almedina.
- Cooper, C. 2001. Turismo, princípios e práticas. Ed. Porto Alegre: Bookman.
- Coughlin, P. e Langa, J. 1994. Claro e Directo. Ed Maputo: Imprensa da Universidade Eduardo Mondlane.
- Cunha, L. Introdução ao Turismo” Ed. Portugal: McGraw-Hill.
- Echaudemaison. 2001. Dicionário de Economia e Ciências Sociais, Ed. Porto: L.
- Ferreira, E. 2000. Desenvolvimento e Direitos Humanos. Ed. Coimbra: Universidade de Lisboa.
- Ferreira, E. 2004. Valores e Interesses: Desenvolvimento Económico e Política Comunitária de Cooperação, Ed. Coimbra: Almedina.
- Foster, D. Viagens e Turismo: Manual de Gestão, Ed. Lisboa: Cetop, n.º 0625005, ISBN 972-641-181-5, p.58.
- FUTUR e D. N. P. T. 2004. Guia Turístico Ed. Moçambique: Lucidus Publicações, Lda
- Ignarra, L. 1999. Fundamentos de Turismo Ed. Brasil: Pioneira
- Lage, B e Milone, P. “Economia do Turismo” Ed. Atlas S.A. 7ª Ed. Revista e Ampliada.
- Matimbe, H. 2006 “Competitividade do Turismo em Moçambique” trabalho de Fim de curso.
- Ministério do Plano e Finanças e Universidade de Pudue 2004 “Relatório sobre a Segunda Avaliação Nacional de Pobreza e Bem-Estar em Moçambique.
- MITUR 2003. Política do turismo e estratégia da sua implementação. Resolução nº 14
- MITUR 2004. Plano Estratégico para Desenvolvimento do Turismo em Moçambique 2004 – 2013.

- MITUR 2007. Relatório sobre o Panorama do Investimentos no Sector do Turismo
- Neves L. 1991. Introdução à Economia”, 4ª Ed. Brasil, São Paulo: Verbo.
- Olavo, C. 1997. “ Propriedade Industrial Livraria Almedina, Ed. Coimbra.
- Oliveira, A. 2001 “Turismo e Desenvolvimento: Planeamento e Organização 3ª Ed. Revista e Ampliada. Atlas S.A
- Ruschmann, D. e Solha, K. 2006. “Planejamento Turístico” Ed. Brasil: Manole Ltda.
- Ruschmann, D. 2004. “Turismo e Planejamento Sustentável” 11ª. Ed Brasil: Papyrus
- Ruschmann, D. e Solha, K. 2004 “Turismo uma visão empresarial” Ed. Brasil: Manole
- Salvatore, D. 1998. “Economia Internacional”, 6ª Ed. Rio de Janeiro: LTC.
- Samuelson, P. e Nordhaus, W. 1999. “Economia”, 16ª Portugal: McGraw-Hill,
- Santos, A. 2004. in “ Actas do IV Congresso internacional sobre o Turismo cultural, Lusofonia e Desenvolvimento”, Ed. Maputo: ISPU.
- Serrão, J. 2004. “O papel do turismo no desenvolvimento de Moçambique” in Actas do IV Congresso Internacional sobre o Turismo Cultural, Lusofonia e
- Wahab, S. 1977. In Ruschmann, D. “Introdução à administração do turismo” Ed. Brasil: Papyrus
- Wamba, M. 2005. “Efeitos do Turismo na Balança de Pagamento de Moçambique Entre 1996 a 2003, trabalho de fim de curso.

ANEXOS

## **Anexo I: Roteiro das entrevistas a alguns funcionários do sector do turismo.**

1. A política e estratégia do Governo em Moçambique é privilegiar o Turismo como instrumento de combate a pobreza.
  - a) Face a essa preocupação que estratégias preconizam?
  - b) Qual é o papel que o Turismo tem na luta contra a pobreza?
2. Sendo o Turismo uma fonte de geração de divisas e favorecimento do desenvolvimento de outras actividades.
  - a) Quais são as áreas prioritárias?
  - b) Qual é o impacto do Turismo na economia moçambicana?
3. A palavra de ordem do MITUR é: “por um turismo sustentável na luta contra a pobreza” e tendo em conta o princípio da sustentabilidade que se impõe ao país
  - a) Que soluções alternativa o Governo propõe as comunidades susceptíveis de gerar rendimentos?
  - b) Que projectos estão a ser direccionados ao apoio comunitário
4. A qualificação profissional é um dos factores preponderante para um turismo Sustentável.

Qual é o plano de desenvolvimento de Recursos Humanos no MITUR?
5. O Marketing é um dos factores importantíssimo para o desenvolvimento do Turismo.
  - a) Quais são as estratégias do Marketing para a atracção de turistas?
  - b) Que políticas existe sobre estratégias da marca Capulana?
  - c) Qual o papel do FUTUR para o desenvolvimento do turismo?

Muito obrigado pela vossa colaboração e bom trabalho “por um turismo sustentável na luta contra a pobreza”.

Dra. Ana Comoane, Directora Nacional do Turismo – DINATUR, Maputo, Av. 25 de Setembro.

Dr. Hélder Mário Chambal, Director Nacional Adjunto do Turismo - DINATUR

Sr. Tomé Muluana, Chefe do Departamento de Economia – Direcção Nacional de Planificação do MITUR.

Sr. João Alberto Mateus, técnico analista de projectos - DINATUR



## Anexo II: INDICADORES NA ÁREA DO TURISMO

### 1 – INDICADORES GERAIS

#### QUADRO 1 – CHEGADAS INTERNACIONAIS NO PAÍS

PERÍODO	2002	2003	2004	2005
Turistas	541.000	441.000	470.000	578.000
Negócio/Conferência	222.000	141.000	131.000	175.000
Lazer e Férias	210.000	187.000	254.000	275.000
Visita a Familiares e Amigos	109.000	113.000	85.000	128.000
Outros Visitantes	402.000	285.000	241.000	376.000
<b>Total de Chegadas</b>	<b>943.000</b>	<b>726.000</b>	<b>711.000</b>	<b>954.000</b>

Fonte: MITUR 2007 – Direcção de Planificação e Cooperação

No Quadro 1, acima, apresenta a evolução de número das chegadas internacionais de visitantes ao país, durante o período 2002 a 2005, distribuídos pelos diferentes itens, comparando o número de chegadas, alcançado em 2004 comparativamente a 2003 e o alcançado em 2005 tomando como base o ano 2002. No período 2005 o país recebeu mais turistas. Todavia, os outros itens registou também um crescimento assinalável. Usando, pois, o indicador das chegadas internacionais de turistas, o crescimento registado entre 2002 e 2005 foi de 6,8%. Porém o crescimento global foi 1,1%

#### QUADRO 2: RECEITA DO TURISMO INTERNACIONAL

PERÍODOS	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007
RECEITA \$ 10 <sup>6</sup>	63,6	62,9	97,6	95,3	129,6	139,7	157

Fonte: MITUR 2007 – Direcção Nacional de Planificação e Cooperação

No quadro 2, Receita do turismo internacional, os números projectados têm como base o comportamento do turismo nos últimos anos que vem registando crescimento mesmo que algumas vezes tenha experimentado alguma desaceleração.

Numa perspectiva global, os principais factores desta dinâmica são: a relativa acalmia, a inovação tecnológica permitindo que os turistas possam em pouco tempo obter informações sobre lugares de interesse e informar-se dos preços, o aumento da diversificação da oferta de produtos e serviços turísticos.

### Anexo III: Recursos Humanos e Contribuição do Turismo no PIB

#### QUADRO 3: DESENVOLVIMENTO DE RECURSOS HUMANOS

PERÍODO	2000	2001	2002	2003	2004	TOTAL
CURSOS/SEMINÁRIOS	163	194	102	463	66	988

Fonte: MITUR 2007 – Direcção Nacional de Planificação e Cooperação

O Quadro 3: apresenta o desenvolvimento de formação dos Recursos Humanos sendo o mais relevante a formação de técnicos nas áreas de hotelaria, gestão de parques e reservas, marketing turístico e administração pública.

#### QUADRO 4: CONTRIBUIÇÃO DO TURISMO NO PIB (em %)

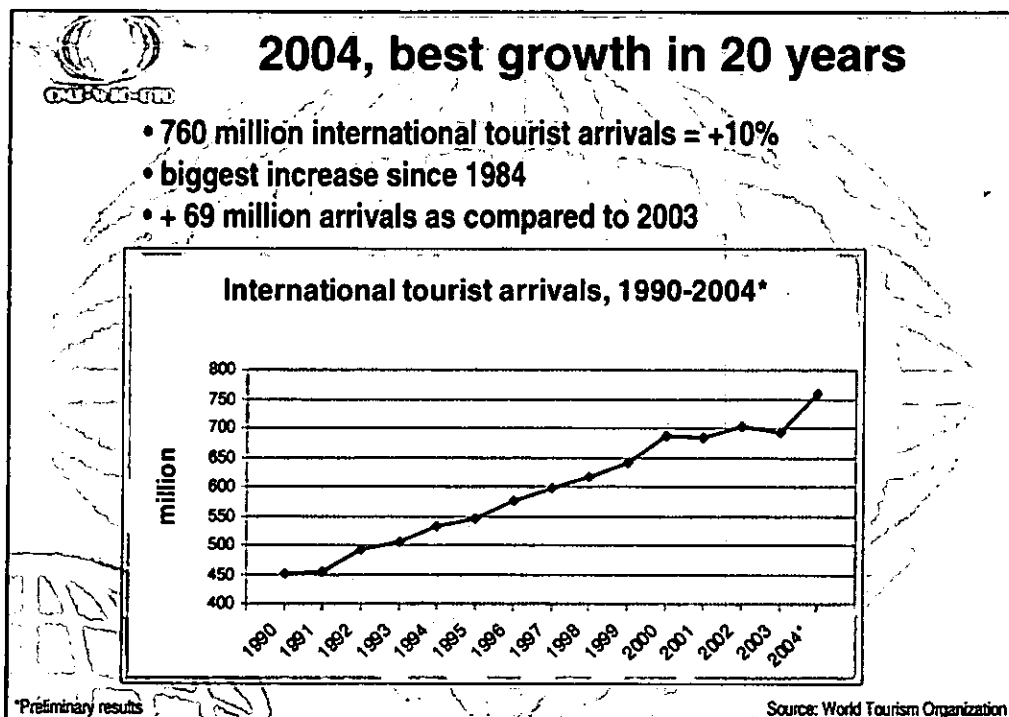
ANO	91	92	93	94	95	96	97	98	99	2000	01	02	03
%	0,5	0,6	0,8	0,8	0,8	0,8	1,0	0,9	0,9	0,9	0,8	1,8	2,5

Fonte: MITUR 2007 – Direcção Nacional de Planificação e Cooperação

No Quadro 4: Mostra a evolução do PIB em percentagem, pois, o turismo é um dos sectores de actividade económica que muito contribui para a formação do PIB.

Anexo IV: Evolução Internacional do Turismo

Fig. 1: Gráfico da evolução do turismo, no período 1990 - 2004



Fonte: Organização Mundial do Turismo – OWT (2005b)

O gráfico mostra 2004 como o melhor crescimento em 20 anos,

**Chegadas internacionais de 1990 a 2004**

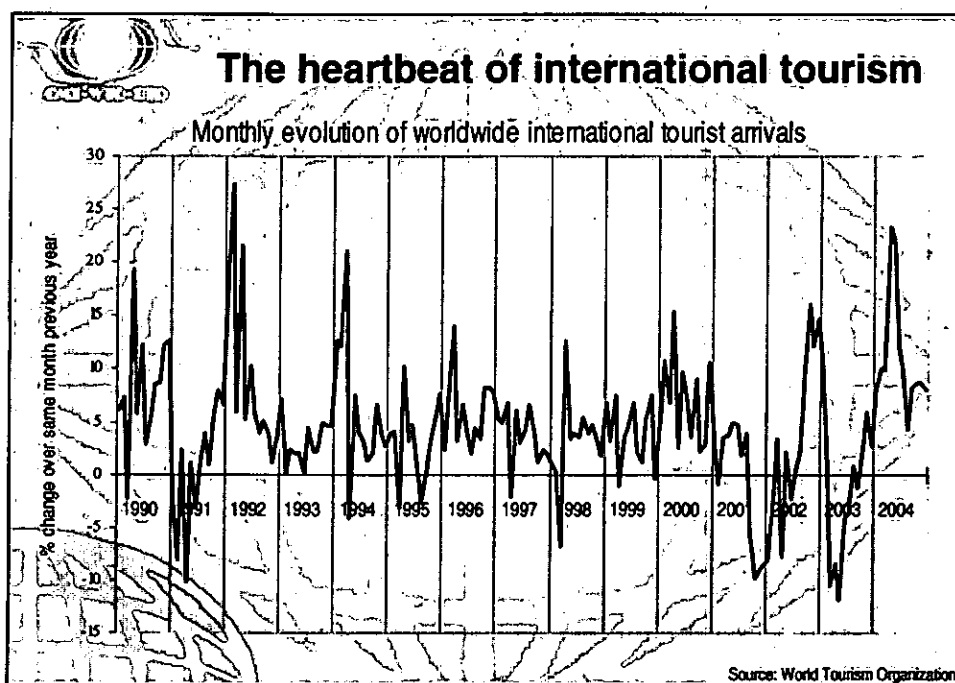
- 760 milhões de chegadas de turistas internacionais = +10%
- O melhor aumento desde 1984
- +69 milhões de chegadas em comparação com 2003

O gráfico acima confirma que o turismo tem estado a crescer continuamente.

No que diz respeito à irregularidade, esta manifesta-se também em períodos mais curtos. Por isso, o “electrocardiograma” abaixo mostra um compasso do movimento mensal de chegadas internacionais bastante irregular.

## Anexo V: Crescimento do Turismo por Regiões

Fig. 2. Pressão mensal do movimento de chegadas



Fonte: Organização Mundial do Turismo – OWT (2005b)

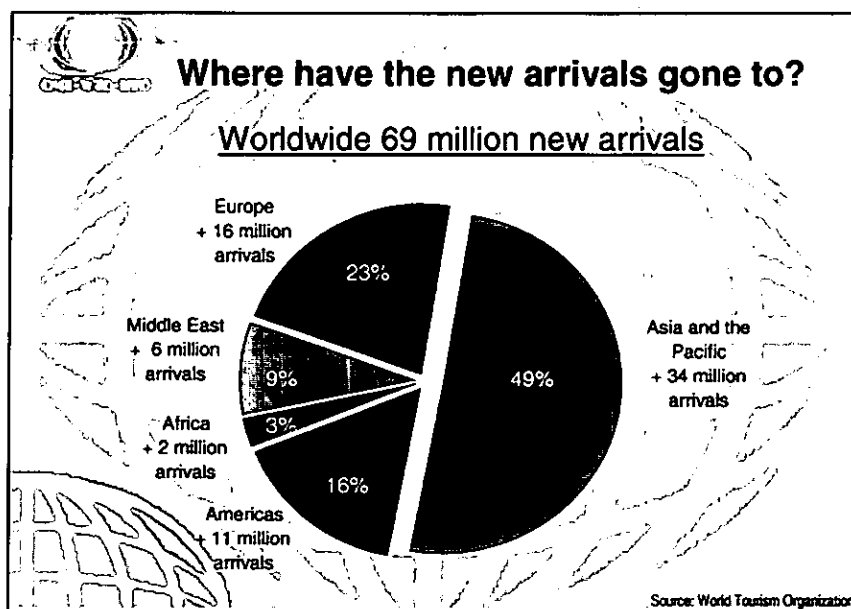
- O electrocardiograma de turismo internacional
- Evolucao mensal do nivel de chegada internacional de turistas

### O crescimento do turismo por regiões: a posição africana

Analisando os dois gráficos acima tem-se apenas uma informação geral que indica um crescimento mundial do turismo. Ora, observando a distribuição dos resultados obtidos no período em análise, por regiões ou grupo de países, verifica-se que a maior fatia coube ao grupo de países da região da Ásia e Pacífico com mais de 34 milhões de chegadas, seguida da Europa com mais de 16 milhões, América com mais de 11 milhões, Médio Oriente com mais de 6 milhões e em última posição a África com apenas mais de 2 milhões de chegadas.

## Anexo VI: Distribuição dos Resultados

**Fig. 3.** Mapa de distribuição dos resultados por regiões de países



Fonte: Organização Mundial do Turismo – OWT (2005b)

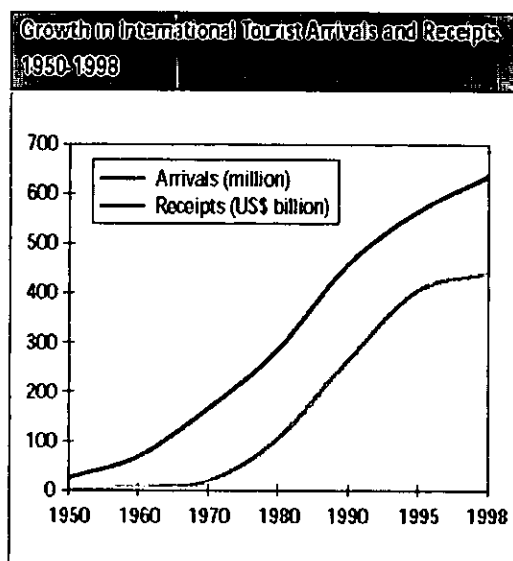
- Quais são os principais destinos turísticos ?
- Qual o peso relativo das 69 milhões de novas chegadas.
- Europa +16 milhões de chegadas = 23%
- Medio Oriente + 8 milhões de chegadas = 9%
- Asia e Pacífico +34 milhões de chegadas = 49%
- Africa +2 milhões de chegadas = 3%
- Americas +11 milhões de chegadas = 16%

Relativamente às receitas verifica-se que, em geral, a dinâmica do movimento de turistas a nível mundial, foi também acompanhado pelo aumento do volume das receitas.

Este crescimento, quer em termos de número de chegadas, como de receitas, justifica o argumento de que o turismo tem vindo a revelar-se uma indústria crescente.

Anexo VII: Razões que Afectam o Rápido Crescimento do Turismo em Moçambique

Fig. 5: Crescimento do turismo: Chegadas internacionais Versus Receitas e no Mundo 1950 – 1998



Fonte: Organização Mundial do Turismo (OWT 2000c)

- Chegadas Milhoes
- Receitas (USD Bilioes)

Um estudo realizado sobre o Plano de Marketing em Moçambique (2005 p.60), aponta como causa do fraco aproveitamento das potencialidades turísticas, o problema da situação de pobreza extrema e também como factores negativos nomeadamente:

- Problemas de saneamento: Citando o PNUD, o estudo revela que de um universo de 18 milhões de habitantes, apenas 43% da população moçambicana possui acesso sustentável a latrinas melhoradas.

- Água potável: O mesmo estudo indica que só 57% da população é que consome água potável.