



Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

Departamento de Turismo

Licenciatura em Animação Turística

Trabalho de Fim do Curso

**ANIMAÇÃO TURÍSTICA COMO FACTOR ESTRATÉGICO DE  
COMBATE À SAZONALIDADE NA PRAIA DE TOFO**

Gina Manuel Almoço Chimpse

Inhambane, 2022

Gina Manuel Almoço Chimpse

**Animação turística como factor estratégico de combate à sazonalidade na praia de  
Tofo.**

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

Supervisor: Lic. Sérgio de Jesus Belchior

Inhambane, 2022

### **Declaração**

Declaro que este Trabalho de Fim do Curso é resultado da minha investigação pessoal, que todas as fontes estão devidamente referenciadas, e que nunca foi apresentado para a obtenção de qualquer grau nesta Universidade, Escola ou em qualquer outra instituição.

Assinatura

---

(Gina Manuel Almoço Chimpse)

Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/2022

Gina Manuel Almoço Chimpse

**Animação turística como factor estratégico de combate à sazonalidade na praia de  
Tofo**

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

Inhambane, \_\_\_\_/\_\_\_\_/2022

\_\_\_\_\_  
Grau e Nome Completo do Presidente

\_\_\_\_\_  
Rúbrica

\_\_\_\_\_  
Grau e Nome Completo do Supervisor

\_\_\_\_\_  
Rúbrica

\_\_\_\_\_  
Grau e Nome Completo do Oponente

\_\_\_\_\_  
Rúbrica

## **Dedicatória**

Este trabalho é especialmente dedicado a memória do meu Pai Manuel Almoço Chimpse.

## **Agradecimentos**

A realização da monografia de licenciatura implica um enorme esforço e dedicação por parte do autor, tendo em conta o árduo trabalho analítico que envolve. Contudo, não se trata simplesmente de um trabalho individual. Emerge da conjugação e união de conhecimentos, experiências, habilidades de todos que, de alguma forma, para ela contribuíram. Assim sendo, gostaria de aqui deixar o meu sincero agradecimento a todos aqueles que me acompanharam, motivaram e ajudaram ao longo deste processo.

Desde já, começo por agradecer o meu supervisor, Lic. Sérgio de Jesus Belchior pela excelente orientação científica, pela partilha de conhecimentos e pelo estímulo e apoio prestado no decorrer desta pesquisa.

Igualmente, ao corpo docente da Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane, pelos conhecimentos e experiências transmitidas ao longo da formação, que serviram bastante na elaboração da pesquisa.

Finalmente, e não menos importante, á família e amigos ao Dulcídio Dias, Cândido Nhaquila, Vânia Elias, Leonor Mutote, Lídia Uando, Helena Brandão, Isac Valoi e Biatriz que sempre me motivaram mesmo nos momentos menos agradáveis. Em especial a minha Mãe Ofélia Laice, aos meus irmãos Evelina Chimpse, Teófilo Chimpse, Márcia Chimpse e ao Maique Chimpse pelo apoio incondicional que sempre me proporcionaram.

**Kanimambo!**

## Resumo

O principal objectivo do presente estudo é Compreender Animação turística como uma componente da oferta existente na praia de tofo como influencia no combate a sazonalidade, através das actividades oferecidas e preenchimento do tempo livre dos visitantes. De referir que os estudos em volta deste trabalho a sua abordagem assenta-se na animação turística, finalidades, modalidades, características, actividades de animação turística, sazonalidade turística, factores que influenciam o estudo da sazonalidade, suas causas, estratégia para gestão da sazonalidade e impactos da sazonalidade. Importa salientar que o turismo tem gerado muitos empregos directos e indirectos nos períodos de maior fluxo turístico. Neste Sentido pretende se impulsionar desenvolvimento desta temática para a tomada de decisão nas estratégias que visam atenuar este fenómeno. A abordagem metodológica que caracteriza esta pesquisa é conhecida como pesquisa qualitativa. Quanto aos objectivos, classifica-se como pesquisa exploratória sendo que, foram usados os métodos descritivos, explicativos e estatísticos para a análise e redacção dos dados colectados através de procedimentos técnicos como revisão bibliográfica; preparação do trabalho de campo; recolha de dados; análise interpretação e tratamento de dados, elaboração do relatório final através de inquérito por questionário. E com base no diagnóstico feito na praia de tofo, e técnicos da AHTPI, DPCTI e do CMCI como forma de confrontar acções levadas acabo para fazer frente a questão da animação turística, sazonalidade e estruturação das actividades. Foi possível desenhar melhores recomendações a serem implementadas mediante a realidade de tofo, com os resultados obtidos no âmbito da pesquisa permitirá despertar o interesse do sector público, privado, comunidade local, para a tomada de decisão na qualidade dos investimento das actividades de animação turística, no planeamento e execução, contribuindo assim no processo de desenvolvimento local, na medida em que se desenvolve as actividades na comunidade receptora, onde ira promover o destino turístico e a economia local.

**Palavras-chave:** Animação turística, sazonalidade turística, praia de tofo.

### **Lista de Abreviaturas e Siglas**

OMT – Organização Mundial do Turismo;

ESHTI – Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane;

MI – Município de Inhambane;

APHTI – Associação provincial de Hotelaria e turismo de Inhambane;

DPCTI – Direcção Provincial da Cultura e Turismo de Inhambane;

RCC – Regulamento de Culminação do Curso.

### **Lista de Figuras e gráficos**

<b>Figura 1</b> – Localização regional e limites do Município de Inhambane.....	24
<b>Gráfico 1</b> –Época de turismo na praia de Tofo.....	27
<b>Gráfico 2</b> –.Distribuição de turistas que visitam a praia de Tofo por Género.....	28
<b>Gráfico 3</b> –Distribuição de turistas por faixa etária .....	28
<b>Gráfico 4</b> –Distribuição dos turistas por país de proveniência.....	29
<b>Gráfico 5</b> –Motivação da visita .....	29
<b>Gráfico 6</b> –Principais actividades de animação turística praticadas pelos turistas na praia do Tofo .....	30

## Lista de Tabelas e quadros

<b>Tabela 1</b> – Tamanho da Amostra.....	8
<b>Tabela 2</b> – Fluxo turístico da praia de Tofo (2016-2020) .....	26
<b>Tabela 3</b> – Influência da sazonalidade na escolha das actividades de animação turística na praia do Tofo.....	30
<b>Quadro 1</b> – Características da animação turística.....	14-15
<b>Quadro 2</b> – Modalidades da animação turística.....	15-16
<b>Quadro 3</b> – Actividades da animação turística.....	16 -17
<b>Quadro 4</b> – Motivações da Animação Turística.....	18
<b>Quadro 5</b> – Classificação das causas da sazonalidade no turismo.....	20-21
<b>Quadro 6</b> – Estratégias da gestão da sazonalidade.....	23

## ÍNDICE

Folha de Rosto.....	i
Declaração.....	ii
Folha de Avaliação.....	iii
Dedicatória.....	iv
Agradecimentos.....	v
Resumo.....	vi
Lista de Abreviaturas e Siglas.....	vii
Lista de Figuras e gráficos.....	viii
Lista de Tabelas e quadros.....	ix
1. INTRODUÇÃO.....	1
1.1. Enquadramento.....	1
1.2. Objectivos.....	2
1.2.1. Geral.....	2
1.2.2. Específicos.....	2
1.3. Justificava.....	3
1.4. Problema.....	4
1.4.1. Hipóteses.....	5
1.5. Metodologia.....	5
1.5.1. Tipo de Estudo.....	5
1.5.2. Etapas para execução da pesquisa.....	6
2. REVISÃO DA LITERATURA.....	10
2.1. Conceitos básicos.....	10
2.1.1. Turismo.....	10
2.1.2. Turismo em Moçambique.....	10
2.1.3. Animação.....	11
2.1.4. Animação turística.....	12
2.2. Características da animação turística.....	14
2.2.1. Modalidades da animação turística.....	15
2.3. Actividades de Animação Turística.....	16
2.4. Sazonalidade.....	18
2.4.1. Classificação das Causas da Sazonalidade no Turismo.....	20
2.4.2. Impactos da sazonalidade.....	21

2.4.3. As estratégias de gestão da sazonalidade .....	22
3. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS.....	24
3.1. Localização geográfica do Município de Inhambane .....	24
3.1.2. Turismo no município de Inhambane.....	25
3.2. Apresentação dos resultados .....	25
3.2.1. Actividades de animação turística realizadas na praia de Tofo .....	25
3.3. Causas da sazonalidade na praia de Tofo .....	25
3.3.1. Épocas do fluxo turístico.....	26
3.5. Animação turística contribui para o combate a sazonalidade na praia de Tofo... 27	
3.5.1. Estratégias usadas pelas instituições públicas com vista atenuarem a sazonalidade .....	28
4. CONCLUSÃO.....	31
4.1. Recomendações .....	32
5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	34
6. APÊNDICES .....	38

## **1. INTRODUÇÃO**

O presente trabalho foi elaborado para cumprimento dos requisitos exigidos pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI), para a obtenção de Grau de Licenciatura em Animação turística. O estudo tem como objectivo compreender a animação turística como factor estratégico de combate a sazonalidade na praia de Tofo.

### **1.1. Enquadramento**

A necessidade de ocupar os tempos livres dos turistas, explorar a região em termos de recursos naturais, históricos e culturais, em volta dos principais motivos de eleição do destino obrigou diversos agentes económicos do sector a repensar nas suas linhas de actuação em termos de oferta. Para Almeida (2004:24), “animação turística surge com intuito de ocupar o vazio que existia, agindo como um estímulo que proporciona uma melhor forma de estar, física e psíquica, a um determinado grupo de pessoas, permitindo a sua participação num determinado conjunto de actividade”.

A sazonalidade no turismo pode ser considerada como um fenómeno que se manifesta quando ocorre uma concentração do fluxo de turistas determinado período do ano e uma desaceleração da procura no restante do ano. Diante das oscilações quanto ao fluxo, o turismo sofre com os efeitos da instabilidade, apresentando-se como uma actividade frágeis situações de crise (MEDEIROS, 2007).

Inhambane é um destino turístico rico em excelentes praias, Monumentos Históricos, lugares de cultos que assinalaram a passagem de vários povos, ao longo da costa encontra-se o arquipélago de Bazaruto onde se localizam parques naturais com variadas espécies de vegetação e animais. O turismo em Inhambane promove o conhecimento, divulgação do destino, utilização das potencialidades turísticas, intercâmbio cultural entre visitantes e os visitados, sendo a praia de tofo considerada a melhor para prática de diversas actividades de animação turística e o destacado mergulho a poucos metros com Tubarões baleias, Golfinhos e Raia-mantas etc.

Contudo, a praia de tofo as épocas baixas registam menor procura pelo consumo de actividades de animação turística, de tal forma que afecta os trabalhadores, estabelecimentos turísticos, artesãos, residentes que sobrevivem na base do turismo. Neste Caso, algumas acções podem amenizar os efeitos da sazonalidade que constitui

uma preocupação. Entretanto será necessária uma pesquisa no intuito de compreender animação turística como factor estratégico de combate a sazonalidade neste destino .

Assim sendo o presente trabalho, visa compreender a animação turística como factor estratégico de combate a sazonalidade na praia de tofo. Para a materialização do presente trabalho foram definidos objectivos específicos tais como: Alistar as actividades de animação turística na praia de Tofo; Identificar as causas da sazonalidade na praia de tofo e periodizar as épocas do fluxo turístico e Correlacionar as actividades de animação turística e o fluxo turístico.

O trabalho esta dividido em 4 capítulos, sendo: (I) Introdução, onde fez-se a apresentação geral do trabalho, integrando os objectivos, a justificativa que explica a escolha do tema, a relevância e benefícios que tem na academia e na sociedade, a metodologia, que mostra os passos para a elaboração do presente trabalho; (II) Revisão Bibliográfica, que apresenta o quadro teórico tendo em conta os objectivos estabelecidos; (III) Apresentação e Discussão de Resultados, que contém análise e discussão dos resultados preliminares do presente trabalho; (IV), Conclusão; Recomendações; Referências bibliográficas e Apêndices.

## **1.2. Objectivos**

### 1.2.1. Geral

- Compreender a animação turística como factor estratégico de combate a sazonalidade na praia de Tofo.

### 1.2.2. Específicos

1. Alistar as actividades de animação turística na praia de Tofo;
2. Identificar as causas da sazonalidade na praia de tofo e periodizar as épocas do fluxo turístico;
3. Correlacionar as actividades de animação turística e o fluxo turístico.

### 1.3. Justificava

De acordo com Butler (1994), a sazonalidade é um desequilíbrio temporal no fenómeno turístico, que pode ser expresso em termos de dimensões tais como: número de visitantes, despesas de visitantes, tráfego nas auto-estradas, emprego e ingressos em atracções.

A sazonalidade turística é caracterizada pelas oscilações na procura ao longo do ano, geralmente associadas a diferentes épocas no mercado turístico designadamente: a época alta, onde se concentra a maior parte da procura; a época média, onde existe uma redução da procura turística; e época baixa, onde a procura é muito reduzida (GETZ & NILSSON, 2004, CONNELL *et al.* 2015).

De acordo com Torres (2004), a animação no turismo pode ser definida como sendo um conjunto de actividades que objectivam humanizar as viagens, oferecendo ao turista a possibilidade de participação activa, de tornar-se protagonista de suas férias. “A animação turística, qualquer que seja a definição utilizada, passou a assumir uma importância fundamental a partir do momento em que se tornou evidente que o foco do turismo reside na qualidade da experiência turística, a qual contribui para a fixação de visitantes/turistas, para a criação de emprego e para o desenvolvimento dos destinos”. (ARAÚJO, 2013:14).

As actividades de animação turística desenvolvidas na praia de tofo são de carácter cultural desportivo recreativo e de entretenimento que são oferecidas nos seguintes locais: Tofo scuba, (mergulho, snorkling), Diversity scuba, (mergulho Cayaking), Periperi Divers( mergulho), Liquid dive adventures, (mergulho) Pariango, (equitação) Associação dos artesão de tofo, ( artesanato), Dathonga ( artesanato e musica ao vivo), the surf shack(surf e Windsurf), entre outros.

O interesse em compreender a animação turística como factor estratégico de combate a sazonalidade na praia de Tofo, constitui a motivação da proposta do presente tema, considerando que as características sazonais afectam grande parte dos destinos turísticos, é notável que a praia de tofo regista variações de fluxo ao longo do ano trazendo consigo efeitos negativos onde, causa prejuízos na rentabilidade anual das empresas turísticas, emprego temporário entre outros aspectos, assim como trás efeitos positivos como a recuperação do ambiente social e ambiental.

Também justifica pela necessidade de elevar a praia de Tofo, sendo um dos principais destinos no Município de Inhambane que atrai turistas de diferentes pontos do país assim como do estrangeiro.

Deste modo, espera se com a investigação obter resultados a contribuir de forma positiva, no sistema de gestão de actividades de animação turística para atenuar a sazonalidade. Contudo a pesquisa irá contribuir como um instrumento de orientação para as autoridades públicas, operadores turísticos, sector privado, e comunidade local, assim como servir de base de apoio para posteriores pesquisas.

#### **1.4. Problema**

“A animação turística serve como base sustentável ao desenvolvimento de uma região, de uma instituição pública ou privada, na divulgação e afirmação de uma identidade cultural, na fixação de saberes e tradições, no desenvolvimento social das comunidades que visitam e são visitadas (ALMEIDA, 2003:67)”. A animação turística pode ou não ser paga directamente pelos turistas, contudo independentemente desse pagamento, a criação de receitas paralelas são para muitas comunidades locais uma pequena fonte de rendimento, de acordo com (SPINOLA, 2013:43). “A animação turística detém vários poderes característicos, tendo como objectivo, gerar satisfação aos visitantes, contribuir para que as suas necessidades sejam preenchidas, fazendo com que se tornem num excelente meio de divulgação e promoção, gerando assim um crescendo de ocupação, tendo como objectivo futuro a fidelização (ALMEIDA, 2003:68)”.

Sendo a praia de tofo um dos destinos mais privilegiados ao nível da província de Inhambane em particular do país, que também regista épocas altas, medias e baixas em termos de procura turística, fazendo com que a época baixa registre demissão de trabalhadores de vários sectores, paralisação e redução de actividades nas estâncias turísticas, entre outras consequências. Neste sentido, surge a seguinte questão de partida: *como a animação turística influencia no combate a sazonalidade na praia de Tofo?*

#### 1.4.1. Hipóteses

**H1:** A animação turística influencia positivamente no combate a sazonalidade na praia de tofo pois consegue minimizar os impactos negativos desta por meio de novas atracções, diversificação da oferta e do seguimento do mercado.

**H2:** Animação turística Influencia negativamente pois não consegue minimizar os impactos negativos da sazonalidade por meio de actividades oferecidas.

### 1.5. Metodologia

No presente capítulo são apresentados os procedimentos metodológicos que foram utilizados para elaboração do estudo, a partir de uma colecta de informações até a interpretação dos resultados. Faz-se referência ao tamanho da amostra onde os dados foram colectados bem como as etapas seguidas para preparação do trabalho. Os procedimentos usados para o desenvolvimento de uma pesquisa devem ser realizados de forma lógica para que cada fase da mesma esteja em concordância.

A escolha do tema, os objectivos a serem estudados, a metodologia, a colecta e análise dos dados colectados, devem estar pré-seleccionados para que o processo científico ocorra sem maiores problemas, sem qual o sucesso da pesquisa em questão dá-se devido aos métodos utilizados, empenho, e habilidades utilizadas para chegar aos objectivos desejados (PINHEIRO, 2010).

De acordo com Gil (1999), metodologia é o método ou conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adoptados para atingir um determinado propósito ao conhecimento, ou seja, representação do caminho ou maneira para se chegar a um determinado resultado.

#### 1.5.1. Tipo de Estudo

O estudo classifica-se nas seguintes perspectivas:

- Quanto aos procedimentos de recolha de dados, tratou-se de uma pesquisa bibliográfica, pois esta consistiu no levantamento de conteúdos bibliográficos já analisados e publicados por meios escritos ou electrónicos, como livros, artigos científicos, e igualmente, caracterizou-se como uma pesquisa documental, onde

recorreu-se a fontes de dados secundários com tratamento analítico parcial (ainda podem ser tratados analiticamente).

- Quanto ao tratamento de dados caracterizou-se como uma pesquisa quantitativa e qualitativa. No primeiro caso porque a análise de dados se assenta em técnicas estatísticas (médias, gráficos) e no segundo pelo facto de se buscar explicações dos fenómenos por meio da tradução, atribuição de significados e opiniões, inquéritos de informações qualitativas.

### 1.5.2. Etapas para execução da pesquisa

Desta forma, para a execução da pesquisa foram observadas (5) cinco fases sendo (1) escolha e delimitação do tema, (2) preparação de trabalho de campo, (3) colecta de dados, (4) análise e interpretação de dados e (5) redacção do relatório.

#### **1ª Fase: Escolha e delimitação do Tema**

Esta fase foi essencialmente caracterizada pela pesquisa bibliográfica e documental, tendo a primeira consistido na leitura de material didáctico com tratamento analítico, o que permitiu a familiarização com o tema em análise, o alinhamento de objectivos, problema e sua forma de operacionalização. Igualmente, a segunda técnica parcialmente nas mesmas perspectivas que a bibliográfica (alinhamento dos objectivos, questionários e observação directa para colecta de dados).

#### **2ª Fase: Preparação do Trabalho de campo**

Esta fase, consistiu na escolha do tema, reconhecimento da área em estudo, preparação dos instrumentos de colecta de dados e consulta de fontes que abordam sobre a informação escrita do tema, sendo que, para construção da base teórica foram usadas as seguintes técnicas:

- a) **Pesquisa bibliográfica:** baseou-se na consulta de obras literárias como: livros, artigos científicos, revista científicas, dissertações, e monografia para a fundamentação teórica sobre animação turística como estratégia de combate a sazonalidade turística na praia de tofo e confrontação observado no trabalho em estudo. Disponíveis em formato físico, digital e internet em PDF.

b) **Pesquisa documental:** centrou-se na consulta de documentos oficiais das instituições públicas nomeadamente: fluxos semestrais /anuais de movimentos turísticos, Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Inhambane (DPCTI).

➤ **Pesquisa bibliográfica**

É uma investigação científica que reúne estudos relevantes sobre uma questão formulada, utilizando o banco de dados da literatura que trata sobre questão como fonte e métodos de identificação, selecção e análise sistemáticos, com intuito de se realizar uma revisão crítica e discussão da literatura. Este tipo de pesquisa consiste em uma maneira geral na obtenção de dados e consulta a partir de material já elaborado, constituído por literatura distinta que aborda aspectos relacionados com o tema de uma forma diferenciada.

➤ **Pesquisa documental**

A semelhança da anterior, consistiu na solicitação de informação a partir de documentos, contemporâneos ou retrospectivos, considerados cientificamente autênticos, ou seja, foram usados documentos de primeira mão, aqueles que não receberam qualquer tratamento analítico, tais como: reportagens, jornal, fotografias, gravações.

➤ **Questionário**

Foram efectuados à turistas, operadores locais e técnicos de instituições públicas, com o objectivo de compreender a animação turística como factor estratégico de combate a sazonalidade na praia de Tofo (vide em anexo os guiões efectuados aos turistas, aos operadores locais e Técnicos de instituições públicas).

Desta forma o questionário A foi usado para instituições públicas do MI, B foi usado para operadores turísticos da Praia de Tofo e o C foi usado para turistas que visitam a Praia de Tofo.

➤ **Tamanho da amostra**

A selecção da amostra baseou-se na amostragem não probabilística convencional. Segundo Oliveira (2001) esse tipo de amostragem permite que o pesquisador seleccione membros da população mais acessíveis e frequentemente utilizada para geração de ideias em pesquisas exploratórias. A amostragem não probabilística por conveniência de

acordo com a disponibilidade de cada um dos turistas, tendo em conta actual época vivida pela pandemia da covid-19.

O inquérito foi direccionado aos turistas, gestores de estabelecimentos turísticos que se encontram a operar na praia de Tofo e funcionários públicos da DPCTI, APHTI e CMCI que se voluntariaram responder o questionário conforme a tabela.

**Tabela1:**Tamanho da amostra

Seleccionados	Operadores	Turistas	Instituições públicas
Total universo	40	7.877	3
Amostra	7	67	3

**Fonte:** Autora (2022)

O número total de universo de turistas em 2020 foi 7877 e o estudo decorreu em 5 meses

$$7877 — 12meses$$

$$\times \quad — 5meses$$

$$7877 * 5meses/12meses$$

$$\times = 3283 \text{ turistas}$$

$$amostra = 67$$

$$\times = 6700/3283$$

$$\times = 20,4\%$$

### **3ª Fase: Recolha de dados**

Nesta fase, o autor deslocou-se para as instituições públicas e privadas para colectar dados e para o tratamento de turistas deslocou-se ao campo afim de colher informação relevantes ao tema em estudo. Sendo que para a obtenção da informação acima descrita foram usadas as seguintes técnicas: observação que se fundamentou em colectar dados para conseguir informações de determinados aspectos da realidade, e os questionários apoiando-se no guião (vide no apêndice A, B, C), o autor buscou de forma geral Compreender a Animação turística como factor estratégico de combate a sazonalidade na praia de Tofo.

Não foi possível inquirir todos operadores locais devido a situação da pandemia covid-19, visto que tem estabelecimento que ainda não estão a operar a 100% no mercado

turístico, devido a causa acima citado, a indisponibilidade dos responsáveis dos estabelecimentos por questões de férias. Os questionários referentes aos turistas levaram 5 meses para a obtenção dos resultados.

Os questionários foram administrados pela autora com auxílio de, bloco de notas e esferográfica. Os dados provenientes dos grupos-alvo acima apresentados (instituições publicas operadores turisticos e turistas) constituem dados primários pois que foram recolhidos em primeira instância pela autora.

#### **4ª Fase: Análise e Interpretação de Dados**

Para a análise dos dados qualitativos (comentários dos visitantes), recorreu-se à técnica de análise de conteúdo, que é um conjunto de técnicas de análise de comunicações, que tem com o objectivo de ultrapassar as incertezas e enriquecer a leitura dos dados colectados. Como afirma (CHIZZOTTI 2006, p. 98), “o objectivo da análise de conteúdo é compreender criticamente o sentido das comunicações, seu conteúdo manifesta ou latente, as significações explícitas ou ocultas”. A análise do conteúdo permite descoberta do que está por trás dos conteúdos manifestos. Tais funções podem ser complementares, com aplicação em tantas pesquisas qualitativas como quantitativas (GRZYBOVSKI, 2011).

#### **5ª Fase: Redacção do Relatório**

Para a representação dos dados nas tabelas e gráficos, assim como a redacção do texto ou compilação de informação útil foram utilizados programas informáticos como Microsoft Excel e Word, assim como o Regulamento de Culminação de Curso (2016) da Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane para formatação do trabalho.

## **2. REVISÃO DA LITERATURA**

### **2.1. Conceitos básicos**

#### **2.1.1. Turismo**

O conceito de turismo iniciou-se no século XVI quando astrónomos, físicos, matemáticos, médicos e filósofos decidiram partir pela Europa maioritariamente pela curiosidade e à procura de conhecimento, ou até por motivos religiosos. Nessa época, as pessoas de famílias abastadas faziam a *Grand Tour*, uma viagem pela Europa, que geralmente tinha um período de 3 anos, em que havia contacto e diversas aprendizagens entre diferentes culturas. A partir do século XIX o turista já procura estâncias balneares para fins de repouso, saúde ou diversão (CUNHA, 2010).

As viagens e o turismo sempre trouxeram benefícios sociais, económicos e culturais a nível mundial. Por sua vez Silva (2009), relata que desde os primórdios o Homem sempre foi viajante e as deslocações e as viagens eram realizadas para procurar alimentos, atravessar rios de modo a descobrir o que havia do outro lado e para conhecer novos destinos em busca da riqueza e novos saberes.

Para Cunha e Abrantes (2013, p. 17), “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”.

Lickorish & Jenkins (2000), definem o turismo como um conjunto de fenómenos e relacionamentos que surgem das viagens e da estadia de indivíduos que não visam residência permanente nem actividade remunerada. Surgem, então, várias contribuições para o conceito de turismo: turismo como movimento de pessoas.

#### **2.1.2. Turismo em Moçambique**

Moçambique localiza-se no Sudeste de África e faz fronteira a leste com o Oceano Índico, a Norte com a Tanzânia e o Malawi, a noroeste com a Zâmbia, a oeste com o Zimbabwe e a Sudoeste com a Suazilândia e a África do Sul. Tem uma costa de cerca de 2.515 km, com abundância de praias de areia branca, baías, rochas e arquipélagos (INATUR, 2014).

Em Moçambique, turismo é uma actividade anterior à independência (PEDTM, 2004; FIAS, 2006; Nhantumbo, 2009; Azevedo, 2014), tendo sido um dos primeiros destinos turísticos da África Austral, particularmente para os portugueses, sul-africanos e zimbabueanos, visto que as áreas de conservação e as infra-estruturas turísticas já existiam, atraindo turistas domésticos e estrangeiros, que visitavam, por exemplo, o Parque Nacional de Gorongosa, que foi criado em 1960, 15 anos antes da independência nacional.

Na sequência, Benjamim (2016), ressalta que o turismo contribuiu para o PIB de Moçambique, entretanto, há que salientar que as chegadas internacionais foram suspensas devido aos conflitos armados da guerra de libertação nacional contra o colonialismo e da guerra de desestabilização (entre as forças governamentais dirigidas pelo partido Frelimo e as forças da Renamo), que durou 16 anos, tendo tido o seu fim com a assinatura do acordo geral de paz em 1992, relançando deste modo a imagem do turismo em Moçambique e aumentando o número de turistas a visitarem o país entre 1992 – 2002 com uma taxa média de crescimento de 8%. Não obstante, a partir de 2003 verificou-se um crescimento lento com uma contribuição de cerca de 2,3% para o PIB, muito abaixo do crescimento médio da África Austral (8%) e do mundo (10,2%) (OMT, 2005, *in* FIAS, (2006) *apud* (BENJAMIM 2016).

### 2.1.3. Animação

Animação é uma palavra que deriva do Latim, Anima, tendo como significado Dar Alma ou Animar a Alma. No latim, Animus remete a dinâmica, força activa e vida. Esta palavra tem sido um dos temas turísticos em mais evidência nos últimos anos e já está integrado nos dicionários europeus desde o século XVII. O ponto de partida da ideia da animação é concebê-la como um processo concretizado na introdução organizada de recursos materiais e não materiais pré-determinados com o propósito deliberado de tornar uma actividade mais interessante e incentivar a sua prática (TORRES, 2004).

Para Almeida (2003:62) “A animação é a vida, é a acção que permite dar à vida mais vida, para facilitar o desenvolver da vida, para facilitar os desafios crescentes da vida”. Numa sociedade cada vez mais ocupada e stressada. “Animação, é dar sentido a uma vida cheia de compromissos sociais e profissionais, para um maior conhecimento das culturas locais, fugindo à rotina das obrigações”. Por vezes, em situações da vida

difíceis, recorre-se à animação, pois “Animar é dar vida à vida ou fazer reviver alguma parte perdida afirma a autora acima citada.

Segundo Araújo, (2013) afirma que, animação pode ser compreendida, etimologicamente, como um processo capaz de entusiasmar, empolgar e dinamizar. No que diz respeito a animação turística, sua compreensão é de extrema relevância. Sua acção tem grande poder modificador sobre o olhar do turista, variando de intensidade consoante for executada.

#### **2.1.4. Animação turística**

Na visão de Torres, (2004) a animação turística surgiu no início do século passado como uma das modalidades de viagem, a travessia do Atlântico em navios de luxo. Esta travessia iria estabelecer os primeiros modelos que posteriormente seriam desenvolvidos em outras áreas. Nessas viagens os viajantes detinham imenso tempo livre, viajantes esses ricos e muito exigentes. Começaram a pensar que seria necessário criar algumas distrações para preencher o tempo livre dos passageiros e a partir daí começou se a delinear um esquema de animação com diversas actividades e atracções, levando também ao surgimento de especialistas na área da animação afirma (TORRES, 2004).

Segundo Torres (2004), foi a partir de 1950 que o conceito de animação turística foi revalorizado e ampliado, quando um Clube, o *Club Méditerranée*, criou um novo “pacote” de viagens: quinze dias em acampamentos fixos, contudo em instalações de pouco confortam. Para tentar compensar o facto de as instalações não estarem no seu melhor estado o clube ofereceu uma actividade complementar e ainda pouco conhecida, designado na altura por animação colectiva, que acabou por criar uma nova vida na comunidade turística. Criou ainda grandes mestres de animação com extraordinárias capacidades de comunicação. Estes mestres tinham um grande poder de atracção nas pessoas pois quando abriam novas inscrições para a nova temporada na comunidade turística, as pessoas escolhiam as ofertas com base nos animadores e não devido às paisagens dos locais (TORRES, 2004).

A animação colectiva passou a ser uma atracção só por si e foi considerado um novo produto turístico sendo procurado por todos aqueles que procuravam algo de novo, nomeadamente os turistas jovens e os intelectuais (TORRES, 2004). O grande mérito do

*Club Méditerranée* foi o de mostrar que os turistas estavam cansados de serem guiados para fazer isto ou aquilo, quando o que eles mais desejavam era ter uma participação mais activa nas suas viagens.

A animação turística é uma componente da oferta e do produto turístico existente em determinado lugar, a qual é destinada a satisfazer as necessidades dos visitantes ou, dito de outro modo, com base em Figueiredo (2013), animação turística é um conjunto de actividades organizadas que proporcionam experiências únicas e são geradoras de um elevado grau de satisfação no turista.

Araújo (2013), refere que os autores Chaves e Mesalles (2001), apresentam outro conceito mais amplo, afirmando que:

A animação turística é entre outros aspectos, o conjunto de actividades culturais, lúdicas, de formação, desportivas, de difusão, de convívio e de recreio que são oferecidas aos turistas por entidades públicas ou privadas, pagas ou não pagas, com o carácter de restabelecer o equilíbrio físico e psíquico, aniquilando a monotonia, o excesso de tensão e o stress.

Apesar da sua complexidade e diversidade (actividades, ambientes, intervenientes), a animação turística “pode ser apontada como um factor de elevada importância para o desenvolvimento económico da região onde actua, como por exemplo, através da criação de emprego a nível local e de rendimentos complementares para as comunidades de acolhimento, através do aumento da duração da estadia e dos gastos dos turistas” (PARREIRA, 2015:19).

Abranja (2009), afirma que a animação turística deve proporcionar ao cliente a oportunidade de ocupar o seu tempo com actividades que o possam conduzir à satisfação pessoal, à realização de experiências divertidas e emocionantes, tendo sempre em conta e respeitando o meio envolvente.

Na visão de Spínola (2013) os objetivos centrais da animação turística são:

- Conseguir que as pessoas se relacionam com o meio que estão a visitar (pessoas, paisagem, património, tradições, associações existentes, gastronomia, festas, entre outros);

- Procurar uma integração ativa social e cultural ao substituir o ver pelo envolver;
- Criar processos dinâmicos e criativos;
- Rejeitar o tempo morto ao transformar o tempo livre em ócio criativo;
- Estabelecer uma relação entre a população nativa e a população visitante através de eventos, experiências e partilhas de saberes.

## 2.2. Características da animação turística

A animação turística possui várias potências características, tendo como objectivo, proporcionar satisfação aos visitantes, contribuindo desta forma, para que as suas necessidades sejam realizadas, permitindo divulgação e promoção, gerando assim uma intensificação da procura face ao destino. Segundo Araújo (2013), as principais características da animação turística, ilustradas no quadro 1.

**Quadro 1:** Características da animação turística

Características	Descrição
Atracção	A animação deve procurar ser a mais atractiva possível de forma a chamar a atenção, despertar a curiosidade e a motivação. Deve ter impacto e criar o desejo em participar.
Adequação	Deve estar direccionada ao tipo de cliente, com objectivos definidos e estratégias adequadas. O suporte técnico deve estar sempre acima das expectativas.
Oportunidade	Deve acontecer em momentos oportunos, estudados e programados (tempo, lugar, número) de forma a gerarem uma satisfação ideal.
Diversificação	Deve atingir uma multiplicidade de estímulos, evitando a monotonia ou a repetição, deve ser eficaz e dinâmica, nunca repetitiva.

Divertida	Deve proporcionar alegria, paz, prazer, deleite;
Controlada	Deve ser efectuado no espaço ou meio conhecido e controlado por quem a promove;
Segura	Deve proporcionar satisfação e nunca preocupação;
Rentável	Deve pelo menos, procurar não ser um custo.

**Fonte:** Adaptado pela autora baseado em (ARAÚJO, 2013).

### 2.2.1. Modalidades da animação turística

A animação turística é composta por várias modalidades, visto ser um conjunto de actividades seleccionadas e direccionadas para diferentes grupos etários com hábitos e costumes diferenciados. Deste modo mesmo que se tenha como objectivo a satisfação dos clientes/ turistas, mas, há que se ter em atenção a necessidades de cada um Almeida (2003) pode-se considerá-los como sendo:

**Quadro 2:** Modalidades da animação turística

Modalidades	Descrição
Animação Sociocultural	A animação sociocultural é a tipologia que permite o intercâmbio entre os participantes como forma de gerar e desenvolver a troca de experiência entre os diferentes grupos, neste sentido o autor acima referido designa a animação sociocultural, como um processo racional e sistemático, que pretende conseguir por meio de definição de objectivos, uma organização e planificação com vista à participação activa de grupos de pessoas, em projectos relacionados com a cultura, com vista ao relacionamento interpessoal dos participantes e o desenvolvimento social

	dos mesmos. O centro das atenções é o ser humano, as suas tradições, usos e costumes, hábitos diários, formas de estar e de ser, identidades e diversidades culturais, etc.
Animação Institucional	É um tipo de animação muito usada em grandes manifestações públicas, recorrem a ela, entidades públicas que pretendem realçar alguma data histórica, alguma tradição ou mesmo um meio de atrair mais visitantes. Politicamente é um instrumento muito poderoso, apoiado muitas vezes em manifestações culturais e desportivas, serve como base a aumentos das taxas de ocupação e consumo local.
Animação Interna	A animação interna ganha cada vez mais importância, devido às constantes exigências ao nível dos conceitos de produtividade e qualidade, elevando os graus de concentração e disponibilidade. Dai o investimento que cada vez mais as grandes empresas fazem na disponibilidade de espaços de animação internos, ginásios, salões de jogos, refeitórios equipados com áudio e vídeo, jardim-de-infância, grupos culturais, torneios.

Fonte: Adaptado em (ALMEIDA, 2003).

### 2.3. Actividades de Animação Turística

Quadro 3: Actividades de Animação Turística.

Actividades	Exemplos
Actividades de Recreação e Entretenimento.	Jogos; festas de boas vindas; festas e eventos nocturnos; concursos literários ou teatrais; bailes e concursos de dança; jantares tradicionais ou de gala.
	Concursos de pesca; minigolfe;

Actividades Desportivas	actividades aquáticas; torneios de xadrez; bilhar; golfe; ténis; <i>bridge</i> ; desportos náuticos; equitação; passeios.
Actividades Culturais	De contemplação: exposições; espectáculos; mostras; conferências; cinema; concertos musicais.  De realização: confeccionar refeições tradicionais; colher frutos secos; participar em concursos gastronómicos; aprender a arte de confeccionar produtos regionais.
Actividades de Património	Visitar museus, igrejas, mosteiros, parques e monumentos, aldeias históricas; realizar circuitos ou roteiros turísticos.
Actividades de Agricultura	Colheita de frutos; vindima; ordenha e produção de queijo; alimentação dos animais; pastoreio; passeios de burro ou tractor.
Actividades de Saúde e Bem-Estar	Actividades termais; caminhadas culturais e paisagísticas; <i>Spas</i> e outras actividades de beleza e bem-estar.

**Fonte:** Adaptado em (ESTEVES 2015).

### 2.3.1. Motivações da Animação Turística

Esteves (2015) classifica as motivações da animação turísticas em seis grandes grupos, conforme é possível visualizar-no quadro que se segue.

**Quadro 4:** Motivações da Animação Turística.

<b>Motivações Turísticas</b>	<b>Exemplos</b>
<b>Motivações Físicas</b>	Relaxamento; exercício físico; saúde.
<b>Motivações Culturais</b>	Circuitos turísticos; conhecer novas culturas.
<b>Motivações Emocionais</b>	Romance; aventura; escape; fantasia.
<b>Motivações Pessoais</b>	Visitar amigos e familiares; fazer novas amizades.
<b>Motivações de Desenvolvimento Pessoal</b>	Aumentar os conhecimentos; novas aprendizagens.
<b>Motivações de Prestígio Social</b>	Moda; exclusividade; gastos ostentosos.

**Fonte:** Adaptado em ESTEVES (2015, p.10).

#### **2.4. Sazonalidade**

Firmino (2007) afirma que, perante uma actividade que se revela sazonal num grande número de produtos a oferecer (exemplo, sol e Praia) ou nos períodos de férias escolares ou dos trabalhadores assalariados, a manutenção dos custos fixos das empresas tem forte impacto nos seus proveitos totais. Assim, o turismo de cidade pode oferecer mais estabilidade nas receitas às empresas do que o turismo balnear.

De acordo com Pimentel (2008), a sazonalidade é frequentemente vista como um dos maiores problemas da actividade do turismo, principalmente quando relacionada com o lado económico. É responsável pela existência de inúmeras dificuldades enfrentadas pela oferta turística, incluindo a obtenção de financiamentos, a contratação de empregados e os problemas relacionados com o aumento da procura numa determinada época e o excesso da oferta noutra.

Por sua vez Firmino (2007) refere se a sazonalidade como desequilíbrio temporal no fenómeno Turístico, que pode ser expresso em termo das dimensões de elementos como o número de visitantes, despesas dos visitantes, transporte aéreo e outras formas de transporte, emprego e acesso as atracções.

Pimentel (2008) afirma que o motivo pelo qual a sazonalidade acontece depende das características do destino, assim como os impactos provocados por este fenómeno que podem variar conforme a localização do destino, reflectindo nas condições físicas e na natureza das atracções.

Cossa, (2016) o conceito de sazonalidade, designa o crescimento da procura não uniforme ao longo do ano, originando o aumento da densidade populacional em um determinado espaço em períodos específicos, segundo um padrão repetido anualmente. Assim "sazonalidade turística" entende-se que é a tendência dos fluxos turísticos para tornarem-se concentrados em períodos relativamente curtos do ano, isto é, a desigual distribuição temporal dos movimentos turísticos ao longo do ano que se reflete na desigual intensidade das entradas estrangeiros, das dormidas na hotelaria e no tráfego dos meios de transporte (CUNHA, 2013).

Na visão de Firmino (2007) para se estudar o padrão da sazonalidade de um destino turístico importa salientar três tipos de influências:

1. Factores da procura: resposta as atracções naturais, ferias institucionalizadas, tradição de férias/ inércia, mudanças nos gostos;
2. Atributos da oferta: condições climáticas, atracções físicas, oportunidades para actividades, eventos, atracções sociais e culturais.
3. Acções corretoras: preços e impostos diferenciais, novas atracções e eventos, diferenciação de mercados.

Oliveira (2014), diz que sazonalidade é um fenómeno decorrente da concentração das actividades turísticas no espaço e no tempo. Verifica-se que existem dois tipos de sazonalidade, nomeadamente a da procura e a da oferta.

Na da procura pode-se lutar por meio de medidas para evitar estas grandes concentrações de turistas e repartir a procura no decorrer do ano. Tais medidas podem ser: incentivar os trabalhadores a tirar férias em períodos fora do verão, oferecendo preços mais atraentes, promoção do turismo social ou de outros tipos de turismo que não estejam condicionados ao clima.

A sazonalidade da oferta (dos recursos naturais) é mais difícil de superar, visto que não se pode lutar contra o clima, no entanto existem determinadas medidas que poderão minimizar o problema, como a criação de novos produtos que não tenham o clima como factor determinante.

Antes de se pensar em estratégias para minimizar ou combater a sazonalidade turística, torna-se importante conhecer as suas causas bem como ter o domínio das potencialidades turísticas que esse destino possui. Identificar as causas sazonais específica a cada localidade auxilia a focar os esforços de maneira a reduzir as oscilações das épocas. Conhecendo os efeitos dessa época sazonal torna-se necessário não somente para o planeador, como também para todas empresas e organizações envolvidas no processo turístico de modo a permitir que concentrem esforços para tentar fazer com que a distribuição da demanda turística ocorra de forma homogénea e regular durante o ano afirma (SCHEUER e BAHL, 2011).

A maioria das investigações desenvolvidas distingue fontes de sazonalidade: natural e institucional, relacionadas com a origem e destino do turismo. A primeira abrangendo aspectos físicos como o clima, variações de temperatura, horas de sol ou níveis de chuva e neve; enquanto a sazonalidade institucional se refere a comportamentos de origem cultural ou social, motivados por preferências individuais, normas sociais e religião, tais como eventos, feriados e épocas festivas, entre outros (RIBEIRO, 2013).

#### 2.4.1. Classificação das Causas da Sazonalidade no Turismo

**Quadro 5:** Classificação das Causas da Sazonalidade no Turismo

<b>Autor</b>	<b>Categorias de Causas da Sazonalidade</b>
--------------	---

Baron (1975)	Sazonalidade natural, sazonalidade institucional, efeitos dos diversos calendários, causas sociológicas e económicas.
Hartmann (1986)	Sazonalidade natural, sazonalidade institucional.
Butler (1994)	Sazonalidade natural, sazonalidade institucional, pressão social e moda, estações desportivas, tradição e inércia.
Butler e Mão (1996)	Factores físicos e socioculturais nas áreas turísticas de origem e destino.
Frechtling (2001)	Clima, costumes sociais/ férias, costumes profissionais, efeitos dos diversos calendários.
Baum e Hagen (1999)	Tal como Frechtling (2001), mas adicionando os constrangimentos da oferta.

**Fonte:** (SCHEUER 2010:66).

#### 2.4.2. Impactos da sazonalidade

Na visão de Pimentel (2008) os impactos da sazonalidade podem ser positivos e negativos e estão relacionados com *factores económicos, ambientais e sócio-culturais*.

##### ✓ **Impacto económico**

Este é geralmente relacionado com os problemas que acontecem na época baixa, particularmente quanto a perda de rentabilidade decorrente ao ineficiente uso dos recursos e facilidades. Este agravante prejudica o desenvolvimento do destino, pois não consegue atrair investidores ou líderes do sector privado para financiar obras de infraestrutura e de melhoramento da oferta existente afirma (PIMENTEL, 2008). O mesmo autor afirma que, a sazonalidade ainda assim traz impactos económicos positivos, como o tempo para a manutenção e a reestruturação dos prédios e das atracções.

##### ✓ **Impactos ambientais**

Esta relacionados com a alta concentração de visitantes na época alta, provocando, congestionamento na zona rural, perturbação dos animais selvagens, erosão, entre outros problemas. A existência da época baixa é ideal para a recuperação do ambiente social e ambiental (PIMENTEL, 2008).

##### ✓ **Impactos sócio-culturais**

De acordo com Pimentel, (2008) aos visitantes como aos residentes, principalmente quando relacionados com a qualidade dos serviços e produtos oferecidos. Os problemas sócio-culturais proporcionados pela sazonalidade para os residentes incluem o congestionamento nas ruas, o tráfego lento, a falta de estacionamento, a fila para os serviços, o aumento significativo do custo de vida e o aumento da criminalidade.

De acordo com o autor acima citado, na época alta são necessários serviços e facilidades extras, como policiamento, saneamento básico e saúde. Na época baixa os residentes voltam ao estilo de vida tranquilo e podem resgatar sua identidade e tradições.

Pimentel (2008), sustenta que é desta forma que a opinião dos residentes, quanto ao desenvolvimento de estratégias para atrair visitantes na época baixa, é importante, principalmente quando os residentes ficam aborrecidos com o aumento do preço dos produtos específicos e não específicos do turismo.

No que concerne as questões do emprego, a sazonalidade traz consequências à economia, aos empregadores e à comunidade local. O aspecto mais relevante é a dificuldade em recrutar pessoas qualificadas na época alta e manter os funcionários durante todo o ano afirma (PIMENTEL, 2008). Na visão do mesmo autor a contratação, quase imediata ao começo da época alta, não oferece tempo para a formação dos funcionários temporários, dificultando a manutenção do padrão da qualidade dos produtos e serviços. Mesmo nestas condições a sazonalidade ainda é interpretada como vantajosa para alguns segmentos da comunidade, como os estudantes, os artesãos e as donas de casa, que aproveitam a época alta para trabalhar mais e aumentar o rendimento.

#### **2.4.3. As estratégias de gestão da sazonalidade**

As estratégias de gestão da sazonalidade, para atenuar os impactos negativos nos destinos turísticos, são sugestões apontadas por pesquisadores, podendo estas estratégias serem agrupadas de forma a auxiliar a gestão por parte das organizações e por parte dos gestores dos destinos. Desta forma, tendo em consideração as estratégias apresentadas nesta secção, estruturou-se o quadro a seguir para guiar os gestores na gestão da sazonalidade afirma (PIMENTEL, 2008).

**Quadro 6:** Estratégias da gestão da sazonalidade

<b>Organizações</b>	<b>Destinos</b>
Reestruturar ou adaptar os equipamentos na atracção de novos segmentos de mercado.	Utilizar equipamentos existentes e que ficam fora de uso na época alta, como escolas.
Desenvolver produtos ou serviços que possam ser exportados na época baixa.	Desenvolver novas actividades e captar eventos e festivais.
Desenvolver políticas para contratação de mão-de obra especializada assim como estudantes.	Desenvolver políticas para encorajar e incentivar o turismo doméstico.
Oferecer atributos para os serviços prestados na época baixa ao invés da estratégia de flexibilização dos preços.	Atrair novos segmentos de mercado coerentes com a oferta do destino e que estejam disponíveis para viajar na época baixa e/ou intermédia.
Desenvolver pesquisas de mercado na época baixa para conhecer e atrair segmentos que melhor se adaptam às características da empresa.	Reestruturar o destino quanto aos aspectos físicos e ambientais e melhorar as condições de acesso e meios de transporte.
Associar-se com empresas do sector do turismo da região para o desenvolvimento de novas atracções para o mercado doméstico.	Desenvolver cursos para capacitar a mão-de-obra local.
Utilizar as tecnologias da informação como canal de distribuição e promoção para captar os segmentos de mercado seleccionados	Informar os grupos potenciais de venda sobre as ofertas do destino fora da época alta.
Manter a qualidade dos serviços e produtos durante todas as épocas do ano	Fornecer incentivos para que as empresa permaneçam em funcionamento na época baixa.

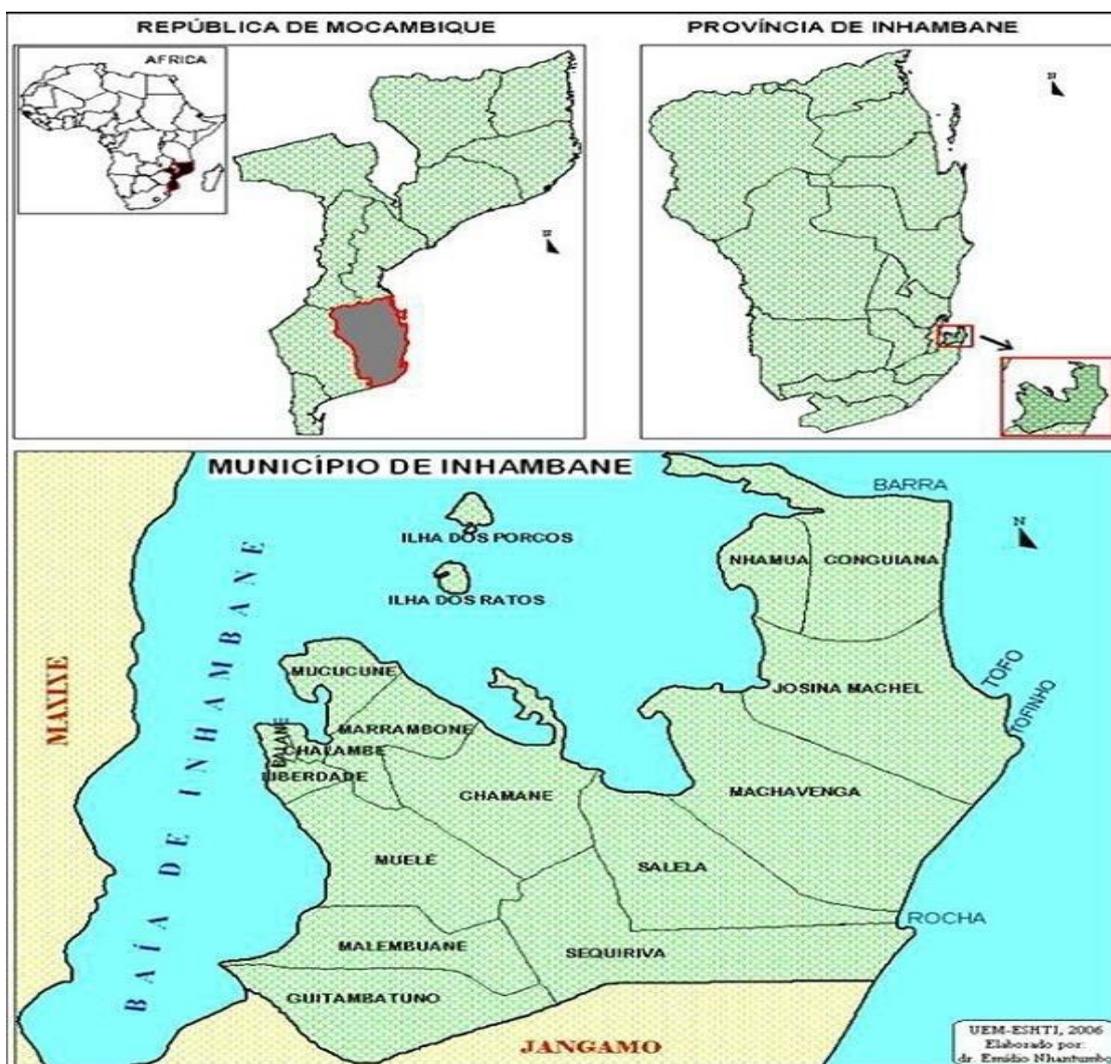
**Fonte:** adaptado em (PIMENTEL, 2008 p,73).

### 3. APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

#### 3.1. Localização geográfica do Município de Inhambane

Inhambane é uma província Moçambicana e o Município de Inhambane (MI) especificamente, segundo (NHANTUMBO 2007), localiza-se no sul do país e ocupa uma parte da zona costeira da Província de Inhambane. Este município localiza-se entre as latitudes 23°45'50"S (Península de Inhambane) e 23°58'15"S (Rio Guiúá) e as longitudes 35°22'12"E (Ponta Mondela) e 35°33'20"E (Cabo de Inhambane), englobando uma parte continental e duas ilhas (ilha de Inhambane e ilha pequena), o que circunscreve uma área total de 192 km<sup>2</sup>.

Figura 1 – Localização regional e limites do Município de Inhambane



Fonte: NHANTUMBO (2007).

### **3.1.1. Clima**

O clima do Município de Inhambane é do tipo tropical húmido modificado pela altitude, caracterizado por épocas frias e muito chuvosas, o que torna as condições meteorológicas locais muito próximas ao dos continentes Europeu e Americano. A temperatura média mensal máxima é de 26,9°C e a mínima é de 20,3°C. E ainda nesta linha, segundo (NHANTUMBO 2007), as temperaturas médias variam entre 25°C, na estação quente e húmida, e 20°C, na estação fresca e seca, e que as condições climáticas do município favorecem a prática de actividades turísticas diversificadas, principalmente as associadas ao turismo Sol e Mar.

### **3.1.2. Turismo no município de Inhambane**

Município de Inhambane é um dos destinos turísticos moçambicanos que possui diversidade de atractivos turísticos que o ajudam na captação de cota expressiva de turistas da procura total nacional. As praias, da Barra, do Tofo e do Tofinho; o clima da região, a facilidade para prática do mergulho e safaris oceânicos aliados a seu património histórico-cultural motiva considerável número de turistas (AZEVEDO 2014). Neste contexto, os recursos naturais de maior atracção para o turista e actividades turísticas decorrentes enquadram-se na faixa da maior procura no mercado mundial, onde a diversidade da vida marinha e areia branca ao longo jogam um papel importante.

## **3.2. Apresentação dos resultados**

### **3.2.1. Actividades de animação turística realizadas na praia de Tofo**

Quando questionados sobre a existência de actividades de animação turística, os operadores e técnicos de instituições pública foram unânimes ao confirmar a existência de actividades de animação turística na praia do Tofo tais como: mergulho, safari oceânico, snorkeling, Windsurf, surf, cayaking artesanato, visita aos monumentos históricos, passeios de barcos, caminhadas equitação, e musica ao vivo.

### **3.3. Causas da sazonalidade na praia de Tofo**

Para os técnicos de instituições públicas, a maior causa da flutuação da procura turística na praia de tofo é causa natural este destino é caracterizado pelo turismo de sol e mar,

que depende fortemente das condições climáticas como as estações do ano, as horas de luz, a temperatura máxima e mínima de um local, a estação das chuvas. Causa institucional relacionada com as férias profissionais, feriados institucionais, dias de pascoa e ferias escolares, aliado ao facto de ser no verão em que o clima em Inhambane é mais favorável ao gozo de férias para quem procura o turismo de sol e praia. No entanto, uma vez que o período de férias escolares de maior duração coincide com o verão fazendo com que as férias profissionais sejam indicadas nesta época.

### 3.3.1. Épocas do fluxo turístico

A respeito da existência de sazonalidade turística, os inquiridos operadores e técnicos de instituições públicas foram unânimes ao afirmar que existe flutuação da procura turística na praia de tofo. O que sustenta a existência desta flutuação segundo a DPCTI, são os dados do fluxo turístico fornecidos pelos operadores turísticos, tal como se pode aferir na tabela 1.

**Tabela 2:** Fluxo Turístico da praia de Tofo (2016, 2017, 2018, 2019 e 2020).

Mês Ano	Primeiro semestre	Segundo semestre	Valor Anual
2016	11.309	35.949	47.258
2017	106.000	300.000	406.000
2018	11.946	34.792	46.738
2019	30.041	54.974	85.015
2020	2.554	5.323	7.877

**Fonte:** a autora com base nos dados do fluxo turístico da praia de Tofo (2022).

### 3.4. Correlação da animação turística e os fluxos turísticos

No que concerne a relação entre animação turística e os fluxos turísticos é directa, os inquiridos operadores e técnicos de instituições públicas afirmaram que os visitantes são motivados pelo principal atractivo que é sol e mar, os mesmos buscam pelo lazer, que

os matem entretidos, portanto estes serviços de mergulho são mais potencializados nas épocas altas, a título de prova dos 67 turistas inquiridos 37 o que corresponde a 58 % afirmaram que preferem visitar a Praia de Tofo na época alta pelo facto desta possuir Actividades de mergulho e o clima é muito favorável para mergulhar junto com os tubarões baleias entre outras espécies marinhas, por exemplo 17 turistas correspondente a 26% afirmaram que preferem esta época por motivos de ferias assim como por razoes de privacidade, o restante 13 correspondente a 16% optam pelas épocas baixas por motivos pessoais como ilustra o gráfico abaixo.

**Gráfico 1:** Época de turismo na praia de Tofo



**Fonte:** a autora com base nos dados de fluxos turísticos (2022).

Conforme os dados acima citados nota-se que a relação entre os fluxos e a animação é directa considerando que umas das motivações dos turistas ao viajar é o lazer, portanto estes procuram pela época que ofereça mais opções de lazer.

### **3.5. Animação turística contribui para o combate a sazonalidade na praia de Tofo**

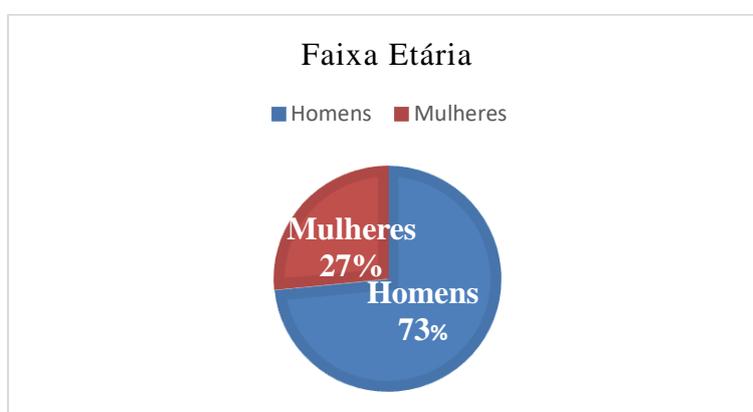
Os inquiridos, operadores e técnicos de instituições públicas foram unânimes em afirmar que animação turística praticada na praia de tofo não contribui para o combate a sazonalidade na totalidade, com apenas um seguimento de actividades visível para uma única época e outras actividades quase que não existem ou seja são pouco explorados principalmente na época baixa.

### 3.5.1. Estratégias usadas pelas instituições públicas com vista atenuarem a sazonalidade

Em relação as estratégias das instituições pública todas afirmam incentivar a prática de preços promocionais na época baixa, quanto aos operadores turísticos alguns optam em encerrar os estabelecimentos, e outros reduzem os preços para atrair alguns clientes.

Quanto aos dados empíricos apurados em relação ao género, dos 67 turistas inquiridos, 73% são do sexo masculino e 27% do sexo feminino, como se confirma no gráfico abaixo.

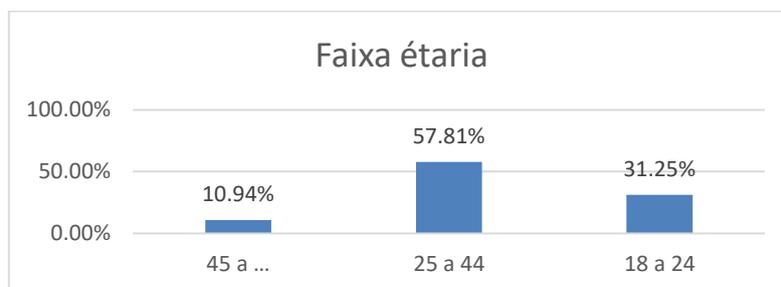
**Gráfico 2:** Distribuição de turistas que visitam a praia de Tofo por Género



**Fonte:** a autora com base nos depoimentos dos turistas (2022).

Quando à faixa etária, de acordo com os dados apurados no campo a praia de Tofo recebe maioritariamente adultos com idades compreendidas entre os 25 a 44 anos (57.81%), seguidos pelos jovens com idades compreendidas entre os 18 a 24 anos (31.25%), que em conjunto representam 89.06% do total de turistas como ilustra o gráfico abaixo:

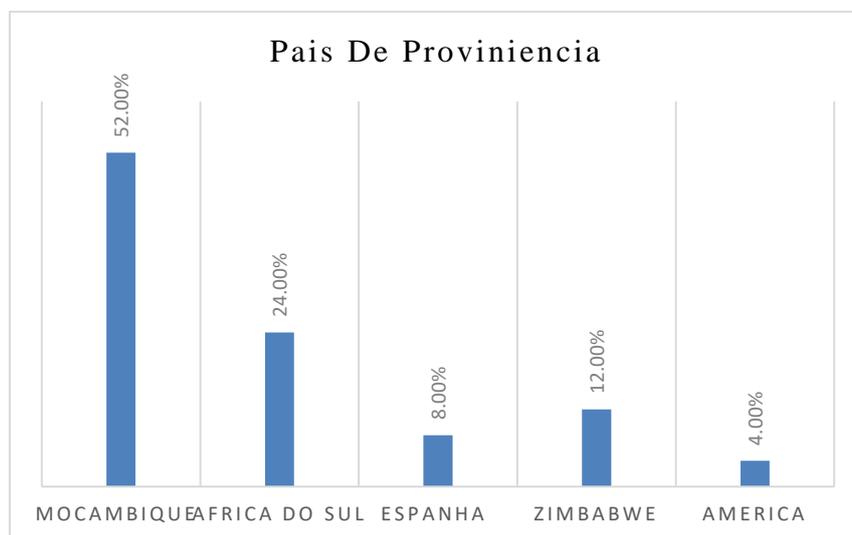
**Gráfico 3:** distribuição de turistas por faixa etária



**Fonte:** a autora com base nos depoimentos dos turistas que visitam a praia de Tofo (2022).

No respeitante ao país de proveniência, os turistas são maioritariamente moçambicanos (52%) África do Sul (24%), seguindo-se os residentes de Espanha com uma expressão de (8%), Zimbabwe com (12%) e América com (4%).

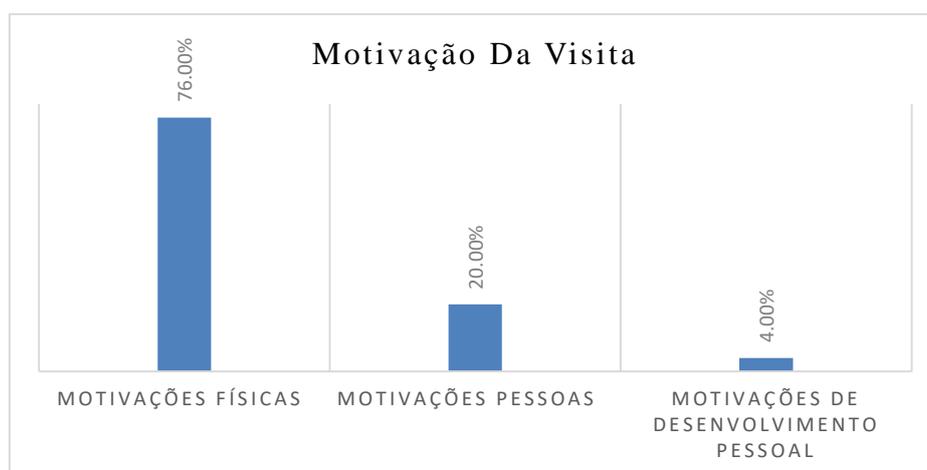
**Gráfico 4:** Distribuição dos turistas por país de proveniência



**Fonte:** a autora com base nos depoimentos dos turistas que visita na Praia de Tofo (2022).

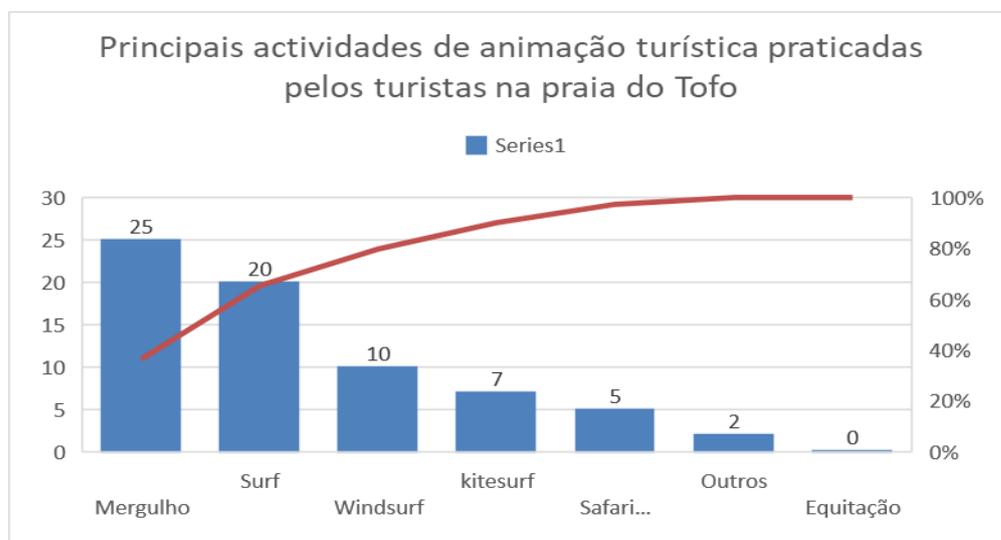
Da leitura que se pode fazer do gráfico 5, respeitante à motivação da visita a Praia de Tofo, constata-se que 76% dos turistas realizaram a deslocação tendo motivações físicas, 20% pelos motivos pessoais e 4% pelos motivos de desenvolvimento pessoal.

**Gráfico 5:** Motivação da visita



**Fonte:** a autora com base nos depoimentos dos turistas que visitam a praia do tofo (2022).

**Gráfico 6:** Principais actividades de animação turística praticadas pelos turistas na praia do Tofo



**Fonte:** a autora com base nas informações recolhidas no campo (2022).

**Tabela 3:** Influência da sazonalidade na escolha das actividades de animação turística na praia do Tofo

<b>Influência da sazonalidade na escolha das actividades de animação turística na praia do Tofo</b>	
Sim	25
Não	35
Talvez	7
Total	67

**Fonte:** a autora com base nas informações recolhidas no campo (2022).

#### 4. CONCLUSÃO

Neste capítulo, apresenta-se a síntese dos resultados obtidos de acordo com os objectivos, tendo por base as análises que foram sendo construídas ao longo do trabalho e ainda algumas recomendações para que as estratégias se executem.

A sazonalidade é um fenómeno existente na actividade de turismo, a sua gestão depende da acção conjunta e cooperação das partes interessadas como investidores, fornecedores, comunidade local, sector privado, sector público, e clientes.

Diante das informações recolhidas, tornou-se possível perceber que a animação turística na praia de tofo não contribui para combater sazonalidade na totalidade. Verifica-se que não existe divisão das épocas turísticas, a concentração de visitantes é maior em épocas altas em relação a épocas baixas, conseqüentemente a aderência ao consumo de actividades é reduzido.

A contratação dos funcionários é temporária exclusivamente para época alta onde a demanda é maior, em épocas baixas muitos estabelecimentos encerram suas actividades, os lucros diminuem, o facturamento é negativo, conseqüentemente afecta muito emprego e a economia do destino.

Na praia de tofo verifica-se maior fluxo de actividades ligadas ao mergulho e turistas no mês de Dezembro e Janeiro, em Abril regista-se uma média procura dessas actividades e os restantes meses do ano regista-se uma baixa procura. Os operadores turísticos afirmam oferecer as mesmas actividades para todas épocas do ano, o que de certa forma retrai os visitantes num determinado período pela fraca diversificação da oferta.

Os impactos da sazonalidade são positivos e negativos e estão relacionados com factores económicos como empregos, ambientais reestruturação de infraestruturas, paisagem e sócio-culturais saneamento do meio e congestionamento.

Durante a pesquisa tornou-se possível, perceber a falta de planeamento e inovação por parte de alguns operadores e gestores em contornar a situação da sazonalidade. A gestão da sazonalidade é um factor importante para que as organizações consigam manter a rentabilidade durante todo o ano, assim como uma melhor utilização dos recursos.

Porém as instituições públicas junto com os operadores turísticos, devem ter uma visão ampla em relação ao tempo de permanencia do visitante no destino, trabalhando em cooperação, proporcionada satisfação, divertimento de forma sustentável e atenuar a

sazonalidade. Para que esta questão se torne realidade deve existir uma colaboração entre as partes acima citadas com vista a minimizar os problemas causados pela sazonalidade neste destino.

Deste modo Animação turística Influencia negativamente pois não conseguem minimizar os impactos negativos da sazonalidade por meio de actividades oferecidas.

#### **4.1. Recomendações**

Para que as estratégias de animação turística referenciadas efectivem, recomenda-se:

- Criação de empresas de animação turística, seguras, devidamente licenciadas para a prática de actividades diversas;
- Definir um público para cada temporada, criando pacotes promocionais para suprir e épocas baixas.
- A DCPTI e o CMCI, AHTPI devem, encorajar e incentivar os operadores turísticos na criação de actividades direccionadas a segmentos de clientela não sazonais.
- Coordenação e cooperação entre o sector público e privado, no sentido de encorajarem e incentivarem o turismo doméstico, a partir de promoções e descontos em actividades de animação turística em épocas de baixa procura;
- Capacitação dos operadores turísticos, comunidade local em matéria de animação turística e sazonalidade;
- A DCPTI e o CMCI, AHTPI devem buscar parcerias de modo que financiem as actividades e eventos culturais organizados pela comunidade;
- Criação de um turismo inclusivo para visitantes com deficiências físicas motoras e crianças;
- Investimento na divulgação online;
- Consciencialização da comunidade local e visitantes sobre a valorização dos monumentos históricos culturais para manter a sua conservação;
- Realização de eventos promocionais, (eventos turísticos locais, feiras empresarias, festivais culturais, comemorações anuais) exemplo: dia dos oceanos, exemplo exposição dos Big-Five em fotografias ou outros meios de demonstração.
- Realização de actividades culturais: festivais de cinema e teatro, exposição fotográfica, pintura, organização de conferências, congressos, seminários,

projectão de documentários, jornadas gastronómicas, devem ser colocadas para suprir as necessidades de lazer para os turistas em épocas baixas;

- Realização de actividades de entretenimento: organização de bailes, concursos de dança, concursos literários, concursos de cozinha, desfiles de moda, jantares temáticos, jogos de salão.
- Realização de actividades desportivas que englobam conteúdos tradicionais e educativos: torneios de xadrez, bilhar, concursos de pesca, actividades subaquáticas, jogos de praia ou piscina, voleibol e Futebol de praia.
- Realização de actividades infantis para ampliar as experiências e conhecimentos das crianças, estimulando ainda a criatividade e a auto-expressão através dos trabalhos manuais, festas de teatro, jogos tradicionais, festas lúdicas.

## 5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ABRANJA, N. A., Costa, C., & Martins, J. F. (2019). *A situação dos intermediários turísticos face à ameaça dos canais de reserva directos*. *Revista Turismo&Desenvolvimento*, 13/14 (2), 843-852.
2. ALMEIDA, P. (2004). *A gestão da animação turística como sustentação do aumento das taxas de ocupação*. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 1, 23-30.
3. ALMEIDA, P. J. S (2003) *A Contribuição da Animação Turística para o Aumento das Taxas de Ocupação de Uma Região*. Universidade de Aveiro Departamento de Economia Gestão e Engenharia Industrial.
4. ARAÚJO, Andreia Gomes Soares (2013) *Animação Turística como um Contributo para o Desenvolvimento Cultural* Direcção Para o Turismo de Cruzeiros na Ilha de São Vicente: Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais. Acesso em 10 de Julho de 2021. Disponível em: <http://www.portaldoconhecimento.gov.cv>
5. AZEVEDO, H. (2014). *A segurança em territórios turísticos: o caso do município de Inhambane em Moçambique*. (Tese de Doutoramento) Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Estudos Socio ambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Brasil.
6. BENJAMIM, Leonildo Fernando (2016). *Estratégia para a conceição e desenvolvimento de produtos turísticos no Município de Inhambane (Moçambique)*, (Dissertação de Mestrado em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos) Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril.
7. BUTLER, R (1994). *Seasonality in tourism: Issues and problems*. In: *Tourism: The State of the Art*. SEATON, A. V. Chichester: Wiley.
8. CHAVES, António; MESALLES, Luís (2001). *“El Animador”*, Barcelona, Laertes Enseñanza.
9. CHIZZOTTI, A (2006). *Pesquisa em ciências humanas e sociais* (8ª ed.). São Paulo: Cortez.

10. CONNELL, J., Page, S. J., & MEYER, D (2015). *Visitor attractions and events: Responding to seasonality*. Tourism Management.
11. COSSA, Sónia Deolinda L (2016). *Marketing estratégico no combate a sazonalidade no parque nacional do arquipélago de Bazaruto (Moçambique)*, (Dissertação de Mestrado em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos) Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril.
12. CUNHA, L (2009). *Introdução ao Turismo*, 4ª edição, Lisboa- São Paulo, editorial verbo.
13. CUNHA, L e Abrantes, A (2013). *Introdução ao Turismo*. Lisboa: Edições Técnicas LTD.
14. CUNHA, L. (2010) *Desenvolvimento do Turismo em Portugal: Os Primórdios*
15. ESTEVES, Elsa da Encarnação Gonçalves Tavares (2015). *Animação Turística como Fator de Eleição de um Destino - Perspetiva do Visitante* Universidade Fernando Pessoa Porto.
16. FIGUEIREDO, H. M. G, (2013) *O papel da animação turística na programação de atividades complementares ao alojamento: proposta de modelo de intervenção*. Mestrado em Desenvolvimento de Produtos de Turismo Cultural.
17. FIRMINO M. Brazinha. (2007). *Organização e Gestão*. 2 Edição. Lisboa.
18. GETZ, D., & NILSSON, P. A, (2004) *Responses of family businesses to extreme seasonality in demand: the case of Bornholm, Denmark*. Tourism Management,
19. GIL, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5ª ed. São Paulo: Atlas SA.
20. GRZYBOVSKI, D; MOZZATO, A. R (2011). *Análise de Conteúdo como Técnica de Análise de Dados Qualitativos no Campo da Administração: Potencial e Desafios*. RAC, Curitiba, v. 15, n. 4.
21. GUIMARÃES, T & Santos, N. (2014). *Os desafios da sazonalidade no turismo: Estratégias para a valorização da oferta turística em Ovar*. *Tourism and Hospitality International Journal*.

22. INATUR – Instituto Nacional do Turismo (2014). *Descubra Moçambique*. Maputo: INATUR.
23. Lickorish, L.J. & Jenkins, C.L. (2000). *Introdução ao Turismo*. Rio de Janeiro: editor Campus.
24. LOPES, M (2008) - *Animação Sociocultural em Portugal*. Intervenção – Associação para a Promoção e Divulgação Cultural.
25. MEDEIROS (2007) *turismo de eventos como estratégia no combate à sazonalidade: uma análise na hotelaria de natal-rn*, mestre em ciências em engenharia de produção.
26. NHANTUMBO, E. S (2007). *Tendências de desenvolvimento do turismo e alterações na ocupação e utilização do espaço no Município de Inhambane*. Inhambane: Universidade Eduardo Mondlane.
27. NHANTUMBO, E. S. (2009). *Tourism development and community response: the case of the Inhambane coastal zone, Mozambique*, (Dissertação Mestrado em Geografia e Estudos Ambientais) Universidade de Stellenbosch, África do Sul.
28. OLIVEIRA, M (2014). *A Influência dos Eventos na Taxa de Ocupação Hoteleira Study Case – Monte belo Viseu Hotel & Spa*: Relatório de Estágio apresentado à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, Especialização em Gestão Estratégica de Eventos.
29. OLIVEIRA, M. V. O. *Amostragem não probabilística: adequação de limitação para uso e limitações de amostras por conveniência, julgamento e cotas*. Administração ON Line, V2, n3, Julho/ Agosto/ Setembro, 2001.
30. PARREIRA, C. J. (2015). *Animação Turística no Alentejo: sobre a oportunidade para criar um serviço aeronáutico inovador*, Évora, Universidade de Évora.
31. PEDTM – Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Moçambique 2004-2013 (2004). Maputo: Ministério do Turismo de Moçambique.

32. PIMENTEL, E. M. (2008). *Estratégia para a gestão da sazonalidade – a oferta turística algarvia*.
33. PIMENTEL, E. M. (2009). *As causas da sazonalidade do turismo – a visão da oferta turística algarvia*. Revista Turismo & Desenvolvimento.
34. RIBEIRO E CASTRO (2013), *sazonalidade no turismo novos desafios à sustentabilidade – o caso prático do troiaresort*, Projecto de Mestrado em Gestão.
35. SCHEUER, L (2010). *Sazonalidade do turismo no município de Guaratuba – PR: Universidade Federal do Paraná Sector de Ciências da Terra: Programa de pós-graduação em geografia*. Dissertação de mestrado.
36. SILVA, J (2009) - *A visão holística do Turismo Interno e a sua modelação*. Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Doutor no ramo de Turismo.
37. SPÍNOLA, V. F (2013) *A Animação na Hotelaria: O Caso do Hotel Vila Porto Mare (Ilha da Madeira) Relatório de Estágio integrado no Mestrado em Lazer, Património e Desenvolvimento*, Universidade de Coimbra.
38. TORRES, Z; (2004). *Animação turística*, 3ª edição: editora Roca.

# **Apêndices**

## Apêndice A



ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

### Questionário para Instituições Públicas

Olá! O presente questionário realiza-se no âmbito da investigação académica que visa compreender a animação turística como factor estratégico de combate à sazonalidade turística na praia de Tofo. O seu contributo é de extrema importância para presente pesquisa e as informações por si fornecidas serão mantidas em sigilo.

- Assinale com X no quadrado certo se necessário. Em caso de dúvida ou questionamentos sobre a pesquisa ou questões expostas neste questionário, por favor não exite em contactar-me (+258 847865898) ou escreva-me ([ginaalmoco@gmail.com](mailto:ginaalmoco@gmail.com)) Agradeço, desde já, a sua colaboração.

Gina Manuel Almoço Chimpse

Instituição.....

Nome completo.....

Área de actuação.....

1. O Sr/a ja ouviu falar de animação turística na praia de tofo?
2. Existem actividades de animação turística na praia de Tofo? Se sim quais são?.....
3. Qual é a correlação que existe entre as actividades de animação e o fluxo turístico no tofo.....
4. Quais são os principais países emissores de turistas a praia de tofo?

Portugal

Noruega

Itália

Inglaterra

Alemanha

Japão

África do sul  Espanha  Outros \_\_\_\_\_  
Holanda  Zimbabwe  \_\_\_\_\_  
Moçambique  Malawi

5. Quais são os meses de fluxo turístico na praia de tofo?

Janeiro  Abril  Julho  Outubro   
Fevereiro  Maio  Agosto  Novembro   
Março  Junho  Setembro  Dezembro

6. Acha que existe sazonalidade turística na praia de tofo? Sim \_\_\_\_ Não \_\_\_\_ talvez \_\_\_\_

7. Se sim quais são as causas da sazonalidade na praia de tofo:

Causas naturais (clima) \_\_\_\_

Causas institucionais (ferias feriados e ferias institucionais) \_\_\_\_

8. Animação turística contribui para o combate da sazonalidade na Praia de Tofo?

9. Quais são as estratégias usadas pela instituição de forma a contribuir na redução da sazonalidade.

### A PREENCHER PELO ENTREVISTADOR

Número do Inquérito: \_\_\_\_\_ Data do Inquérito: \_\_\_\_/\_\_\_\_/ 2022

Local de realização: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_

## Apêndice B



ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

### Questionário para Operadores Turísticos

Olá! O presente questionário realiza-se no âmbito da investigação académica que visa compreender a animação turística como factor estratégico de combate à sazonalidade turística na praia de Tofo. O seu contributo é de extrema importância para presente pesquisa e as informações por si fornecidas serão mantidas em sigilo.

- Assinale com X no quadrado certo se necessário. Em caso de dúvida ou questionamentos sobre a pesquisa ou questões expostas neste questionário, por favor não exite em contactar-me (+258 847865898) ou escreva-me ([ginaalmoco@gmail.com](mailto:ginaalmoco@gmail.com)) Agradeço, desde já, a sua colaboração.

Gina Manuel Almoço Chimpse

Instituição.....

Nome completo: .....

Área de atuação: .....

1. Já ouviu falar de animação turística

Sim  Não  Talvez

2. Se sim quais são as actividades de animação turísticas que oferecem no seu estabelecimento?

3. Quais são os meses de fluxo turístico na praia de tofo?

Janeiro  Abril  Julho  Outubro   
Fevereiro  Maio  Agosto  Novembro

Março

Junho

Setembro

Dezembro

5. Qual é a correlação que existe entre actividades de animação e o fluxo turístico no seu estabelecimento?

6. Qual é a origem dos turistas que mais frequentam o estabelecimento?

Portugal

Itália

Espanha

Inglaterra

Japão

Zimbabwe

Noruega

África o sul

Malawi

Alemanha

Holanda

Outros \_\_\_\_\_

Moçambique

7. Quais são as estratégias utilizadas para reduzir a sazonalidade na sua empresa.

8. Animação turística contribui para o combate da sazonalidade na Praia do Tofo?

### A PREENCHER PELO ENTREVISTADOR

Número do Inquérito: \_\_\_\_\_ Data Inquérito: \_\_\_/\_\_\_/ 2022

Local de realização: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_

## Apêndice C



ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

### Questionário dirigido aos turistas

Olá! O presente questionário realiza-se no âmbito da investigação académica que visa estudar animação turística como factor estratégico de combate à sazonalidade turística na praia de Tofo. O seu contributo é de extrema importância para presente pesquisa e as informações por si fornecidas serão mantidas em sigilo.

- *Em caso de dúvida ou questionamentos sobre a pesquisa ou questões expostas neste questionário, por favor não exite em contactar-me (+258 847865898) ou escreva-me ([ginaalmoco@gmail.com](mailto:ginaalmoco@gmail.com)) Agradeço, desde já, a sua colaboração.*

Gina Manuel Almoço Chimpse

#### Perfil do Entrevistado

Nacionalidade: .....

Faixa Etária: Assinale com x a resposta que se identifica

18 a 24	<input type="checkbox"/>	24 a 44	<input type="checkbox"/>	44 a 60	<input type="checkbox"/>	60 ou mais	<input type="checkbox"/>
---------	--------------------------	---------	--------------------------	---------	--------------------------	------------	--------------------------

Sexo: M \_\_\_ F \_\_\_

1. Pensando nas suas decisões sobre férias na região, classifique com X as expressões abaixo considerando à forma como se identifica com cada uma delas; utilizando a seguinte escala:

**a) Quantas vezes visitou a praia do tofo?**

1 vez                       2 Ou mais

**b) Em que mês gosta de visitar a praia de tofo**

Janeiro  Fevereiro  Março  Abril  Maio  Ju

Julho  Agosto  Setembro  Outubro  Novembro  Dezembro

**c) Qual é a motivação de visita na época?**

- Férias  
 Lazer  
 Visitar amigos ou familiares  
 Negócios  
 Gastronomia  
 Praia

Outros \_\_\_\_\_

**d) Quais foram as Principais actividades de Animação realizadas na praia do tofo**

- a) Surf \_\_\_\_\_  
b) Kitesurf \_\_\_\_\_  
c) Windsurf \_\_\_\_\_  
d) Mergulho \_\_\_\_\_  
e) Safari oceânico \_\_\_\_\_  
f) Equitação \_\_\_\_\_  
d) Outros. \_\_\_\_\_

**e) Na sua decisão sobre as feriasachas que a sazonalidade pode influenciar na escolha das atividades de animação turística?**

Sim  Não  Razoável

**A PREENCHER PELO ENTREVISTADOR**

Número do Inquérito: \_\_\_\_\_ Data Inquérito: \_\_\_/\_\_\_/ 2022

Local de realização: \_\_\_\_\_

Entrevistador: \_\_\_\_\_