



UNIVERSIDADE
E D U A R D O
MONDLANE

Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

**PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO DE UM PARQUE DE
CAMPISMO 4 ESTRELAS NO TOFINHO – MUNICÍPIO DE
INHAMBANE**

Lília Francisco Ernesto

Inhambane, 2023

Folha de Rosto

Lília Francisco Ernesto

**PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO DE UM PARQUE DE CAMPISMO 4
ESTRELAS NO TOFINHO – MUNICÍPIO DE INHAMBANE**

Projecto apresentado à Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI), como um dos requisitos para obtenção do grau de Licenciatura em Gestão Hoteleira.

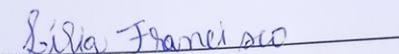
Supervisor: Roberto Paolo Vico

Inhambane, 2023

Declaração

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

Assinatura

A handwritten signature in blue ink that reads "Lilia Francisco" is written over a horizontal line.

(Lilia Francisco Ernesto)

Data: 21/08/2023

Folha de Avaliação

Lília Francisco Ernesto

PROPOSTA DE IMPLEMENTAÇÃO DE UM PARQUE DE CAMPISMO 4
ESTRELAS NO TOFINHO - PROVÍNCIA DE INHAMBANE

Projecto avaliado como requisito parcial para obtenção do grau
de Licenciatura em Gestão Hoteleira pela Escola Superior de
Hotelaria e Turismo de Inhambane - ESHTI

Inhambane, 21 / 09 / 2023

Local e Data da Defesa

Grau e Nome completo do Presidente

Isabel Casimiro Lourenço

Rúbrica

[Assinatura]

Grau e Nome completo do Supervisor

Dr. Roberto Pedro Vico

Rúbrica

[Assinatura]

Grau e Nome completo do Arguente

Augusto A. Lumbi

Rúbrica

[Assinatura]

Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus pais Francisco Ernesto e Anastância Mabuie pelo amor, suporte e por terem acreditado e investido em mim, igualmente por não terem medido esforços para que eu terminasse essa etapa da minha vida, aos meus irmãos Rivaldo Francisco, Ivan Francisco, Geraldo Francisco, Pedro Francisco, Lumina Daniel e Victor Daniel, também vai um forte agradecimento pelo amor, suporte e pela força, o meu muito obrigada.

Agradecimentos

Agradeço primeiramente a Deus pelo suporte, por todas as vezes que me levantou quando as coisas se tornaram difíceis.

Ao docente Roberto Paolo Vico por ter aceite o meu pedido para ser o meu supervisor, especial agradecimento pelo precioso contributo no tratamento dos dados, orientação e avaliação crítica que efectuou neste trabalho. Agradeço ainda a dedicação e disponibilidade para esclarecimento de dúvidas, manifestadas desde o primeiro momento em que o contactei.

Expresso também o meu agradecimento a todos os docentes que contribuíram positivamente desde o meu primeiro ano até o dia de hoje. Nenhum sonho é realizado sem o apoio de terceiros, precisamos de pessoas dispostas a dar a sua atenção e apoio para poder concretizá-los. Agradeço sinceramente a todos aqueles que contribuíram directa ou indirectamente, no meu percurso académico e na elaboração deste projecto.

Aos meus amigos Joana, Benta, Edna e Braz por todos os momentos que passamos desde o nosso primeiro ano e para o meu namorado Egídio pelo companheirismo e suporte.

Aos meus colegas de turma que sempre me proporcionaram momentos felizes na sala de aulas com as suas risadas, piadas, e acima de tudo a disposição que sempre tiveram em ajudar-me no esclarecimento das dúvidas que os apresentasse.

Resumo

Os parques de campismo são lugares que têm como objectivo principal a pernoita dos seus utilizadores em espaços ou equipamentos destinados a esse fim, nomeadamente tendas, caravanas ou *bungalows*, levando assim a estadias de longa duração no mesmo espaço. Este trabalho tem como objectivo a elaboração de um projecto para um parque de campismo de quatro estrelas para Tofinho. O desenho do projecto teve em consideração os três pilares do Turismo Sustentável (ambiental, social e económico), o Turismo de Natureza e o Turismo de Acessibilidade. É objectivo deste parque a oferta de alojamento alternativo ao existente no município de Inhambane, em pleno contacto com a natureza, de modo a beneficiar, não só a economia e a população local, mas promovendo também actividades que incentivem e criem acções de conservação e preservação do ambiente. Pretende-se que as actividades propostas, que englobam passeios na região, amostras gastronómicas, *workshops* ecológicos, entre outros, beneficiem os visitantes e turistas, mas também a população residente.

Palavras-chave: Sustentabilidade, Parques de Campismo, Plano de negócios, Turismo, Hotelaria.

<i>Conteúdos</i>	<i>Pág</i>
<i>Folha de Rosto</i>	<i>i</i>
<i>Declaração</i>	<i>ii</i>
<i>Folha de Avaliação</i>	<i>iii</i>
<i>Dedicatória</i>	<i>iv</i>
<i>Agradecimentos</i>	<i>v</i>
<i>Resumo</i>	<i>vi</i>
<i>Lista de siglas e Abreviaturas</i>	<i>vii</i>
<i>Lista de Figuras</i>	<i>viii</i>
<i>Lista de Tabelas</i>	<i>ix</i>
<i>Listas de quadro</i>	<i>x</i>
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Enquadramento.....	1
1.2. Problematização	2
1.3. Hipóteses	3
1.4. Justificativa	4
1.5. Objectivos do projecto	5
1.6. Metodologia	5
2. REVISÃO DA LITERATURA.....	12
2.1. Breve história do campismo	12
2.2. Campismo 4 estrelas, o novo modelo de instância de alojamento turístico	13
2.3. Oferta do campismo a nível nacional	13
2.4. Parque de campismo 4 estrelas.....	14
2.6. Turismo sustentável.....	15
2.7. Sustentabilidade ambiental.....	16
2.8. Sustentabilidade sociocultural.....	17
2.9. Sustentabilidade económica	18
2.10. Tipologias funcionais	19
2.11. Impactos do campismo	21
3. DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO.....	24
3.1. Apresentação da Área/do Local de Estudo.....	24
3.2. Estudo Técnico do Problema.....	25
3.3. Procedimento ou acções correctas para a resolução do problema.....	26

3.4.	Apresentação e Definição do Projecto	27
3.5.	Análise de mercado	28
3.6.	Análise do Ambiente Micro Envolvente	32
a)	Ameaça de novos produtos (produto substituto)	32
b)	Poder negocial dos clientes	33
c)	Poder negocial dos fornecedores	33
d)	Ameaça de novos entrantes	33
e)	Rivalidade da indústria	34
3.7.	Análise SWOT	34
3.8.	Estudo dos Fornecedores	44
3.9.	Plano operacional	45
3.10.	Processos operacionais	53
3.11.	Estudo da viabilidade do projecto	54
4.	RESULTADOS ESPERADOS	60
4.1.	Limitações da investigação	60
5.	CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES	61
5.1.	Orçamento	62
6.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	63
	Apêndices	66

Lista de siglas e Abreviaturas

ESHTI: Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane.

FICC: Federação Internacional de Campismo e Caravanismo.

INE: Instituto Nacional de Estatística.

PEDTM: Plano Estratégico para o Desenvolvimento Turístico de Moçambique.

PESOE: Plano Económico e Social e Orçamento do Estado.

UEM: Universidade Eduardo Mondlane.

Lista de Figuras

Figura 1: Fases do Processo Metodológico	7
Figura 2: Mapa de Localização Geográfica	24
Figura 3: Distribuição percentual do Total de passageiros	29
Figura 4: Taxas de Crescimento Real do PIB por Trimestre	33
Figura 5: Inflação anual	30
Figura 6: Inflação mensal	30
Figura 7: Taxa de Juro.....	31
Figura 8: Faixa Etária	37
Figura 9: Sexo	37
Figura 10: Nacionalidade	38
Figura 11: Nível de escolaridade	38
Figura 12: Ocupação	39
Figura 13: Renda Mensal	40
Figura 14: Local de residência em Tofinho.....	44
Figura 15: Grau de Aceitação	41
Figura 16: Aspectos na escolha de uma hospedagem	42
Figura 17: Tipos de serviços oferecidos	42
Figura 18: Valor a ser pago pelos serviço	43
Figura 19: Forma de Pagamento	46
Figura20: Exemplo de um Adobe	47
Figura 21: Exemplo dos bungalows.....	47
Figura 22: Exemplo das tendas Tip.....	50
Figura 23: Exemplo das caravanas.....	48
Figura 24: Exemplo das tendas tents.....	49
Figura 25: Exemplo das tendas Yurts.	49

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Faixa etária.....	36
Tabela 2 – Sexo	37
Tabela 3: Nacionalidade	38
Tabela 4 – Nível de escolaridade.....	38
Tabela 5– Ocupação	39
Tabela 6– Renda mensal (Em Meticais).....	39
Tabela 7– Local de residência em Tofinho	40
Tabela 8– Implantação de uma unidade hoteleira 4 estrelas em Tofinho	41
Tabela 9– Aspectos relevantes na escolha de um local de hospedagem	41
Tabela 10– Tipos de serviços oferecidos pelo parque de campismo.....	42
Tabela 11: Valor a ser pago pelos serviços do parque de campismo (Em Meticais)	43
Tabela 12: Forma de pagamento	43
Tabela 13: Previsão da evolução dos custos com fornecimentos e serviços externos do Parque de Campismo de Tofinho em dólares por ano de actividade (elaboração própria.	56
Tabela 14: Evolução da renumeração bruta mensal por ano de actividade (elaboração própria)	57
Tabela 14: Necessidade do fundo de maneio (em Meticais) (produção própria).....	58
Tabela 15: Demonstração de resultados (produção própria)	59
Tabela 16– Orçamento em meticais (MZN).....	62

Lista de quadros

Quadro 1: Entrevistas realizadas durante os diversos trabalhos de campo	10
Quadro 2: Matriz SWOT cruzada do Parque de Campismo de Tofinho	35
Quadro 3 – Fornecedores da empresa	45
Quadro 4 – Cronograma de actividades	61

1. INTRODUÇÃO

O projecto de desenvolvimento propõe a implementação de um parque de campismo 4 estrelas no Tofinho localizado no Município de Inhambane, e enquadra-se no âmbito do Trabalho de Fim do Curso para obtenção do título de licenciatura em Gestão Hoteleira na Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane (ESHTI) da Universidade Eduardo Mondlane (UEM).

Segundo Chorão (1998), o campismo é uma actividade de lazer, turística, podendo ser relacionada com práticas desportivas, recreativas e lúdicas sendo, principalmente, uma actividade que obriga os seus praticantes a estabelecer um contacto directo com a natureza, tornando-se essa a sua principal característica.

Os parques de campismo são considerados empreendimentos turísticos, ou seja, são objectivamente direccionados a turistas que procuram, não só pernoitar em ambiente natural, mas, muitas vezes, buscar valores mais acessíveis. Por isso, embora seja uma actividade que se distancie do seio urbano, é um empreendimento fundamental na valorização do planeamento urbano e na diversidade turística (CAMPINO, 1983).

O presente trabalho agrega 4 áreas. Na primeira são descritos os aspectos introdutórios como o enquadramento, problema de pesquisa, objectivos, justificativa e metodologia. Na segunda parte, intitulada fundamentação teórica, é apresentada a revisão da literatura que serve de suporte para a explicação do tema em estudo. Em seguida encontra-se a terceira parte, relativa ao desenvolvimento de estudo. E por fim apresentam-se as referências bibliográficas, apêndices e anexos.

1.1.Enquadramento

Este trabalho visa a realização de um projecto de concepção de um parque de campismo 4 estrelas no Tofinho, baseado nos princípios da sustentabilidade ambiental, social, financeira e turística. O objectivo é oferecer a possibilidade da prática de campismo em Tofinho, que é praticamente inexistente, e estudar a criação de medidas que visem promover a consciencialização ambiental, através de actividades na natureza, minimizando os impactos negativos e maximizando os efeitos positivos.

Para tal, o parque de campismo, cuja estrutura e viabilidade económico-financeira do investimento irão ser analisadas nesta investigação, disponibilizará diversos tipos de

alojamento e participará na organização de actividades ecológicas, nas quais os visitantes e a comunidade local poderão envolver-se.

Sendo o campismo uma actividade que pressupõe, para muitos, o contacto directo ou muito próximo com a natureza (BROOKER & JOPPE, 2013), torna-se pertinente o seu estudo no Município de Inhambane, particularmente no Tofinho que se apresenta com um vasto património natural. À escala local, o Tofinho surge como um destino turístico de grande procura, associado ao sol e mar. Dentro desta tipologia, a oferta para o alojamento turístico é especialmente ampla e diversa ao nível do campismo.

O objectivo desse projecto, é de proporcionar uma nova modalidade aos turistas sejam eles locais ou estrangeiros que seja dinâmica e inovadora, mais especificamente, o desafio consiste em trabalhar todos os elementos que compõem a hospitalidade, acampamento e dinamização, criando assim uma oportunidade de aumentar o fluxo de turistas e conseqüentemente a geração de novas fontes de renda, adequando a oferta e necessidades do público-alvo.

1.2. Problematização

"Turismo em Moçambique é uma actividade que nos últimos anos registou e continua registando um número de crescimento satisfatório, principalmente nas zonas litorais do sul do país nomeadamente nas províncias de Inhambane, Gaza e Maputo pela vasta gama de atractivo que estas oferecem" (GOVERNO DE MOÇAMBIQUE, 2016, p.13).

O Município de Inhambane, em particular o Tofinho, apresenta-se como um destino tão alicerçado no património natural e cultural e, infelizmente, não apresenta muitas soluções que façam total aproveitamento das suas características intrínsecas. Em todo o município de Inhambane não existe um único parque de campismo que sirva a comunidade local e a população em geral.

Pretende-se proporcionar assim, um destino turístico que utilize de forma sustentável o património natural e cultural, em que se conjugam actividades ao ar livre e lúdicas o que, associadas à possibilidade de usufruir de condições de conforto e de bem-estar, de tranquilidade e relaxamento, torna o presente empreendimento Parque de Campismo um diferenciador.

O empreendimento visa aumentar a oferta turística de qualidade na região e contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo de natureza, de recreio e lazer, através da diversificação e complementaridade dos espaços na região.

A existência do parque e as actividades por este promovidas devem fomentar o comércio local e criar na população local um sentimento de orgulho por ter um projecto não só sustentável, mas útil e benéfico para a vida das pessoas. Por isso, pretende-se planear actividades lúdicas, como percursos e *workshops*, que envolvam os residentes e potenciem a sensibilização para o ambiente.

Actualmente, o Município de Inhambane não dispõe de nenhum Parque de Campismo, daí a necessidade de introduzir-se este tipo de empreendimento de forma a aproveitar a atractividade do turismo existente, contribuindo para o desenvolvimento socioeconómico da comunidade local, na medida que este trará novos postos de emprego tanto a nível da estância (como trabalhadores efectivos ou eventuais), assim como a nível comercial (no comércio formal e informal), bem como para transformar Tofinho num destino privilegiado na região Sul de Moçambique.

Sendo assim, a questão de partida que se coloca é: Até que ponto a implementação de um Parque de Campismo 4 estrelas no Tofinho pode contribuir para o desenvolvimento turístico no Município de Inhambane?

1.3.Hipóteses

O êxito do Parque de Campismo no Tofinho passa pela sua adaptação aos valores naturais, económicos e ecológicos, valorizando-os no contexto do empreendimento, diferenciando-se desta forma da oferta turística existente, assim como a sua integração num roteiro de empreendimentos de turismo de natureza. Sendo assim, as hipóteses que orientaram o presente trabalho são:

H1 - A implementação de um parque de campismo 4 estrelas no Tofinho resultará em um aumento significativo no turismo na região, contribuindo para o crescimento económico local, o aumento no número de empregos disponíveis e o desenvolvimento sustentável do destino turístico.

H0- A implementação de um parque de campismo 4 estrelas no Tofinho não terá impacto significativo no turismo na região, nem resultará em um aumento significativo no número de visitantes ou no desenvolvimento económico local.

1.4. Justificativa

A praia de Tofo é um dos maiores e mais importantes destinos turísticos da Província de Inhambane em geral e no Município em particular, atraindo um grande número de banhistas nacionais e estrangeiros. Mais de 24 mil pessoas visitam essa praia todo o ano, com picos de afluência no verão (meses de Novembro a Janeiro) e no período da Páscoa (mês de Abril) (Plano Estratégico Para o Desenvolvimento do Turismo em Moçambique, 2015).

O tema "Proposta de implementação de um parque de campismo 4 estrelas no Tofinho no município de Inhambane" foi escolhido levando em consideração factores relacionados a atractividade do local, espaço e beleza.

Os principais aspectos que conduziram à elaboração do presente projecto, estão centrados na oportunidade de desenvolver-se investimentos na área do turismo de natureza, numa zona com forte potencial para esta actividade e numa tipologia que não se encontra disponível no Tofinho. A ausência dessas mesmas estruturas, aliada à crescente procura em estadia e à diversidade de turistas e peregrinos que se deslocam ao Município de Inhambane, são os fundamentos que justificam esta proposta de Parque de Campismo.

O projecto do presente empreendimento visa aumentar a oferta turística de qualidade na região e contribuir para o desenvolvimento sustentável do turismo de natureza, de recreio e lazer, através da complementaridade dos espaços. Pretende-se proporcionar assim, um destino turístico que utilize de forma sustentável o património natural e cultural, em que se conjugam actividades ao ar livre e actividades lúdicas, relacionadas com a animação ambiental, a visitação de áreas naturais, o desporto de natureza e a interpretação ambiental.

Vivemos uma época em que o desemprego é um fenómeno bastante presente na vida das pessoas e nesse contexto a implementação do campismo aparece com perspectivas bem optimistas, se apresentando como uma das alternativas para lidar com a crise do

desemprego, sendo responsável pela geração de empregos directos e indirectos. A implementação do campismo pode ser vista como um multiplicador de negócios pelo facto de gerar novos fluxos de visitantes no Município de Inhambane (Tofinho) e possuir ainda potencial para alterar a dinâmica económica e atrair turistas de diferentes classes sociais no destino.

1.5. Objectivos do projecto

1.5.1. Geral

Propor a implementação de um parque de campismo 4 estrelas no Tofinho.

1.5.2. Objectivos específicos:

- 1) Estudar o mercado e equacionar a viabilidade da criação de um parque de campismo 4 estrelas no Tofinho;
- 2) Analisar a viabilidade económico-financeira necessária para a criação do parque de campismo.
- 3) Apresentar detalhadamente o plano de negócios.

1.6. Metodologia

A parte metodológica da presente pesquisa, representa os procedimentos usados para a concretização do trabalho em causa, referentes aos instrumentos e técnicas de recolha de dados no campo, bem como aos métodos para a interpretação da informação recolhida e para a construção das conclusões, de forma a responder a pergunta de partida.

Metodologia é a maneira correcta e sistemática que descreve os métodos ou caminhos necessários e percorridos na busca de um conjunto de conhecimentos científicos, através da interpretação dos fenómenos ou factos existentes na natureza, identificando para tal os seus procedimentos indispensáveis (DENCKER, 2000).

Gil (2008, p.27) refere como método científico “o conjunto de procedimentos intelectuais adoptados para se atingir o conhecimento”.

Para Marconi e Lakatos (2000, p.44): “Método é o conjunto das actividades sistemáticas e racionais que, com maior segurança e economia, permite alcançar o

objectivo – conhecimentos válidos e verdadeiros – traçando o caminho a ser seguido, detectando erros e auxiliando as decisões do cientista”.

O tipo de pesquisa patente no projecto é do tipo *exploratória-descritiva* pois esta cingirá em referências bibliográficas, análise de trabalhos existentes e entrevistas a comunidade e órgãos governamentais e privadas existentes no Tofinho e no Município de Inhambane de modo a adquirir conhecimentos relevantes para a realização do projecto.

Para Gil (2008, p.46) “pesquisas exploratórias tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”.

Segundo o mesmo autor (GIL, 2008, p.47) “as pesquisas descritivas têm como objectivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenómeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis”.

De acordo com a natureza do trabalho, serão usadas as variáveis “*qualitativa-quantitativa*”. Portanto, o trabalho cingiu-se em 4 fases distintas:

1ª Fase: Fundamentação teórica

a) Pesquisa bibliográfica

Para Gil (2008, p.69) “a pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de material já elaborado, constituído principalmente de livros e artigos científicos”.

A realização do projecto fundamentou-se na leitura de obras como livros, revistas e artigos científicos que versam sobre o tema em abordagem com o intuito de construir-se uma base teórica sobre o objecto de estudo para ter-se noção entre a teoria e os fenómenos existentes na área de estudo. Estes materiais possuem conteúdos relacionados com Alojamento, Restauração, Actividades de Animação, Projectos de Investimentos Hoteleiros e Plano de Negocio de Empreendimentos turísticos.

b) Pesquisa documental

De acordo com Gil (2008, p.70), a pesquisa documental “é semelhante a pesquisa bibliográfica, diferenciando-se pelo facto de que a pesquisa documental vale-se de

materiais que não receberam ainda um tratamento analítico ou que ainda podem ser reelaborados de acordo com os objectivos da pesquisa”.

A pesquisa documental do presente trabalho, baseou-se em documentos existentes sobre o Município de Inhambane e que possuem grande relevância para o tema em abordagem. Esses documentos versam sobre as características peculiares da área de estudo, a população e seus usos e costumes.

c) Pesquisa virtual

Consistiu no acesso e consulta aos centros de documentos e bancos de dados como também permitiu a busca e leitura de alguns trabalhos científicos publicados na Internet que directa ou indirectamente versam sobre o tema em causa.

É de salientar que também foram consultadas teses de mestrados, artigos científicos e projectos de investimentos que abordam temas ligados a projecção e concepção de empreendimentos turísticos e também planos de negócio, a fim de enriquecer a base teórica do projecto em questão.

2ª Fase: Pesquisa de mercado

Terminada a fase de revisão da literatura, segue-se a fase de pesquisa de mercado, na qual foi usada a ferramenta designada PESTAL para analisar os envolventes nos domínios político-legal, económicos, sociais, ambientais e tecnológicos e a componente transaccional a nível dos fornecedores, concorrentes e público-alvo, análise SWOT para evidenciar as forças, oportunidade, fraquezas e ameaças e a análise das 5 forças de Poter (2004) de modo a evidenciar e medir a atractividade do negócio proposto na pesquisa.

Depois da realização da pesquisa de campo, seguiu-se então para a caracterização e a selecção da população e da amostra bem como a elaboração dos instrumentos de recolha de dados.

a) Selecção da população

Para Gil (2008, p.108), “*Universo ou população* é um conjunto definido de elementos que possuem determinadas características”. Para a presente pesquisa foi apurado como universo o município de Inhambane, onde através de uma inteiração com os órgãos

competentes que velam sobre o município, a população, o sector económico privado, apurou-se os resultados que levarão a conclusão do presente trabalho. Esta população foi composta por 3 grupos focais, isto é: trabalhadores dos estabelecimentos turísticos de Tofinho, turistas da região do município de Inhambane trabalhadores formais e comunidade local.

b) Definição da amostra

Gil (2008, p.109) define a amostra com sendo “um subconjunto do universo ou da população, por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população, ou seja, uma pequena parte dos elementos que compõem o universo”.

Na escolha da amostra para a análise e conclusão do problema em epígrafe, definiu-se uma amostragem probabilística. Para Gil (2008, p.110):

Estas amostragens são rigorosamente científicas e baseiam-se nas leis dos princípios fundamentais da amostragem (a lei dos grandes números, a lei de regularidade estatística, a lei da inerência dos grandes números e a lei da permanência dos pequenos números)¹. Dentro desta amostra probabilística foi escolhida a amostragem por conglomerados, por este ser um procedimento que permite a selecção da amostra a partir de conglomerados e reduz assim os custos de preparação de uma lista de toda a população.

Segundo Marconi e Lakatos (2000, p.191) “amostragem por conglomerado é indicada em situações em que é bastante difícil a identificação de seus elementos, sendo possível proceder a selecção da amostra a partir de um conglomerado, podendo ser por quarteirões, famílias, organizações, edifícios, fazendas, etc.”

3ª Fase: Realização do trabalho de campo

O trabalho de campo foi desenvolvido em Tofinho, no Município de Inhambane, província de Inhambane, no intervalo de tempo entendido entre os meses de Janeiro a Junho de 2023, com base na seguinte técnica de recolha de dados:

- a) Entrevista semiestruturada – Foram entrevistados trabalhadores de alguns estabelecimentos hoteleiros de Tofinho, com objectivo de perceber qual é a época baixa e alta do fluxo turístico, e o seu posicionamento em relação a implementação de

¹ Para melhor esclarecimento sobre as leis e princípios fundamentais da amostragem, recomenda-se que as consulte na obra de Gil, *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social* de 2008.

um parque de campismo 4 estrelas na região. Também foram entrevistados alguns trabalhadores formais e de igual forma a comunidade local em Tofinho de modo a perceber qual é a perspectiva em relação a implantação do projecto.

b) Inquérito por questionário

Segundo Marconi e Lakatos (2000, p,165):

Questionário pode-se definir como a técnica de investigação composta por um conjunto de questões que são submetidas a pessoas com o propósito de obter informações sobre conhecimentos, crenças, sentimentos, valores, interesses, expectativas, aspirações, temores, comportamento presente ou passado, etc.

Para a presente pesquisa, foi elaborado um questionário de 13 perguntas, com múltiplas escolhas, direccionadas aos turistas encontrados em Tofinho, à comunidade local, aos estabelecimentos hoteleiros e aos trabalhadores formais, com o objectivo de colher sensibilidade dos mesmos com relação a construção e implantação de Parque de Campismo 4 estrelas na região.

c) Observação simples

"Por observação simples entende-se aquela em que o pesquisador, permanecendo alheio à comunidade, grupo ou situação que pretende estudar, observa a maneira espontânea e os factos que aí ocorrem (GIL,1999, p.111)".

Esta técnica foi utilizada para observar o modo de vida da comunidade local em Tofinho, as suas tradições, folclores, usos e costumes, a forma de trabalhar e se relacionar na sociedade de modo a que durante a proposta de implantação do campismo, a comunidade seja incluída.

d) Depoimento

Conforme Meksenas (2002), o depoimento diz respeito a uma técnica de organização da colecta de informações relativas a um determinado tema mediante a realização de entrevistas não-directivas ou semiestruturadas e com a indicação, por parte do entrevistador, de um recorte espacial e temporal da narrativa. O pesquisador, portanto identifica os sujeitos da pesquisa que possam contar suas experiências com base ao tema escolhido.

Na ferramenta do depoimento a entrevista não é padronizada e, embora siga um roteiro de perguntas estabelecido previamente e com subtemas do interesse do entrevistador, garante aos sujeitos inqueridos uma certa liberdade de raciocínio e de opinião (THIOLLENT, 1982).

Para o depoimento foi apurado como universo o município de Inhambane, onde através de uma inteiração com os órgãos competentes que velam sobre o município, a população, o sector económico privado, apurou-se os resultados que levarão a conclusão do presente trabalho.

A tabela abaixo sintetiza a data de realização das várias entrevistas, as áreas de estudo, bem como os entrevistados (pertencentes a estes grupos focais) e também o seu papel na sociedade.

Quadro 1: Entrevistas realizadas durante os diversos trabalhos de campo

Datas das entrevistas	Áreas de estudos/ Comunidades	Pessoas Entrevistadas/Grupos Focais de Discussão	Função e papel dos entrevistados
30 de Janeiro de 2023; 5 e 6 de Março de 2023	Tofinho	Kamy da Silva	Turistas
		Edson Mahunguene	
		Daniel Marcelino	
		Miriam Blessing	
		Manuel João Mondlane	
		Agira Mateus	
		Cristiane Meireles	
		Yichen Huang	
		Zhang Gao	
		Jaqueline Barberino	
		Fernando Raimundo	
		Maita Dias	
		Lícia Mandlate	
		Jean Raimi	
		Karen	
Emma			
Elizabeth			
Tiago Ramos			
Viviane Araújo			
13 de Abril	Varandas do Índico	Fernanda Moraes	Recepcionista
		Eduardo Teotónio	Chefe dos Recursos Humanos
17 de Abril	Tofinho Beach House	Eugénio Siteo	Recepcionista
		Pedro Filipe	Gerente

		Augusto Tole	Housekeeping
31 de Maio; 02 de Junho	Comunidade local do Tofinho	Selson Manuel	Comerciante
		Anil Boane	Comerciante
		Lola Gana	Comerciante
		Isabel Namutete	Residente
		Martins Kaweka	Residente
		Brigida Matlombe	Residente
		Anaclea Chiringo	Residente
		Simone Favaretto	Residente

Fonte: Autora, 2023.

4ª Fase: Análise dos dados, apresentação e discussão dos resultados

Nesta fase, segundo Mattar (2001), o objectivo principal das análises é permitir, ao pesquisador o estabelecimento das conclusões, a partir dos dados colectados.

As informações recolhidas com os instrumentos de colecta de dados serviram fundamentalmente para que fosse possível elaborar uma análise detalhada do mercado e por conseguinte a operacionalização da empresa. Foi através disso que conseguiu-se elaborar as estratégias de marketing baseadas nos 4p que segundo Lambin (1998) são (produto, promoção, preço e praça), o plano operacional incluindo o *layout* do estabelecimento, a necessidade e estruturação dos recursos humanos, a capacidade produtiva e o plano financeiro.

Para a redacção da pesquisa recorrer-se-á aos seguintes aplicativos informáticos: *Microsoft Word e Microsoft Excel*, isto é, os resultados serão apresentados em forma de textos e tabelas, com o objectivo de tornar a compreensão da informação mais clara.

2. REVISÃO DA LITERATURA

2.1. Breve história do campismo

A prática de campismo remonta aos tempos antigos, mas inicialmente nem sempre com um final turístico. Na pré-história, o Homem recorria ao que a natureza lhe fornecia para construir os seus abrigos com o fim de se proteger contra as condições climatéricas e dos animais selvagens. (MCHENRY, 1993).

Segundo Chorão (1998), durante a antiguidade clássica e a idade média já se realizavam acampamentos com fins militares. Na idade média a palavra “acampamento” era pouco usada, chamava-se “arraial” ou “arreal” aos recintos que os exércitos fortificavam para defender os acampamentos. Por volta do século XVIII, por influência do francês “*champs*”, surgiu a palavra campo, base etimológica do vocabulário campista. A nível internacional, considera-se que o fundador do campismo recreativo foi Thomas Hiram Holding, ao escrever o primeiro livro “*Campers Handbook*” em 1908 (CAMPINGINFO, 2012).

O gosto pela prática campista cresceu por volta de 1918 depois da 1ª Guerra Mundial como resultado das consequências da guerra, as cidades estavam destruídas e a população procurava refugiar-se na natureza. Deixaram de ser apenas os jovens enquadrados em organizações a praticar a actividade campista para ser toda a população (MCHENRY, 1993).

Anos mais tarde, em 1932 surgiu a Federação Internacional de Campismo e Caravanismo (FICC) por iniciativa Britânica, que um ano mais tarde organizou o primeiro acampamento e congresso internacional. A grande parte das organizações campistas apenas surgiu depois da 2ª Guerra Mundial. Na América do Norte, a associação era denominada de “*National Campers and Hikers Association*”, a qual se afiliou à FICC em 1960 (MCHENRY, 1993).

A prática do campismo generalizou-se por todo o mundo por volta do início de 1970 com o final da 2ª Guerra Mundial e com o aumento da utilização do carro como veículo próprio. Muitas famílias passaram a praticar um novo tipo de turismo em que exploravam o país nos seus próprios carros, acampando em vários locais (SOCIAL CAMPER, 2013).

2.2.Campismo 4 estrelas, o novo modelo de instância de alojamento turístico

Os parques de campismo são locais específicos projectados e estruturados para a prática do campismo e caravanismo. São empreendimentos turísticos que oferecem aos seus utilizadores (campistas e viajantes em caravanas ou veículos recreativos) áreas apropriadas para montar tendas, estacionar veículos e desfrutar de actividades ao ar livre em contacto com a natureza (FLOSA, 2016).

O campismo é considerado uma prática de lazer, de componente recreativa, turística, desportista e pedagógica, fora do meio citadino. Segundo Chorão (1998), é uma prática recreativa que envolve passar um período de tempo ao ar livre, geralmente em áreas afastadas dos centros urbanos, como florestas, montanhas, praias ou parques naturais.

Essa actividade pode ser realizada de forma individual ou em grupo e é uma oportunidade para relaxar, desconectar-se das rotinas urbanas e aproveitar as belezas naturais ao redor. Além disso, o campismo promove o respeito pela natureza e a responsabilidade ambiental, incentivando os participantes a deixarem o local tão limpo e intacto quando o encontraram (MCHENRY, 1993).

A prática do campismo atrai as mais diversas pessoas e pelos mais diversos motivos, como pela experiência, pela simplicidade, pela aventura, pela liberdade e pelo carácter familiar. Para além de abrigo e de habitação temporária, o acto de acampar é uma forma de confraternização, de estabelecer e alargar laços de camaradagem, e de manifestação de colectivismo (MCHENRY, 1993).

Parques de campismo passaram a ser locais de permanência de férias ou fins-de-semana, na medida em que o campismo, nos dias de hoje, é encarado como uma actividade recreativa e não meramente como um alojamento (MCHENRY, 1993).

2.3.Oferta do campismo a nível nacional

Segundo Cunha e Abrantes (2013), com o passar dos anos, as alternativas em relação à oferta do campismo têm vindo a aumentar. O campismo tradicional, com tendas montadas em espaços designados para essa finalidade, é apenas uma das várias formas de acampar. Nos últimos anos, têm surgido novas modalidades e alternativas que têm vindo a ganhar popularidade, tanto a nível nacional como internacional. Neste momento, existem vários espaços e formas de acampar, para além da forma mais típica

que é uma simples tenda de campismo montada no lugar destinado e preparado para essa finalidade.

A prática do caravanismo e do autocaravanismo é uma opção de viagem que oferece maior conforto. Essa modalidade de viagem envolve o uso de caravanas ou autocaravanas, que são veículos especialmente equipados para proporcionar uma experiência de viagem auto-suficiente e confortável.

Também existem pequenas casas de madeira, chamadas *bungalows*, que geralmente são amplas, têm uma casa de banho e uma pequena cozinha, por isso, têm água canalizada e electricidade. Actualmente, acampar com *glamour* é um dos mais recentes paradigmas em relação ao campismo (CUNHA E ABRANTES, 2013).

2.4. Parque de campismo 4 estrelas

A evolução da procura turística a nível do alojamento nos últimos anos sofreu bastantes alterações e cada vez mais os turistas procuram alojamentos fora dos grandes centros urbanos e privilegiam as experiências novas. Os principais conceitos ligados ao parque de campismo são o Turismo de Natureza (pela localização), Ecoturismo (sustentabilidade) e Turismo de Luxo (diferenciador em relação ao tradicional campismo) (MCEWEN & COLE, 1997).

O campismo é uma forma popular de turismo para aqueles que desejam estar em contacto próximo com a natureza e aproveitar a tranquilidade e beleza dos espaços ao ar livre e ao longo dos anos vem sofrendo alterações, deixando a convencional tenda que o campista montava num parque de campismo, começando a aumentar o conforto com *bungalows* de madeira ou pré-fabricados com as condições de uma casa dentro desses mesmos parques (FLOSA, 2016).

O Parque de campismo 4 estrelas surge na continuação do aumento deste conforto, associado à experiência da dormida dentro de uma tenda com todo o conforto dos melhores hotéis, valorizado pela localização (FLOSA, 2016).

2.5. Turismo acessível

Carlos Buj (2010), refere que o “Turismo acessível” é direccionado tanto para pessoas com limites de mobilidade como para aqueles com deficiências crónicas, sensoriais e

de aprendizagem. Apesar de o “Turismo Acessível” pretender acima de tudo a eliminação de barreiras físicas, este tipo de turismo incide também nos transportes, dispositivos electrónicos, fontes de informação e comunicação.

2.6. Turismo sustentável

O turismo sustentável tem como objectivo conciliar as necessidades dos turistas com a protecção do meio onde está inserido. Segundo Oliveira & Manso (2010), a sustentabilidade está assente em três princípios: ambiental, social e económico.

Na vertente conceitual, um dos conceitos mais conhecidos sobre turismo sustentável foi elaborado pela OMT (Organização Mundial do Turismo), em 1995, que o apresenta como:

Aquele ecologicamente suportável em longo prazo, economicamente viável, assim como ética e socialmente equitativo para as comunidades locais. Exige integração ao meio ambiente natural, cultural e humano, respeitando o frágil equilíbrio que caracteriza muitas destinações turísticas, em particular pequenas ilhas e áreas ambientalmente sensíveis (OMT, 1995, p.45).

Quando as práticas de turismo sustentável são efectivamente implementadas em negócios e destinos turísticos, é possível obter benefícios a longo prazo tanto para o meio ambiente quanto para as comunidades locais. Além de proteger recursos naturais e culturais, o turismo sustentável pode melhorar a qualidade de vida das comunidades, criar oportunidades de emprego e estimular o desenvolvimento económico de forma equilibrada e responsável (OLIVEIRA & MANSO, 2010).

O turismo sustentável, que é aplicado a todas as formas de turismo, surge como alternativa ao turismo de massa, tenta causar o menor impacto ambiental e cultural da comunidade local, na mesma medida em que colabora na conservação dos ecossistemas locais e no emprego, aprimorando as necessidades do futuro. Neste sentido, o planeamento e a gestão do turismo devem estar atentos a todas as questões de modo a minimizar os impactos da actividade e fazendo com que a população residente seja inserida economicamente e socialmente (OLIVEIRA & MANSO, 2010).

Neste contexto, apresentam-se então como **princípios do turismo sustentável**, segundo o Tourism and Environment Task Force (ENGLISH TOURIST BOARD, 1991, citado por HOLDEN 2000: 176, tradução livre):

- O meio ambiente tem um valor intrínseco mais importante que o seu valor como activo turístico;
- O turismo deve ser reconhecido como uma actividade positiva com potencial para beneficiar a comunidade, a própria atracção e os seus visitantes;
- A relação entre turismo e ambiente deve ser gerida de forma sustentável a longo prazo;
- As actividades/produtos e os avanços turísticos devem respeitar o tamanho/escala, natureza e personalidade do lugar do qual fazem parte (design e construção de equipamentos, e respectivos materiais, em harmonia com a envolvente);
- É preciso haver harmonia entre as necessidades dos visitantes, do lugar e da comunidade local, bem como adaptação à mudança;
- A indústria do turismo, os órgãos locais e as organizações ambientais têm o dever de respeitar esses princípios e de trabalhar em conjunto para que se efectivem – pela informação, educação e interpretação.

Destacam-se dois princípios neste contexto: apoio à economia local e suporte à conservação. O apoio à economia local tem duas premissas: desenvolvimento sustentável com vista à equidade social – uma responsabilidade social e ética; e o incentivo à protecção dos recursos – uma vez que a comunidade local protege e preserva mais facilmente os recursos turísticos para se beneficiar deles, agindo como guardiões do seu ambiente (OLIVEIRA & MANSO, 2010).

2.7. Sustentabilidade Ambiental

O ambiente é um dos pilares fundamentais da sustentabilidade, e nossas acções podem ter tanto impactos negativos quanto positivos sobre ele. O planeamento e a gestão apropriados geram uma maior consciencialização ambiental, mas também um financiamento que pode ser utilizado para preservar o meio ambiente (COLLINS, 2010).

As actividades turísticas provocam imensas consequências no meio ambiente, por isso, é necessário prever, prevenir e mitigar os impactos negativos que um projecto turístico, como um parque de campismo, poderá ter num dado lugar e estimular e desenvolver os impactos positivos (COLLINS, 2010).

Assim sendo, é necessário realizar estudos prévios sobre o ambiente de modo a implementar da melhor forma acções que contribuam para o desenvolvimento sustentável. Quando é necessário realizar novas construções é muito importante analisar o terreno, tendo atenção onde vamos implementar o projecto; os materiais que serão necessários para o erguer; e para que fim se destina essa construção, ou seja, que actividades serão aí realizadas. De modo a rentabilizar o mais possível, a política dos três R's é a mais adequada: reduzir, reutilizar, reciclar – não só nos detritos, mas também nos objetos e nas medidas de construção adoptadas. Por exemplo, os materiais a serem utilizados devem ser adquiridos na região a realizar a construção (KINKER, 2002).

Em termos de responsabilidade a um nível geral, deve-se conscientizar e alertar, de modo a praticarem-se e divulgarem-se boas práticas sustentáveis. Uma legislação que vise o controlo sustentável ao nível do ordenamento do território, da ocupação e utilização do espaço, da protecção dos habitats e dos seres vivos, deve ser adoptada para que os impactos negativos sejam minimizados e os positivos maximizados (COLLINS, 2010).

2.8. Sustentabilidade sociocultural

Outros dois pilares da sustentabilidade estão na sociedade e na cultura. A nível da sociedade, um dos aspectos mais importantes é o envolvimento da população residente, tanto no planeamento e na gestão como no desenvolvimento do projecto, visto que esta população é quem melhor conhece a região, a nível dos costumes, das tradições e da cultura (COLLINS, 2010).

A nível da cultura, é necessário preservar a cultura local, pois, são esses hábitos culturais que acabam por atrair os visitantes. Assim, é preciso prevenir para que não haja um efeito provocado pelo turismo porque a presença de novas pessoas pode influenciar o estilo de vida da população residente, o que pode causar um sentimento ambíguo, procurando idealizar a vida de outra pessoa (COLLINS, 2010).

Os visitantes procuram fugir do seu quotidiano, para poderem relaxar e desfrutar de novos ambientes. Por estarem em regiões que não são as suas de origem, sentem-se livres e muitas vezes não respeitam a cultura local, ou então adoptam comportamentos que são reprovados por aqueles que perfilham um comportamento sustentável. Por isso

é necessário explicar e transmitir o conhecimento da cultura da região para não provocar impactos negativos (COLLINS, 2010).

O desenvolvimento do turismo poderá levar a problemas de sobrelotação, sobre população, aumento de preços e poluição. Todavia, contribuirá para um melhor desenvolvimento das infra-estruturas existentes, utilizadas pelos visitantes, bem como pela população residente, o que a longo prazo poderá ajudar no aumento da população local e na compra de imóveis (KINKER, 2002).

Assim sendo, em termos de sustentabilidade sociocultural, determinadas acções visam melhorar a qualidade de vida da população. Estas acções devem diminuir as desigualdades sociais, aumentar os direitos e garantir acesso aos serviços; devem ser criadas oportunidades de modo a estabelecer boas relações entre a comunidade local e os visitantes para que ambos possam beneficiar desta relação, onde podem conhecer as culturas uns dos outros, e assim enriquecerem-se a um nível intelectual (KINKER, 2002).

2.9. Sustentabilidade económica

Por fim, o último pilar da sustentabilidade é a economia. De uma forma geral, o turismo tem uma grande importância na economia de um país. Por esta razão, é importante ter conhecimento dos prejuízos e benefícios que o turismo pode trazer a uma determinada região. Produz elevadas receitas, diversificando a economia local e estimulando o desenvolvimento rural, regional e urbano (COLLINS, 2010).

Em termos sustentáveis, é importante maximizar o consumo dos turistas e minimizar a saída de receitas da região, ou seja, deve-se adquirir o máximo de bens nos negócios da região, e assim tudo será repartido. Ao nível do projecto, a situação é a mesma: o projecto terá que ser benéfico tanto para a entidade que o projecta como para a população residente. Com o investimento num parque de campismo, espera-se que aumente a actividade turística, mas também terá em consideração o comércio local e as actividades que envolvem a região. Deste modo, este comércio deve ser protegido contra as empresas de grande dimensão que tentam monopolizar, o que obsta os princípios da sustentabilidade económica (COLLINS, 2010).

Porém, o turismo pode ter várias consequências económicas, e nem todas são positivas. Algumas das consequências negativas do turismo como a criação de empregos sazonais ou mal remunerados, bem como o aumento de preços do comércio local, pela presença de turistas. Assim, tem que se ter em atenção e analisar de forma adequada, as desvantagens e vantagens para a viabilidade de um investimento. Para atingirmos uma sustentabilidade económica, numa forma geral, o turismo deve minimizar os seus custos e maximizar os seus benefícios económicos (COLLINS, 2010).

2.10. Tipologias funcionais

As tipologias das actividades praticadas num parque de campismo 4 estrelas, podem ser caracterizadas pelo equipamento utilizado para pernoitar, pela entidade exploradora e tipo de local em questão.

O campismo é “a actividade recreativa em que os participantes pernoitam temporariamente ao ar livre, geralmente usando tendas ou veículos especialmente concebidos ou adaptados para o abrigo” (MCHENRY, 1993, p. 779).

O equipamento usado para pernoitar pode ser classificado em diferentes vertentes, como campismo, caravanismo (ou auto-caravanismo) e *glamping*. Todas essas vertentes envolvem uma estadia temporária pelo campista, mas o meio de alojamento é o elemento que as diferencia (MCHENRY, 1993).

- a) **Caravanismo ou Auto-caravanismo:** Esta vertente também implica estadias temporárias, mas os campistas utilizam veículos equipados com recursos essenciais que permitem o conforto durante a estadia. Esses veículos podem ser caravanas (*trailers* rebocados) ou autocaravanas (veículos motorizados com comodidades de casa, como banheiro, cozinha, etc.) (FLOSA, 2016).
- b) **Glamping:** O termo "*glamping*" deriva da junção das palavras "*glamour*" e "*camping*". É uma forma de campismo de luxo, onde os campistas desfrutam de comodidades e conforto semelhantes aos de um hotel de luxo, enquanto ainda estão em contacto com a natureza (FLOSA, 2016).

As actividades disponíveis em um parque de campismo também podem ser influenciadas pelo tipo de entidade que o explora, que pode ser classificada como

pública, nomeadamente parques de campismo públicos, ou privada, ou seja, parques que pertencem a clubes, federações campistas ou outro tipo de instituições privadas.

Por fim, o local onde é praticado o campismo pode ser classificado como Parque de Campismo ou Campismo Selvagem, também denominado como Campismo Livre.

Para além da análise das componentes tipológicas de um parque de campismo é importante também perceber as características de um campista. Segundo Pearce (1995, citado por Silva, 2007, p. 145) estes:

São turistas que apresentam necessidades de ‘quebrar a rotina’ e/ou ‘escapar da vida quotidiana’ em busca de algo que não existe no local onde ele habitualmente vive e trabalha: experiências, conhecimento, ambientes, etc. A motivação envolve assim simultaneamente um elemento de escape e um outro de busca: o turismo proporciona um escape para evitar algo e para simultaneamente procurar algo.

Segundo o Regulamento de Empreendimentos Turísticos Bebidas e Salas de Dança (2016, p. 25), as tipologias de campismo segundo a entidade exploradora são:

- a) **Públicos:** O parque de campismo e de caravanismo público é propriedade do Estado, porém, a sua gestão pode ser concedida a entidades privadas nacionais.
- b) **Privados:** O parque de campismo privado só pode ser explorado por cidadãos nacionais ou empresas de capitais maioritariamente detidos por cidadãos nacionais.

Para Krippendorf (1987), a indústria turística contribui para um aumento exponencial dos benefícios económicos, afectando positivamente o rendimento, o emprego, o volume de negócios e as receitas fiscais. Segundo Archer, Cooper e Ruhanen (2005), o desenvolvimento turístico pode ter impactos significativos em várias dimensões da sociedade e do ambiente.

É neste contexto de mudança que o turismo e os novos produtos turísticos emergem como oportunidade de vida das populações e valorizar os seus recursos mais relevantes como o património.

A OMT (2013) define a hotelaria como sendo um sector da indústria que engloba todas as actividades relacionadas à gestão e operação de hotéis e outros estabelecimentos de acomodação temporária. Isso inclui a oferta de serviços de

hospedagem, alimentação, lazer, entretenimento e outros serviços complementares para atender às necessidades dos hóspedes durante sua estadia fora de casa.

A hotelaria sendo um processo que abrange as práticas e teorias acerca dos conhecimentos administrativos de hotéis nas áreas de alimentação, segurança, entretenimento e outros serviços complementares ao bem-estar dos utentes, é através dela que várias outras áreas desenvolvem-se, como é o caso do turismo, onde para que o turista visite um determinado destino, este deve contemplar no seu leque de atracções alojamento e alimentação como as condições básicas para a estadia no local (SIDÓNIO, 2015).

De acordo com as estatísticas oficiais de chegadas de visitantes apresentadas pelo Governo de Moçambique (2021, p.8)

O crescimento do turismo em Moçambique já ultrapassa os concorrentes da região. Embora o número de chegadas de estrangeiros tenha diminuído acentuadamente entre 2020, o seu crescimento ao longo dos últimos oito anos foi de mais de 300%. O crescimento nas chegadas não foi acompanhado por aumentos nas receitas do turismo, em 2019 as receitas do turismo Moçambicano atingiram apenas 0,7% das receitas para a África, com uma média de apenas USD130 por chegada abaixo da Tanzânia com USD1,720 por chegada e USD970 da África do Sul por chegada. Essa diferença pode ser parcialmente explicada pelo facto de os visitantes, em particular para os visitantes de Países vizinhos, realizarem viagens frequentes de curta duração, chegando muitos deles por estrada e trazendo seus próprios suprimentos e prepará-los pessoalmente.

2.11. Impactos do campismo

A actividade campista tem sempre resultados negativos sobre o meio onde está inserida, independentemente se quem a pratica utiliza técnicas de impacto mínimo, pois segundo Leung (1998), esta é uma actividade espacialmente bastante concentrada e de estadias relativamente longas.

Estes impactos não atingem apenas o ambiente. O facto de estes atingirem a qualidade da paisagem, que é o principal factor apelativo para cativar turistas, vai ter repercussões na experiência e satisfação dos visitantes, bem como da população residente (MCEWEN & COLE, 1997). Não havendo turistas, os espaços não geram receitas, levando assim a um desequilíbrio do sistema e o espaço deixa de ser sustentável ao nível económico.

Nos Parques de Campismo, existe a vantagem de os impactos serem altamente localizados e por isso, a recuperação das áreas degradadas é mais concentrada. Os turistas utilizam os locais destinados ao campismo e aos serviços, deixando as áreas mais selvagens imperturbadas (MCEWEN & COLE, 1997).

a) Impactos negativos

➤ Carácter ambiental

De carácter ambiental, os impactos negativos relacionam-se com o desleixo e a despreocupação que alguns campistas têm com o sítio onde decidem acampar, visto que muitos deles não têm o cuidado devido quanto à sua escolha. Assim, a alteração da fauna e da flora, ou seja, a alteração, ou mesmo, devastação de habitats aliada à deterioração da vegetação, provocada pelo desrespeito com a natureza, bem como pelas regras das instalações; a poluição, quer sonora incitada pela manutenção dos equipamentos do parque, mas também pelos campistas provocada pelo seu dia-a-dia, quer ambiental devido aos detritos produzidos, e também o excesso de uso de fontes de energia não renováveis utilizadas para manter o parque em funcionamento; O uso excessivo de água para uso próprio dos campistas e para as actividades do parque é um problema sério que pode ter várias consequências negativas, tanto para o meio ambiente quanto para a sustentabilidade do próprio (KINKER, 2002).

➤ Económico

Sob o aspecto económico, estes impactos relacionam-se com a deterioração do nível de vida da população local, causado pelo aumento dos preços nas suas áreas de residência, visto que muitos comerciantes optam por uma subida exuberante dos preços dos produtos dos estabelecimentos mais próximos da área onde o parque se situa (KINKER, 2002).

➤ Político e social

De carácter político e social, as diferenças culturais entre a população local e a visitante podem fazer com que seja inexistente a integração e a compreensão entre ambas, pois muitas pessoas não se adaptam nem respeitam um espaço que é comum a todas as pessoas que frequentam o parque (KINKER, 2002).

b) Impactos Positivos

➤ Ambiental

No âmbito ambiental, relacionam-se com o contacto directo com a natureza, o que promove uma maior conscientização e promoção de boas práticas neste meio despertando um maior interesse pela natureza e consequente manutenção da mesma (COLLINS, 2010).

➤ Económico

Ao nível económico, o campismo estimula a actividade económica proporcionada pelo turismo, onde o parque se insere; os rendimentos proporcionados pelo turismo proporcionam emprego e rendimentos tanto à população local estabelecendo uma relação de compra e venda, como às unidades que criam os Parques de Campismo, às agências de viagem e aos postos de turismo; comparando esta prática com outros tipos de alojamento, os gastos são reduzidos ao nível da própria hospedagem e da alimentação (COLLINS, 2010).

➤ Político e social

De carácter político e social, a união regional fortalece o sentimento nativo, de modo a promover o país em relação aos visitantes, o que faz com que a população residente, bem como os visitantes sejam beneficiados; as diferenças culturais também proporcionam um conhecimento e respeito intercultural, pois o contacto com diferentes culturas e diferentes nacionalidades proporciona um enriquecimento pessoal; o Campismo e a existência de um Parque destinado à prática do mesmo, faz com que as pessoas se desloquem da sua área de residência, nacional ou estrangeira, para estes espaços com vista a satisfazer as suas motivações (KINKER, 2002).

3. DESENVOLVIMENTO DO PROJECTO

3.1. Apresentação da Área/do Local de Estudo

Tofinho localiza-se no bairro Josina Machel na costa do Oceano Índico entre as coordenadas 23° 51' 20" Latitude Sul e 35° 32' 53" Longitude Este. A área de estudo desta pesquisa é Tofinho, em que a sua comunidade é pertencente ao bairro Josina Machel, de salientar que este bairro faz fronteira com os bairros Conguiane e Nhamua a Norte e a sul com o bairro Machavenga no Município de Inhambane, a cerca de 480 km a Norte de Maputo e dista 30 km da estrada Nacional n.1, segundo o Conselho Municipal da cidade de Inhambane (2013, p.8). Abaixo a figura que descreve a localização de Tofinho:

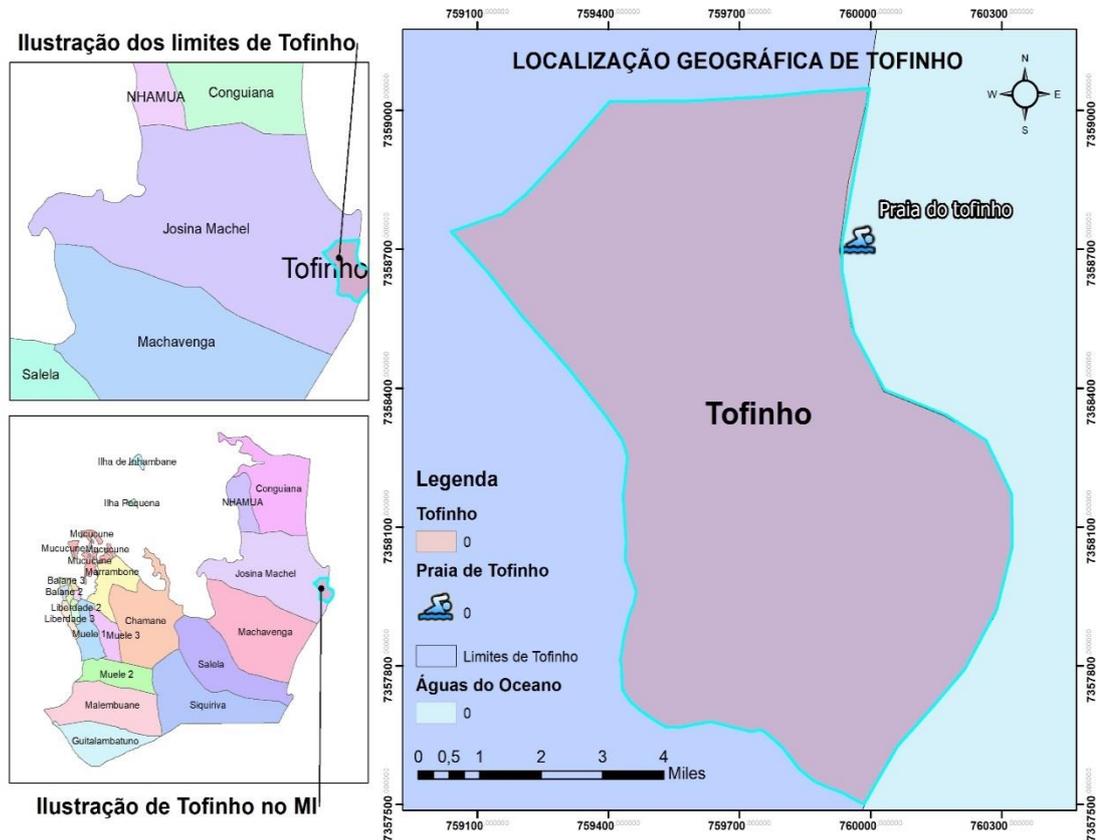


Figura 2: Mapa de Localização Geográfica

Fonte: Autora, 2023.

Quanto a economia, o Município de Inhambane tem elevado potencial na área do turismo e possui potencial agrícola localizado próximo às lagoas naturais e pequenos riachos. As suas actividades económicas centram-se sobretudo no turismo e

nas exportações de copra, borracha, marfim, tangerinas e nozes. As actividades piscatórias (de camarões e lagostas) e as reservas de gás natural e de petróleo, desempenham também um papel importante na economia da província. Os principais destinos turísticos da província de Inhambane são as praias de Tofo, Barra, Guinjata, Paindane, Pomene, Murrungulo, Vilanculos, Bazaruto, Santa Carolina, Magaruque, Inhassoro e Nova Mambone, bem como as lagoas de Quissico. A praia de Tofinho ou simplesmente Tofinho é uma praia turística, situada numa zona residencial no sudoeste de Moçambique a 1,5 km sul do Tofo.

3.2. Estudo Técnico do Problema

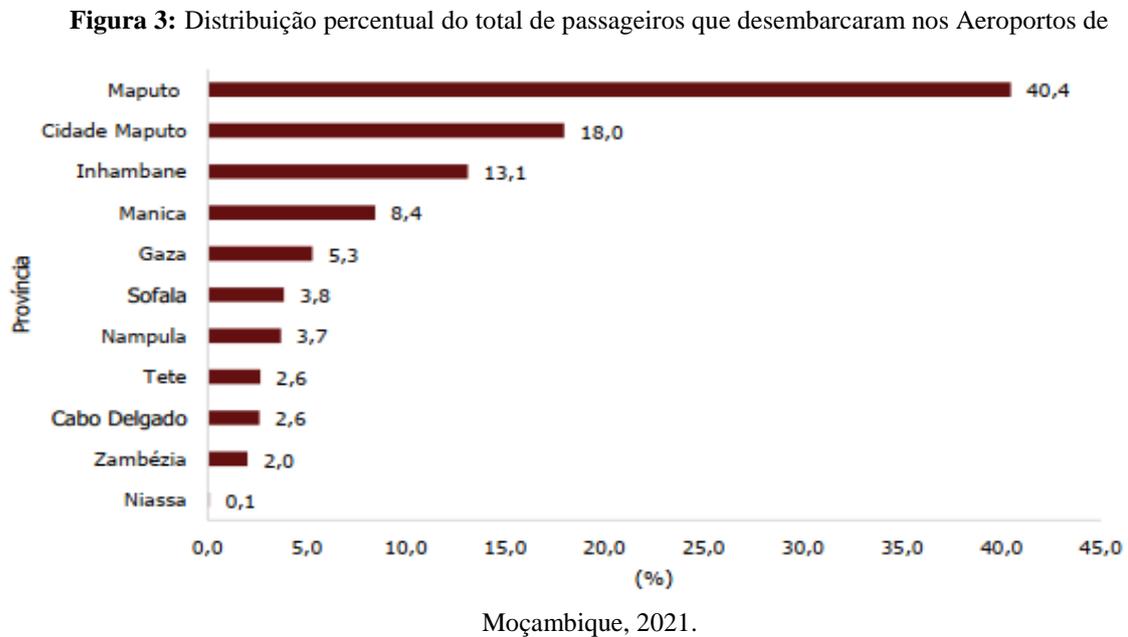
De acordo com o governo de Moçambique (2016, p.8)

O sector do turismo em Moçambique no ano 2010 gerou substancialmente 17.69 bilhões de meticais em receita, representando nada menos do que 6,2% da renda nacional total e 5,6% do PIB. A contribuição do turismo no emprego tem sido modesta e estima-se que o tenha gerado directamente 45.350 postos de trabalho em 2012.

O Município de Inhambane, na província de Inhambane, contribui para que o sector do turismo em Moçambique atingisse o estágio supracitado, pois nos últimos anos, registou um aumento significativo relacionados ao turismo de sol e praia. O Município possui um enorme potencial económico, fruto de maior concentração de estabelecimentos comerciais, hoteleiros, bancários, industriais e de outros centros de prestação de serviços económicos, bem como um maior leque do património imobiliário, comercial, industrial e habitacional. Estas actividades económicas proporcionam ao Conselho Municipal várias fontes de receitas locais que advém dos impostos e taxas. De um universo de **24.400** contribuintes, estão cadastrados **7.627**, o que corresponde a **31%**².

² <https://www.inhambane.gov.mz/>

Segundo os dados recolhidos no terreno, Tofinho regista um grande número de turistas motivados por lazer, bem como turistas movidos por negócios. Esta descoberta atraí muitos investidores com o objectivo de transformar Tofinho numa região privilegiada, com projectos modernos de urbanização.



Fonte: INE- Instituto Nacional de Estatística (2021, p.34).

Apesar do seu vasto e rico património natural, observada na fauna bravia e o número de turistas que visitam a região, o Município de Inhambane não conta com nenhum parque de campismo que sirva a comunidade local e a população em geral. Segundo os turistas encontrados no campo, a implementação de um parque de campismo 4 estrelas é bem-vinda pois o mesmo apresenta uma diversidade na tipologia de alojamento que existe em Tofinho.

3.3. Procedimento ou acções correctas para a resolução do problema

Com vista a resolução do problema supra citado, no presente Projecto de Desenvolvimento Hoteleiro propõe-se como procedimento ou acções correctas um estudo de viabilidade económica e financeira para a implementação de um parque de campismo 4 estrelas no Tofinho, de modo a esboçar o comportamento dos produtos e serviços frente ao mercado, a fim de desenvolver-se mecanismos fiéis para o alcance de todos os objectivos pretendidos, diminuindo os riscos e as incertezas proporcionando assim segurança e lucratividade ao investimento. Em seguida, passa-se

a apresentar o estudo de viabilidade económica e financeira para a implementação do parque de campismo.

3.4. Apresentação e Definição do Projecto

O *Parque de Campismo de Tofinho* é o nome projectado para o empreendimento de 4 estrelas, localizado no Tofinho, no Município de Inhambane, na Província de Inhambane inserido no sector terciário. Foi desenhado pela estudante do 4º nível, Lília Francisco Ernesto, como forma de culminação do curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira na ESHTI.

Este empreendimento será especializado na prestação de serviço de alojamento, alimentação e actividades de lazer em regime APA (Alojamento e Pequeno Almoço), disponível em pacotes elaborados pelo parque onde no mínimo o consumidor tem como itens o transporte do Aeroporto de Inhambane a Tofinho e vice-versa, acomodação, uma refeição incluída (pequeno-almoço) e actividades de animação. Para os itens que não estiverem descritos nos pacotes, será necessário que o consumidor pague como extras. Para além das tendas, o empreendimento contará com um (1) restaurante, um (1) bar, sala de jogos, posto médico, parque de estacionamento e uma piscina para adultos e crianças.

Para fazer face ao investimento, administração e gestão do empreendimento, o parque de campismo de Tofinho pretende realizar uma associação com o parque de campismo da Maxixe, de modo a que este com o nome e a experiência no mercado, com relação a administração e o tempo em que actua neste mesmo mercado e conhecimentos práticos ligados a sustentabilidade ambiental, impulse o negócio e torne o empreendimento popular a nível nacional e internacional.

3.4.1. Missão

Ser um local de referência nacional e internacional no ecoturismo, com uma oferta de alojamento alternativo de elevada qualidade, baseado nos princípios da sustentabilidade. Criar projectos, acções e eventos que permitam melhorar os aspectos sociais, económicos e ambientais da região.

3.4.2. Visão

Promover e fomentar o desenvolvimento sustentável através da consciencialização directa da comunidade residente e dos seus visitantes e turistas.

3.5. Análise de mercado

Análise dos meios envolventes (macro ambiente):

De modo a conhecer mais profundamente os factores que embora não sejam controlados pelo empreendimento, devem ser aproveitadas da melhor forma possível, o *Parque de campismo de Tofinho* analisou os aspectos do macro ambiente usando a ferramenta designada por PESTAL.

“O ambiente geral é também conhecido como análise de PEST, que é constituído por forças que exercem influência sobre as estratégias a seguir por todas as empresas, representadas pelas iniciais das siglas Política, Económica, Sociocultural e Tecnológica” (TEIXEIRA, 2005, p. 51).

a) Político-Legal

Moçambique, ex-colónia portuguesa, é um país independente desde 1975 encetando uma guerra civil em 1977 que terminou em 1992. Em 1994 surgiram as primeiras eleições multipartidárias. Desde então o país vivia uma clara estabilização política que permitiu o estabelecimento de políticas concertadas quanto ao desenvolvimento do país nas mais diversas áreas, não fugindo o Turismo a esta realidade.

Na verdade, através do Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Moçambique (2016), observa-se claramente que o Turismo é uma prioridade nacional quanto às metas do seu desenvolvimento, levando mesmo a que em 2009 fosse lançada a marca turística de Moçambique. Para tal, o Estado moçambicano que está totalmente aberto a possíveis investidores externos na área do Turismo e Hotelaria, apostou na dinamização de cursos específicos no Ensino Superior e prepara políticas de liberalização do seu espaço aéreo para atrair um maior número de companhias aéreas (PEDTM, 2016).

b) Económico

A economia moçambicana registou um crescimento de 0,1% e 2,0% no I e II trimestre de 2021, respectivamente, conforme o Instituto Nacional de Estatística (INE, 2021), o que significa um crescimento de 1,05% no I Semestre. O desempenho positivo foi impulsionado essencialmente pelo sector terciário ao registar um crescimento de 2,8%, com maior destaque para os ramos da Hotelaria e Restauração, dos Transportes e Comunicação (2,9%) e dos Serviços Financeiros (1,8%). O sector primário apresenta um incremento de 1,6%, suportado pela contribuição dos sectores de Pesca, Agricultura e Indústria de Extração Mineira com cerca de 2,6%, 1,6% e 0,8%, respectivamente (INE, 2021).

Crescimento do PIB real: Conhecido por uma forte evolução observada nos últimos anos, o PIB de Moçambique no primeiro semestre de 2022, mostrou sinais de uma forte recuperação da economia face a uma expectativa de crescimento moderada inicialmente prevista de 2,9% até o fim do ano (PESOE, 2023, p.24). Os sectores de actividade que mais contribuíram para à aceleração do crescimento económico no primeiro semestre, foram designadamente: hotéis e restaurantes, indústria extractiva, transporte e comunicações, electricidade e agricultura (PESOE,2023).

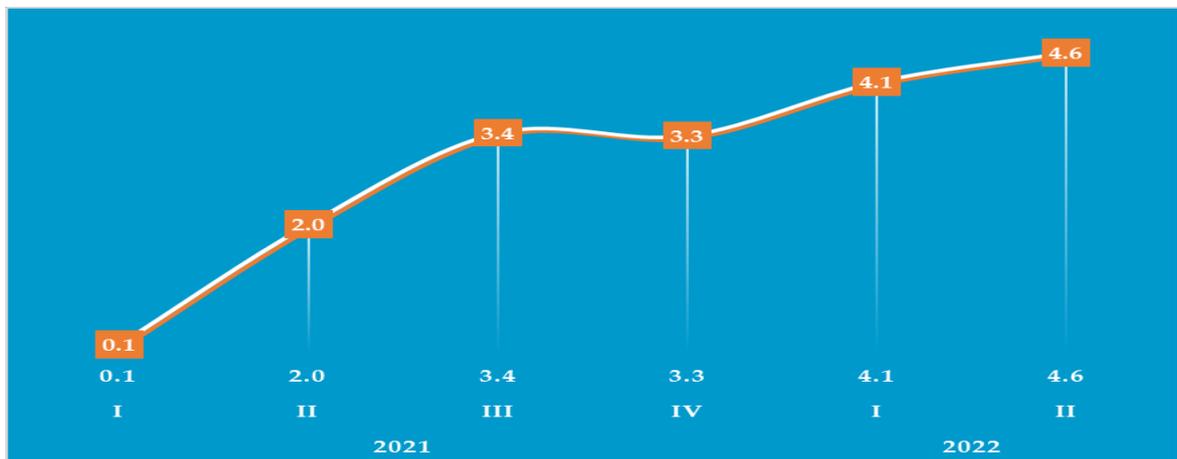


Figura 4: Taxas de Crescimento Real do PIB por Trimestre – 2021, 2022 (%)

Fonte: Relatório do Governo de Moçambique (2022)

Inflação anual e mensal: A inflação é um dos indicadores que enfrentam actualmente um momento complicado. A taxa de inflação média anual alcançou 7,8%, em Agosto de 2022, como resultado da aceleração dos preços de produtos alimentares e dos bens

administrados, essencialmente os combustíveis líquidos e o seu repasse nos custos de transporte e preços de outros bens e serviços.

Na análise mensal, é possível observar que a inflação entrou em um cenário de rápida subida durante quase todo o ano de 2021. Após 18 meses, a inflação entrou em uma forte tendência de queda a partir de Setembro de 2022.

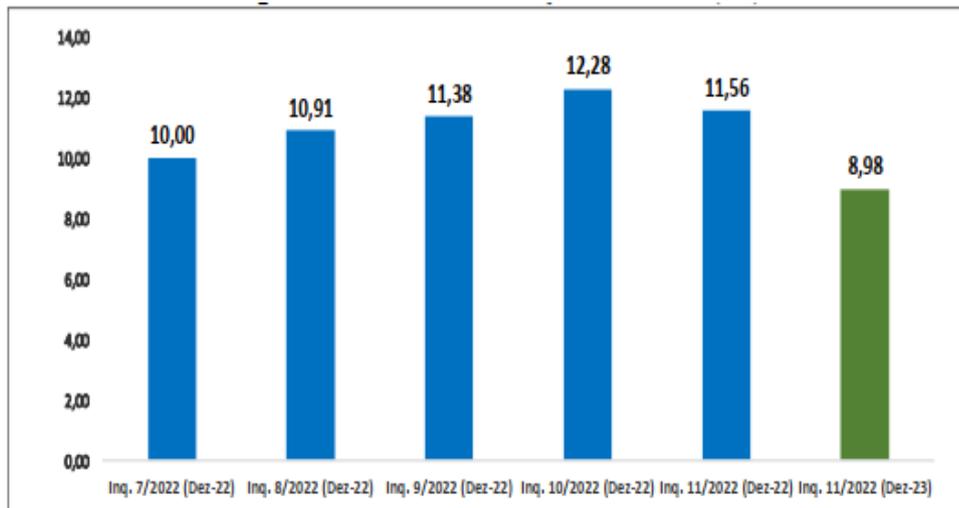


Figura 5: Inflação anual

Fonte: Relatório do Governo de Moçambique (2022)



Figura 6: Inflação mensal

Fonte: Relatório do Governo de Moçambique (2018)

Taxa de Juro: com o objectivo de tentar conter a inflação, o Banco de Moçambique faz uso de um dos instrumentos mais comuns para tal fim: a taxa de juro. Como

observado na figura abaixo, esse indicador foi constantemente elevado durante o ano de 2016, seguindo a subida da inflação. No entanto, em 10 de Abril de 2017, o Banco de Moçambique decidiu reduzir a taxa de juros após 18 meses de constante subida. Desde então, esse indicador desceu em cinco ocasiões até o valor actual de 17,25%.

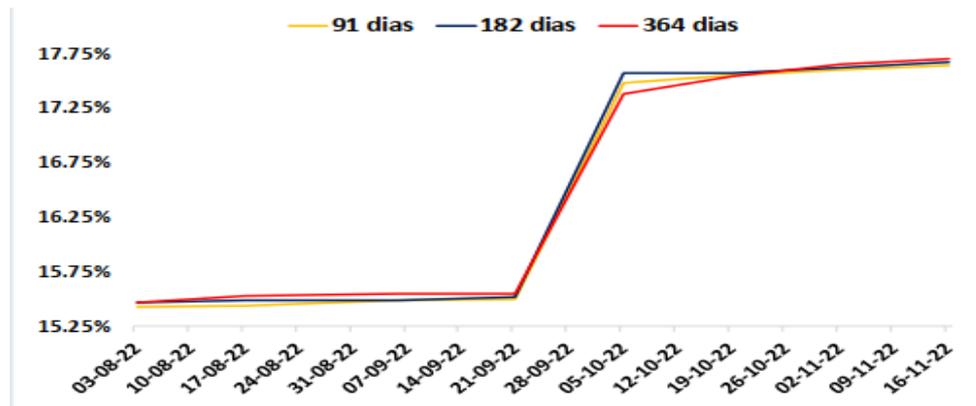


Figura 7: Taxa de Juro

Fonte: Relatório do Governo de Moçambique (2022).

c) Social

Segundo o INE (2021), Moçambique possui uma população de 23 milhões de pessoas que em média têm 25 anos de idade. Apesar da economia moçambicana crescer a um ritmo muito acelerado estima-se que 22% da população esteja no desemprego e grande parte da população subsiste através da agricultura de subsistência. Não obstante, da elevada taxa de desemprego tem sido feito um esforço para incrementar a mão-de-obra qualificada, sendo que num espaço de 13 anos o número de instituições de Ensino Superior passou de 5 para 40 e 44 e o número de estudantes universitários passou de 10 mil para 120 mil segundo os dados obtidos a partir do INE, 2013. Deste quadro apresentado existem 5 universidades que oferecem cursos superiores ligados à Hotelaria e Turismo. Segundo o relatório da *World Travel & Tourism Council* intitulado de *Travel and Tourism Economic Impact – Mozambique* (2013) o turismo contribui directamente para 2,7% da empregabilidade e indirectamente para 6,7% da empregabilidade.

d) Tecnológica

Comparado com os países mais desenvolvidos, Moçambique sofre de claras deficiências no plano tecnológico. Os operadores de mercado são fundamentalmente empresas estrangeiras e o preço das tecnologias de informação e comunicação são

extremamente especulativos. Aliado a esses factores, é de salientar que a rede de abastecimento eléctrica do país ainda não corresponde a todas as necessidades da sociedade civil e os cortes tem sido frequentes, o que leva à adopção de estratégias alternativas que encarecem a produção de serviços.

Segundo o departamento de ciências e tecnologia em Moçambique, desde Julho de (2003) que o país possui políticas de ciência e tecnologia bastante dinâmicas, com o objectivo de estimular a inovação nacional em benefício do desenvolvimento e combate a pobreza, assentada em quatro pilares principais, educação, investigação, actividade produtiva e disseminação. Estas políticas justificam-se pela mudança que verifica-se na organização económica ao nível global.

Com os avanços tecnológicos e a facilidade na aquisição de aparelhos electrónicos e programas virtuais, surgem para os moçambicanos, oportunidades para o acompanhamento da globalização. Este cenário pode ser observado nos novos quadros formados, em quase todas as empresas e na vida quotidiana dos cidadãos com o intensivo uso da internet e as tecnologias de informação e comunicação, principalmente nos grandes centros urbanos do país.

3.6. Análise do Ambiente Micro Envolverte

Para medir a atractividade e ambiente competitivo de uma forma mais rigorosa e específica do *Parque de Campismo de Tofinho* foram usadas as 5 forças de Porter (2004) nomeadamente: ameaças de novas entradas, ameaças de produto substituto, poder de negociação dos compradores, poder de negociação dos fornecedores e rivalidade dos actuais concorrentes.

“As 5 forças Competitivas em conjunto determinam a intensidade da concorrência na indústria, bem como a rentabilidade, sendo que a força ou as forças mais acentuadas predominam e tornam-se cruciais do ponto de vista da formulação das estratégias” (PORTER,2004, p. 6).

a) Ameaça de novos produtos (produto substituto)

Num ambiente caracterizado pela mudança e pela inovação, as ameaças de aparecimento de novos produtos e serviços que substituam os do *Parque de Campismo de Tofinho* é uma hipótese bastante real. Para que o empreendimento não sofra de um

modo impactante com esses aparecimentos, vai optar primeiramente por aplicar preços justos para que os potenciais clientes não procurem os produtos substitutos motivados pela diferenciação nos preços praticados.

b) Poder negocial dos clientes

Devido a localização estratégica que o empreendimento apresenta, a tipologia do estabelecimento, a inexistência de outros parques de campismo na região, o *Parque de Campismo do Tofinho* possui um alto poder de negociação perante aos seus clientes, ou seja, nesta região os clientes não terão um poder de negociação significativo para influenciar na decisão do empreendimento, o que apresenta uma vantagem competitiva para o negócio.

c) Poder negocial dos fornecedores

Nesta região, o fornecedor detém o poder de negociação perante o estabelecimento, pelo facto de que na região são poucos os fornecedores de diversos produtos. Contudo, existem produtos substitutos o que representa uma segurança para o empreendimento na medida em que estes não conseguirem fornecer os materiais e produtos essenciais para o funcionamento da unidade hoteleira.

d) Ameaça de novos entrantes

A região de Tofinho apresenta algumas casas de acolhimento para turistas, mas nenhuma com a tipologia que o *Parque de Campismo de Tofinho* visa implementar, entretanto com o passar do tempo, eventuais empresas poderão surgir apresentando os mesmos produtos e serviços que o *Parque de Campismo* oferece aos seus clientes. Para fazer face a estas ameaças, o empreendimento por estar mais tempo no mercado irá adquirindo recursos para ampliar as instalações de modo a que torne-se líder em prestação de serviços de alojamento, restauração e actividades de animação a nível da província. Com os conhecimentos na área de trabalho, por parte dos funcionários, através de formações oferecidas pela organização, serão exigidos dos trabalhadores a diferenciação dos produtos em termos de prestação de serviço de qualidade e personalizados aos seus clientes, a fim de fazerem com que os mesmos clientes fidelizem-se com a marca.

e) **Rivalidade da indústria**

Traduz o grau de agressividade da indústria e o comportamento dos diversos concorrentes que a integram. O crescimento do turismo em Tofinho está a registar-se a um passo significativo, o que torna-o alvo de grandes investimentos na área de hotelaria e turismo. A implantação do empreendimento poderá fazer com que as unidades hoteleiras existentes tenham maior pressão para atingir o ponto de equilíbrio de vendas, implicando assim numa rivalidade muito acentuada para que alcance-se as metas pretendidas. O estabelecimento optará pela diferenciação nos produtos e serviços prestados e na qualidade dos seus produtos e serviços oferecidos de forma a reduzir a rivalidade concorrencial.

3.7. Análise SWOT

“Análise SWOT é um processo fundamental usado na análise da situação, quando compara-se uma empresa com a concorrência” (Westwood,1996, p. 95). Para o estabelecimento, os pontos detectados na análise SWOT foram descritos abaixo, de modo a facilitar a análise e construção da matriz SWOT.

a) Pontos fortes

1. Sócios altamente qualificados em técnica de Administração e com reconhecimento a nível nacional;
2. Localização privilegiada (a poucas milhas da localização da praia de Tofo);
3. Equipamento de qualidade e preços justos comparando com a concorrência;
4. Grande poder de negociação com os clientes;
5. Diversidade nos produtos e serviços oferecidos;
6. Venda dos produtos e serviços em regime de APA (Alojamento e Pequeno Almoço);
7. Produto inovador, equipamentos de qualidade e serviços personalizados.

b) Pontos fracos

1. O pouco conhecimento dos consumidores nos primeiros anos de actividade;
2. Existência de outras tipologias de alojamento na região.

c) Oportunidades

1. Rápido crescimento socioeconómico do Tofinho;

2. Turismo como um sector prioritário em Moçambique;
3. Inexistência de parques de campismo no Município de Inhambane;
4. Oportunidade de estabelecimento de parcerias com outras organizações;
5. Oportunidade da empresa tornar-se uma referência a nível nacional.

d) Ameaças

1. Precárias vias de acesso para Tofinho;
2. Existência de produto substituto;
3. Alto poder de compra;
4. Conflitos políticos.

Quadro 2: Matriz SWOT cruzada do *Parque de Campismo de Tofinho*

		Foças								Fraquezas		
		1	2	3	4	5	6	7	8	1	2	3
Oportunidade	1				X							X
	2							X	X			
	3						X					
	4							X				
	5					X						
	6	X										
	7										X	
	8		X									
Ameaças	1						X		X			
	2	X								X		
	3					X					X	
	4		X									
	5			X								
	6	X										

Fonte: Autora, 2023.

A figura acima representa a matriz SWOT do Parque de Campismo para avaliar as componentes internas (Forças e Fraquezas) e externas (Oportunidade e Ameaças). Esta matriz mostra que com o rápido crescimento socioeconómico de Tofinho, o empreendimento irá tirar o maior proveito devido a existência de sócios com experiência no mercado. A existência da extensa fauna bravia aliada ao turismo sol e praia próximo ao empreendimento será muito bem aproveitado com a localização estratégica do empreendimento e assim por diante.

No que refere-se ao cruzamento das oportunidades com as fraquezas, o parque vai desenvolver estratégias que minimizem os efeitos negativos dos pontos fracos e simultaneamente aproveitar as oportunidades emergentes. Para o cruzamento das

ameaças com as forças, o parque vai tirar o máximo dos pontos fortes para minimizar os efeitos das ameaças detectadas. Por fim, no cruzamento entre as ameaças com as fraquezas, o parque usará estratégias desenvolvidas principalmente para minimizar ou ultrapassar os pontos fracos e, tanto quanto possível, fazer face as ameaças.

3.8. Estudo dos Clientes

Para Sabrea (2007, p. 22) “os clientes não procuram apenas produtos, mas soluções para algo que precisam ou desejam por isso que o estudo de mercado é uma das etapas mais importantes para a criação de uma empresa”.

a) Análise dos dados

Para o estudo dos clientes foi necessário que se elaborasse questionários e entrevistas com 45 pessoas encontradas ao longa da área onde pretende-se implantar o empreendimento. Os entrevistados foram escolhidos de forma aleatória, sendo que as idades compreendidas foram dos 17 aos 70 anos. As tabelas abaixo, mostram o resultado das entrevistas convertidas em dados estatísticos para cada ponto pertinente. Esta análise permitiu a obtenção de resultados para a segmentação do público, de forma que fosse possível a elaboração de planos estratégicos de marketing na elaboração de produtos e serviços personalizados.

Tabela 1 – Faixa etária

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Dos 17 aos 25 anos	9	20%
Dos 26 aos 35 anos	12	26,67%
Dos 36 aos 50 anos	16	35,56%
Dos 51 aos 70 anos	8	17,77%
TOTAL	45	100%

Fonte: Autora, 2023

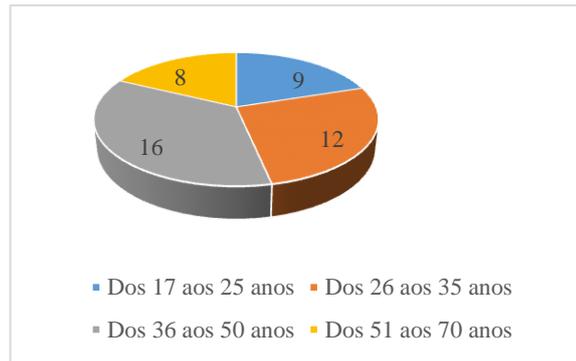


Figura 8: Faixa Etária

Fonte: Autora, 2023

Depois das entrevistas realizadas com turistas em Tofinho e trabalhadores de alguns estabelecimentos, nomeadamente Hotel Casa do Capitão, Parque de Campismo da Maxixe e alguns docentes da Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane, constatou-se que 20% dos entrevistados têm entre 17 e 25 anos de idade, seguindo 26,67% dos entrevistados têm entre 26 e 35 anos, 35,56% dos 36 aos 50 anos, e por fim 17,77% dos 51 a 70 anos.

Tabela 2 – Sexo

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Masculino	26	57,78%
Feminino	19	42,22%
TOTAL	45	100%

Fonte: Autora, 2023

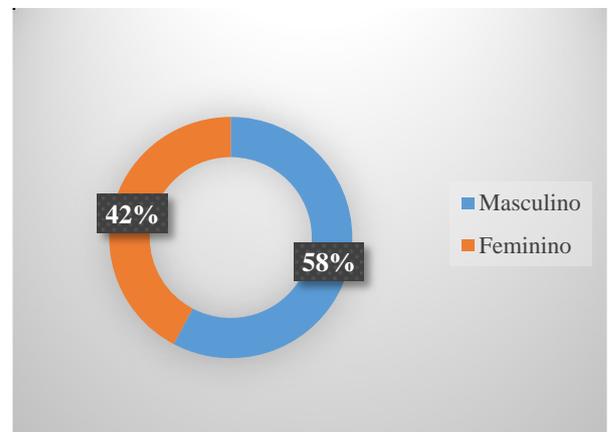


Figura 9: Sexo

Fonte: Autora, 2023

Dos 45 inquiridos, 57,78% acusaram ser de sexo masculino, enquanto que 42,22% afirmaram ser do sexo feminino.

Tabela 3: Nacionalidade

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Moçambicana	23	51,11%
Estadunidense	4	8,89%
Chinesa	2	4,44%
Portuguesa	10	22,22%
Italiana	6	13,33%
TOTAL	45	100%

Fonte: Autora, 2023

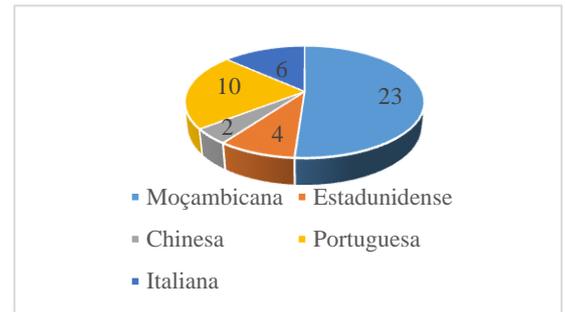


Figura 10: Nacionalidade

Fonte: Autora, 2023

Quanto as nacionalidades apuradas através dos questionários, 51,11% dos inquiridos afirmaram ser de origem moçambicana, 8,89% de origem estadunidense 4,44% de origem chinesa, 22,22% de origem portuguesa e por fim 13,33% de origem italiana.

Tabela 4 – Nível de escolaridade

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Sem escolaridade
Ensino Primário	4	8,89%
Ensino Secundário Básico	12	26,67%
Ensino Secundário completo	13	28,88%
Ensino Superior Incompleto	4	8,89%
Ensino Superior Completo	12	26,67%
TOTAL	45	100%

Fonte: Autora, 2023

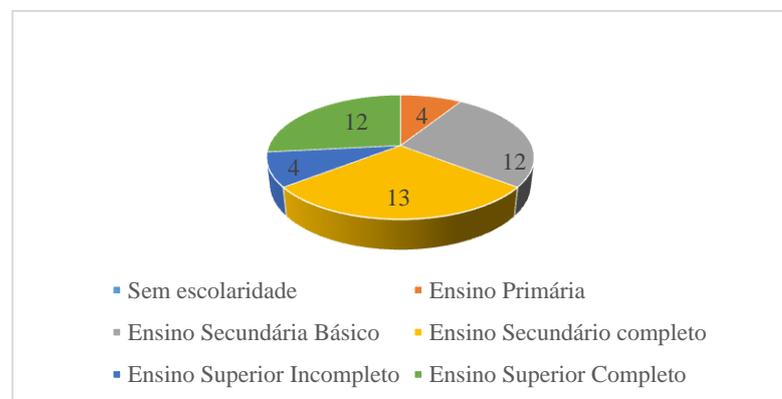


Figura 11: Nível de escolaridade

Fonte: Autora, 2023

Dos entrevistados, 26,67% afirmaram ter o ensino superior completo, seguindo de 28,88% deles disseram ter o ensino secundário completo, 8,89% ensino superior incompleto, 26,67% ensino secundário básico, 8,89% ensino primário. Não houve nenhum registo de entrevistado sem escolaridade.

Tabela 5– Ocupação

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Funcionário público	15	33,33%
Empregado nas unidades hoteleiras	5	11,12%
Empresários	11	24,45%
Aposentados	7	15,55%
Estudantes	7	15,55%
TOTAL	45	100%

Fonte: autora, 2023

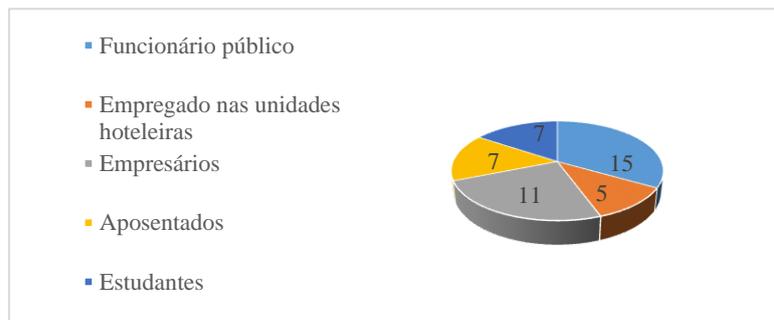


Figura 12: Ocupação

Fonte: Autora, 2023.

Entre os respondentes, 11,12% são empregados nas unidades hoteleiras, 15,55% são aposentados, 15,55% são estudantes, 24,45% são empresários em diversas áreas de actuação e 33,33% são funcionários do aparelho do estado.

Tabela 6– Renda mensal (Em Meticais)

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Até 18.000,00	7	15,56%
De 18.000,01 a 36.000,00	10	22,22%
De 36.000,01 a 60.000,00	9	20%
De 60.000,01 a 300.000,00	10	22,22%
Mais de 300.000,00	9	20%
TOTAL	45	100%

Fonte: Autora (2023).

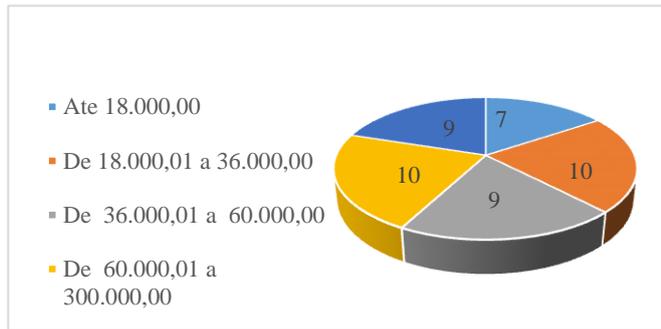


Figura 13: Renda Mensal

Fonte: Autora (2023).

Quanto a estimativa da renda mensal dos entrevistados, 22,22% disseram que auferiam mensalmente de 60.000,01 a 300.000,00 MZN e outros 22,22% auferem uma renda mensal de 18.000,01 a 36.000,00 MZN, 20% de 36.000,00 a 60.000,00 MZN e outros 20% mais de 300.000,00 MZN, e por fim 15,56% até 18.000,00 MZN.

Tabela 7– Local de residência em Tofinho

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Empreendimentos Hoteleiros	25	55,56%
Residência Própria	13	28,88%
Residencial Familiar	7	15,56%
TOTAL	45	100%

Fonte: Autora, 2023.

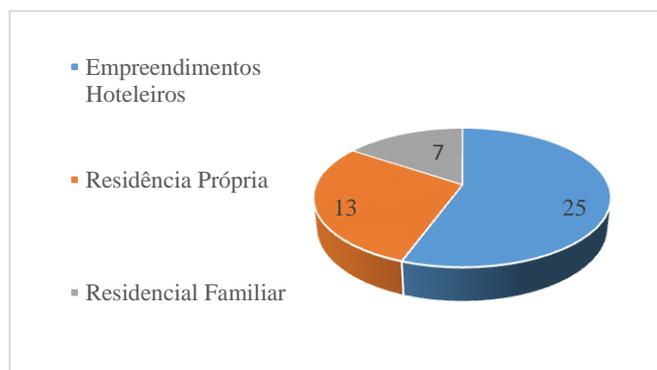


Figura 14-Local de residência em Tofinho

Fonte: Autora, 2023.

Quanto ao local de residência dos entrevistados em Tofinho, 55,56% empreendimentos hoteleiros, 28,88% em residência própria e 15,56% em residência familiar.

Tabela 8 – Implantação de uma unidade hoteleira 4 estrelas em Tofinho

Grau de Aceitação	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Frequentaria	35	77,78%
Provavelmente Frequentaria	7	15,56%
Provavelmente não Frequentaria	2	4,44%
Não frequentaria	1	2,22%
TOTAL	45	100%

Fonte: Autora (2023).

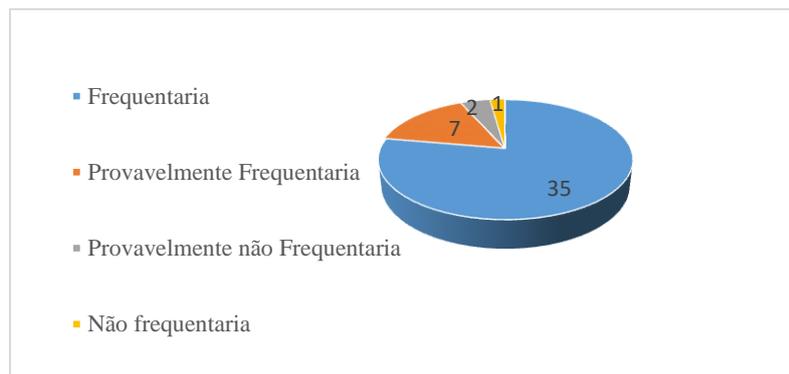


Figura 15: Grau de Aceitação

Fonte: Autora, (2023).

Constatou-se que 15,56% dos 45 entrevistados afirmaram que provavelmente frequentaria a unidade hoteleira, 77,78% frequentaria com toda a certeza, 4,44% afirmaram que provavelmente não frequentariam e 2,22%.

Tabela 9– Aspectos relevantes na escolha de um local de hospedagem

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Localização	17	37,78%
Qualidade nos serviços prestados	12	26,67%
Preço	11	24,44%
Outros	5	11,11%
TOTAL	45	100%

Fonte: Autora, 2023

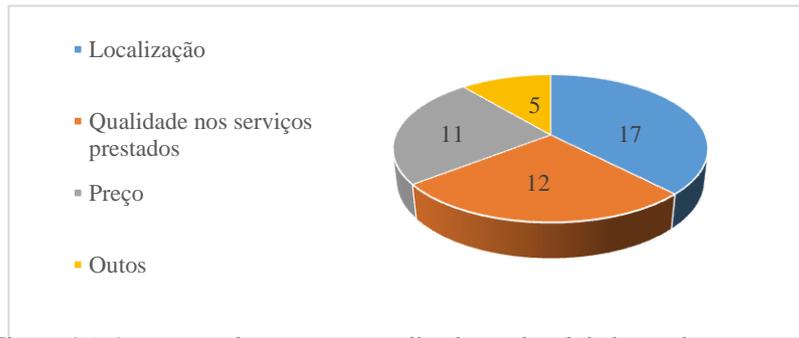


Figura 16: Aspectos relevantes na escolha de um local de hospedagem

Fonte: Autora, 2023

Quanto aos aspectos relevantes na escolha de um local de hospedagem, 37,78% dos entrevistados disseram que escolheriam o empreendimento pela sua localização, 26,67% escolheriam uma determinada hospedagem de acordo com a qualidade nos serviços prestados, 24,44% prefeririam a questão dos preços praticados, 11,11% escolheriam outros motivos.

Tabela 10– Tipos de serviços oferecidos pelo parque de campismo

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Alojamento e Alimentação	5	11,11%
Alojamento Alimentação e Lazer	11	24,45%
Alimentação e Lazer	6	13,33%
Alojamento e actividades de animação	10	22,22%
Alojamento, Alimentação e actividades de animação	13	28,89%
TOTAL	45	100%

Fonte: Autora (2023).

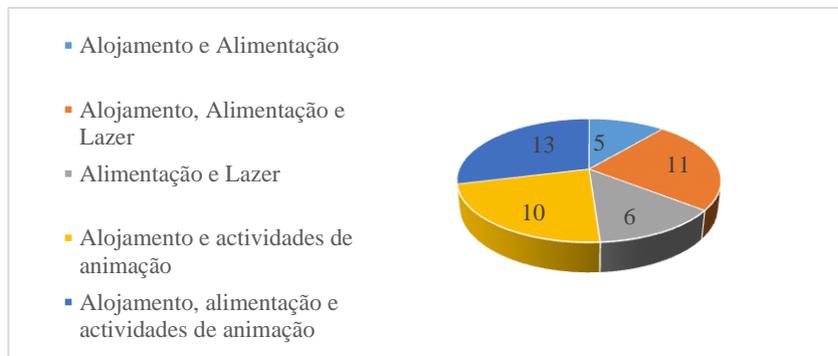


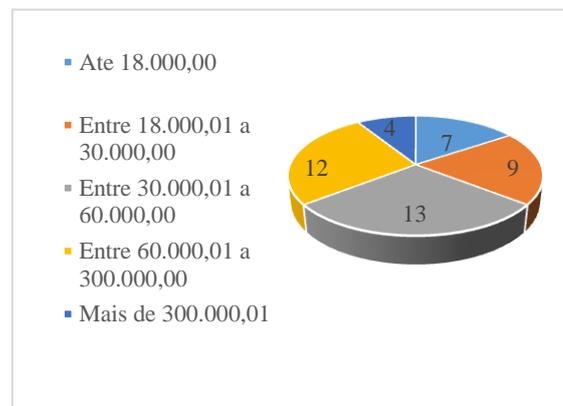
Figura 17: Tipos de serviços oferecidos pelo parque de campismo

Fonte: Fonte: Autora, 2023.

Os entrevistados responderam a questão sobre os tipos de serviços que gostariam que o *Parque de Campismo de Tofinho* oferecesse aos seus clientes, 28,89% achou que o empreendimento devia oferecer alimentação, alojamento e actividades de animação; 24,45% gostariam de que o parque oferecesse somente serviços de alojamento, alimentação e lazer; 22,22% escolheu a opção que fazia menção aos serviços de alojamento e actividades de animação, 13,33% aos serviços de alimentação e lazer e 11,11% aos serviços de alojamento e alimentação.

Tabela 11: Valor a ser pago pelos serviços do parque de campismo (Em Meticais)

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Até 18.000,00	7	15,55%
Entre 18.000,01 a 30.000,00	9	20%
Entre 30.000,01 a 60.000,00	13	28,89%
Entre 60.000,01,00 a 300.000,00	12	26,67%
Mais de 300.000,00	4	8,89%
TOTAL	45	100%



Fonte: autora (2023).

Figura 18: Valor a ser pago pelos serviços

Fonte: Autora (2023).

No que refere-se ao valor que os questionados poderiam pagar pelos serviços do *Parque de Campismo de Tofinho*, 28,89% afirmou que estaria disposto a tirar entre 30.000,01 a 60.000,00 MZN, 26,67% pagaria entre 60.000,00 a 300.000,00 MZN, 20% pagaria entre 18.000,01 a 30.000,00 MZN, 15,55% estaria disposto a pagar até 18.000,00 MZN e por fim 8,89% estariam dispostos a pagar mais de 300.000,00 MZN.

Tabela 12: Forma de pagamento

	Frequência Absoluta	Frequência Relativa
Dinheiro vivo	6	13,33%
Cheques	12	26,67%
Cartão de Débito	13	28,89%
Cartão de Crédito	9	20%
Vales	3	6,67%
Outras	2	4,44%
TOTAL	45	100%

Fonte: Autora (2023).

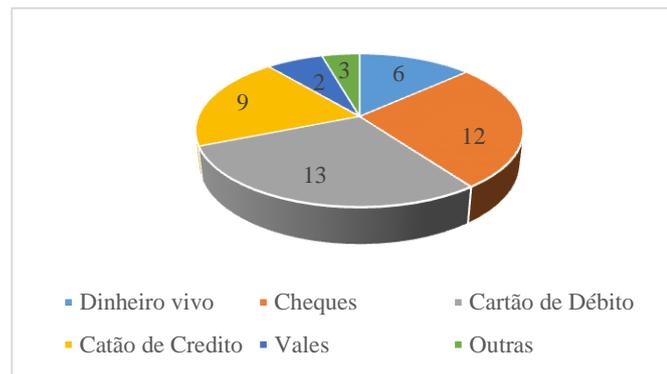


Figura 19: Forma de Pagamento

Fonte: Autora (2023).

Quanto a forma de pagamento, 28,89% dos inquiridos optariam pelo Cartão de Débito, 26,67% usando cheques, 20% pelo Cartão de Crédito, 13,33% pelo pronto pagamento, 6,67% através de vales e 4,44% optariam por outras formas de pagamento.

Segundo os dados recolhidos através do questionário feito em Tofinho, os potenciais clientes do *Parque de Campismo de Tofinho* serão constituídos maioritariamente pelos turistas de vários segmentos (turismo de sol e praia, de lazer, ecológico e aventura), de alto e médio poder aquisitivo, com uma faixa etária compreendida entre os 17 aos 70 anos de idade devido as características do empreendimento vindos principalmente de Moçambique, América, China, Portugal, Itália, entre outros.

3.9. Estudo dos fornecedores

Para Sabrea (2007, p. 28) “os fornecedores correspondem a todas as pessoas e empresas que fornecem matéria-prima e equipamento utilizados para o fabrico ou venda de bens ou serviços”. A relação do parque de campismo com os fornecedores dar-se-á de forma minuciosa, sendo que haverá um grande controle de qualidade e comprometimento no que refere-se ao critério de seleccioná-los. A preocupação com a satisfação dos clientes será um factor primordial para o empreendimento, visto que este pretende operar num mercado muito rígido e a oferta de produtos de melhor qualidade, a procura de fornecedores de confiança e que comportem-se como parceiros é imprescindível para o crescimento do empreendimento. Os fornecedores escolhidos pelo parque serão os que vendem a grosso de modo a que o negócio adquira vantagens em custos.

Quadro 3 – Fornecedores da empresa

N	Produto	Empresa	Localização
Alimento e Bebida			
1	Utensílios e equipamentos da cozinha	Mundinox, Ekinox, Mundotel	Portugal
2	Utensílios e equipamentos do bar	Nisbets, Lizotel, Pinheirense	Portugal
3	Utensílios e equipamentos do Restaurante	Lizotel, Novumdux, Casa das Loiças Europages,	Portugal Moçambique
4	Equipamento e utensílios do Armazém	Rajapack, Irinox, Hidracooling, Colip SRL	Portugal Itália
5	Fornecimento de produtos alimentares	Shoprite, Vip, Tropigalia, Recheio e Comunidade local	Moçambique
6	Fornecimento de bebidas	Handling, Tropigalia	Moçambique
Alojamento			
1	Tendas de acampamento	Telelistas.net	Brasil
2	Fechaduras	Kimaldi Electronics, S.L.	Portugal
3	Obras de arte e decoração	Sebrae, Fagotel	Portugal, EUA
4	Equipamento de limpeza	CleanCash, Diesel-elétrica,	Moçambique
5	Material de limpeza	Clean Africa, Polysow	Moçambique Portugal
6	Equipamento e material da lavandaria	IPSO, Clean Africa, CleanCash	Portugal Moçambique
Front office e administração			
1	Material e equipamento da recepção	Dealpoint, Associação dos artesoes de Cabo-Delegado	Portugal Moçambique
2	Computadores e impressoras	Procomputers	Moçambique
3	Material e equipamentos de reservas	Brithol Michcoma, Associação dos artesoes de Cabo-Delegado	Moçambique
4	Secretarias e material de escritório	Xerox, Brithol Michcoma	Moçambique
5	Software hoteleiro	Opera FullService	EUA
Animação			
1	Equipamento desportivo	topGim, SportZone	Portugal
2	Equipamento de jogos	Hktdc.com, XD playground	China
3	Equipamento de música	YAMAHA	Portugal
Outros			
1	Serviços financeiros	BCI, Milenium Bim	Moçambique
2	Uniformes do pessoal	Alfaiataria Daya	Moçambique
3	Roupa de cama, de banho, de sala	Hotelar têxtil, LusaTextil	Portugal
4	Tapetes	Tapetes Beiriz	Portugal
5	Telefones fixos e internet sem fio	TDM	Moçambique
7	Computadores e impressoras	Procomputer	Moçambique
8	Cofres	Cofres24	Portugal
9	Equipamento e material de piscina	Smartpools	Moçambique

Fonte: Autora, 2023

3.10. Plano operacional

a) Layout

As futuras instalações do *Parque de Campismo de Tofinho* estarão localizadas numa área estratégica em Tofinho possibilitando assim a redução do custo de implantação do mesmo facilitando assim o incremento na venda dos serviços. O campismo será construído num terreno muito amplo e propício para o efeito, de modo a facilitar o

acesso externo para o abastecimento, a iluminação natural, e as boas condições de ventilação, obedecendo todos os padrões de segurança estabelecidos pelos órgãos competentes que velam sobre essa área.

Este estabelecimento contará para além da iluminação natural, com a iluminação fornecida por fontes renováveis como o gás, o gerador movido a gasolina e também pela energia gerada pelos painéis solares, valorizando sobretudo a fachada do empreendimento bem como os elementos arquitectónicos do edifício. A aparência do parque de campismo será projectada de modo a que transmita um ambiente de luxo e requinte, possuindo um jardim e elementos paisagísticos, com itens de beleza exótica sempre mantendo a manutenção em dia. Este jardim será composto por paisagem verde, com caminhos demarcados por pedras e sinalizados com iluminação.

No que concerne ao abastecimento e instalações de água, o *Parque de Campismo de Tofinho* contará com um furo próprio capaz de abastecer todo o empreendimento. Para além do furo, o parque contará com grandes reservatórios de reaproveitamento da água das chuvas e também a reutilização da água consumida no empreendimento através de processos de tratamento das águas residuais.

b) Layout dos alojamentos

O *parque de campismo de Tofinho* contará com um total de 18 acomodações, as quais estarão divididas em 3 acomodações do tipo Adobe, 4 acomodações do tipo *Bungalows*, 3 acomodações do tipo Tipi, 2 acomodações do tipo Caravanas, 3 acomodações do tipo Tents e 3 acomodações do tipo Yurts. A ideia base para estas construções é serem feitas de forma rústica com materiais da região e reciclados para que sejam construções ecológicas e que desenvolvam o desejo de serem visitados pela sua beleza, sustentabilidade e diversidade. Em baixo encontra-se uma pequena descrição dos alojamentos e imagens ilustrativas:

Adobe: Esta construção será feita principalmente com pedras, terra, palha, garrafas de vidro recicladas e água, com uma arquitectura arredondada e janelas de madeira. No seu interior haverá uma sala e cozinha, quarto com cama de casal e uma pequena casa de banho com chuveiro (vide exemplo no Anexo B). Será construído numa área com exposição solar para colocar painéis solares no seu topo e alimentar a casa com energia

renovável. Além disso, pela sua posição e construção terá uma exposição à luz solar suficiente para iluminar a casa sem electricidade durante todo o dia (BANDEO, 2013).



Figura 20: Exemplo de um Adobe

Fonte: Bandedo (2013).

Bungalow: Pré-fabricado de madeira com possibilidade de alojamento até 6 pessoas. Haverá quatro tipos disponíveis, dois para 4 pessoas no máximo, com um quarto, casa de banho e sala com cozinha e sofá-cama para duas pessoas e outros dois com capacidade para alojar 6 pessoas, que inclui mais um quarto com dois beliches (4 camas individuais) (vide exemplo no Anexo A). Será construído numa área com exposição solar para colocar painéis solares no seu topo para alimentar a casa de energia renovável e obter luz solar (FONSECA, 2013).



Figura 21: Exemplo dos *bungalows*.

Fonte: Fonseca (2013).

Tipi: tenda circular tradicionalmente usada pelos índios americanos. Terá uma única divisão com uma cama de casal, armário e mesa baixa com bancos. Não possui electricidade mas será equipada com um candeeiro a luz solar (BRILHANTE, 2012).



Figura 22: Exemplo das tendas Tipi
Fonte: Brilhante (2012).

Caravanas: Podem ser encontrados como uma colocação permanente em qualquer destino ou como um alojamento móvel que pode ser conduzido para vários lugares antigas e fora de funcionamento que serão convertidos num agradável alojamento para uma ou duas pessoas com uma pequena cozinha, mesa e cadeiras, armários e cama de casal (BRILHANTE, 2012).



Figura 23: Exemplo das caravanas.

Fonte: Brilhante (2012).

Tents: são tendas que estão muito longe da tenda “faça você mesmo”, oferecem a sensação nostálgica de acampamento tradicional com instalações surpreendentes no interior. Terá uma única divisão com uma cama de casal, mesa baixa com bancos (FONSECA, 2013).



Figura 24: Exemplo das tendas *tents*.

Fonte: Fonseca, 2013.

Yurts: os *yurts* foram utilizados, pela primeira vez, pelos nómadas da Ásia Central, durante séculos, e o projecto foi ressuscitado em propriedades que procuram oferecer uma acomodação única que não deixa uma pegada de carbono de grande porte, e, nalguns casos, incrivelmente luxuosos. No seu interior haverá uma cama de casal e uma pequena casa de banho com chuveiro. Será construído numa área com exposição solar para colocar painéis solares no seu topo e alimentar a casa com energia renovável (FONSECA, 2013).



Figura 25: Exemplo das tendas *Yurts*.

Fonte: Fonseca, 2013.

c) Clientes com necessidades especiais

Considerando que o turismo é para todos, serão implementadas estratégias que assegurem o acesso a qualquer pessoa, com ou sem necessidades especiais. Assim, o parque também acolherá pessoas com mobilidade reduzida e terá infra-estruturas adaptadas às suas necessidades, como rampas de acesso e casas de banho acessíveis. Para os invisuais haver informação disponível em braile, um mapa simples do parque com relevo (tipo braile) e uma visita guiada ao parque para se familiarizar.

d) *Layout* da zona de produção

A zona da cozinha do *Parque de Campismo de Tofinho* foi projectada para estar localizada junto ao restaurante de modo a facilitar as operações, observando-se a tipologia e quantidade de clientes, a quantidade de pratos a ser confeccionada, o número de trabalhadores, o tipo de menu, entre outros. A área da cozinha terá uma cozinha industrial com todos os equipamentos necessários, uma dispensa, frigoríficos, máquina de lavar loiça industrial de baixo consumo e locais de armazenamento de todo o material (pratos, talheres, consumíveis, etc.).

Recepção e inspecção de mercadorias: A zona de recepção de mercadorias do *Parque de Campismo de Tofinho* estará situada num local limpo na entrada de serviço, próximo do economato ou armazém, de modo a facilitar o fluxo de mercadorias.

Logo a seguir a recepção das mercadorias, virá a área de inspecção da mercadoria, estando localizada no mesmo compartimento com a zona de recepção, sendo responsável por fazer o controlo das entradas de produto no estabelecimento. Este departamento contará com equipamentos de boa qualidade de modo a que verifique-se com precisão a qualidade dos produtos que estão a ser fornecidos, tais como balanças decimais, balanças de plataforma, carrinhos manuais para transporte de caixas e outros artigos com um peso elevado.

e) *Layout* do restaurante e bar

No *Parque de Campismo de Tofinho* serão servidas sopas e pratos diários como numa cantina (não há serviço de mesa) e haverá uma zona de bar com os habituais produtos disponíveis num café (bolos, tostas, sandes, sumos, café, cerveja, entre outros) incluindo tabaco. A área da cantina terá diversas mesas rectangulares de 4 e 6 lugares com as respectivas cadeiras, uma zona de recepção e outra de entrega de tabuleiros e loiça, ponto de reciclagem (papel, plástico, vidro, desperdícios de comida e restante lixo). A área do bar terá mesas redondas com lugares sentados e mesas redondas de pé alto.

Blocos de sanitários: com duas áreas separadas por género num total de 40 cabines individuais equipadas com chuveiro de água quente e com uma antecâmara para vestiário com um banco e um cabide; 40 lavatórios com espelho e cabide; uma saboneteira, um secador e um caixote de lixo entre cada 4 lavatórios. As casas-de-

banho femininas possuirão 20 cabines individuais com sanitas de descarga automática de água e nos sanitários masculinos haverá 10 urinóis e 10 sanitas. Há casas-de-banho adaptadas a deficientes e duas especificamente para crianças, com todos os equipamentos necessários em ambos os géneros (masculino e feminino). Estas instalações terão comunicação directa com o exterior para a renovação contínua de ar e estão ligadas à rede pública de esgotos tal como à rede de água pública. Na parte exterior lateral dos blocos sanitários existirão 3 tanques para lavar a roupa.

f) *Layout do front office*

O *front office* do *Parque de Campismo de Tofinho* estará localizado na entrada do hotel, sendo esta secção, composta por recepção, posto médico, portaria e *cabine telefónica*. Este departamento, por ser o que fará o primeiro e o último contacto com os clientes, sendo distribuído de forma a proporcionar um atendimento eficiente ao cliente com a zona da recepção e o caixa, zona da bagagem, zona dos telefones públicos, zona da portaria e da porta principal, tudo separado e com as respectivas placas de identificação.

Recepção e posto médico: ficarão situados à entrada do parque. A recepção terá um balcão de atendimento com um computador (e acessórios) para os registos, impressora, telefone e um *tablet*. Este espaço também terá um banco e uma mesa com algumas revistas e variada informação útil e turística afixada nas paredes e prateleiras. Existirão cacifos para guardar pertences de alguns clientes, mediante uma pequena taxa de utilização, ficando os clientes com a chave do seu respectivo cacifo. Como decoração terá plantas nos cantos da sala e quadros de que retratam a cultura local nas paredes.

Neste local haverá um posto de primeiros socorros e o horário de funcionamento será das 7 da manhã até às 22 horas na época alta e das 9 às 19h na época baixa.

Portaria e cabine telefónica: a portaria localiza-se na entrada do parque e terá uma sala de vigilância com uma mesa e uma cadeira com um computador e dois monitores para se fazer o controlo do sistema de videovigilância e onde se encontrará o segurança. Estará localizada perto da entrada e terá um acesso muito restrito. A cabine telefónica estará separada desta sala e será de uso exclusivo a clientes.

g) *Layout* das áreas públicas

Lobby: será decorado de modo a proporcionar ao hóspede um ambiente tranquilo e elegante, com cadeiras sofás, objectos de ornamentação feitos por artistas locais bem como nacionais e internacionais.

Piscina: Localizada numa área estratégica do parque, esta zona contará com uma piscina de água doce (essa piscina terá alocação para adultos e crianças). A parte da piscina destinada para o uso das crianças possuirá uma profundidade mínima de 0,15 m e máxima de 0,40 m. A parte da piscina destinada ao uso de adultos possuirá uma profundidade mínima de 1,00 m e máxima de 2,00 m. Também possuirá cadeiras de piscina espalhadas por toda a zona ao redor da piscina, com os seus respectivos guarda-sóis, uma área destinada aos chuveiros, vestuários e casas-de-banho para o uso exclusivo dos hóspedes e uma zona destinado para o uso das crianças com respectivos brinquedos.

Sala de jogos: A sala de jogos terá mesas, cadeiras, diversos jogos (cartas, dominó, etc.), não será mais do que um local cómodo e aconchegante onde estarão montados brinquedos, jogos e equipamentos de lazer para crianças bem como para adultos, para que os hóspedes distraiam-se durante os seus tempos livres no parque.

Estacionamento: reservado aos trabalhadores e utentes do parque, num total de 30 lugares, no qual dois estão reservados para carros eléctricos tendo os respectivos equipamentos de carga. Na época alta, o estacionamento do parque é condicionado e será cobrada uma taxa de ocupação por dia aos clientes de 200 MZN.

h) *Layout* das áreas de serviços

Sala de segurança: foi projectado de modo a proporcionar segurança de todo o empreendimento tanto por parte dos hóspedes bem como por parte dos funcionários. Este departamento contará com uma área de vigilância, com monitores das câmeras instaladas em todo o parque e uma sala de controlo e entradas e saídas dos funcionários assim como dos fornecedores e visitantes.

Lavandaria: pelas suas características, irá possuir uma lavandaria de pequena dimensão, especializado na lavagem de pequenas porções de roupa tanto dos hóspedes assim como da roupa usada nos outros departamentos do parque. Numa área com

dimensão de 40 m², composta por áreas de recepção e de triagem de roupa suja, área da lavagem normal e a seco, área de secagem, área de passagem a ferro ou calandragem e por fim, a zona de armazenagem.

Refeitório: foi projectado para servir alimentação aos trabalhadores do parque, exceptuando os gerentes e demais empregados da alta administração. Este estará localizado junto a zona de serviço, numa área de 15 m² e com uma capacidade para servir cerca de 14 pessoas ao mesmo tempo, distribuídos em 2 mesas rectangulares com capacidade para 8 lugares. Será desenhado para que os utilizadores sintam-se num ambiente confortáveis, usando materiais de qualidade e de segurança.

3.11. Processos operacionais

Depois da inauguração do empreendimento, as actividades do mesmo iniciarão com precisão, de modo a que chegue-se as metas estabelecidas. Estas actividades estarão divididas nas diversas áreas do parque (*front office*, alimentos e bebidas, administração e finanças e marketing, animação turística, RH e segurança). Todos os departamentos do parque funcionarão com o auxílio de um sistema operacional hoteleiro chamado “*opera full service*” instalados em todos os computadores, onde todas as operações efectuadas só serão possível através deste sistema de modo a facilitar comunicação entre os departamentos, melhor organização das informações e redução dos custos com chamadas telefónicas e impressões. Este empreendimento contará com dois turnos em quase todos os sectores (A das 07:00h as 15:00h, B das 15:00h as 22:00h) na qual através de uma escala todos os trabalhadores deverão segui-la.

a) Necessidade de pessoal

Para a implantação do *Parque de Campismo de Tofinho* serão necessários um total de 11 trabalhadores efectivos capazes de agir com criatividade, iniciativa e autonomia integrando-se em um esforço colectivo na busca de excelência no atendimento e prestação de serviço aos clientes. Estes trabalhadores estarão divididos em diversos departamento nomeadamente Gerente, Administrativa, Recepção, Empregados, Qualidade e Segurança, Manutenção, Cozinheiros e Estagiário Profissional. Para além dos trabalhadores efectivos, o parque contará com apoio, nas épocas de pico, de profissionais sazonais e estagiários que irão auxiliar nos trabalhos. O número poderá

variari consoante a demanda de trabalho existente nos departamentos de alojamento e restauração.

b) Capacidade produtiva/comercial/serviço

Sendo um empreendimento destinado a prestação de serviços de alojamento, restauração e actividades turísticas, o *Parque de Campismo de Tofinho*, com a estrutura projectada para dezoito (18) acomodações de variadas tipologias e com capacidade de até duas (2) pessoas, terá uma capacidade produtiva máxima permitida de trinta e seis (36) hóspedes alojadas por noite nas tendas e quarenta (40) ao ar livre, somando no total setenta e seis (76) hóspedes por dia, 2.260 mensal e 27.056 por ano. Tendo em conta que as actividades turísticas e hoteleiras passam por um fenómeno chamado de sazonalidade estimando-se uma ocupação de 75% das projecções a cima referenciadas. A capacidade mínima que o hotel possuirá é a lotação das tendas de 19 hóspedes pessoas diários, 565 mensal e 6.764 anuais.

Os contractos de trabalho para o quadro do pessoal do *Parque de Campismo de Tofinho* serão um prazo certo³, uma vez que a política do projecto é a venda de alojamento, restauração e actividades de lazer durante todo o ano e a renovação destes contratos será em função do desempenho de cada trabalhador.

Quanto a remuneração dos seus trabalhadores, o parque irá optar pelo sistema de remuneração mensal, que é a forma de pagamento mais corrente usada para os trabalhadores em Moçambique, porém esta forma de pagamento tem a vantagem para a empresa de ter os custos de pessoal estabilizados, não sendo, no entanto, uma boa ferramenta para incentivar a produtividade, não tendo relação directa com os resultados que pretendem-se alcançar.

3.12. Estudo da viabilidade do projecto

Foi considerado o início das obras em Janeiro de 2024 e sua conclusão em Dezembro do mesmo ano, prevendo-se a abertura do parque em Janeiro de 2025. Na avaliação do projecto, foram considerados dados previsionais para um horizonte temporal de sete anos.

Os pressupostos gerais considerados foram os seguintes:

³ Celebrado por um periodo nao superior a dois anos, podendo ser renovado duas vezes [...] (lei No 21/2007)

- A taxa de IVA da venda de produtos é de 23%.
- A taxa de IVA da prestação dos serviços é de 7% e resulta de uma média ponderada das diferentes taxas aplicadas aos serviços prestados: alojamento (6%), *workshops* (23%) e actividades turísticas (23%). Obtém-se os 7% porque a rubrica mais representativa é a do alojamento com 93% do total previsto de facturação na prestação de serviços.
- A taxa de IVA dos custos, dos fornecimentos externos e do financiamento é de 23%.
- A taxa anual de variação dos preços considerada foi de 3%.
- A taxa média de IRS é de 15%.
- A taxa de IRC é de 25%.

a) Volume de negócios

No primeiro ano de actividade foi prevista uma taxa de ocupação média dos alojamentos disponíveis de 2.95% na época baixa (Maio à Outubro) e de 52.25% na época alta (Novembro à Janeiro) e no período da Páscoa (Abril). Estes valores foram previstos de acordo com os dados referentes à sazonalidade das dormidas dos campistas de Moçambique e de restantes informações retidas do estudo de mercado realizado.

Para o cálculo dos valores anuais de vendas e prestações de serviços (excluindo o alojamento), foram criados pacotes e calculado o valor médio dos serviços ou produtos de cada pacote para então se estimar o número de vendas. No alojamento, foi calculado o número de espaços disponíveis de cada categoria (tenda, *bungalow*, etc.) e definida uma taxa de ocupação para cada mês. De seguida, o preço unitário da época alta e da época baixa foram multiplicados pelos respectivos meses e a soma de todos os valores originou as receitas do serviço de alojamento. A taxa de crescimento anual considerada foi de 10% para a prestação de serviços, com excepção do alojamento no segundo ano de actividade, por contar com mais alojamentos alternativos disponíveis aumentando o número de visitantes, e tendo por isso uma taxa de crescimento de 12%. A taxa de crescimento anual da venda dos produtos foi estimada em 5%. De acordo com as estimativas dos ganhos, os alojamentos e os serviços associados (luz, estacionamento, etc.) contabilizarão 24.100.320,00 MZN no primeiro ano (2024) e 26.992.380,00 MZN no segundo ano. Os *workshops*, com uma estimativa de 40

peças por mês e um preço médio de 1.714,20 MZN, terão uma facturação de 822.840,00 MZN no primeiro ano e 905.100,00 MZN no segundo. As actividades turísticas, com uma média mensal de 33 pessoas mensais e um preço médio de 2.357,40 MZN, registam no total 933.420,00 MZN no primeiro ano e 1.026.780,00 MZN no segundo ano.

Estima-se que se vendam 60 produtos de material de campismo a um preço médio unitário de 829,20 MZN, totalizando 49.740,00 MZN anuais. Na restauração prevê-se uma facturação de 18.551.040,00 MZN com 54 328 refeições vendidas (almoços e jantares) a um preço unitário de 409,68 MZN. O serviço de bar/café registará no primeiro ano, 5.302.440,00 MZN num total de 54 350 quantidades vendidas a um preço médio estimado de 114,10 MZN.

A margem bruta dos produtos de venda de material de campismo e de restauração é de 35% e a margem bruta do bar é de 40%. No total, é esperado um volume de negócios de 829 330 MZN em 2024 e 1 317 021 MZN em 2029.

b) Fornecimentos e Serviços Externos

Os fornecimentos e serviços externos (FSE) representam uma percentagem importante dos custos operacionais do parque de campismo e foram calculados com base nas necessidades do parque e nos preços de mercado de acordo com a pesquisa *online* e os pedidos de orçamento solicitados a algumas empresas.

No ano de 2024 os custos relativos a FSE totalizam cerca de 20.425.140,00 MZN (IVA incluído) e em 2029 estes custos serão de 23.629.080,00 MZN (IVA incluído), de acordo com uma taxa de crescimento de 3%.

Tabela 13: Previsão da evolução dos custos com fornecimentos e serviços externos do Parque de Campismo de Tofinho em dólares por ano de actividade (elaboração própria).

FSE + IVA	20.425.140,00	21.034.241,40	21.658.626,60	22.298.053,20	22.955.187,00	23.629.080,00
--------------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------	----------------------

c) Gastos com o Pessoal

A equipa do *Parque de Campismo de Tofinho* será inicialmente constituída por 11 pessoas a contrato e 1 estagiário profissional pago pelo Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP). A remuneração base mensal dos colaboradores. (Vide a tabela 14)

Tabela 14: Evolução da remuneração bruta mensal por ano de actividade (elaboração própria)

Cargo/Ano	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Gerente	108.000	111.240	114.577,2	118.014,6	121.555,2	125.202
Administrativa	78.000	80.340	82.750,20	85.233	87.790,2	90.424,2
Recepção	75.000	77.250	79.567,80	81.954,6	84.413,4	86.946
Empregados	60.000	61.800	63.654	65.563,8	67.530,6	69.556,8
Qualidade e segurança	72.000	74.160	76.384,8	78.676,2	81.036,6	83.467,8
Manutenção	57.000	58.710	60.051,6	62.286	64.154,4	66.079,2
Cozinheiro	66.000	67.980	70.019,4	72.120	74.283,6	76.512
Estagiário profissional	9.000	9.270	9.548,4	9.834,6	10.129,8	10.433,4

Fonte: Autora, 2023.

Os salários praticados estão um pouco acima da média praticada no sector de forma a motivar o pessoal a trabalhar e a dar o seu melhor para o sucesso deste projecto.

d) Fundo de Maneio

As necessidades de Fundo de Maneio divergem entre diferentes empresas por estarem estritamente ligadas à gestão de curto prazo e ao seu ciclo de exploração. Neste caso, não há a necessidade de investimento em fundo de maneio devido ao facto do prazo de pagamento dos clientes ser a pronto pagamento e os pagamentos aos fornecedores serem realizados num prazo de 30 dias. Como reserva de segurança foi fixado o valor de 60 000,00 MZN para salvaguardar alguma pequena excepcionalidade decorrente da exploração do negócio. Os valores relativos ao investimento em fundo de maneio. (Tabela 15).

Tabela 15: *Necessidade do fundo de manei*o (em Meticais) (produção própria)

Necessidades Fundo Maneio	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Reserva Segurança Tesouraria	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000	60.000
Clientes	158.520	174.300	190.080	207.360	230.280	251.160
Inventários	636.360	688.200	744.300	804.960	903.300	976.860
TOTAL	854.880	922.500	994.380	1.072.260	1.193.580	1.288.080

Recursos Fundo Maneio	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Fornecedores	3.267.480	3.445.800	3.635.820	3.838.320	4.134.960	4.372.260
Estado	496.800	1.033.320	1.177.440	1.282.080	1.420.620	1.553.400
TOTAL	3.764.280	4.479.120	4.813.260	5.120.400	5.555.640	5.925.600
Fundo Maneio Necessário	-2.909.460	-3.556.620	-3.818.880	-4.048.140	-4.362.060	-4.637.580

e) Investimento

No primeiro ano de funcionamento o investimento será à volta de 24.800.040 MZN, em grande parte devido a construção e aos custos com os equipamentos básicos (mesas, balcões, cadeiras, jogos, etc.) necessários. Será também adquirida uma carrinha nova de 9 lugares para o transporte de turistas em *tours* no valor de 2.700.000 MZN. No segundo ano, o valor do investimento será de 72.000 MZN devido à compra de equipamento básico e das licenças do programa de antivírus para 10 computadores (12.000 MZN). Este valor (12.000 MZN) mantém-se portanto nos anos subsequentes.

f) Financiamento

A necessidade de investimento totaliza no primeiro ano 21.890.580 MZN após subtracção das depreciações e amortizações e uma margem de segurança de 2%. Nos

anos seguintes, tendo em consideração o autofinanciamento do negócio, não será necessário recorrer a outras formas de financiamento.

O capital social será de 3.000.000,00 MZN e será contraído um empréstimo bancário no valor de 9.000.000,00 MZN, amortizado em 6 anos e com uma taxa de juro associada de 6.6%. Desta forma o valor necessário para o investimento ficará totalmente coberto pelos capitais próprios e pelos capitais alheios.

g) Demonstração de Resultados

No quadro 15 podemos analisar os dados da demonstração de resultados do projecto. O resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos (EBITDA) é positivo logo no primeiro ano de funcionamento (2024), totalizando 1.588.860,00 MZN. No entanto, adicionando os gastos com as depreciações e amortizações, o resultado operacional (EBIT) só se torna-se positivo no 3º ano de actividade (2026) com 268.260 MZN, atingindo em 2029 o montante de 12.258.900 MZN.

O resultado líquido apresenta-se negativo nos primeiros três anos de funcionamento, atingindo posteriormente 2.373.900 MZN em 2027 e 9.066.180 MZN em 2029.

Tabela 16: Demonstração de resultados (produção própria)

Demonstração De Resultados	2024	2025	2026	2027	2028	2029
Vendas e serviços prestados	829.330	912.926	996.248	1.087.252	1.206.797	1.317.021
CMVMC	254.533	275.277	297.712	321.976	361.309	390.756
Fornecimento e serviços externos	304.920	314.018	323.348	332.909	342.736	352.818
Gastos com o pessoal	243.396	295.029	328.564	338.421	348.573	363.732
EBITDA*	1.588.860	1.716.120	2.797.440	5.636.820	154.178	209.715
Gastos/reversões de depreciação e amortização	2.091.000	2.104.300	2.107.650	1.913.750	1.270.000	270.000
EBIT (Resultado Operacional)	-766.950	-674.200	268.260	3.340.320	6.438.900	12.258.900
Juros e rendimentos similares obtidos	0	0	0	0	196,8958304	1131,786545
Juros e gastos similares suportados	20.462	23.449	21.499	16.107	7.952	3.976

Resultado Antes De Impostos	-1.790.000	- 1.846.650	-851.400	1.978.250	6.051.150	10.073.550
Resultado Líquido Do Período	-1.790.000	- 1.846.650	-851.400	2.373.900	6.199.020	9.066.180

*Resultado antes de depreciações, gastos de financiamento e impostos

4. RESULTADOS ESPERADOS

Feita a análise sobre a implementação de um parque de campismo 4 estrelas no Tofinho, espera-se que o empreendimento venha destacar ainda mais a imagem do Município de Inhambane e gerar novas fontes de renda.

Espera-se também, para além da obtenção de ganhos económicos para realizadores, desenvolver Tofinho em termos sociais, económicos, criando fontes de emprego e tornar o parque de campismo a cara da região contribuindo para o crescimento de PIB (Produto Interno Bruto) nacional.

Também espera-se que o empreendimento contribua para a dinamização das actividades económicas ligadas ao turismo em Tofinho e consequentemente na região Sul do país, na medida em que quando o parque estiver a funcionar os pequenos negócios e os comerciantes informais terão a oportunidade de desenvolverem as suas actividades para os turistas que frequentarem o parque. Estas actividades podem ser a nível do comércio e a nível de prestação de serviços e ainda na contratação da comunidade local para exercerem algumas funções no novo empreendimento hoteleiro fazendo com que a mesma região cresça economicamente e por consequência melhore a qualidade de vida da comunidade local em Tofinho.

4.1.Limitações da investigação

As principais dificuldades encontradas nesta investigação prenderam-se sobretudo com aspectos ligados ao plano de negócios, nomeadamente a detalhes sobre o parque de campismo e em relação aos dados estatísticos em Tofinho, especificamente do perfil dos seus turistas, pois os mesmos mostravam receio em responder algumas questões. A informação disponível é pouca e nem sempre congruente.

5. CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Quadro 4 – Cronograma de actividades para a implantação do *Parque de Campismo de Tofinho*

ACTIVIDADES A DESENVOLVER	ANO 2024/2025											
	PERÍODO (TRIMESTRAL)											
	1º Trimestre				2º Trimestre				3º Trimestre			
	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D
Fase de autorizações												
Aquisição de parcerias para o negócio	■	■										
Procura de financiamento para o projecto			■									
Legalização do negócio perante ao Estado				■	■							
Assinatura de contratos com empresas envolvidas.				■	■							
Construção e implantação do parque de campismo												
Construção de raiz do parque					■	■	■	■	■	■	■	■
Aquisição do material, equipamento e utensílios necessários para o funcionamento do parque de campismo					■	■	■	■	■	■	■	■
Criação de plano de marketing e acção do mesmo					■	■	■	■	■	■	■	■
Criação e venda de pacotes					■	■	■	■	■	■	■	■
Fase abertura do parque												
Contratação e formação do pessoal									■	■	■	■
Montagem e decoração do empreendimento									■	■	■	■
Abertura do parque de campismo											■	■

Fonte: Autora, 2023.

5.1.Orçamento

Para a concretização da pesquisa da proposta de implementação de um parque de campismo 4 estrelas no Tofinho-província de Inhambane, será necessário um investimento de 7.413.334 MZN como valor para o início de actividade. Haverá também necessidade de investir-se nos anos subsequentes onde, para o ano de 2025 a necessidade de investimento será no valor de 1.188.637,50 MZN, para 2026 o valor de 1.191.637,50 MZN, para 2027 o valor de 1.194.887,50 MZN, para 2028 o valor de 1.198.012,50 MZN e por fim para 2029 no valor de 1.201.137,50 MZN como ilustra o quadro abaixo.

Tabela 16– Orçamento em Meticais (MZN)

Investimentos por ano	2024	2025	2026	2027	2028	2029	
Activos fixos tangíveis							
Terreno e recursos naturais	16.000						
Edifícios e outras construções	3.600.000						
Equipamentos básicos	1.000.000	75.000					
Equipamento administrativos	18.000						
Equipamentos de lazer	15.000	7.500	5.000	5.000	5.000	5.000	
Equipamento de transporte	9.000	7.500	7.500	7.500	7.500		
Total dos Activos Fixos Tangíveis	4.658.000	90.000	12.500	12.500	12.500	5.000	
Activos Intangíveis							
Software Hoteleiro (Opera Full Service)	1.550						
Total dos Activos Intangíveis	1.550						
Investimento Total	4.659.550	90.000	12.500	12.500	12.500	5.000	
IVA	17 %	792.123,50	15.300	2.125	2.125	2.125	850
Valores Acumulados							
Propriedade de Investimento							
Terreno e recursos naturais	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	16.000	
Edifício e outras construções	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	3.600.000	
Total	3.616.000	3.616.000	3.616.000	3.616.000	3.616.000	3.616.000	
Activos Fixos tangíveis							
Equipamentos básicos	1.000.000	1.075.000	1.075.000	1.075.000	1.075.000	1.075.000	
Equipamentos administrativos	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	18.000	
Equipamentos de lazer	20.000	27.500	32.500	37.500	42.500	47.500	
Equipamento de transporte	9.000	16.500	24.000	31.500	39.000	46.500	
Total dos activos fixos tangíveis	1.047.000	1.137.000	1.149.000	1.162.000	1.174.500	1.187.000	
Ativos intangíveis							
Software Hoteleiro (Opera Full Service)	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	
Total dos activos intangíveis	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	1.550	
TOTAL	4.664.550	4.754.550	4.766.550	4.779.550	4.792.050	4.804.550	
Margem de segurança	2%	2%	2%	2%	2%	2%	
Investimento Total	7.413 334	1.188.637,50	1.191.637,50	1.194.887,50	1.198.012,50	1.201.137,50	

Fonte: Autora, 2023.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

FONTES FÍSICAS
Livros
<ol style="list-style-type: none"> 1. ARCHER, B.; COOPER, C. e RUHANEN, L. (2005). <i>The Positives and Negatives Impacts of Tourism</i>. In Theobald, W. (editor), <i>Global Tourism</i>. (3th Ed). Oxford: Butterworth. 2. DENCKER, F. (2002). <i>Métodos e Técnicas de pesquisas em Turismo</i>. 6ª ed. São Paulo: SENAC. 3. GIL, A. (1999). <i>Métodos e Técnicas de Pesquisa Social</i>. 5ª Ed. São Paulo: Atlas. 4. GIL, António (2008). <i>Métodos e técnicas de pesquisa Social</i>. 6ª ed. São Paulo: Atlas. 5. KOTLER, P. e ARMOSTRONG G. (2007). <i>Principio de Marketing</i>. 12ª ed. São Paulo: Person Prentice Hall. 6. KRIPPENDORF, J. (1987). <i>The Holiday Makers. Understanding the Impact of Leisure and Travel</i>. Oxford: Butterworth Heinemann. 7. MARCONI, M. e LAKATOS, E. (2003). <i>Metodologia científica</i>. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 8. MATTAR, F. (2001). <i>Pesquisa de Marketing metodologia e planejamento</i>. 6ª ed. São Paulo: Atlas. 9. MOÇAMBIQUE, Governo De (2015). <i>Plano estratégico para o desenvolvimento de Moçambique (2016-2025)</i>. Moçambique. 10. OMT (Organização Mundial Do Turismo) (2013). <i>Sustainable Tourism for Devalopment</i>. Madrid: UNWTO. 11. PORTER, M. (2004). <i>Estratégia Competitiva: técnicas para análise da indústria e da concorrência</i>. 2ª Ed. Rio de Janeiro: Elsevier. 12. RICHARDSON, R. (1999). <i>Pesquisa Social: Métodos e técnicas</i>. 3ª ed. São Paulo: Atlas. 13. SIDÓNIO, L. (2015). <i>Gestão Hoteleira</i>. 1ª ed. Montes Claros – MG: Instituto Federa de Norte de Minas Gerais. 14. WESTWOOD, J. (1996). <i>O Plano de Marketing</i>. 2ª Ed. São Paulo: Markron Books.
Relatórios técnicos, dissertações e teses
<ol style="list-style-type: none"> 1. BROOKER, E., & JOPPE, M. (2013). <i>A critical review of camping research and direction for future studies</i>. <i>Journal of Vacation Marketing</i>, 20(4), 335–351 https://doi.org/10.1177/1356766714532464. 2. BUJ, C. (2010). <i>Paving the Way to Acessible Tourism (Leeds Metr.)</i>. Leeds. 3. CAMPINO, J., 1983. <i>Campismo, Férias e Turismo</i>. 26ª Edição ed. Lisboa: Editorial Caminho, SARL. 4. COLLINS, B. (2010). <i>Bureau of Land Management - Guidelines for a Quality Built Environment (1ªed.)</i>. Washington D.C.: U.S. Department of the Interior Bureau of

Land Management.

5. CUNHA, L., & ABRANTES, A. (2013). *Introdução ao Turismo*. LIDEL. Lisboa.
6. FLOSA, C. (2016); “*PARQUES DE CAMPISMO - Uma Proposta de Projeto para a Mata Nacional do Urso*”, Dissertação para obtenção de grau mestre em Arquitetura Paisagística, Universidade do Algarve, p. 25.
7. HOLDEN, A. (2000), “*Sustainability and tourism*”, in *Environment and Tourism*, Routledge, Londres, pp.161-182.
8. INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. (2013). *Estatísticas do Turismo*. Moçambique.
9. KINKER, S., 2002. *Ecoturismo e conservação da natureza em parques nacionais*. Campinas (São Paulo): Papirus.
10. LAMBIN, J. (1998), *Marketing for Hospitality and Tourism*, Prentice Hall, Nova Jèrsia.
11. LEUNG, Y.-F. (1998). *Assessing and Evaluating Recreation Resource Impacts: Spatial Analytical Approaches*. Faculty of the Virginia Polytechnic Institute and State University.
12. MCEWEN, D., & COLE, D. N. (1997). *Campsite Impact in Wilderness Areas*, 32(2).
13. MCHENRY, R. (1993). *Camping*. The New Encyclopædia Britannica (Vol. 2, pp. 779-780). Chicago Encyclopædia Britannica Inc.
14. MEKSENAS, P. (2002), *Pesquisa social e ação pedagógica*. São Paulo: Loyola.
15. MOÇAMBIQUE, Governo De. *Estatística do turismo de 2021*. 2021. 32f. Relatório Final – Instituto Nacional de Estatística, Ministério da Economia e Finanças, 2021.
16. SILVA, L. (2007). *A procura do turismo em espaço rural*. *Etnográfica*, 141–163. doi:10.4000/etnografica.1896.
17. THIOLENT, M. (1982), *Crítica metodológica, investigação social e enquete operária*. São Paulo: Polis.

FONTES ELETRÓNICAS

Websites

1. BANDEO, J., 2013. Como construir en superadobe passo a passo. Disponível em: <http://www.labioguia.com/como-construir-en-superadobe-paso-a-paso/>
2. BRILHANTE, P., 2012. A Terra Eco Camping: Descubra a magia de dormir numa tenda de índios!. Disponível em: <http://boacamaboamesa.expresso.sapo.pt/boa-cama/escolha-escape/terra-ecocamping-descubra-magia-dormir-num-teepee-4079910>
3. CAMPINGINFO. (2012). *History of Camping*. *Campinginfo*. Retrieved October 27, 2013, from <http://www.campinginfo.org/historyofcamping.php>.
4. FONSECA, A., 2013. Disponível em: <http://boacamaboamesa.expresso.sapo.pt/boa-cama/escolhaescape/bungalows-quartos-com-vista-para-natureza-18128821>

5. MOÇAMBIQUE, Governo De. *Situação política em Moçambique*. Disponível em https://www.observatoriopolitico.pt/wp-content/uploads/2016/09/WP_63_EC.pdf.
6. MERCADOS E ESTRATÉGIAS. *A Situação Atual da económica de Moçambique*. Disponível em <https://www.mercadoseestrategias.com/news/a-situacao-atual-da-economia-de-mocambique/>.
7. SOCIAL CAMPER. (2013). *The History of Camping*. *Social Camper*. Retrieved October 27, 2013, from <http://www.social-camper.com/history-of-camping>.

LEGISLAÇÕES (LEIS, DECRETO-LEI)

REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE. *Regulamento de Empreendimentos Turísticos, Restauração e Bebidas e Salas de Dança*. Publicado no Boletim da República De Moçambique n° 49 de 1 de Dezembro de 2016.

REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE. *Regulamento sobre a Lei do Trabalho*. Publicado no Boletim da Republica De Moçambique n°31, I Série, de 1 de Agosto de 2007.

REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE. *Lei do Turismo*. Publicado no Boletim da Republica De Moçambique n°24, I Série, de 17 de Junho de 2004.

Apêndices

APÊNDICE A – Questionários

O presente questionário é parte integral do estudo do Projecto de Desenvolvimento em Hotelaria, enquadrado na disciplina de Trabalho de Culminação do Curso de Licenciatura em Gestão Hoteleira, com o tema "Proposta de Implementação de um Parque de Campismo 4 estrelas no Tofinho - Província de Inhambane. Os dados obtidos através deste questionário serão mantidas em sigilo, usados unicamente para fins estatísticos do desenvolvimento da pesquisa.

Nº do questionário ____

Nome do entrevistador _____

Data ____/____/____

Hora: _____ Local: _____

1. Géneros

- a) Masculino ____
- b) Feminino ____

2. Faixa etária

- a) Dos 17 aos 25 anos ____
- b) Dos 26 aos 35 anos ____
- c) Dos 36 aos 50 anos ____
- d) Dos 51 aos 70 anos ____
- e) Mas de 71 anos ____

3. Estado civil

- a) Solteiro ____
- b) Casado ____
- c) Separado/Divorciado ____
- d) Viúvo ____

4. Nível de escolaridade

- a) Sem escolaridade ____
- b) Ensino Primário ____
- c) Ensino Secundário Básico ____
- d) Ensino Secundário Completo ____
- e) Ensino Superior Incompleto ____
- f) Ensino Superior Completo ____

5. Ocupação

- a) Funcionário publico__
- b) Empregado nas unidades hoteleiras__
- c) Empresários__
- d) Aposentados__
- e) Estudantes
- f) Outros. Qual? _____

6. Remuneração Mensal

- a) Até 18.000,00
- b) De 18.000,01 a 36.000,00
- c) De 36.000,01 a 60.000,00
- d) De 60.000,01 a 300.000,00
- e) Mais de 300.000,00

7. Nacionalidade

- a) Moçambicana
- b) Americana
- c) Chinesa
- d) Portuguesa
- e) Italiana
- f) Outra. Qual? _____

8. Local de residência em Tofinho

- a) Empreendimentos Hoteleiros
- b) Residência Própria
- c) Residencial Familiar

9. Grau de aceitação de uma unidade hoteleira 4 estrelas em Tofinho

- a) Freqüentaria
- b) Provavelmente Freqüentaria
- c) Nulo
- d) Provavelmente não Freqüentaria
- e) Não freqüentaria

10. Aspectos relevantes na escolha de um local de hospedagem

- a) Localização
- b) Qualidade nos serviços prestados
- c) Preço
- d) Outros. Quais? _____

11. Que tipo de serviços gostaria que o Parque oferecesse?

- a) Alojamento e alimentação
- b) Alojamento, alimentação e Lazer
- c) Alimentação e Lazer
- d) Alojamento e actividades de animação
- e) Alojamento, Alimentação e actividades de animação

12. Quanto estaria disposto a pagar por uma unidade 4 estrelas

- a) Até 18.000,00
- b) Entre 18.000,01 a 30.000,00
- c) Entre 30.000,01 a 60.000,00
- d) Entre 60.000,01 a 300.000,00
- e) Mais de 300.000,01

13. Forma de pagamento

- a) Dinheiro
- b) Cheque
- c) Cartão de débito
- d) Cartão de crédito
- e) Vales
- f) Outros. Quais? _____

APÊNDICE B: Via de acesso para o Tofinho



Fonte: Autora, 2023.

APÊNDICE C: Área da implantação do parque



Fonte: Autora, 2023.

APÊNDICE D: Vista de Tofinho

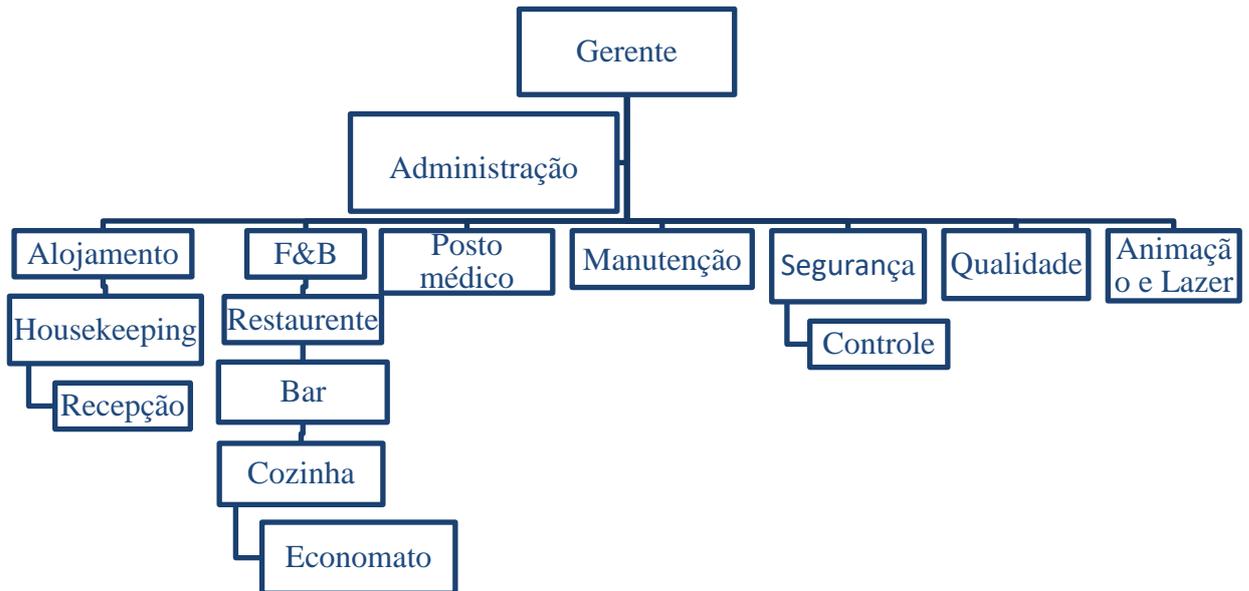


Fonte: Autora, 2023.

APÊNDICE E– Logótipo do *Parque de Campismo de Tofinho*



Fonte: Autora, 2023.

APÊNDICE F- Organograma Geral do *Parque de Campismo de Tofinho*

Fonte: Autora, 2023.

ANEXOS

ANEXO A: Estrutura interna dos *bungalows*

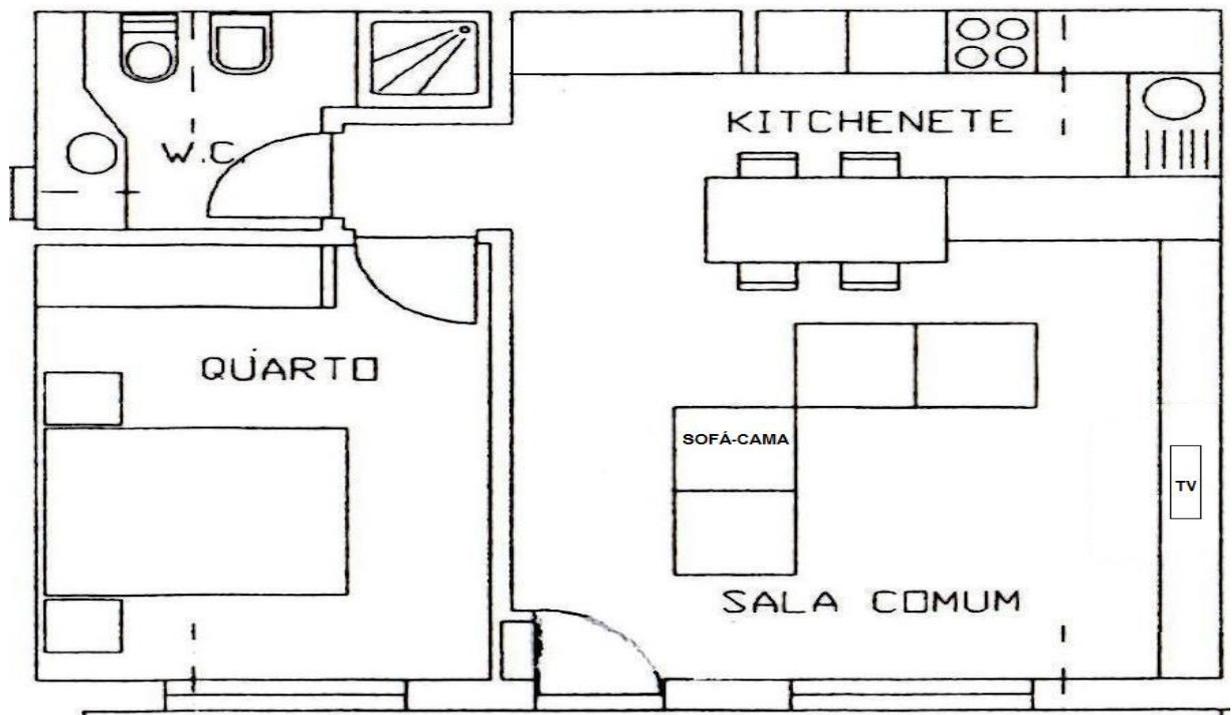
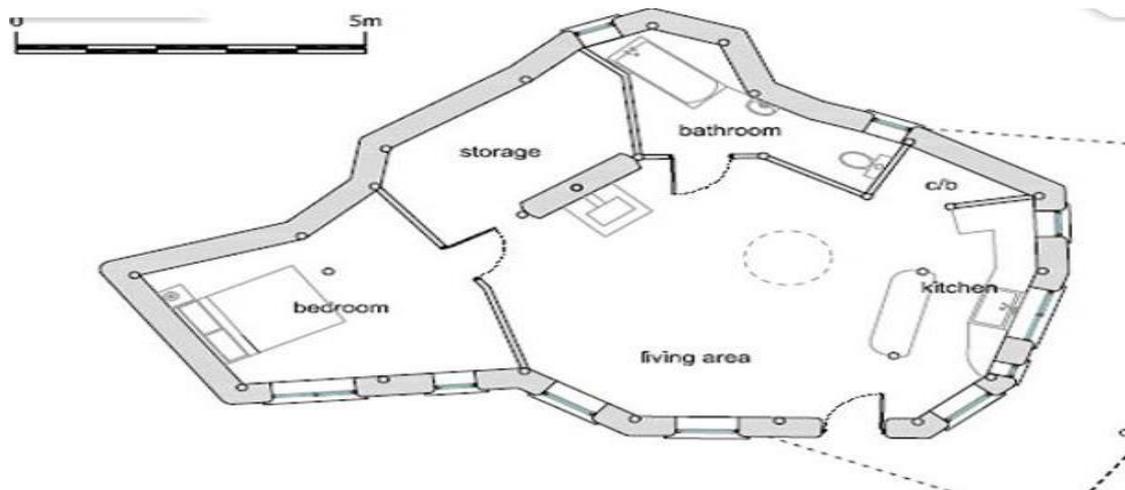


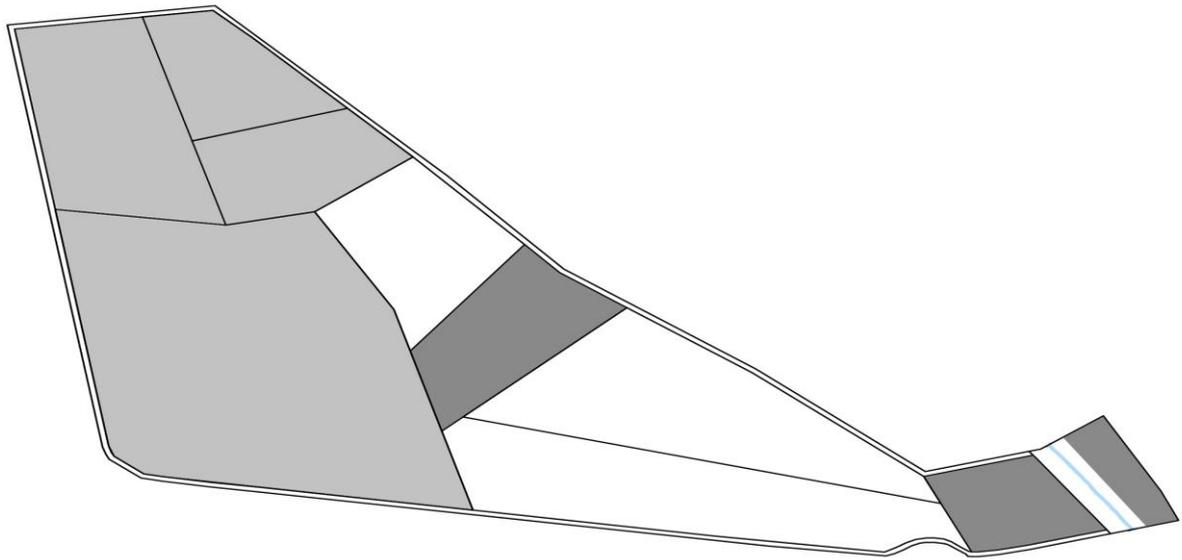
Figura: Planta exemplo do bungalow para duas ou quatro pessoas

ANEXO B: Exemplo da planta interior de um adobe.



Fonte: Inhabitat (2014)

ANEXO C: Esquema da implantação do parque



Área destinada a alojamento

- | | |
|--------------|--------------|
| 1. Campismo | 5. Caravanas |
| 2. Bungallow | 6. Tents |
| 3. Adobe | 7. Yurt |
| 4. Tipi | |



Área destinada a vias de circulação interna e instalações de equipamentos comuns

1. Recepção
2. Parque de estacionamento
3. Posto médico



Área destinada a espaços livres e instalação de zonas desportivas ou de lazer

1. Piscina comum
2. Parque infantil
3. Zona desportiva