



UNIVERSIDADE
E D U A R D O

MONDLANE Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

A SAZONALIDADE TURÍSTICA NO MUNICÍPIO DE INHAMBANE – REFLEXÕES E DESAFIOS

Magno André Andate

Inhambane, 2018

Magno André Andate

A Sazonalidade Turística no Município de Inhambane – Reflexões e Desafios

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

Supervisor dr: Samuel Júnior

Inhambane, 2018

Declaração

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

Assinatura

(Magno André Andate)

Data: ____/____/____

Magno André Andate

A Sazonalidade Turística no Município de Inhambane – Reflexões e Desafios

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

Inhambane, ____/____/____

Grau e Nome completo do Presidente

Rúbrica

Grau e Nome completo do Supervisor

Rúbrica

Grau e Nome completo do Oponente

Rúbrica

Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus pais Lázaro e Letícia, irmãos Michel, Merci, Hortência e Mamiza, que têm sido o meu suporte e apoio em todos os momentos da minha vida.

Agradecimento

A realização deste trabalho contou com a colaboração de diversas pessoas, a quem expresso os meus sinceros agradecimentos, nomeadamente: Ao dr. Samuel Júnior pelas suas sugestões e constante disponibilidade, pela motivação, orientação e todo o apoio que deu para a elaboração desta monografia. Agradeço também aos meus colegas e a todas as pessoas que demonstraram disponibilidade para me ajudar na entrega dos questionários para concluir este trabalho.

Resumo

A sazonalidade turística é caracterizada pelas oscilações na procura ao longo do ano, geralmente associadas a diferentes épocas no mercado turístico nomeadamente: a época alta, onde se concentra a maior parte da procura; a época média, onde existe uma redução da procura turística e a época baixa, onde a procura é muito reduzida. A presente pesquisa adopta como objecto de estudo o Município de Inhambane, com foco na temática de sazonalidade turística. O objectivo central da pesquisa visa estudar estratégias para fazer face à sazonalidade turística no Município de Inhambane. O interesse em compreender estratégias para a redução da sazonalidade turística no Município de Inhambane, constitui a motivação da proposta do presente tema, pois, a sua previsibilidade permite antecipar estratégias e desenvolver mecanismos que reduzam o seu impacto. A abordagem metodológica que caracteriza esta pesquisa é conhecida como pesquisa qualitativa. Quanto aos objectivos, classifica-se como pesquisa exploratória sendo que, foram usados os métodos descritivos, explicativos e estatísticos para a análise e redacção dos dados colectados através de procedimentos técnicos como revisão bibliográfica; preparação do trabalho de campo; recolha de dados; análise interpretação e tratamento de dados, elaboração do relatório final através de inquérito por entrevista e questionário. Depois de feita uma análise das causas, e com base nas potencialidades turísticas que o município possui, foi possível apresentar algumas medidas de gestão, que permitiram ao governo e os operadores turístico obterem informações de estratégias para reduzir a sazonalidade turística no município, dentre as quais: diversificação da oferta.

Palavras-chave: Sazonalidade turística, causas, impactos, potencialidades turísticas e estratégias para a redução da sazonalidade.

ÍNDICE

Conteúdo	Pág.
<i>Folha de Rosto</i>	i
<i>Declaração</i>	ii
<i>Folha de Avaliação</i>	iii
<i>Dedicatória</i>	iv
<i>Agradecimentos</i>	v
<i>Resumo</i>	vi
<i>Índice</i>	vii
<i>Lista de Abreviaturas e Siglas</i>	ix
<i>Lista de Figuras</i>	x
<i>Lista de Tabelas</i>	xi
<i>Lista de Quadros</i>	xii
CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO	1
1.1. Enquadramento	1
1.2. Problema	3
1.3. Hipótese	4
1.4. Justificativa	4
1.5. Objectivos	5
1.6. Metodologia	6
1.6.1. Tipo de pesquisa	6
1.6.2. Fases da pesquisa	6
1.6.3. Instrumentos e técnicas de recolha de dados	8
1.6.4. Tamanho de amostra	9
1.6.5. Métodos de pesquisa	10
CAPÍTULO II - REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	11
2.1. Turismo	11
2.2. Sazonalidade Turística	12
2.3. Causas da Sazonalidade Turística	14
2.3.1. Causa natural	15

2.3.2.	Causas institucionais.....	16
2.3.2.1.	Factores socioculturais	16
2.3.2.2.	Factores socioeconómicos.....	17
2.3.3.	Causa comportamental.....	18
2.4.	Impactos da Sazonalidade nos Destinos Turísticos.....	18
2.5.	Potencialidades turísticas de um território	20
2.6.	Estratégia para a redução da sazonalidade turística	21
CAPÍTULO III: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS		23
3.1.	Apresentação dos Resultados.....	23
3.1.1.	Caracterização da área de estudo – Município de Inhambane.....	23
3.1.2.	Épocas de turismo no Município de Inhambane.....	25
3.1.3.	Causas da sazonalidade turística no Município de Inhambane.....	29
3.1.4.	Impactos da sazonalidade turística no Município de Inhambane	29
3.1.5.	Potencialidades turísticas do Município de Inhambane.....	30
3.1.6.	Estratégias para a redução da sazonalidade no MI.....	34
3.2.	Discussão dos Resultados.....	37
CAPÍTULO IV: CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES		39
4.1.	Conclusão.....	39
4.2.	Recomendações.....	40
5.	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	41
APÊNDICES.....		48
ANEXO.....		57

Lista de Abreviaturas e Siglas

APHTI - Associação Provincial de Hotelaria e Turismo de Inhambane

CMCI – Concelho Municipal da Cidade de Inhambane

DPCULTURI – Direcção Provincial de Turismo de Inhambane

ETI – Estratégia do Turismo de Inhambane (plano para 2014 – 2020).

MI – Município de Inhambane

OMT – Organização Mundial do Turismo

PEDTM (2004) - Plano Estratégico para Desenvolvimento do Turismo em Moçambique 2004

PEPI II (2011) – Plano Estratégico da Província de Inhambane II 2011

SPSS- Statistical Product and Service Solutions

WTO – World Tourism Organization

Lista de Figuras

Figura 1 – Localização geográfica do Município de Inhambane.....	24
Figura 2 – Distribuição dos bairros no Município de Inhambane	24
Figura 3 – Épocas de turismo no Município de Inhambane	26
Figura 4– Distribuição dos turistas que visitam o MI por género.....	26
Figura 5 – Distribuição dos turistas por faixa etária	27
Figura 6 – Distribuição dos turistas por país de proveniência	27
Figura 7 – Nível de escolaridade	28
Figura 8– Motivação da visita.....	28
Figura 9 – Tubarão-baleia (A); Tartaruga (B); Raia manta (C); Golfinhos (D)	30
Figura10 – Proposta do Roteiro Turístico.....	32
Figura11 – Artesanato local	33

Lista de Tabelas

Tabela 1 – Fluxo Turístico do Município de Inhambane (2015, 2016 e 2017)	25
--	----

Lista de Quadros

Quadro 1 – Causas da sazonalidade.....	14
Quadro 2 – Factores sazonais institucionais	16
Quadro 3 – Sazonalidade turística: consequências e impactos	19

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO

No presente capítulo, são apresentados assuntos referentes ao enquadramento geral do trabalho, onde é apresentado de forma geral o tema; a justificativa; os objectivos a serem alcançados; o problema levantado para a pesquisa, suas respectivas hipóteses e por último a metodologia onde são apresentados os procedimentos técnicos científicos do trabalho.

1.1. Enquadramento

A actividade turística é afectada negativamente por vários aspectos, tais como a insegurança do destino, as calamidades naturais, as crises internacionais, entre muitos outros, que influenciam directa ou indirectamente no desenvolvimento do turismo nos destinos, fazendo com que existam períodos do ano em que alguns destinos registem uma baixa acentuada do número de turistas que o visitam, e outros períodos de maior procura (sazonalidade turística).

Esta situação gera impactos económicos, ambientais, e socioculturais negativos que tem afectado muitos destinos, dentre os quais o Município de Inhambane, objecto de investigação deste trabalho.

Considerando que as características sazonais da procura afectam grande parte dos destinos turísticos, é urgente que todos os agentes públicos e privados se envolvam no sentido de definirem estratégias que permitam atenuar os seus efeitos negativos (Baron, 1975; Butler, 2001; Hall, 1991; Manning e Powers, 1984; Yacoumis, 1980).

No contexto do município de Inhambane, esta realidade é cada vez mais preocupante na medida em que, existe um número relativamente elevado de pessoas que dependem do turismo para o seu ganha-pão diário, sendo que, a redução do número de turistas gera situações de degradação de suas condições de vida, o que faz com que a definição de mecanismos de mitigação dos efeitos da sazonalidade turística seja uma preocupação urgente. Afirmou dr. Raquel (técnica superior de turismo do CMCI)

Com base na revisão da literatura sobre esta temática, é possível apresentar um conjunto de estratégias e medidas identificadas para a gestão da sazonalidade turística. Baum e Hagen (1999) apontam como principais estratégias, a diversificação de mercado, estratégias de diversificação do produto, e o desenvolvimento de festivais e eventos também sugerido por Baum (1998),

citado em Koenig-Lewis e Bischoff (2005), incluindo os eventos tradicionais criados especialmente para atrair visitantes na época baixa.

A abordagem metodológica que caracteriza a presente pesquisa é conhecida como pesquisa qualitativa.

Dencker (2002, p. 89), afirma que a “pesquisa qualitativa visa compreender ou interpretar processos de forma complexa e contextualizada e caracteriza-se como um plano aberto e flexível”. Quanto aos objectivos, classifica-se como pesquisa exploratória pelo interesse em aprimorar ideias ou descobrir intuições com fins de propor estratégias para a redução da sazonalidade turística no Município de Inhambane.

Foram usados os métodos descritivos, explicativos e estatísticos para a análise e redacção dos dados recolhidos através de instrumentos e técnicas de recolha de dados como inquérito por questionário, inquérito por entrevista, observação sistemática.

Do ponto de vista dos procedimentos técnicos, para obtenção dos resultados esperados, foram desenvolvidas quatro etapas metodológicas, dentre os quais: primeira etapa da revisão bibliográfica e preparação do trabalho de campo, onde se fez à produção do referencial teórico, assim como à produção de instrumentos que possibilitaram a realização do trabalho de campo, dos quais, questionário, entrevista, e observação sistemática.

Encontramos a seguir a fase de recolha de dados, que dedicou-se na recolha de dados através de guião de entrevista, observação e roteiro de inquérito.

Na terceira fase, é feita a análise e tratamento dos dados, que foi realizado com o recurso a *IBM SPSS Statistics 20* (para o banco de dados), e *microsoft office word* para o registo dos depoimentos e factos observados assim como o registo das pequenas conclusões a que se chegarem.

E por último a quarta fase, onde procedeu-se com a composição do trabalho final que constitui o relatório da pesquisa.

O trabalho está dividido em 5 capítulos, e obedece a seguinte ordem: (I) Introdução, onde fez-se a apresentação geral do trabalho, integrando os objectivos, a justificativa que explica o porquê da escolha do tema, a relevância/benefícios que tem na academia, e na sociedade, seguido de

metodologia, que mostra claramente todos os passos seguidos para a elaboração do presente trabalho; (II) Revisão Literatura, que apresenta o quadro teórico tendo em conta os objectivos proposto; (III) apresentação e discussão dos resultados, onde vão se apresentar os resultados do trabalho de campo (V) A quinta parte é a das conclusões tiradas a partir das análises feitas do material consultado.

1.2. Problema

A sazonalidade é um fenómeno característico da actividade turística, caracterizada consequentemente pelos desequilíbrios que se registam anualmente na distribuição dos movimentos turísticos nos destinos, provocando desajustes entre a procura e a oferta.

Baron (1975) apontam que, as causas da sazonalidade podem ser naturais ou institucionais onde, as causas naturais são relacionadas com as estações do ano e, as institucionais estão ligadas às acções do ser humano.

A sazonalidade turística constitui um fenómeno negativo para os destinos sobretudo, aqueles que tem esta actividade como a principal fonte de receita e de emprego pois, gera desemprego, queda no facturamento das empresas turísticas, provoca alteração dos preços. Segundo Mota (2001, p. 98)

Independentemente da variável, a ocorrência da sazonalidade turística, produz consequências em diversos níveis: gera desemprego, mortalidade em microempresas, queda no facturamento de empresas turísticas, alteração no sistema de gestão compromete a qualidade no atendimento, modifica a política promocional do produto turístico, altera preços, exige maior flexibilidade administrativa.

O Município de Inhambane constitui um dos destinos mais privilegiados ao nível da província, em particular e do país no geral e que também regista épocas altas, médias e baixas em termos de demanda turística (sazonalidade) fazendo com que na época baixa este município registre demissão de trabalhadores do sector, paralisação das actividades de algumas estâncias turísticas, entre outras consequências.

Em face das consequências que a sazonalidade turística traz para os destinos, existe a necessidade de se adoptar no Município de Inhambane, enquanto destino turístico, estratégias com vista a combater ou reduzir este fenómeno. Neste sentido, a questão que se coloca é:

Que estratégias o Município de Inhambane como destino turístico pode adoptar para fazer face à sazonalidade turística?

1.3.Hipótese

Hipótese 1: A estratégia que o Município de Inhambane como destino turístico deve usar para fazer face a sazonalidade turística é a diversificação da oferta turística;

Hipótese 2: A estratégia que o Município de Inhambane como destino turístico deve adoptar para fazer face a sazonalidade turística é o desenvolvimento de eventos e festivais nas épocas baixas;

Hipótese 3: A estratégia que o Município de Inhambane como destino turístico deve adoptar para fazer face a sazonalidade turística é a promoção de turismo cultural nas épocas baixas.

1.4. Justificativa

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

O interesse em compreender estratégias para a redução da sazonalidade turística no Município de Inhambane, constitui a motivação da proposta do presente tema, pois, a sua previsibilidade permite antecipar estratégias e desenvolver mecanismos que reduzam o seu impacto.

A escolha do tema surge em consequência das oscilações na procura turística que se fazem sentir ao longo do ano, no Município de Inhambane, gerando assim, desemprego a comunidade local por conta de encerramento de algumas instâncias turísticas em épocas baixas. Outro aspecto que justifica a escolha do tema está relacionado fundamentalmente por este ser um assunto pouco abordado ao nível local, e pelo facto de embora existir um Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo da Província de Inhambane (2014 – 2020) concebido pela Direcção Provincial da Cultura e Turismo de Inhambane – DPCULTURI, não prevê estratégias claras com vista a reduzir a sazonalidade turística na província facto que torna indispensável o

estudo do tema para cobrir este défice e minimizar os efeitos da sazonalidade turística no Município de Inhambane.

O estudo deste fenómeno é de extrema importância para os agentes públicos e privados, pois através dos seus resultados pode-se elaborar/adoptar estratégias para fazer face a sazonalidade turística, com vista a garantir que o Município de Inhambane receba turistas ao longo de todo o ano.

Espera-se que a pesquisa contribua como um instrumento de orientação para as autoridades públicas e operadores turísticos, sugerindo estratégias de combate a sazonalidade a serem tomadas para fazer face às oscilações na procura ao longo do ano tendo em conta as potencialidades turísticas de que o município de Inhambane dispõe, assim como servir de base de apoio para posteriores pesquisas.

1.5. Objectivos

Geral:

- ❖ Estudar estratégias para fazer face à sazonalidade turística no Município de Inhambane.

Específicos:

1. Caracterizar as épocas de turismo no Município de Inhambane;
2. Apresentar as causas da sazonalidade turística no Município de Inhambane;
3. Conhecer as potencialidades turísticas do Município de Inhambane;
4. Indicar estratégias para a redução da sazonalidade turística no Município de Inhambane.

1.6. Metodologia

Este subcapítulo se encarrega de apresentar os métodos, técnicas e instrumentos de pesquisa adoptados para o desenvolvimento da presente trabalho. Centra-se em demonstrar o caminho percorrido para alcançar o objectivo estabelecido para este trabalho. A primeira parte diz respeito ao tipo de pesquisa, a segunda parte apresenta as fases da pesquisa, a terceira parte faz menção das técnicas de recolha de dados, a quarta o tamanho de amostra e por fim os métodos de pesquisa.

1.6.1. Tipo de pesquisa

A abordagem metodológica que caracteriza a presente pesquisa é conhecida como pesquisa qualitativa. Dencker (2002, p. 89), afirma que a “pesquisa qualitativa visa compreender ou interpretar processos de forma complexa e contextualizada e caracteriza-se como um plano aberto e flexível”.

Com a explicação, se percebe que esse tipo de pesquisa trabalha com interpretações, corações e resultados que não podem ser mensuráveis numericamente. Acredita-se assim que, quanto a natureza da pesquisa, esse é o tipo ideal para fundamentar e auxiliar ao cumprimento do objectivo de estudar a sazonalidade turística no Município de Inhambane.

Quanto aos objectivos, classifica-se como pesquisa exploratória. De acordo Gil (1999) esse tipo de pesquisa tem como objectivo principal o aprimoramento de ideias ou a descoberta de intuições.

1.6.2. Fases da pesquisa

A presente pesquisa decorreu durante 9 meses de Junho 2017 a Março de 2018. Do ponto de vista dos procedimentos técnicos para obtenção dos resultados esperados, foram desenvolvidas cinco etapas metodológicas: (1) Revisão bibliográfica; (2) Preparação do trabalho de campo; (3) Recolha de dados; (4) Análise, interpretação e tratamento de dados e, (5) Elaboração do relatório final.

1ª Fase: Revisão bibliográfica e preparação do trabalho de campo

A pesquisa bibliográfica teve como foco, essencialmente, a busca das informações relativas à sazonalidade turística (causas, efeitos e estratégias de combate). O levantamento de informações bibliográficas e documentais foi realizado em livros, revistas científicas, artigos, monografias, dissertações, teses, documentos institucionais.

As informações bibliográficas e documentais dessa fase estiveram essencialmente ligadas à produção do referencial teórico, assim como à produção de instrumentos que possibilitaram a realização do trabalho de campo. Apesar das leituras serem previstas para o início da pesquisa, como propõem Quivy e Campenhoudt (2005), importa salientar que na presente pesquisa elas fizeram parte de todas as fases devido à necessidade de aprofundamento de alguns conceitos e actualização de certas informações.

Na preparação do trabalho de campo, faz-se a selecção das técnicas, preparação e construção dos instrumentos de recolha de dados, à identificação e selecção das informações necessárias para a pesquisa, de modo a garantir o sucesso na etapa de recolha de dados.

2ª Fase: Recolha de Dados

Esta fase da pesquisa, dedicou-se a recolha de dados através dos seguintes instrumentos de recolha de dados (guião de entrevista, roteiro de inquérito e observação) vide no apêndice A, B, C, D. Esta fase foi realizada no mês de Novembro de 2017 de forma a dar espaço a fase subsequente. Para evitar a perda de contacto com os conteúdos recolhidos e das notas assim como distanciamento dos detalhes do trabalho de campo, foram observados momentos de pausa ao longo deste período para organização e tratamento preliminar das informações recolhidas.

3ª Fase: Análise e tratamento dos dados

Depois de obtidos todos os dados para a pesquisa passou-se à fase de análise das informações, que foi realizada com o recurso a pacotes informáticos como a ferramenta do *IBM SPSS Statistics 20* (para o banco de dados), e do *Microsoft Office Word* para o registo dos depoimentos e factos observados assim como o registo das pequenas conclusões a que se chegaram. Nesta fase, valeu bastante a informação bibliográfica e o domínio dos conceitos e opiniões dos autores

sobre o assunto com vista a perceber e interpretar as informações e utilizá-las para procurar dar resposta ao problema.

4ª Fase: Elaboração do relatório final

Chegada à esta fase, procedeu-se com a composição do trabalho final que constitui o relatório da pesquisa, trabalho este que respeitou o vertido no Regulamento de Culminação de Curso da Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane, atendendo que o regulamento em causa, aplica-se à elaboração e avaliação de trabalhos de fim do curso, mediante a apresentação de um corpo unificado de normas.

1.6.3. Instrumentos e técnicas de recolha de dados

Quanto aos procedimentos técnicos, para obtenção dos resultados esperados, foi elaborado um instrumento e três técnicas de recolha de dados, a saber:

1. Pesquisa bibliográfica - a pesquisa bibliográfica teve como foco, essencialmente, a busca das informações relativas à sazonalidade turística (causas, efeitos e estratégias de combate) e potencialidade turística. O levantamento de informações bibliográficas e documentais foi realizado em livros, revistas científicas, artigos, monografias, dissertações, teses e documentos institucionais.
2. Inquérito por questionário - para a presente pesquisa, este tipo de inquérito foi dirigido aos turistas, para perceber em que época eles preferem visitar o Município de Inhambane.
3. Inquérito por entrevista - este tipo de inquérito foi aplicado a Direcção Provincial da Cultura e Turismo de Inhambane (DPCULTURI), Conselho Municipal da Cidade de Inhambane (CMCI), Associação Provincial de Hotelaria e Turismo de Inhambane (APHTI), operadores turísticos com o intuito de obter informações concernentes às causas, aos efeitos e às estratégias de combate a sazonalidade no Município de Inhambane, dando mais liberdade ao entrevistador para explorar a pergunta. Os inquéritos foram testados antes da sua aplicação definitiva.

4. Observação sistemática - Para a pesquisa, este tipo de técnica foi aplicada para identificar as potencialidades turísticas do Município de Inhambane. Vide no apêndice D

1.6.4. Tamanho de amostra

Para Pinto e Curto (1999) a amostra é um subconjunto de indivíduos duma população, isto é, um segmento de indivíduos com uma ou mais características em comum.

Em relação a selecção de amostras, recorreu-se a amostragem não probabilística, concretamente a amostragem por conveniência. Foram inquiridos indivíduos que demonstraram disponibilidade e prontidão para o efeito.

Apesar das amostras terem como base a disponibilidade e prontidão dos inquiridos, os inquéritos foram aplicados a diferentes grupos pertencentes numa única amostra como forma de trazer resultados da amostra que espelhassem significativamente o universo.

Devido a natureza desta pesquisa foram definidas duas amostras dirigida a dois grupos sendo uma dirigida, aos agentes do turismo e a outra aos turistas, conforme se explica a seguir.

Grupo 1 - Agentes do turismo do Município de Inhambane: neste grupo da amostra foram inqueridos 1 especialista em turismo da DPCULTURI, 1 do CMCI, 1 agente da Associação Provincial de Hotelaria e Turismo de Inhambane (APHTI), 3 agentes de viagens e turismo e 20 operadores turísticos do Município de Inhambane (totalizando 26 respondentes) que se julga, possuírem considerável experiência sobre a temática desta investigação.

Grupo 2 – Procura turística: a selecção da amostra para os visitantes do Município de Inhambane, obedeceu a critérios de uma amostra não probabilística por acessibilidade ou por conveniência¹, ou seja, foram submetidos ao questionamento apenas visitantes disponíveis no momento do trabalho de campo, embora se admita não poder-se ter muita segurança sobre a representatividade desta amostra, desta feita, os turistas foram inquiridos nas zonas de Barra, Tofo, Tofinho, Rocha e Balane.

¹Na amostragem por acessibilidade/conveniência o pesquisador selecciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam de alguma forma representar o universo (Gil, 1999).

1.6.5. Métodos de pesquisa

Para a interpretação de dados colhidos no campo, recorreu-se ao uso dos seguintes métodos:

- ❖ Método descritivo: descrição qualitativa das estratégias a adoptar para fazer face á sazonalidade turística no Município de Inhambane.
- ❖ Método explicativo: com o objectivo de identificar os factores que contribuem para a redução da sazonalidade no Município de Inhambane.
- ❖ Método Estatístico: fundamenta-se na aplicação da teoria estatística e constitui importante auxílio para a investigação. Mediante este método, torna-se possível determinar a probabilidade de acerto de determinada conclusão (Gil, 1999, p. 35). Este método baseou-se no pacote informático, *IBM SPSS Statistics 20*, para a produção dos gráficos e as suas devidas percentagens.

CAPÍTULO II - REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

Este capítulo tem por objectivo apresentar as principais questões relacionadas com a sazonalidade no sector do turismo, para posteriormente se poder apontar algumas estratégias que permitam fazer face à sazonalidade turística no Município de Inhambane. Na primeira parte do capítulo começamos por fazer uma breve abordagem concernente as a diferentes definições de turismo e sazonalidade, suas causas, efeitos, potencialidade turística de um território, sendo que posteriormente, fazemos uma apresentação das principais estratégias utilizadas para atenuar os efeitos da sazonalidade.

2.1. Turismo

Os seres humanos sempre se deslocaram no espaço por uma série de motivos, tais quais: como a busca de alimentos ou de abrigo, o domínio dos territórios, a conquista de riquezas, bem como por fins religiosos, culturais, sociais, entre outros.

Todavia, “o deslocamento de pessoas conhecido como fenómeno do Turismo, que se constitui em prática social com características económicas, começou a se desenvolver somente a partir do século XIX, mais precisamente após 1860” (BONFIM, 2007, p. 39).

Actualmente, o turismo é reconhecido como uma actividade económica de importância global. De acordo com Barreto (2003) o turismo combina uma amplitude de actividades económicas e serviços designados para atender às necessidades dos turistas. O turismo é visto em muitos países emergentes como uma alternativa estratégica para alavancar o desenvolvimento económico e social (Vignati, 2012). Cuba, é um exemplo de um país que alavancou a sua economia através de uma estratégia focada no turismo, tendo obtido resultados positivos de desenvolvimento (FARIÑA, 1991).

Portanto, quando se fala de turismo, percebe-se como sendo, o conjunto de relações e fenómenos produzidos através da deslocação de pessoas para fora do seu lugar de residência habitual, motivado por um conjunto de actividades não lucrativas, num período de permanência superior a 24 horas (OMT, 2003).

Em Moçambique, o turismo é definido na Lei do Turismo (Moçambique, 2004, p. 5) como um “conjunto de actividades profissionais relacionadas com o transporte, alojamento, alimentação e actividades de lazer destinadas a turistas”.

Barreto (2006) refere que os elementos mais importantes da grande maioria das definições em torno do turismo, são o tempo de permanência, o carácter não lucrativo da visita e um elemento pouco explorado pelos autores, a procura do prazer por parte dos turistas.

Entretanto, o conceito que suporta o trabalho é o apresentado pela OMT (2003) por englobar os aspectos referidos por vários autores e também, por determinar o tempo de estadia e a motivação, pois não é só o facto de viajar para um outro lugar com um propósito qualquer, que se diz que estamos perante a uma actividade turística, é fundamental que se respeite o período já estabelecido e se tome atenção para a motivação da viagem.

2.2. Sazonalidade Turística

A sazonalidade é um conceito transversal, que atende a diversos sectores da economia. Por isso, torna-se importante compreender este conceito num contexto mais abrangente para, posteriormente, focar no seu entendimento para o turismo. No turismo, a sazonalidade é peculiar e apresenta-se como um desafio para os planeadores dos destinos turísticos na elaboração de políticas para o seu desenvolvimento.

Para entender a origem da palavra, sazonalidade: Bander, Schumacher e Stein (2005) citados por De Lamarte Leite (2016) destacam que a palavra *season*, traduzida do inglês para o português como temporada, é original do termo francês *saison*, que representa a época ideal ou favorita.

Baron é considerado o primeiro autor a publicar um estudo sobre esta temática, publicação esta que datou de 1975, e intitulado *Seasonality in Tourism – A Guide of the Analysis of Seasonality and Trends for Policy Making*.

O conceito de sazonalidade é comum na vida humana, muitas actividades das pessoas são caracterizadas por padrões sazonais, primeiramente associadas às actividades agrícolas (ex. colheitas) e depois devido às actividades industriais (colecções de roupa de inverno/verão, etc.).

Neste contexto, as actividades das pessoas são caracterizadas e reguladas por padrões e comportamentos sazonais, aos quais o sector do turismo (actividade cada vez mais presente na vida das pessoas) não é alheio, uma vez que depende dos padrões sazonais do trabalho, das férias profissionais (e subsídios de férias, subsídios de Natal), das férias escolares, épocas festivas e eventos religiosos, épocas do ano, disponibilidade dos recursos turísticos (eventos culturais e musicais, etc.) BARDOLET (2001).

Baseado nos estudos de Baron (1975), um dos autores mais referenciados no turismo em estudos sobre sazonalidade afirma que, a sazonalidade, é um desequilíbrio temporal no fenómeno do turismo, que pode ser expresso em dimensões como número de visitantes, as despesas geradas por eles, o tráfego nas rodovias e demais meios de transporte bem como o número de empregos gerados em atractivos/serviços turísticos.

A sazonalidade no turismo é, então, entendida como sendo a desigual distribuição dos movimentos turísticos ao longo do ano e que pode ser expressa em termos de número de visitantes, gastos dos visitantes (receitas do turismo), entradas nas atracções, emprego, taxas de ocupação, tráfego nas auto-estradas e outras formas de transporte (BUTLER, 2001; LEIPER 2004).

Na óptica de Cunha (2001), a sazonalidade turística pode ser definida como sendo a desigual distribuição temporal dos movimentos turísticos ao longo do ano, o que se reflecte na diferente intensidade das entradas de estrangeiros, das dormidas na hotelaria e no tráfego dos meios de transporte.

Para Allcock (1995) citado por Koenig-Lewis e Bischoff, (2005), o principal aspecto da sazonalidade é a concentração do fluxo de turistas num determinado período do ano, definição que vai de encontro da definição de Baron (1975), que afirma que sazonalidade é uma flutuação que ocorre todos os anos, todos os meses quando há crescimento de um determinado segmento de mercado, quando há mudanças nas política de férias ou quando há entrada de novos mercados ou novos destinos competitivos.

Como já se referiu no início deste capítulo, a sazonalidade é um “fenómeno” que afecta os mais diversos mercados e sectores de actividade, sendo por isso um fenómeno abrangente, é portanto,

um conceito transversal, que se aplica a vários sectores da economia entre eles o sector do turismo. Neste sentido, e com vista ao entendimento desta temática (sazonalidade) é necessário conhecer as respectivas causas e efeitos que lhe estão subjacentes.

2.3. Causas da Sazonalidade Turística

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

Os factores explicativos da concentração da procura (denominada sazonalidade) variam de destino para destino de acordo com aspectos como a sua localização geográfica, origens dos turistas, recursos e elementos de atractividade dos destinos (BUTLER e MAO, 1996).

Existem portanto, factores comuns que poderão justificar a sazonalidade na maioria dos destinos, tal como se apresenta no quadro 1. Este quadro categoriza as causas de acordo com autores que visualizam e estudam a sazonalidade num âmbito internacional, colocando as causas da sazonalidade em categorias.

Quadro 1 – Causas da sazonalidade

Autor	Categorias de Causas da Sazonalidade
Baron (1975), Hartmann (1986), Butler (1994)	Causas Naturais
Baron (1975), Hartman (1986), Butler (1994)	Causas Institucionais
Allcock (1995)	Causas Comportamentais

Fonte: adaptado de Almaeida e Kastenholz (2008)

Deste modo, de acordo com Baron (1975) e Butler (2001) são essencialmente dois os factores que explicam as causas da sazonalidade: (i) Natural (sazonalidade natural) e (ii) Institucional (sazonalidade institucional). Allcock (1995) acrescenta um terceiro factor explicativo de cariz

comportamental (sazonalidade comportamental), o qual constitui, um contributo importante para a compreensão do fenómeno da sazonalidade, tal como se descreve a seguir.

2.3.1. Causa natural

“A sazonalidade natural engloba vários factores que estão relacionados de forma directa com o clima e às suas variações regulares ao longo do ano (temperatura, pluviosidade, queda de neve etc.)” (ALMEIDA; KASTENHOLZ, 2009, p. 6).

Este factor está directamente relacionado com as variações climáticas durante o ano, variações ao longo do dia, amplitudes térmicas, precipitações (chuva, neve), factores geográficos específicos da localização do destino e desastres naturais (terramoto, tsunamis, vulcões, monções, etc.) que tenham ocorrido ou que caracterizam o local e que venham a ter consequências para as actividades turísticas em determinados meses do ano (Baron, 1975). Como exemplo, é possível apontar um destino que tem sua oferta estruturada numa dependência maior com factores climáticos, como por exemplo, as estações de esqui, que dependa da queda de neve para concretizar a oferta do seu produto turístico.

De acordo com Baron (1975), Butler (2001), e Jolliffe e Farnsworth (2003), o factor natural está directamente relacionado com as variações climatéricas ao longo de cada ano: variação ao longo do dia relativamente às horas de sol, variação entre as temperaturas mínimas e máximas, chuva, neve, factores geográficos (ao nível das características naturais do destino e localização), desastres naturais (furacões, terramotos, tsunamis, monções, etc.). Estes factores vão ter consequências inevitáveis nas actividades de lazer e recreio em determinados meses do ano (Baron, 1975), na medida em que, um destino que tem uma oferta estruturada em produtos ou actividades com maior dependência de determinados factores climatéricos (como, por exemplo, dependência da queda de neve no caso dos desportos de inverno, e, em geral, as actividades que se realizam ao ar livre), fará com que não se verifique uma disponibilidade permanente dessa oferta, o que justifica desde logo uma acentuada sazonalidade (natural) nesse destino (SMITH, 1990).

2.3.2. Causas institucionais

O factor institucional é a terminologia geralmente adoptada para designar, conforme Butler (1994) *apud* Almeida; Kastenholtz (2009): as flutuações da procura turística explicadas por factores de carácter institucional, ou seja, aqueles que se referem às opções e decisões humanas de carácter social e profissional e que estão, normalmente, enraizadas em costumes, tradições e, até mesmo, em legislação.

De acordo com suas características, Almeida e Kastenholtz (2009) apresentam dois grandes grupos nos quais os autores classificam os factores sazonais institucionais como factor de ordem sociocultural e os factores de socioeconómica conforme se apresenta no quadro 2.

Quadro 2 – Factores sazonais institucionais

Factores socioculturais	Factores socioeconómicos
Instituição de diferentes calendários: ❖ Feriados ❖ Calendário religioso ❖ Calendário cultural e desportivo	❖ Férias profissionais ❖ Férias escolares ❖ Condicionantes económicos

Fonte: adaptado de Almaeida e Kastenholtz (2009)

A partir do quadro 2, percebe-se que diversos factores sociais, culturais e económicos são tão importantes quanto aqueles relacionados à natureza. As pessoas viajam quando têm oportunidade e por algum motivo, e neste caso evidencia-se a importância dos feriados, férias escolares, os eventos e conseqüentemente, a condição económica do indivíduo e\ ou da família que tornam-se relevantes na decisão de visitar um destino numa determinada época em detrimento de outra.

2.3.2.1. Factores socioculturais

Os diferentes calendários instituídos na sociedade são responsáveis por fluxos turísticos específicos em determinadas épocas do ano para diferentes áreas de destino de acordo com as vocações próprias destas últimas (Almeida; Kastenholtz, 2009). Assim, destinos vocacionados para o turismo religioso (exemplo: Aparecida do Norte - SP, ou Jerusalém em Israel) registaram um fluxo de turistas importante em certas datas definidas no calendário religioso, levando à formação de picos de procura inevitáveis nesses locais. Outro tipo de datas e eventos específicos, como por exemplo, o Carnaval, leva os turistas a visitar destinos onde as comemorações anuais se revestem como atractivos turísticos de relevo (exemplo: Rio de Janeiro e Salvador).

Os eventos de tipo cultural ou desportivo, datados regularmente, impelem a constituição de fluxos turísticos para os destinos onde estes se realizam anualmente. A este tipo de datas há que acrescentar o papel dos feriados nacionais e locais, enquanto dinamizadores da constituição de fluxos turísticos. BUTLER (2001) *apud* ALMEIDA; KASTENHOLZ (2009)

A crescente importância dos feriados para o turismo e para o fenómeno da sazonalidade resulta da tendência que se tem vindo a verificar para a extensão de uma parte significativa dos mesmos, promovendo *shortbreaks* e motivando fluxos turísticos relevantes em certas áreas-destino. (ALMEIDA; KASTENHOLZ, 2009, p. 8).

Alguns feriados também são capazes de mobilizar todo um fluxo de turistas para determinada localidade, seja para participar de eventos, ou simplesmente para descanso e lazer fora de casa, sendo responsáveis por uma grande rotatividade de pessoas nas áreas de destino, como por exemplo, feriados nacionais, como é caso do Carnaval, Páscoa, 1º de Maio, Dia da Independência, entre outros. SCHEUER (2010)

2.3.2.2. Factores socioeconómicos

Os factores socioeconómicos respondem pelas férias profissionais e escolares. Sobre as férias escolares, estas continuam a dominar os padrões de férias, este aspecto resulta por um lado da tradição das férias em família, com crianças em idade escolar, aliado ao facto de ser no verão que o clima é mais favorável ao gozo de férias (Amelung, Nicholls e Vinder, 2007), (nomeadamente para quem procura o sol e praia). No entanto, uma vez que o período de férias escolares de maior duração coincide com o verão faz com que as férias profissionais sejam igualmente marcadas nessa altura, definindo por isso desde logo padrões sazonais da procura (BUTLER, 1994).

Cabe observar a situação das férias escolares:

São caracterizadas por um período de longa duração e ocorrem com a mesma dinâmica nos dois hemisférios e em períodos opostos. Isso pode representar uma potencialidade na procura turística em momentos distintos e, assim, ser uma ferramenta para auxiliar na atenuação da sazonalidade por meio da diversificação da demanda. DE LAMARTE (2016, Pg. 79)

Sobre as férias profissionais, uma grande parte da população ainda usufrui desse período um único momento, mais extenso. No entanto, as férias curtas intervaladas, estão sendo reconhecidas como um potencial para a redução da sazonalidade: “a frequência das viagens tem vindo a

crescer continuamente, pois os turistas preferem realizar duas viagens por ano, em vés de longas férias anuais” (ALMEIDA e KASTENHOLZ, 2009, p. 9)

A OMT (1999, p. 21) aponta essa tendência já na década de 1990 e reflecte sobre a relação da sazonalidade com os destinos turísticos ao afirmar que:

Muitos turistas preferem férias mais curtas e mais frequentes durante o ano. Isso refere a possibilidade de desenvolvimento de novos destinos e de que os destinos actuais possam oferecer aos turistas instalações e serviços para o uso em diferentes estações do ano.

Quanto às condicionantes económicas, Nadal, Font e Rosseló (2004) argumentam a importância dos factores económicos (rendimento, preços, taxas de câmbio, etc.) na determinação do comportamento na altura de viajar, ou ainda durante a viagem, com consequências na sazonalidade.

2.3.3. Causa comportamental

Os factores comportamentais decorrem de aspectos de cariz comportamental apontados por Allcock (1995) como factores explicativos para a sazonalidade da procura juntamente com os já mencionados anteriormente. Esta categoria agrupa os factores relacionados com determinados estilos de vida, determinadas motivações e preferências do turista que moldam o seu comportamento de consumo e influenciam a sazonalidade [preferência pelo sol, as férias, situação económica, preferência de alguns segmentos turísticos por locais ‘massificados’ e agitados enquanto outros segmentos, por exemplo, os turistas seniores preferem locais menos agitados (CEC, 1993)].

2.4. Impactos da Sazonalidade nos Destinos Turísticos

Assim como as causas da sazonalidade são diversas e complexas os impactos também o são, variando de destino para destino (Yacoumis, 1980), sendo do consenso geral que, a sazonalidade no turismo é um problema que urge atenuar/combater. A WTO (1984, *apud* Koenig-Lewis e Bishoff, 2005) refere que, quanto mais especializados, mais sazonais são os destinos, e os destinos com grandes centros urbanos, caracterizados por uma procura mais diversificada, apresentam menor grau de sazonalidade. No entanto, a sazonalidade traz com ela os problemas sociais, ambientais, e económicos, conforme é possível observar no quadro a seguir:

Quadro 3 – Sazonalidade turística: consequências e impactos

Consequências	Impactos
Económica	Flutuação da receita, encerramento de estabelecimentos, falta de serviços regulares, inflação local, perda de investimentos alternativos.
Social	Emigração da comunidade local, falta de regularidade na oferta de mão-de-obra especializada,
Ambiental	Novas instalações e infra-estrutura, degradação ambiental, poluição, produção excessiva de resíduos sólidos

Fonte: adapto de Correa, 1994; Canas, 2012

As consequências económicas referem-se, essencialmente, aos períodos de baixa temporada, pela perda de lucro devido ao ineficiente uso dos recursos turísticos (Canas, 2012; Martins, 2010; Baum; Lundtorp, 2001). Segundo Murphy (1985), quer as empresas quer as comunidades locais, necessitam de realizar receitas suficientes durante o verão de modo a garantir o seu sucesso (sobrevivência) durante o resto do ano. Devido ao baixo retorno de capital, torna-se difícil atrair investidores do sector privado, pelo que pode ser necessário recorrer a investimento de entidades públicas (Mathieson e Wall, 1982). Ainda, relativamente ao sector privado, os autores (*Op. Cit.*) consideram que apesar de algumas empresas fecharem durante a época baixa, outras apenas estão abertas com vista a cobrir os custos fixos, os quais representam uma grande percentagem dos custos totais.

Relativamente ao emprego, a sazonalidade do mercado de trabalho tem consequências negativas para os empregadores, pois têm dificuldades em recrutar funcionários a tempo inteiro, mas sim só durante a época alta, o que dificulta a manutenção dos padrões de qualidade dos serviços, para além da falta de formação específica de muitos dos funcionários (BAUM e LUNDTORP, 2001; BUTLER, 2001).

Além disso, outras “consequências de cunho económico estão relacionadas a diferenciação de preços nas distintas épocas do ano, a fragilidade estrutural devido a falta de recursos e os custos elevados pela irregularidade da oferta”. DE LAMARTE (2016, Pg. 77)

Para De Lamarte (2016), os impactos socioculturais relacionam-se não somente a comunidade local, mas também, aos turistas. No período de alta concentração de turistas os impactos podem estar relacionados ao convívio social no que se refere ao congestionamentos e filas para os serviços, saturação da infra-estrutura local o que pode levar a uma diminuição na qualidade de vida dos residentes. A oscilação na oferta e procura de serviços pode gerar um fluxo emigratório para localidades onde a oferta e permanência do emprego seja mais estável, isso pode representar

falta de mão-de-obra especializada. A criação de emprego pelo turismo é positiva, no entanto, pode trazer efeitos desestabilizadores para a comunidade local, pois desloca trabalhadores dos permanentes para ocupações sazonais.

Além disso, para Ruschmann (2004), quanto há ausência ou a drástica redução do movimento de turistas são gerados efeitos económicos negativos consideráveis nos destinos receptores contribuído para o desemprego e para a subutilização dos recursos e instalações turísticas.

Do ponto de vista ambiental, os impactos ambientais estão essencialmente relacionados com a elevada concentração de visitantes durante a época alta, provocando entre outros aspectos, acumulação de lixo e demais resíduos, poluição, congestionamentos e pressão sobre áreas mais sensíveis (Butler, 2001; Manning e Powers, 1984). Ainda Butler (2001) e Hartman (1986) consideram que a baixa pressão sobre os sistemas ecológicos na época baixa pode ser uma possibilidade para estes ecossistemas recuperarem e se prepararem para a época alta.

2.5. Potencialidades turísticas de um território

Segundo Araújo (2003), as potencialidades turísticas são delimitadas a partir das características próprias dos territórios, regiões e lugares que podem transformar-se em produto turístico e, posteriormente, em atractivo.

De acordo com o autor (*Op. Cit.*), pode-se dizer que potencialidades turísticas são atractivos turísticos, ou seja, o que o território, região ou lugar tem a oferecer, que pode atrair ou chamar a atenção dos turistas por algum motivo, seja ele categorizado em produto arquitectónico, paisagístico, natural ou cultural.

Para Almeida (2006, p. 216) potencial turístico refere-se “a existência de condições objectivas favoráveis da oferta turística, dos aspectos normativo-institucionais e de outros factores complementares capazes de viabilizar, por meio do adequado planeamento, uma exploração turística sustentável destinada a satisfazer uma demanda actual ou latente”.

Dando sequência ao referido anteriormente, Leno Cerro (1993, *in* Cabrita, 2012 e Cunha, 2008) refere que a análise do potencial turístico inicia-se com a elaboração de um *inventário* e classificação de recursos, elementos ou actividades que têm a capacidade actual ou potencial de atrair a procura turística.

2.6. Estratégia para a redução da sazonalidade turística

Dada a existência de alguma previsibilidade associada a sazonalidade (Getz e Nilson, 2004), os gestores e entidades responsáveis podem antecipar os impactos negativos da sazonalidade turística através da implementação de estratégias, as quais se devem ajustar as dinâmicas da procura e da oferta associadas ao destino tendo em conta as causas do fenómeno, as condições que o destino oferece em termos de potencialidades.

Na visão de Silva (1998), a diversificação dos produtos turísticos é um vector estratégico fundamental para o desenvolvimento mais sustentado e equilibrado do destino. Neste plano destaca-se a oferta baseada nos recursos do património histórico e cultural. Ribeiro e Remoaldo (2009) estimam que o turismo cultural, para além de ser um dos segmentos que continua a apresentar maior crescimento, represente já entre 35% a 70% de todo o turismo na Europa. Assim, é fundamental reforçar a posição deste tipo de produtos alternativos ao ‘Sol e praia’ com vista à sua consolidação, por forma a atingir uma maior diversificação de mercado e uma penetração em segmentos mais interessantes, nomeadamente do ponto de vista económico (SILVA, 1998).

Ainda no domínio do turismo cultural, uma das estratégias mais comuns de diversificação da oferta com o objectivo de estender a época alta, revê-se na criação de eventos e festivais (Getz 2004; Smale e Butler, 1991; Baum e Hagen, 1999; Ribeiro *et al.*, 2006). Recentemente, os eventos e festivais colocam uma especial ênfase na atracção de turistas, e alguns mesmo fazem parte de estratégias de desenvolvimento económico regional com base no turismo.

Os eventos e festivais são as estratégias mais comuns para atenuar a sazonalidade (Getz & Nilsson, 2004; Baum, 1998, *in* Koenig & Bischoff, 2005), incluindo os eventos tradicionais e os artificiais criados especialmente para atrair visitantes na época baixa.

Lee *et al.* (2008) defendem que as principais estratégias de gestão da sazonalidade se podem classificar nas seguintes:

- ❖ Diferenciação sazonal de preços;
- ❖ Diversificação de atracções;
- ❖ Diversificação de mercado; e

❖ Intervenção do estado/ governo.

Baum (1998), *apud* De Lamarte (2016) salienta a importância da coordenação entre o sector público e privado, o trabalho conjunto em parceria e a criação de redes entre os agentes e entidades, como uma das formas de reduzir a sazonalidade da procura no destino. Incentivos para o desenvolvimento de produtos fora da época alta, subsídios para a promoção de produtos durante todo o ano, fornecimento de informação sobre os produtos aos operadores, estratégias de promoção, coordenação e cooperação entre os vários agentes de modo a facilitar o desenvolvimento e o *marketing*/promoção de pacotes de férias atractivos para a época baixa, e incentivar as atracções e outros serviços para estarem abertos ao publico durante a época baixa e a época intermédia.

Wittetal. (1991), citados em Almeida e Kastenholtz (2009) defendem a importância de três estratégias importantes para a alteração dos padrões da sazonalidade e consequentemente da sua gestão: são elas, a diversificação do *mix* de produto; a diversificação dos mercados (a nível dos segmentos turísticos); a diferenciação dos preços e o estímulo promovido pelo sector público.

CAPÍTULO III: APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

No presente capítulo, apresentamos as características gerais da área de estudo, a apresentação e discussão dos resultados de pesquisa de campo com base nos questionários, com intuito de indicar estratégias para reduzir a sazonalidade turística no Município de Inhambane

3.1. Apresentação dos Resultados

3.1.1. Caracterização da área de estudo – Município de Inhambane

O Município de Inhambane – MI é um dos cinco municípios da província de Inhambane, e encontra-se localizado na região Sul de Moçambique. Chambule, *et al.*(2009), afirma que o MI dista-se a cerca de 480 km da cidade de Maputo, capital moçambicana e a 30 km da Estrada Nacional n.º 1. Pode-se aceder por via terrestre, pelo desvio de Lindela ou pelo desvio de Agostinho Neto, como também se pode aceder por via aérea, pelos voos directos de Johannesburg (África do Sul), voos de Maputo ou voos que ligam Johannesburg e Vilankulo. Este município é igualmente acessível por via marítima, uma vez dispor de uma baía com profundidade suficiente para a atracagem de embarcações de pequeno porte.

De acordo com Nhantumbo (2007), em termos de localização geográfica o município localiza-se entre as latitudes 23°45'50"S (Península de Inhambane) e 23°58'15"S (Rio Guiúá) e as longitudes 35°22'12"E (Ponta Mondela) e 35°33'20"E (Cabo de Inhambane), englobando uma parte continental e duas ilhas (ilha de Inhambane e ilha pequena), abrangendo uma área total de 192 km². Este município é a capital da província de Inhambane e, segundo o Instituto Nacional de Estatística (INE, 2010), ocupa uma superfície equivalente a 0.3% do território total da província e é limitado a Norte pela Baía de Inhambane (Oceano Índico), a Sul pelo Distrito de Jangamo, através do rio Guiúá, a Este pelo Oceano Índico e Oeste pela Baía de Inhambane/Cidade de Maxixe. A figura 1 ilustra o enquadramento do MI no território nacional.

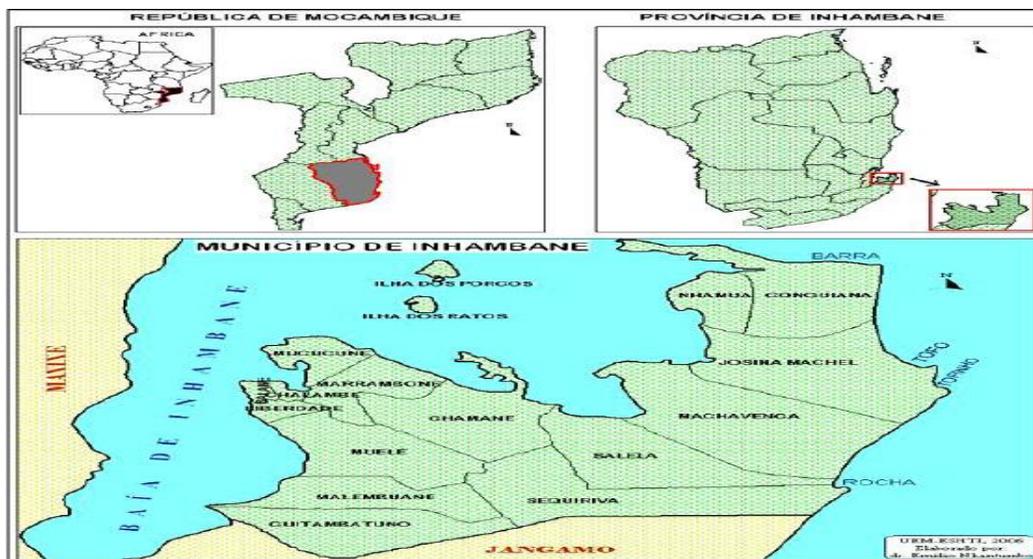


Figura 1 – Localização geográfica do Município de Inhambane
 Fonte: Nhantumbo (2007, p. 18)

O MI é composto por áreas urbanas, semiurbanas e rurais, distribuídas por 23 Bairros, dos quais: Balane I, Balane II, Balane III, Liberdade I, Liberdade II, Liberdade III, Chalambe I, Chalambe II, Muelé I, Muelé II, Muelé III, Marrambone, Mucucune, Chemane, Conguiana, Malembuane, Guitambatuno, Nhamua, Josina Machel, Machavenga, Salela e Siquiriva e Ilha de Inhambane (figura 2). O MI apresenta, dentro do seu território, as praias da Barra, Tofo, Tofinho e da Rocha, as quais não constituem unidades territoriais (Nhantumbo, 2007).



Figura 2 – Distribuição dos bairros no MI
 Fonte: Cenacarta (2012, in Azevedo 2014: 54)

3.1.2. Épocas de turismo no Município de Inhambane

A sazonalidade, conforme abordado no início deste trabalho, é a flutuação da procura turística num destino durante o ano, fazendo com que haja na actividade do turismo a época alta, época média e a época baixa.

Quando questionados sobre a existência de sazonalidade turística, os inquiridos foram unânimes ao afirmar que existe flutuação da procura turística no município. O que prova a existência desta flutuação segundo a DPCURTURI, são os dados do fluxo turístico fornecidos pelos operadores turísticos, tal como se pode aferir na tabela 1.

Tabela 1 – Fluxo Turístico do Município de Inhambane (2015, 2016 e 2017)

Mês Ano	Abril	Dezembro e Janeiro	Valor Anual
2015	7.059	27.187	86.145
2016	11.309	35.949	95.007
2017	106.000	300.000	406.660

Fonte: o autor com base nos dados do fluxo turístico do MI

Ao analisar a tabela 1, verifica-se que em 2015, o município registou uma entrada de 7.059 turistas no mês de Abril e 27.187 turistas nos meses de Dezembro e Janeiro que juntos totalizaram uma entrada de 86.145 turistas. Já em 2016 registou uma entrada total de 95.007 turistas, dos quais 11.309 deram entrada no mês de abril e 16.028 no mês de Dezembro. Seguidos por um total de 406.660 turistas que deram entrada em 2017, distribuído por 106.000 turistas no mês de Abril e 300.000 turistas no mês de Dezembro e Janeiro.

Fazendo uma breve análise dos dados do fluxo turístico acima apresentados, verifica-se que nos anos 2015, 2016 e 2017 o volume de entrada anual está repartida em dois períodos, dos quais, final e principio do ano (Dezembro e Janeiro) em que se verifica a maior número de turistas (época alta), período da páscoa (Abril) onde se verifica um número menor (época média) quando comparado com o volume de entradas do final de ano e os restantes meses (Fevereiro, Março, Maio, Junho, Julho, Agosto, Setembro, Outubro e Novembro), apresentam valores bastante inferiores à média anual, dando origem à época baixa. Como se pode observar na figura a seguir.

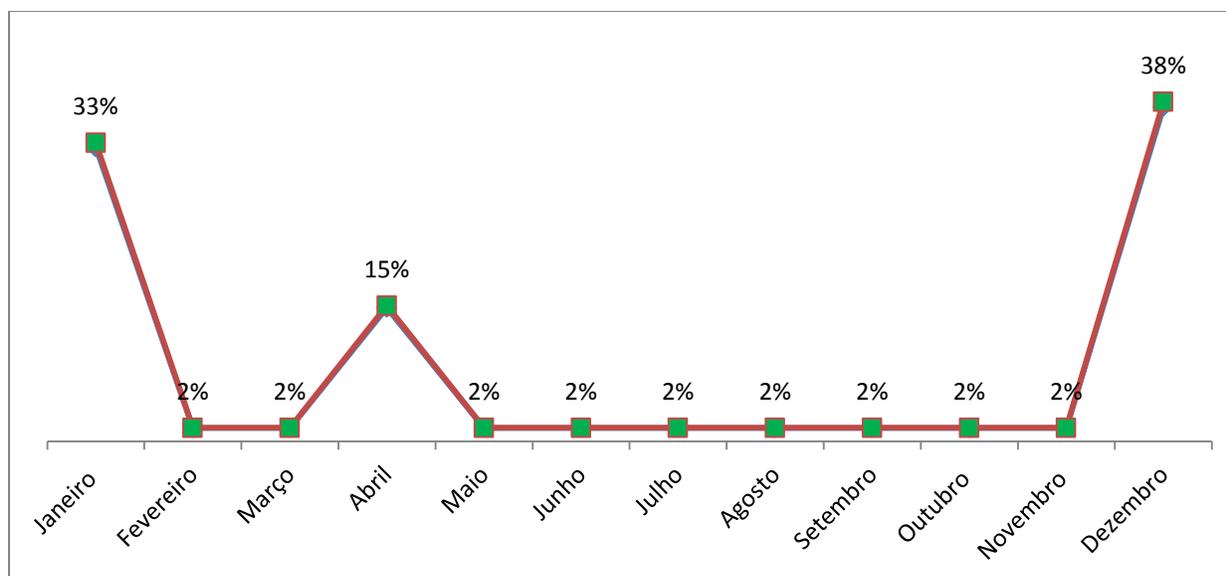


Figura 3 - Épocas de turismo no Município de Inhambane
 Fonte: o autor com base nos dados do fluxo turístico do MI

Ao analisar a figura 3, verifica-se uma alta concentração de turistas no mês de Dezembro e Janeiro que são influenciados pelo período de férias profissionais e escolares que coincidem com verão (época propícia para a prática do turismo de sol e mar); uma média concentração no mês de Abril que deve-se ao período da Páscoa e uma baixa concentração nos meses de Fevereiro, Março, Maio, Junho, Julho, Agosto, Setembro, Outubro e Novembro que são influenciados pelas causas: naturais, comportamentais e institucionais (que estão mais detalhadas no subcapítulo 3.1.4). As figuras a seguir (4,5,6,7 e 8) e o apêndice E, apresentam as características do perfil dos turistas que visitam o MI nas épocas altas e médias.

Quanto aos dados empíricos apurados em relação ao género, dos 100 turistas inquiridos, 66.67% são do sexo masculino e 33.33% do sexo feminino, como se confirma na figura 4.

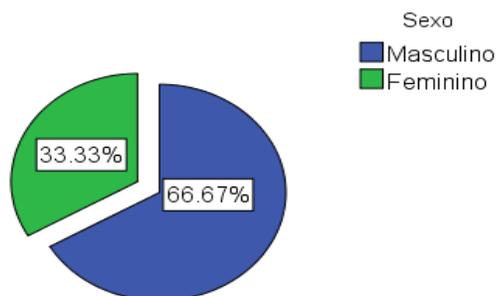


Figura 4– Distribuição dos turistas que visitam o MI por género
 Fonte: o autor com base nos depoimentos dos turistas que visitam o MI

Quando à faixa etária, de acordo com os dados apurados no campo o MI recebe maioritariamente adultos com idades compreendidas entre os 25 a 34 anos (66.67%), seguidos pelos jovens com idades compreendidas entre os 16 a 24 anos (27.78%), que em conjunto representam 94.45 do total de turistas (figura 5).

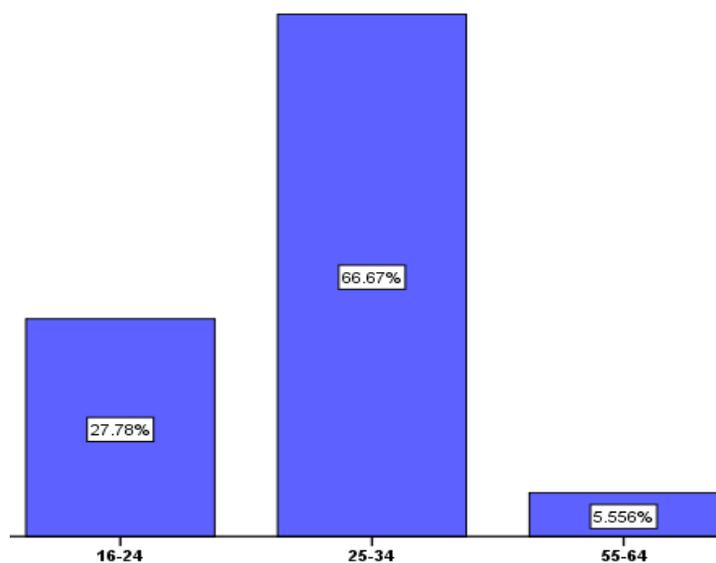


Figura 5 – Distribuição dos turistas por faixa etária

Fonte: o autor com base nos depoimentos dos turistas que visitam o MI

No respeitante ao país de proveniência, os turistas são maioritariamente provenientes de África do Sul (33.33%), seguindo-se os residentes de Alemanha com uma expressão de (27.78%) e Portugal com (16.67%) que em conjunto representam (77.78 %) do total. (figura 6).

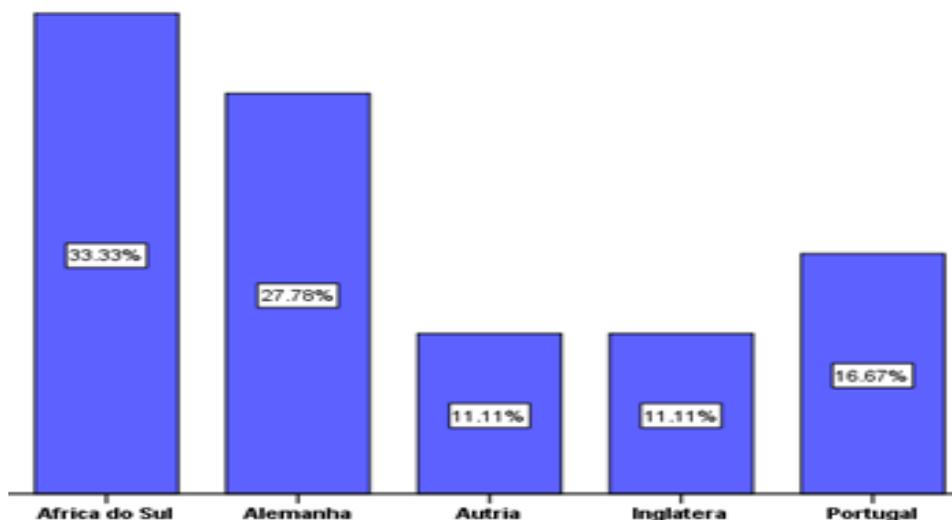


Figura 6 – Distribuição dos turistas por país de proveniência

Fonte: o autor com base nos depoimentos dos turistas que visitam o MI

Em relação ao nível de escolaridade dos turistas inqueridos, apurou-se que a maior parte frequentou pós graduação 77.78%. Destaca-se também o grupo que frequenta o nível superior 20.22% (figura 7).

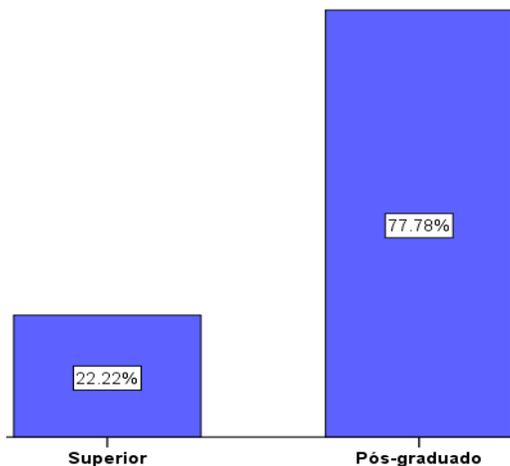


Figura 7 – Nível de escolaridade

Fonte: o autor com base nos depoimentos dos turistas que visitam o MI

Da leitura que se pode fazer da figura 8, respeitante à motivação da visita ao MI, constata-se que 77.78% dos turistas realizaram a deslocação motivada pelo turismo náutico de recreio, 16.67% pelo turismo cultural e 5.556% pelo turismo cultural.

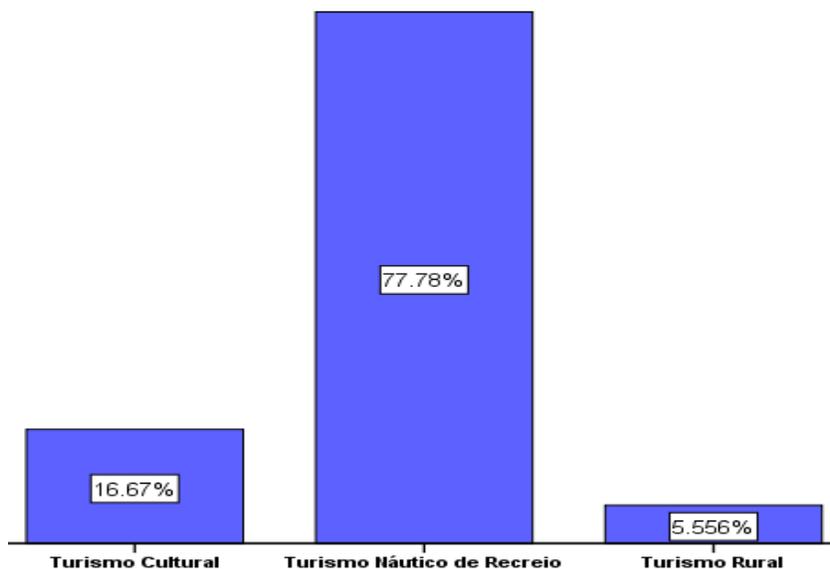


Figura 8– Motivação da visita

Fonte: o autor com base nos depoimentos dos turistas que visitam o MI

3.1.2. Causas da sazonalidade turística no Município de Inhambane

Para os operadores turísticos, a maior causa da flutuação da procura turística no MI é causa natural (por este ser caracterizado pelo segmento de turismo de sol e mar, e este depende fortemente das condições climáticas), causa comportamental (pelo perfil de turistas que visita o destino, em que sua principal motivação de visita ao município é o “turismo náutico de recreio” (77,78%), causa institucional (este aspecto resulta das férias profissionais e escolares, aliado ao facto de ser no verão em que o clima em Inhambane é mais favorável ao gozo de férias para quem procura o turismo de sol e praia. No entanto, uma vez que o período de férias escolares de maior duração (Dezembro e Janeiro) coincide com o verão fazendo com que as férias profissionais sejam igualmente marcadas nessa altura, definindo por isso padrões sazonais da procura).

Uma outra causa que merece atenção é a não diversificação da oferta turística por parte dos operadores turísticos. Estes promovem apenas o turismo de sol mar, deixando de lado os turistas cuja experiência cultural é um dos motivos principais da visita. Seguido pela imagem de guerra que os turistas têm de Moçambique. Perante estas situações de instabilidade, os turistas ficam sempre com dúvidas em visitar o destino Inhambane e acabam preferindo não arriscar, afirmaram alguns inquiridos.

3.1.3. Impactos da sazonalidade turística no Município de Inhambane

No concernente o impacto da sazonalidade turística, os inquiridos identificaram como principal consequência da sazonalidade turística no município o impacto económico. As consequências económicas referem-se, essencialmente, aos períodos de baixa temporada, em que maior parte dos operadores turísticos vê-se forçados a encerrar temporalmente ou definitivamente os seus estabelecimentos por não conseguirem cobrir os custos fixos (água, energia, *internet* e salários dos trabalhadores). Ao encerrarem os estabelecimentos, os proprietários são obrigados a demitir os trabalhadores, o que contribui para o aumento da taxa de desemprego para a comunidade local. E não só, este encerramento dos estabelecimentos turísticos influencia também na receita do estado a partir dos impostos, uma vez que o turismo é uma das principais fontes de rendimento no município, o Governo Provincial conta com as taxas de imposto advindas deste

sector para construir escolas, hospitais, furos de água, e vias de acesso. Contribuído assim, para o desenvolvimento do município em particular e da província no geral.

As instituições inquiridas afirmaram que torna-se difícil atrair investidores para o sector por este apresentar características sazonais. Além disso, outras consequências de cunho económico estão relacionadas a diferenciação de preços nas distintas épocas do ano, o que em algum momento prejudica o turismo doméstico.

3.1.4. Potencialidades turísticas do Município de Inhambane

Inhambane é considerada uma área prioritária para o desenvolvimento do turismo em Moçambique. Este desígnio é consubstanciado pelo PEDTM (2004) e deve-se ao facto da província possuir uma diversidade impressionante de atractivos naturais e artificiais que estão classificados da seguinte maneira:

a) Fauna e Flora

Segundo o PEPI II (2011) – Plano Estratégico da Província de Inhambane, nos 9 distritos costeiros da Província de Inhambane, nos quais se inclui o MI, abundam recursos faunísticos com destaque para os “*marine big five*” (os 5 grandes do mar), isto é, os dugongos, golfinhos, tartarugas marinhas, tubarão baleia e raia manta (figura 9), que constituem a principal motivação de visita à região (47,1%).

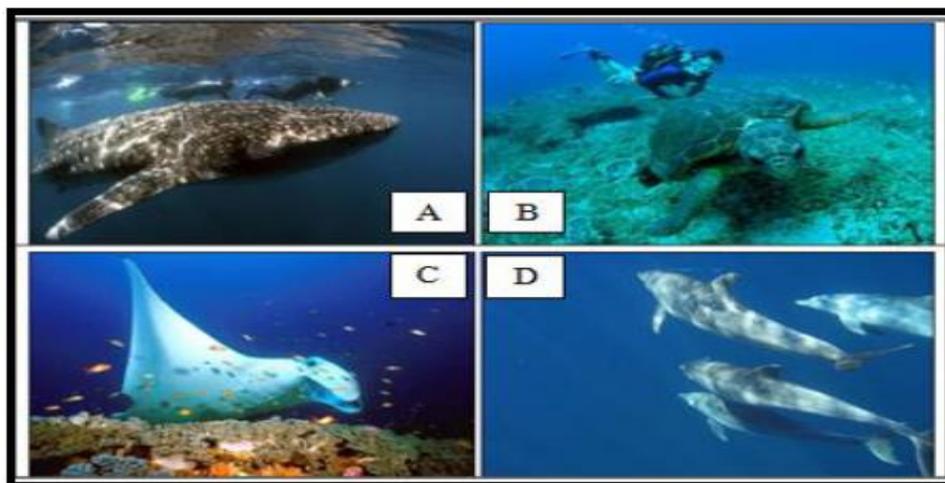


Figura 9 – Tubarão-baleia (A); Tartaruga (B); Raia manta (C); Golfinhos (D)

Fonte: Pierce e Marshall (s.d., *in* Nhantumbo, 2009: 13)

Saliente-se que para além dos famosos “*marine big five*”, no MI é possível encontrar ainda mamíferos de pequeno porte, embora em populações muito reduzidas devido a exiguidade e desaparecimento gradual dos seus habitats, como é o caso do macaco de cara preta e a gerboa peluda das dunas. Relativamente às aves, existem cerca de 72 espécies com destaque para os flamingos, o calau colorado, o falcão, o papagaio de cabeça castanha, entre outras (FIEGE *et al.*, 2002).

b) Edificações histórico – monumentais

De acordo com guião de observação, foi possível aferir que o MI, em termos de património monumental e arquitectónico, apresenta (Estação dos Caminhos de Ferro, Casa Hoffmann, Mesquita Velha; Mesquita Nova; Museu de Inhambane; Estátua de Vasco da Gama; Pórtico das Deportações; Buraco do Tofinho), estes patrimónios monumentais e arquitectónicos podem exercer uma função importante na atracção de fluxos turísticos.

Um outro aspecto de grande referência patrimonial de acordo com Raquel (técnica superior de turismo do CMCI), tem a ver com as infra-estruturas religiosas que também reflectem de forma evidente a influência do povo árabe (islamismo) e europeu (catolicismo) (português em especial), evidenciada pela igreja velha, concebida pelos cristãos portugueses, e pela igreja nova – a catedral de Nossa Senhora da Conceição, terminada em 2002, com um tamanho muito maior em relação à igreja velha, apresentando uma estrutura que imita a Arca de Noé e que proporciona uma vista única quando conjugada com a Baía de Inhambane.

As duas instituições públicas inquiridas (CMCI e DPCULTURI) foram unânimes no reconhecimento da importância do mercado central como um dos edifícios com destaque na atracção de visitantes, não só pelo seu relevante aspecto arquitectónico, pela sua localização no centro da cidade e por ser o terminal dos transportes rodoviários como também pelo facto de oferecer uma variedade de produtos, desde os de primeira necessidade até às lembranças sempre procuradas pelos visitantes, e onde se sente o acolhimento por parte dos residentes na “terra da boa gente”.

Todavia, todas estas infra-estruturas quando promovidas através de um roteiro turístico da cidade de Inhambane (como sugere a figura 10) podem exercer uma função importante na redução da

sazonalidade turística no município, não só devido à sua qualificada arquitectura, como também à sua carga histórica e cultural, uma vez que são edifícios, na sua maioria, construídos no período colonial e por apresentarem uma forte influência árabe.



Figura 10 – Proposta do Roteiro Turístico do MI
Fonte: Adaptado do *Google Earth*

c) Manifestações folclóricas, festas, feiras, danças e gastronomia local

De acordo com Raquel (técnica superior de turismo do CMCI), no MI realizam-se eventos referentes à comemoração do dia da cidade de Inhambane, à entrada do verão “festival da barra”, ao Carnaval Municipal, bem como outras festas tradicionais destacadas a seguir.

Realizam-se danças tradicionais como a *Makarita*; *Xigubo*; *Xibavane*; *Zoré*; *Xingomana*, *Xisaizana*, *Ngalanga*, *Massassa*, *Guissedede*, *Ndzumba* e *Guikiki*, com base nos seguintes instrumentos musicais: *Xigubo*, *Chikitsi*, *Matraca (Gocha)* *Emarrongue* com destaque para a *Timbila*, o instrumento que foi considerado património da humanidade pela UNESCO em 2005.

No tocante as manifestações folclóricas, estes podem ser aproveitados para o turismo cultural através da promoção de uma agenda de eventos culturais *online* a turistas cuja experiência cultural é um dos motivos principais da visita. (vide no apêndice F a proposta da agenda cultural *online*)

Sobre a gastronomia característica importa transparentar que os pratos típicos do MI têm como base os frutos do mar/mariscos e é influenciada pela mescla de várias culturas (local, muçulmana, indiana e portuguesa). Porém, entram em distinção a *mathapa* (folha de mandioqueira), *xiguinha* de cacana e feijão nhemba, molina (mistura de farinha de mandioca com amendoim torrado), *kathikalango*, bolo de sura; *mutlhutlho* de peixe (molho de peixe), *piripiri*, *xibaba*, caril de amendoim e caranguejo, caril de camarão seco com verduras variadas, xima (massa de farinha de milho); e bebidas tradicionais: sura (bebida tradicional do coqueiro), *tontonto* (aguardente), entre outras.

Para os amantes da degustação de pratos típicos podem disfrutar do turismo gastronómico, acompanhado de bebidas tradicionais.

d) Artesanato: em relação ao artesanato no MI, pode-se afirmar que:

O artesanato local é representado por objectos produzidos manualmente ou através de equipamentos rudimentares. As técnicas mais comuns na produção dos artigos são: cerâmica, cestaria, tecelagem, bordados, esculturas de madeira e alguns utensílios domésticos como demonstra a figura à seguir.



Figura 11 – Artesanato local

Fonte: Dados obtidos através do trabalho de campo desenvolvido no MI

O principal local de oferta de produtos artesanais é o mercado central do MI, sendo as praias do Tofo e da Barra os locais secundários. De forma esporádica, os artesãos vendem os seus produtos em eventos como o festival do Tofo, semana internacional do Turismo, feiras de saúde, no dia da cidade de Inhambane, entre outros eventos não programados, facto que mostra que não existe um local específico destinado para o efeito.

3.1.5. Estratégias para a redução da sazonalidade no Município de Inhambane

Em relação as estratégias utilizadas para atraírem clientes/turistas na época baixa, a DEPCULTURI afirmou que:

- ❖ Tem realizado feiras e festivais com destaque para a feira yagaya que ocorre todos os últimos finais de semana de cada mês na Praça da Marinha;
- ❖ Tem usado de plataformas digitais para fazer *marketing*;
- ❖ Sensibilizam os operadores turísticos para praticarem preços promocionais e
- ❖ Incentivam a prática de actividades culturais nos empreendimentos turísticos (Tofo Mar, Dinos Bar, Sentidos Beache e Manguela Light) como forma de atraírem clientes na época baixa.

Já o CMCI, assegurou que tem organizado feiras de arte em todos últimos finais de semana de cada mês na praça da Marinha e festivais com destaque ao festival de tofo e carnaval para combater a sazonalidade turística no Município de Inhambane.

No que concerne aos operadores, estes, na sua maioria afirmaram categoricamente que tem reduzido os preços habitualmente por eles praticados na época baixa para atraírem mais clientela.

Porém, os resultados da pesquisa comprovaram que as estratégias adoptadas pelos inquiridos não se ajustam as dinâmicas da procura e da oferta associadas ao destino tendo em conta as causas da sazonalidade, as condições que o destino oferece em termos de potencialidades turísticas. Daí que se propõem estratégias que vão ao encontro da realidade do MI, tendo em conta as causas, as potencialidades turísticas e o perfil de turistas que visitam o município. É com base nestes pressupostos que se propõe a estratégia de diversificação da oferta turística, através da promoção do:

- ❖ **Turismo Cultural:** O património histórico e cultural do MI é bastante rico, traduzido em monumentos históricos, locais sagrados, folclore diverso, rico artesanato, entre outros elementos patrimoniais, que retratam a história e cultura local, portuguesa, indiana e árabe. Foi identificado este segmento porque estas não dependem do clima, e o tipo de turista que atraem são pessoas cuja experiência cultural é um dos motivos principais da visita. Nesta linha, diante deste manancial, existe a necessidade de se criar agendas culturais, e centros culturais capazes de albergar saraus, festivais, festas e feiras culturais durante todo ano, por forma, não só a diversificar a oferta e a reduzir a sazonalidade, como também garantir a manutenção da identidade cultural e preservar a tradição. (vide no apêndice F a proposta da agenda cultural *online*);
- ❖ **Turismo Religioso:** Foi identificado este segmento, devido à exiguidade de locais para o efeito. Os visitantes que pretendem visitar lugares de culto e a santuários religiosos poderiam visitar as Mesquitas velha e nova, a Igreja católica N.ª S.ª da Conceição, a Igreja Velha, bem como o Templo dos Indianos;
- ❖ **Turismo Urbano:** Os visitantes amantes deste tipo de segmento poderão visitar o MI, na perspectiva de lazer, não para fazer compras, nem para participar em concertos, mas para interpretar o tempo a história e a cultura local, através das ruas e avenidas, dos monumentos e das praças, por se tratar de uma pequena cidade histórica;
- ❖ **Tourings genéricos e temáticos:** Este tipo de produto prende-se essencialmente na oferta de itinerários turísticos gerais e específico, que serviria como um produto complementar ao turismo cultural, e estaria vocacionado essencialmente na oferta de *city tours* para a visitas pedestres ou com modo de transporte aos monumentos históricos e culturais do MI, como também fora da cidade para visitar as ilhas e os bairros localizados nas zonas rurais do município. Os *Tourings* temáticos, podiam envolver como temas, a gastronomia local, pela visita aos restaurantes e outros locais onde se confeccionem pratos típicos e a residências seleccionadas dentro e fora da zona urbana para a apreciação da gastronomia local (fabrico de bebidas, por exemplo). A questão central neste produto, reside na

necessidade de se criarem roteiros e percursos que criem um cruzamento sinérgico entre as atracções. (vide a proposta do roteiro turístico da figura 10);

- ❖ **Turismo Comunitário:** Considerado um produto promissor, pelo potencial que apresenta (9 bairros rurais e 7 semiurbanos), daí que torna-se uma alternativa inovadora proporcionar, através de iniciativas locais, o contacto e troca de experiências entre os visitantes e a comunidade local, algo que carece de acções do poder local por forma a motivar os residentes a desenvolverem actividades, como por exemplo passeios de barco à vela, venda de produtos agrícolas e mariscos, bem como a criação de micro e pequenos negócios que possam ser rentáveis durante todo o ano para melhorar a qualidade de vida, preservando os modos de produção e de vida locais;
- ❖ **Gastronomia típica/local:** A gastronomia típica do MI é uma estratégia muito promissora devido à conjugação de mariscos e peixes diversos à Matapa, Xiguinha de cacana, Molina, Kathikalango, Bolo de Sura, às Bebidas tradicionais como Sura, Tontonto e ao Malcuado, pratos que devem ser transformados em atracções e em produtos da oferta de forma contínua e linear, apostando na promoção e difusão das suas potencialidades nutricionais em feiras gastronómicas, em sites e em outros canais especializados, bem como na sua venda em estabelecimentos de restauração, por forma a buscar a sua notoriedade e expressividade por acreditar-se que a longo prazo possam constituir um grande factor de atracção de visitantes para o MI.

No domínio da calendarização destas actividades, estes devem ser inaugurados e promovidos nos meses de época alta (Dezembro e Janeiro) e época media (Abril) como se sugere na proposta da agenda cultural *online* (vide no quadro 4), e após se tornarem mais notórios e com uma clientela estabelecida, transferi-los gradualmente para os meses da época baixa como foi feito, no estudo de caso de Higham e Hich (2002; 175-185) na Nova Zelândia (vide no anexo 2), onde a alteração do calendário do *rugby*² ajudou a prolongar a época alta.

² O rúgbi ou rãguebi, também chamado rugby, é um esporte colectivo de intenso contacto físico. É originário da Inglaterra. Por ter sido, inicialmente, concebido como uma variação do futebol, foi chamado anteriormente de "rugby football". Wikipédia

3.2. Discussão dos Resultados

A sazonalidade turística é caracterizada pelas oscilações na procura ao longo do ano, geralmente associadas a diferentes épocas no mercado turístico designadamente:

- ❖ A época alta, onde se concentra a maior parte da procura;
- ❖ A época média, onde existe uma redução da procura turística; e
- ❖ A época baixa, onde a procura é muito reduzida (Getz & Nilsson, 2004, Connell *et al.* 2015).

O posicionamento do autor (*Op. Cit.*) é uma realidade no MI, uma vez que os inquiridos foram unânimes ao afirmar que o município sofre de oscilações da procura turística em todos anos, onde verifica-se época alta (Janeiro e Dezembro), média (Abril) e baixa (Fevereiro, Março, Maio, Junho, Julho, Agosto, Setembro, Outubro e Novembro).

Segundo os inquiridos, as maiores causas de oscilações da procura turística no MI são:

- ❖ **Causa natural:** por este ser caracterizado pelo segmento de turismo de sol e mar, e este depende fortemente das condições climáticas;
- ❖ **Causa comportamental:** pelo perfil de turistas que visita o destino, em que sua principal motivação de visita ao município é o “turismo náutico de recreio” (77,78%);
- ❖ **Causa institucional:** este aspecto resulta das férias profissionais e escolares, aliado ao facto de ser no verão em que o clima em Inhambane é mais favorável ao gozo de férias para quem procura o turismo de sol e praia.

Esta apreciação converge com as principais causas referenciadas por Baron (1975) e Butler (2001).

A sazonalidade traz com ela problemas sociais, ambientais, e económicos WTO (1984, *apud* Koenig-Lewis e Bishoff, 2005). Dos problemas apresentados pelos autores (*Op. Cit.*), o que mais se faz sentir no MI, segundo os inquiridos é o impacto económico. Estas consequências económicas referem-se, essencialmente, aos períodos de baixa temporada, em que maior parte dos operadores turísticos vê-se forçados a encerrar temporalmente ou definitivamente os seus estabelecimentos.

Para reduzir os impactos económicos causados pela sazonalidade, é necessário que se adoptem certas estratégias que possam atrair ou chamar a atenção dos turistas por algum motivo, sejam elas categorizadas por produtos arquitectónicos, paisagísticos, naturais ou culturais.

Atendendo e considerando que o MI para além de possuir vasta fauna e flora (*marine big five*), ele é também extremamente rico em termos de património cultural, histórico – monumentais, (manifestações folclóricas, festas, feiras, danças e gastronomia local e artesanato) que pode atrair ou chamar a atenção dos turistas.

Considerando que as características sazonais da procura afectam grande parte dos destinos turísticos, é urgente que todos os agentes públicos e privados se envolvam no sentido de definirem estratégias que permitam atenuar os seus efeitos negativos (Baron, 1975; Butler, 2001; Hall, 1991; Manning e Powers, 1984; Yacoumis, 1980). Os operadores e as instituições públicas inqueridas adoptam algumas estratégias para reduzir a sazonalidade turística no município. Todavia, os resultados da pesquisa comprovaram que as estratégias adoptadas pelos inquiridos não se ajustam as dinâmicas da procura e da oferta associadas ao destino tendo em conta as causas da sazonalidade, as condições que o destino oferece em termos de potencialidades turísticas.

Constatando-se porém, a necessidade de se propor estratégias que confluem com a realidade do MI, considerando as causas, as potencialidades turísticas e o perfil de turistas que visitam o município. Foi com base nestes pressupostos que se propuseram estratégias de diversificação da oferta turística, através da promoção do turismo cultural, turismo religioso, turismo urbano, turismo comunitário, gastronomia típica/local , *tourings* genéricos e temáticos para reduzir a sazonalidade turística no município.

CAPÍTULO IV: CONCLUSÕES

Neste capítulo, apresenta-se a síntese dos resultados obtidos de acordo com os objectivos, tendo por base as reflexões que foram sendo construídas no decurso do trabalho e ainda algumas recomendações para que as estratégias propostas se efectivem.

4.1. Conclusão

Diante das informações recolhidas, concluiu-se que existe sazonalidade turística no Município de Inhambane. Isto porque verifica-se uma maior concentração de turistas no mês de Dezembro e Janeiro, uma média concentração no mês de Abril e uma baixa concentração de turistas nos meses de Fevereiro, Março, Maio, Junho, Julho, Agosto, Setembro, Outubro e Novembro. Os turistas que visitam o município nas épocas altas e medias apresentam aproximadamente o seguinte perfil: é predominantemente do sexo masculino (66,67%); apresenta idades entre os 25 e os 34 anos (85%); reside maioritariamente na República da África do Sul (33,33%); detém um nível de instrução predominantemente de pós-graduação (77,78%); o “turismo náutico de recreio” é a sua principal motivação de visita à região (77,78%).

No que concerne as consequências, aferiu-se que impacto económico constitui a principal consequência da sazonalidade turística no município. Este impacto é influenciado por diversas causas, dentre as quais: causas naturais, comportamentais, institucionais, a não diversificação da oferta turística e a imagem de guerra que os turistas têm de Moçambique, por causa da tensão político-militar.

Quanto as potencialidades turísticas do MI, aferiu-se que para além da fauna e flora (*marine big five*), o município é rico em termos de património cultural, histórico – monumentais, (manifestações folclóricas, festas, feiras, danças e gastronomia local e artesanato).

Em relação as estratégias utilizadas para reduzir a sazonalidade, os operadores e as instituições públicas adoptaram algumas estratégias para reduzir a sazonalidade turística no município. Porém, os resultados da pesquisa comprovaram que as estratégias adoptadas pelos inquiridos não se ajustam a realidade do MI.

Para se ter reposta a questão de partida desta pesquisa, teve que se ter em conta as causas, as potencialidades turísticas e o perfil de turistas que visitam o município, só assim foi possível apresentar algumas medidas que irão permitir o governo e os operadores obterem informações de estratégias para reduzir a sazonalidade turística no MI. Das estratégias, propõe-se a diversificação da oferta turística, através da promoção do turismo cultural, turismo religioso, turismo urbano, turismo comunitário, gastronomia típica/local , *tourings* genéricos e temáticos. As estratégias propostas só se vão efectivar se a DEPCULTURI e o CMCI, desenvolvam, encorajem e incentivem a criação de estratégias de *marketing* direccionado a pessoas cuja a sua principal motivação de visita à destinos seja o segmento de turismo apresentado.

Desta forma, pode-se afirmar que as hipóteses levantadas no subtítulo 1.3 são validas por se ter apurado que, de facto é necessário se diversificar a oferta turística, através da promoção de novos produtos turísticos.

4.2. Recomendações

Para que as estratégias referenciadas no capítulo 3.1.7 se efectivem, recomenda-se:

- ❖ A DEPCULTURI e o CMCI, devem desenvolver, encorajar e incentivar a criação de estratégias de *marketing* direccionado a segmentos de clientela não sazonais - pessoas cuja experiência de do turismo cultural, turismo religioso, turismo urbano, turismo comunitário, gastronomia típica/local , *tourings* genéricos e temáticos é um dos motivos principais da visita;
- ❖ Que a DEPCULTURI e o CMCI forneçam informação aos operadores turísticos sobre os produtos, bem como criar incentivos ao desenvolvimento de produtos turísticos culturais fora da época alta;
- ❖ Coordenação e cooperação entre subsectores turísticos, no sentido de desenvolver e promover ofertas pacotes turísticos culturais;
- ❖ Coordenação e cooperação entre o sector público e privado, no sentido de encorajarem e incentivarem o turismo doméstico, a partir de promoções e descontos.

5. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ALLCOCK, J. B. (1995). Seasonality. Em Witt, S. e Moutinho, L. (Eds.), *Tourism Marketing and Management Handbook* (pp. 92-104). Hertfordshire: Prentice-Hall International.
2. ALMEIDA, A. L. de; KASTENHOLZ E (2009). *A sazonalidade no turismo e a estratégia de diversifica da procura: O Caso do Norte de Portugal*. Disponível em: <<http://www.atsie.com/Portals/4/artigos/A%20sazonalidade%20no%20Turismo.pdf>> Acesso em: 15\08\17.
3. ALMEIDA, A. L. e Kastenholz, E. (s.d.). *A Sazonalidade no Turismo e a Estratégia de Diversificação da Procura: o Caso do Norte de Portugal*. Acedido em Acedido em 20 de agosto de 2017 em: <http://www.atsie.com/Portals/4/artigos/A%20sazonalidade%20no%20Turismo.pdf>.
4. AMELUNG, B., Nicholls, S. E. e Vinder, D. *Implications of Global Climate Change for Tourism Flows and Seasonality*. 2007. *Journal of Travel Research*, p. 285-296.
5. AZEVEDO, H. (2014). *A segurança em territórios turísticos: o caso do município de Inhambane em Moçambique*. (Tese de Doutoramento) Programa de Pós-Graduação em Geografia do Instituto de Estudos Socio ambientais, Universidade Federal de Goiás, Goiânia, Brasil.
6. BANDER, O.; SCHUMACHER, K. P.; STEIN, D. *Measuring Seasonality in Central Europe's Tourism – how and for what?* Talk: CORP 2005 – 10th INTERNATIONAL CONFERENCE ON INFORMATION & COMMUNICATION TECHNOLOGIES, WIEN, p. 303-309, 2005
7. BARRETTO, M. (2003). *Manual de iniciação ao estudo de turismo*. 13^a edição, Campinas: SP- Papirus editora.
8. BARDOLET, E. (2001). *A Methodological Approach to Tourism Seasonality: A Balearic Islands Perspective*. EM Toivonen, T. e Honkanen, A. (Eds.), *North – South: Contrasts and Connections in Global Tourism*, Proceedings of 7th Atlas International Conference (pp.8-15). Savonlinna: FUNTS, University of Joensuu.

9. BARON, R. V. (1975). *Seasonality in Tourism: A Guide to the Analysis of Seasonality and Trends for Policy Making*. Technical Series, No. 2. London: The Economist Intelligence Unit.
10. BARRETO, Alcyrus V. P.; HONORATO, Cezar de F (1998). *Manual de sobrevivência na selva acadêmica*. Rio de Janeiro: Objeto Direto.
11. BARRETO, M., (2006). *Manual de Iniciação ao Estudo do Turismo*. 17ª ed. São Paulo: Papyrus Editora.
12. BARRETO, M (1991). *Planejamento e Organização do Turismo*. 4ª ed. Campinas: Papyrus.
13. BAUM, T. e Hagen, L. (1999). *Responses to seasonality: The experiences of peripheral destinations*. International Journal of Tourism Research, 1 (5), 299-312.
14. BAUM, T. e HAGEN, L. (1999). Responses to seasonality: The experiences of peripheral destinations. International Journal of Tourism Research, 1: 299-312.
15. BAUM, T. e Lundtorp, S. (2001). Seasonality in Tourism: An Introduction. Em Baum, T. and Lundtorp, S. (Eds.), *Seasonality in Tourism* (pp.1-4). Oxford: Elsevier Science.
16. BENJAMIM, Leonildo Fernando. (2016). *Estratégias para a concepção e desenvolvimento de produtos turísticos no município de Inhambane (Moçambique)*(especialização em gestão estratégica de destinos turísticos) escola superior de hotelaria e turismo do Estoril Portugal.
17. BONFIM, B. B. R. *A Geografia na Formação do Profissional em Turismo*. 2007. 274 f. Tese (Doutorado em Geografia) – Faculdade de Filosofia, Letras, Ciências Humanas, Universidade de São Paulo - USP, São Paulo, 2007.
18. BUTLER, R. (1994) *Seasonality in tourism: Issues and problems*. In: *Tourism: The State of the Art*. SEATON, A. V. Chichester: Wiley, p. 332-339.
19. _____, R. (2001) *Seasonality in Tourism: Issues and Implications*. In: *Seasonality in Tourism*. BAUM, T.; LUNDTORP, S. (Org.) Oxford: Pergamont, p. 5-21.
20. BUTLER, R. e Mao, B. (1997). *Seasonality in Tourism: Problems and Measurement*. Em Murphy, P. (Ed.), *Quality Management in Urban Tourism* (pp. 9-23). Chichester: Wiley.
21. BUTLER, R.; MAO, B. (1996) *Seasonality in Tourism: Problems and Measurement*. *Quality Management in Urban Tourism*. P.E. Murphy. Chichester, Wiley: 9-23.

22. CABRITA, S. (2012). *O Turismo no Território e no Planeamento Territorial. Estudo de Caso: O Concelho de Faro* (Dissertação de Mestrado em Gestão e desenvolvimento de destinos turísticos) Universidade do Algarve, Faculdade de Economia, Algarve, Portugal.
23. CANAS, R. *An overview of tourism seasonality: key concepts and policies*. *Alma Tourism: Journal of Tourism*, v.3, n. 5, p. 40-58, 2012. Disponível em: <http://almatourism.unibo.it/article/view/3120/2519>. Acesso em: 23/08/2017
24. CHAMBULE, A., MUTIMUCUIO, D. L., MACUACUA, L., MACUACUA, H. F., SILVA, N. MUZAMULO, U. I., LANGUANE, O. J., CUMBE, F. R., MASSINGARRELE, O. S. e MUDEMA, J. (2009). *Plano Estratégico do Município de Inhambane 2009-2019*. CMCI - Conselho Municipal da Cidade Inhambane. Cidade de Inhambane, Moçambique.
25. COMAS, J. e Guia, J. (2005). *Managing Seasonality through Innovation in Tourism Firms: The Role of Positioning in Relational Networks*. In Petrillo, C. S. e Swarbrooke, J. (Eds.), *Networking and Partnerships in Destination Development and Management, Proceedings of the Atlas Annual Conference 2004: Vol.1*, pp. 133-140. Naples: Enzo Albano Editore.
26. CONNELL, J., Page, S. J., & MEYER, D. *Visitor attractions and events: Responding to seasonality*. *Tourism Management*, 46, 283 – 298, (2015).
27. CUNHA, Licínio. (2008). *Introdução ao Turismo*. Lisboa:Edições Técnicas LTD.
28. CUNHA, Licínio (2001), *Introdução ao Turismo*, 1ª Ed., Editorial Verbo, Lisboa
29. DE LAMARTE LEITE, Fabiana Calçada. (2016). *Sazonalidade Turística em Destinos Consolidados: Um Estudo Sobre BalnearioCamboriu – Santa Catarina - Brazil*(Programa de Pós-graduação em Geografia) Universidade Federal do Paraná.
30. DENCKER, Ada F.M. (2002).*Métodos e Técnicas de Pesquisa em Turismo*. 6ª Edição São Paulo. Futura;
31. DERRETT, R. (2004). *Festivals, events and the destination*. Em Yeoman, I.; Robertson, M.; Ali-Knight, J.; Drummond, S. e McMahan-Beattie, U. (Eds.) *Festivals and Events*

- Management. An international arts and culture perspective (pp.32-50). Oxford: Elsevier Butterworth-Heinemann
32. DPTURI – Direção Provincial do Turismo de Inhambane (2014). *Cadastro de estabelecimentos turísticos da província - 2013-2014*. Inhambane
 33. DPCULTURI – Direção Provincial da Cultura e Turismo de Inhambane (2017). *Dados do fluxo turístico do Município de Inhambane - 2015-2016-2017*. Inhambane
 34. FARIÑA, Ricardo Rodríguez (1991). *Organización y Técnica del Turismo*. UH: Cuba.
 35. FIEGE, K., Bothe, C., Breitenbach, F., Keinast, G., Meisten, S., e Steup, E. (2002). *Gestão de zonas costeiras e turismo: contribuição para a redução da pobreza, transformação de conflitos de meio ambiente em Inhambane/ Moçambique*. Universidade Humboldt de Berlim. Berlim. [online] Disponível em: <http://edoc.hu-berlin.de/series/sle/200/PDF/200.pdf> [Consultado em 29/10/2014].
 36. FLOGNFELDT, T. (2001). *Longterm positive adjustments to seasonality: consequences of summer in the Jotunheimen area, Norway*. Em Baum, T. e Lundtorp, S. (Eds.) *Seasonality in Tourism* (pp. 109-117). Oxford: Pergamon.
 37. GETZ, D. e Nilsson, P. (2004). *Responses of Family Businesses to Extreme Seasonality in Demand: The Case of Bornholm, Denmark*. *Tourism Management*, 25, 17-30.
 38. GETZ, D., & NILSSON, P. A. *Responses of family businesses to extreme seasonality in demand: the case of Bornholm, Denmark*. *Tourism Management*, 25(1), 17–30, (2004)
 39. Gil, A. (1999). *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. (5ª Ed.). São Paulo: Atlas.
 40. HALL, C. M. (1991). *Introduction to Tourism in Australia: Impacts, Planning and Development*. Melbourne: Longman Chechire.
 41. HARTMAN, R. (1986). *Tourism Seasonality and Social Change*. *Leisure Studies*, 5 (1), 25-33.
 42. HIGHAM, J. e Hinch, T. (2002). *Tourism, Sport and Seasons: The Challenges and Potential of Overcoming Seasonality in the Sport and Tourism Sectors*. *Tourism Management*, 23 (2), 175-185.
 43. HINCH, t. D. E Jackson, e. L. (2000). *Leisure Constraints Research: Its Value as a Framework for Understanding Tourism Seasonality*. *Current issues in tourism*, 3 (2), 87-109.

44. JOLLIFFE, L. e Farnsworth, R. (2003). Seasonality in Tourism Employment: Human Resource Challenges. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15 (6), 312-316.
45. KOENIG-LEWIS, N. e BISCHOFF, E. (2005). *Seasonality Research: The State of Art*. *International Journal of Tourism Research* 7(4/5), 201-219.
46. _____, N. e Bischoff, E. E. (2005). Seasonality Research: The State of the Art. *International Journal of Tourism Research*, 7 (4/5), 201-219.
47. KOENING, N. e Bischoff, E. E. (2003). Seasonality of Tourism in Wales: A Comparative Analysis. *Tourism Economics*, 9 (3), 229-254.
48. KRIPPENDORF, J. *Sociologia do turismo. Para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira, 1989.
49. Lee, C., Bergin-Seers, S., O' Mahony, B. e McMurray, A. (2008). *Seasonality in the tourism industry. Impacts and Strategies*. Griffith: CRC.
50. Lei n° 04/2004, de 17 de Junho - Lei do turismo de Moçambique. 17 de Junho de 2004. Maputo: Assembleia da República de Moçambique
51. LEIPER (2004). *Tourism Management*. Terceira Edição. Aquatic Drive: Person Education Australia.
52. MANNING, R e Powers, L. (1984). Peak and Off-Peak Use: Redistribution the Outdoor Recreation/Tourism Load. *Journal of Travel Research*, 23 (2), 25-31.
53. MARTINS, I.M. da C. *Gestão Estratégica da Sazonalidade em Turismo: o caso de Aveio*. Aveio, 204p. Dissertação (Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo), Universidade do Aveiro, Aveiro, 2010.
54. MATHIESON, A. e Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Essex: Longman Scientific & Technical.
55. MAXLHAIEIE, P. J. (2015). *Património e desenvolvimento do turismo: percepções sobre o espaço turístico do Município de Inhambane em Moçambique* (Dissertação de Mestrado em Geociências – Gestão Territorial) Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, Brasil.
56. MOTA, K. C. N. *Marketing Turístico: promovendo uma actividade sazonal*. São Paulo: Atlas, 2001.

57. MURPHY, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. London: Routledge.
58. NADAL, J.R., Font, A. R. e ROSSELLÓ, A. S. (2004). *The economic determinants of seasonal patterns*. *Annals of Tourism Research*, 31(3): 697-711.
59. NHANTUMBO, E. S. (2007). *Tendências de desenvolvimento do turismo e alterações na ocupação e utilização do espaço no Município de Inhambane*. Inhambane: UEM.
60. Nhantumbo, E. S. (2009). *Tourism development and community response: the case of the Inhambane coastal zone, Mozambique*, (Dissertação Mestrado em Geografia e Estudos Ambientais) Universidade de Stellenbosch, África do Sul
61. OMT, Organização Mundial de Turismo (2003). *E-business para turismo/Guia prático para destinos e empresas turísticas*. Porto Alegre: Bookman.
62. Organização Mundial de Turismo [OMT] (1999). *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. Madrid: Organización Mundial de Turismo.
63. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO - OMT. *Introdução ao turismo*. Trad. Dolores Martin Rodriguez Corner. São Paulo: Roca, 2001.
64. PAGE, S. (2008). *Transporte e turismo: perspectivas globais*. (2ª ed.). Porto Alegre, Brasil: Bookman.
65. PARRILLA, J. C.; Font, A.R. e Nadal J. R. (2007). *Accommodation Determinants of Seasonal Patterns*. *Annals of Tourism Research*, 34 (2), 422-236.
66. PEDTI – Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo da Província de Inhambane (2014 – 2020). Inhambane: Direcção Provincial da Cultura e Turismo.
67. PEPI II – Plano Estratégico da Província de Inhambane II para 2011-2020 (2011). Governo da Província de Inhambane. Inhambane. [online] Disponível em: <http://www.inhambane.gov.mz/documentos/Plano%20Estrategico%20Inhambane%20FINAL.pdf/view> [Consultado em 23 /08/2017].
68. Pinto, J. e Curto, J. (1999) *Estatística para Economia e Gestão: Instrumentos de apoio à tomada de decisão*. Lisboa: Edições Sílabo
69. QUIVY, Raymond e Campenhoudt, LucVan (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 5ª ed. Lisboa: Gradiva
70. RAMIS, M. A. C; LLINAS, M. S El papel del clima en la estacionalidad turística y la configuración de productos turísticos emergentes. El caso de Mallorca. Cuadernos de turismo, n. 33, p. 15-30, 2014.

71. RIBEIRO, J. e REMOALDO, P. (2009). *Construir respostas a partir dos recursos e competências dos territórios*. Revista Cadernos de Economia, 87(2), 29-33.
72. RIBEIRO, J., Vareiro, L., Fabeiro, C. e PARDELLAS, X. (2006). Importância da celebração de eventos culturais para o turismo do Minho-Lima: um estudo de caso. Estudos Regionais - Revista Portuguesa de Estudos Regionais, 11(1), 61-76.
73. RUSCHMANN, D (2004). *Turismo e Planeamento Sustentável: a protecção do meio ambiente*. Campinas: Papirus,.
74. SCHEUER, L. (2010). *Plano de Desenvolvimento Turístico do Município de Guaratuba*. AMLIPA.
75. SCHEUR, L.: BAHL, M. Sazonalidade do Turismo no Município de Guaratuba, Parana, Brasil. RA'EGA, Curitiba, n.23. p289-316, 2011
76. SCHLÜTER, R. G. (2003). *Metodologia de Pesquisa em Turismo e Hotelaria*. São Paulo: Aleph.
77. SILVA, J. A. M. (1989). *Avaliação do impacto económico do turismo em Portugal*. Centro Interdisciplinar do Estudos Económicos. Lisboa, 148pp.
78. SMALE, B. e BUTLER, R. (1991). *Geographic Perspectives on Festivals in Ontario*. Journal of Applied Recreational Research, 16(1), 3-24.
79. SMITH, K. (1990). Tourism and Climate Change. Land Use Policy, 7(2), 176-180.
80. VIGNATI, Federico (2012). *Economia do Turismo*. Moçambique. Ndjira, Lda.
81. WITT, S., Brooke, M. e BUCKLEY, P. (1991). *The Management of International Tourism*. London: Unwin Hyman.
82. WITT, S.; Brooke, M. Z. e Buckley, P. J. (1991). *The management of international tourism*. London: Unwin Hyman.
83. WTO (1984). *Economic Review of World Tourism*. Madrid: WTO.
84. YACOUMIS, J. (1980). Tackling Seasonality: The case of Sri Lanka. Tourism Management, 1 (2), 84-98

APÊNDICES

APÊNDICE A

Inquérito por entrevista para Instituições Públicas



ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

Saudações! O presente inquérito realiza-se no âmbito da investigação académica que visa estudar estratégias para fazer face à sazonalidade turística no Município de Inhambane. A sua colaboração é de extrema importância para a pesquisa e as informações por si fornecidas serão mantidas em sigilo. Em caso de dúvida ou questionamentos sobre a pesquisa ou questões expostas neste questionário, por favor, contacte-me (+258-840351290) ou escreva-me (magnoandate@gmail.com) Agradeço, desde já, a sua colaboração.

1. Nome da Instituição.....
2. Perfil do Entrevistado
 Nome completo:
 Área de actuação:
3. O sr. (a) acha que existe sazonalidade turística no Município de Inhambane?
4. Se sua resposta for sim, existem dados que provam a existência da sazonalidade turística? Se sim, quais?
5. Em sua opinião, quais seriam as causas que levam à existência da sazonalidade turística no Município de Inhambane?
6. Quais os efeitos/consequências que o fenómeno da sazonalidade turística trás ao Município de Inhambane?
7. Existem acções levadas a cabo pela DPCTURI/CMCI com vista a combater a sazonalidade turística no Município de Inhambane? Se sim, quais?
8. Quais os meses considerados de alta, media e baixa época/temporada?
9. Quais são as potencialidades turísticas do Município de Inhambane?
10. Tem algo a mais que gostaria de tecer que não foi tocado relacionado com o aspecto em análise?

APÊNDICE B

Inquérito por entrevista para Operadores Turísticos



ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

Saudações! O presente inquérito realiza-se no âmbito da investigação académica e visa estudar estratégias para fazer face à sazonalidade turística no Município de Inhambane. A sua colaboração é de extrema importância para a pesquisa e as informações por si fornecidas serão mantidas em sigilo. Em caso de dúvida ou questionamentos sobre a pesquisa ou questões expostas neste questionário, por favor, contacte-me (+258-840351290) ou escreva-me (magnoandate@gmail.com) Agradeço, desde já, a sua colaboração.

Magno André Andate

1. Nome do Estabelecimento.....
2. Perfil do Entrevistado
 - Nome completo:
 - Área de actuação:
1. O sr. (a) acha que existe sazonalidade turística no Município de Inhambane?
2. Se sua resposta for sim, existem dados que provam a existência da sazonalidade turística? Se sim, quais?
3. Quais os efeitos/consequências da sazonalidade turística para a vossa empresa?
4. Existem estratégias utilizadas pela vossa empresa para atrair turistas/clientes no período de baixa procura? Se sim, quais?
5. Quais são os meses de maior e de menor procura turística pelos vossos serviços?
6. O que é que os turistas mais procuram ou solicitam quando visitam a vossa empresa?
7. Tem algo a mais que gostaria de tecer que não foi tocado relacionado com o aspecto em análise?

APÊNDICE C

Inquérito por questionário dirigido aos Turistas



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE

Saudações! O presente inquérito realiza-se no âmbito da investigação académica e visa estudar estratégias para fazer face à sazonalidade turística no Município de Inhambane. A sua colaboração é de extrema importância para a pesquisa e as informações por si fornecidas serão mantidas em sigilo. Em caso de dúvida ou questionamentos sobre a pesquisa ou questões expostas neste questionário, por favor, contacte-me (+258-840351290) ou escreva-me (magnoandate@gmail.com) Agradeço, desde já, a sua colaboração.

Magno André Andate

1. Pensando nas suas decisões sobre férias (sobretudo, quanto a estas suas férias na região), classifique as expressões abaixo atendendo à forma como se identifica com cada uma delas; utilizando a seguinte escala:

[1 – *Discordo inteiramente*; 2 - *Discordo*; 3 - *Concordo*; 4 – *Concordo inteiramente*]

Expressões	1	2	3	4
Procuro uma época em que o clima em Inhambane seja melhor para a prática das minhas actividades preferidas				
O clima em Inhambane não afecta a minha decisão quanto à escolha da época para passar férias				
Embora, actualmente, pudesse optar por outra época de férias, habituei-me a passar férias nesta época				
O número de vezes por ano que passo férias já uma tradição/ hábito antigo				
O clima na região/ destino não afecta a minha decisão quanto à escolha da época para passar férias				
As minhas actividades preferidas em férias só existem na época em que				

passo férias na região				
As minhas actividades preferidas em férias são atractivas em qualquer época do ano na região				
A minha actividade profissional permite-me passar férias na época que eu desejar				
A minha actividade profissional permite-me repartir as minhas férias nos períodos que eu desejar				
As férias escolares condicionam fortemente a minha decisão quanto ao número de vezes que passo férias no ano				
As férias escolares condicionam fortemente a minha decisão quanto à escolha da época de férias				
Prefiro passar férias numa época em que há mais turistas e a agitação é maior				

2. Em que mês / meses no último ano fez férias?

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

3. Para além da presente época, gostaria de adicionalmente de vir passar férias nesta região noutra (s) época (s)? Se sim, qual época do ano? Mês/época _____

4. Qual é a motivação de visita ao Município de Inhambane?

- Turismo cultural
- Turismogastronómico
- Turismo náutico de recreio (vela, windsurf, surf, mergulho, etc.)
- Turismo rural
- Turismo comunitário (partilha de experiências com pequenas comunidades tradicionais)
- Turismo urbano (cultura, monumentos, negócios, eventos, animação, etc.)
- Touring* (genéricos; temáticos)

Outros. Especifique:

5. Perfil do Entrevistado

Nacionalidade: _____

Residência (cidade): _____

Faixa Etária: 16-24 25-34 35-44 45-54 55-64 65-74 > 75

Sexo: M F

Ocupação profissional: _____

Habilitações literárias: Sem estudos Básico Médio Superior Pós-graduado

A PREENCHER PELO ENTREVISTADOR

Número Inquérito: _____

Data Inquérito: ___/___/ 2017

Local de realização: _____

Entrevistador: _____

APÊNDICE D

Guiões de observação das potencialidades turísticas do MI.

Categoria	Observação (existência)			Em condições para ser oferecido como atractivo?		
	Tipos e subtipos		Localização	Características	Sim	Não
	Patrimoniais Naturais	Fauna	“ <i>Marine bigfive</i> ” (os 5 grandes do mar)			
Patrimoniais Culturais	Monumental	Arqueologia				
		Património mundial				
		Igrejas, castelos, palácios, etc.				
	Etnográfico	Artesanato e feiras exposições				
		Folclore				
		Festas/comemorações, actividades, eventos turísticos programados				
	Artístico	Bandas e escultura				
	Museus					
	Bibliotecas e centros de estudos e pesquisa					
	Complementar: jardins, miradouros, faróis, etc.					
Gastronomia típica/local						
Actividades de recreio e lazer	Roteiros pedestres sinalizados					
	Empresas de animação turística ou relacionada					
Equipamentos	Culturais: Santuários, locais de peregrinação					
	Desportivas: golfe, caça, hipismo, ténis, tiro ao alvo, etc.					
	Recreativas: teatros, casinos, estádios, feiras, etc.					
	Negócios: auditórios, centros culturais, salas de conferencias, etc.					
Eventos muito relevantes	Religiosos					
	Culturais					
	Desportivos					
	Animação e relacionados					
	Negócios					
Actividades	Itinerários turísticos e outros					
	Turísticos	Estabelecimentos hoteleiros				

Equipamentos	Outras unidades de alojamento				
	Agências de viagens e operadoras de turismo				
	Restaurantes				
	Rent-a-car				
	Aluguer de materiais e equipamentos de turismo náutico				
	Transportes: rodoviários, ferroviários, terrestres, etc.				
	Discotecas, bares, cafés, casas de chá, etc.				
	Casas de câmbios e bancos				
	Comércio turístico: Lojas de artesanato e <i>souvenires</i>				
	Atendimento a veículos: oficinas e postos de abastecimento				
	Representações diplomáticas: embaixadas e consulados				
	Estâncias termais para o turismo				

APÊNDICE E

Decisões dos turistas sobre férias em Inhambane

[1 – <i>Discordo inteiramente</i> ; 2 - <i>Discordo</i> ; 3 - <i>Concordo</i> ; 4 – <i>Concordo inteiramente</i>]				
Expressões	1	2	3	4
Procuro uma época em que o clima em Inhambane seja melhor para a prática das minhas actividades preferidas	11.11%	16.67%	50.0%	22.22%
O clima em Inhambane não afecta a minha decisão quanto à escolha da época para passar férias	33.33%	72.22%	94.44%	100.0%
Embora, actualmente, pudesse optar por outra época de férias, habituei-me a passar férias nesta época	50.0%	22.22%	22.22%	5.556%
O número de vezes por ano que passo férias já uma tradição/ hábito antigo	38.89%	27.78%	16.67%	16.67%
As minhas actividades preferidas em férias só existem na época em que passo férias na região	38.89%	44.44%	11.11%	5.556%
As minhas actividades preferidas em férias são atractivas em qualquer época do ano na região	11.11%	16.67%	61.11%	11.11%
A minha actividade profissional permite-me passar férias na época que eu desejar	16.67%	22.22%	33.33%	22.78%
A minha actividade profissional permite-me repartir as minhas férias nos períodos que eu desejar	16.67%	22.22%	44.44%	16.67
As férias escolares condicionam fortemente a minha decisão quanto ao número de vezes que passo férias no ano	22.22%	27.78%	22.22%	27.78%
As férias escolares condicionam fortemente a minha decisão quanto à escolha da época de férias	22.22%	16.67	27.78%	33.33%
Prefiro passar férias numa época em que há mais turistas e a agitação é maior	61.11%	27.78%	11.11%	

APÊNDICE F

Proposta da Agenda Cultural *online*

INHAMBANE

Agenda Cultural

2019

PRAIA DE TOFO

Data: 04/01/2019
Hora: 17h00
Evento: Feira Gastronómica
Entrada: Livre

PRAÇA DOS TRABALHADORES

Data: 30/03/2019
Hora: 09h00
Evento: Carnaval Municipal
Entrada: Livre

PRAIA DE TOFO

Data: 13/04/2019
Hora: 08h00
Evento: Festival da Cultura e Turismo
Entrada: Livre

ZAVALA

Data: 26/04/2019
Hora: 14h00
Evento: Festival da Timbila
Entrada: Livre

PRAIA DA BARA

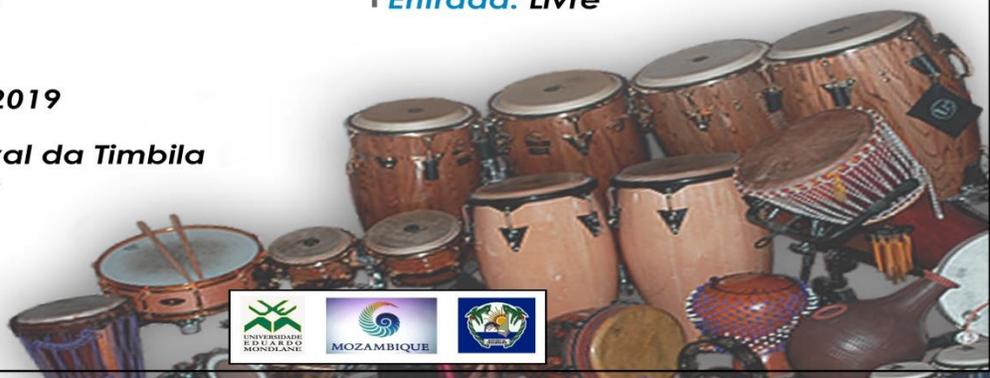
Data: 06/12/2019
Hora: 17h00
Evento: Festival de Tofo
Entrada: Livre

PRAIA DE TOFO E BARA

Data: 13/12/2019
Hora: 08h00
Evento: Jornadas de Animação Turística
Entrada: Livre

PRAIA DE TOFO

Data: 27/12/2019
Hora: 08h00
Evento: Festival de Brincadeiras Tradicionais
Entrada: Livre



ANEXO

Anexo 1

Estudo de Caso do rugby na Nova Zelândia

O estudo de caso desenvolvido por Higham e Hinch (2002; 175-185) relaciona a atenuação da sazonalidade com a realização de eventos desportivos, como o rugby na Nova Zelândia. O desporto é uma actividade que pode ser relacionada com o turismo, na medida em que as facilidades, serviços, infra-estrutura e recursos naturais são usados tanto por um como pelo outro. A pesquisa qualitativa foi realizada através de entrevistas com organizadores e participantes do campeonato Super 12, gestores do turismo e visitantes. O resultado desta pesquisa demonstrou que a passagem deste desporto para o nível profissional proporcionou novas oportunidades para o desenvolvimento do turismo regional, contribuindo para atenuar a sazonalidade, já que os jogos acontecem nos últimos finais de semana do Verão e começo do Outono, prolongando a época alta. As atracções que acompanham o campeonato, como os fogos-de-artifício e os concertos musicais, também influenciaram na atracção de visitantes durante a época intermédia. A época dos jogos e as atracções a parte fizeram aumentar as viagens dentro do país beneficiando a oferta turística – a restauração e os centros comerciais – com o aumento da receita na época intermédia pela atracção de diferentes segmentos, como famílias e mulheres. Também foi comentado pelos autores que, o uso dos serviços turísticos não ficou concentrado apenas nos finais de semana, mas também durante a semana, já que os jogos são grandes espectáculos e movimentam os organizadores e produtores antes do *show*.

Este artigo demonstrou que a mudança no calendário do campeonato de rugby pode contribuir para fomentar o turismo em outras épocas. Os campeonatos desportivos, próprios do destino ou que detém fortes representantes mundiais, são fontes de atracção de visitantes. O desporto merece a atenção dos organizadores em associação com os gestores do destino a fim de obter o melhor calendário no qual ambos, o desporto e o turismo, possam ser beneficiados.