



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO GRANDE DO NORTE  
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS  
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM TURISMO  
DOUTORADO EM TURISMO**

**GOUVEIA DRAMANE SUMALE**

**TURISMO E DESENVOLVIMENTO: O EFEITO MULTIPLICADOR DO TURISMO  
NA REGIÃO DA PRAIA DA BARRA, MUNICÍPIO DE INHAMBANE**

Natal/RN

2025

GOUVEIA DRAMANE SUMALE

TURISMO E DESENVOLVIMENTO: O EFEITO MULTIPLICADOR DO TURISMO NA  
REGIÃO DA PRAIA DA BARRA, MUNICÍPIO DE INHAMBANE

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como exigência para o cumprimento da defesa de tese, na área de turismo e desenvolvimento regional.

**Orientador:** Prof. Dr. Mozart Fazito Rezende Filho

**Co-orientadora:** Prof<sup>ª</sup>. Dra. Érica Priscilla Carvalho de Lima Machado

Natal/RN

2025

Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN  
Sistema de Bibliotecas - SISBI  
Catalogação de Publicação na Fonte. UFRN - Biblioteca Setorial do Centro Ciências Sociais  
Aplicadas - CCSA

Sumale, Gouveia Dramane.

Turismo e desenvolvimento: o efeito multiplicador do turismo na região da Praia da Barra, Município de Inhambane / Gouveia Dramane Sumale. - Natal, 2026. 142 f.: il.

Tese (Doutorado em Turismo) - Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, Programa de Pós-Graduação em Turismo. Natal, RN, 2025.

Orientação: Prof. Dr. Mozart Fazito Rezende Filho.

Coorientação: Profa. Dra. Érica Priscilla Carvalho de Lima Machado.

1. Turismo - Tese. 2. Desenvolvimento turístico - Tese. 3. Cadeia-de-valor em turismo - Tese. 4. Praia da Barra - Tese. I. Rezende Filho, Mozart Fazito. II. Machado, Érica Priscilla Carvalho de Lima. III. Título.

Elaborado por Eliane Leal Duarte - CRB-15/355

GOUVEIA DRAMANE SUMALE

**TURISMO E DESENVOLVIMENTO: O EFEITO MULTIPLICADOR DO TURISMO  
NA REGIÃO DA PRAIA DA BARRA, MUNICÍPIO DE INHAMBANE.**

Tese apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Turismo da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, como exigência para o cumprimento da defesa de tese, na área de turismo e desenvolvimento regional.

Tese aprovada em: 25 de setembro de 2025.

**BANCA EXAMINADORA:**

**Prof. Dr. Mozart Fazito Rezende Filho**  
Presidente da Banca – Orientador (UFRN)

**Profª. Drª Érica Priscilla Carvalho de Lima Machado**  
Membro interno e Co-Orientadora (UFRN)

**Prof. Dr. Francisco Fransualdo Azevedo**  
Membro interno (UFRN)

**Prof. Dr. Helsio A. M. de Albuquerque Azevedo**  
Membro externo (UEM - Moçambique)

**Prof. Dr. Eduardo Henrique Diniz**  
Membro externo (EASP - Fundação Getúlio Vargas) - Avaliador

**Prof. Dr. Thiago Cavalcante de Souza**  
Membro externo (UFG – FACCE)

Dedico este trabalho à memória do meu, inicialmente docente, e mais tarde colega, amigo e companheiro de apartamento **António Gomes Matola**, cuja partida precoce deixou um vazio entre nós. Que esta conquista também celebre o seu esforço e dedicação durante o percurso académico.

## AGRADECIMENTOS

São muitos os que merecem meu agradecimento nesta caminhada, receio não conseguir destacar alguns.

Aos meus orientadores, Professor Doutor Mozart Fazito Rezende Filho e Professora Doutora Érica Priscilla Carvalho, pela excelência no acompanhamento, pela prontidão, disponibilidade, atenção, amabilidade e humanismo que marcaram esta caminhada.

A todos os Professores do PPGTUR, pela dedicação e partilha de conhecimentos. Um agradecimento especial ao Professor Doutor Fransualdo Azevedo, *Focal Point* do Convênio que se dedicou comprometidamente para a viabilização deste programa, pelo empenho incansável junto ao meu grupo (Turma da Universidade Eduardo Mondlane – 2020) e, de forma particular, pela confiança depositada em mim até ao fim.

À direção máxima da Universidade Eduardo Mondlane e da Universidade Federal do Rio Grande do Norte, pela crença no projeto; ao Professor Doutor Helsio Azevedo, estratega e projetista desta iniciativa; e ao Professor Doutor Daniel Augusta Zacarias, que lançou a semente naquela memorável tarde na Vila Luizza, acompanhando-me sempre com presença e apoio até aos últimos detalhes desta jornada.

À minha família, meu porto seguro: minha esposa Gertrudes Marta Pedro e meus filhos Vanderley, Faruk, Kilian Martin, Akeelah Paula e Annelle Ayana, pilares da minha vida. Aos meus irmãos e irmãs, pais e sogros, meus segundos portos seguros, pelo amor e incentivo constantes.

Aos amigos e colegas Tomás de Azevedo Júlio, Pelágio Julião Maxilhaieie, Zito Alberto Ngonhamo, Sérgio de Jesus Belchior Xavier, Hedelson Carlos Jolamo e Orlando Miguel Pestana Alcobia, pelo apoio moral e pela força que me impediram de desistir quando tudo parecia impossível.

Aos colegas que caminharam comigo, em especial o Djemilo Frank Neto Cardoso, pela partilha da bibliografia, e aos companheiros de turma que aceitaram ser por mim “chefiados”: Antonio Gomes Matola (*in memoriam*), Leonildo Fernando Benjamim, Maria Albertina P. R. Mungumbe, Fernando Massango, Sónia Deolinda Cossa, Joana Neves Uamusse e João Bata Gove Jr., pelo companheirismo e espírito de partilha que tornaram mais leve esta trajetória.

A todas as instituições públicas e privadas, individualidades, grupos organizados de pescadores, artesãos e comerciantes que gentilmente colaboraram com a cedência de dados essenciais à pesquisa.

Por fim, aos amigos e amigas que, de forma direta ou indireta, contribuíram para esta conquista e que, por lapso, não foram aqui mencionados, deixo a minha mais sincera e profunda gratidão.

## RESUMO

Moçambique é um país do Sul Global. O Governo moçambicano aponta o setor do turismo como um dos pilares estratégicos para o desenvolvimento da sua economia. Nesse sentido, foram criados incentivos significativos para à implantação de projetos turísticos de modo a promover a sua rápida expansão. A presente tese tem como objetivo principal propor e aplicar uma metodologia que amplie as possibilidades de análise sobre os efeitos dos ganhos oriundos dos investimentos turísticos no combate à pobreza nas comunidades residentes na região da Praia da Barra, no bairro Conguiana, Município de Inhambane. Para tal pretende-se: (i) Identificar como os turistas e as empresas locais realizam seus gastos e como esses recursos circulam na comunidade, de modo a permitir o cálculo do impacto econômico inicial do turismo na região; (ii) Aplicar o modelo LM3 (Local Multiplier 3) para mensurar os impactos direto, indireto e induzido das receitas turísticas nas empresas locais, analisando quanto do montante gerado pelo turismo permanece na economia local; (iii) Analisar como o turismo impulsiona a inclusão socioproductiva da comunidade e avaliar de que forma isso contribui para a melhoria das condições de vida das famílias locais; Com base na análise dos dados obtidos, são deixadas recomendações que fortaleçam a governança turística, de modo a ampliar as possibilidades de inserção das comunidades residentes na cadeia de valor do turismo. Tal inserção poderá contribuir para o aumento dos rendimentos locais, a redução da pobreza e a maximização dos benefícios econômicos resultantes da atividade turística para a comunidade. Para alcançar tais objetivos, foram realizadas pesquisas teóricas e de campo. A pesquisa teórica privilegiou obras e artigos científicos sobre a temática do impacto do turismo no desenvolvimento local, tendo começado por uma abordagem crítica do desenvolvimento do turismo e no final se sustentado pela teoria do multiplicador local, enquanto a pesquisa de campo consistiu na aplicação de questionários e realização de entrevistas com os principais atores do turismo na Praia da Barra. Foi utilizada a ferramenta LM3 para determinar o multiplicador local gerado pela atividade turística na região, tendo-se constatado que o LM3 do turismo na Barra é de 1,36. Esse valor evidencia um efeito multiplicador fraco, o que pode, em parte, explicar a persistência de elevados níveis de pobreza na comunidade local da Barra. A confrontação entre a abordagem crítica do desenvolvimento do turismo e a teoria do multiplicador local feita no contexto da Praia da Barra, convergem na conclusão de que efetivamente o turismo não está a resolver o problema da pobreza na região, apesar do importante impacto econômico que ele gera para parte de famílias. Daí que, para melhores resultados, deve-se rever as estratégias de governança e todas as condições de sua implementação por todos intervenientes relevantes para o bem da sustentabilidade do setor e sobretudo, das comunidades.

**Palavras-Chave:** Turismo; Desenvolvimento Turístico; Turismo Pró-pobre; Praia da Barra; Cadeia-de-valor em turismo.

## ABSTRACT

Mozambique is a country located in the Global South. The Mozambican government has identified the tourism sector as one of the strategic pillars for the growth and development of its economy. In this regard, significant incentives have been created to promote the tourism projects, with the goal of fostering rapid expansion of the sector. The expectation is to increase revenue collection, stimulate national employment, and support economic balance and diversification through the sustainable exploitation of the country's tourism potential and the qualified provision of services. The main objective of this thesis is to propose and apply a methodology that broadens the possibilities for analyzing the effects of gains derived from tourism investments in combating poverty among the resident communities of the Praia da Barra area, located in the Conguiana neighborhood, in the Municipality of Inhambane. To achieve this objective, the study aims to: (i) identify how tourists and local businesses spend their money and how these resources circulate within the community, in order to calculate the initial economic impact of tourism in the region; (ii) apply the LM3 (Local Multiplier 3) model to measure the direct, indirect, and induced impacts of tourism revenues on local businesses, analyzing how much of the amount generated by tourism remains in the local economy; (iii) analyze how tourism drives the socio-productive inclusion of the community and assess how this contributes to improving the living conditions of local families; This research is expected to contribute with a methodology more aligned with the reality of tourism's contribution to community development in the Praia da Barra region. Based on the analysis of the collected data, the study proposes to present recommendations that strengthen tourism governance in a way that expands the inclusion of resident communities in the tourism value chain. Such inclusion could help increase local incomes, reduce poverty, and maximize the economic benefits of tourism for the community. To achieve these objectives, both theoretical and field research were conducted. The theoretical research focused on scholarly works and scientific articles addressing the impact of tourism on local development. It began with a critical approach to tourism development and was ultimately supported by the local multiplier theory. The field research consisted of administering questionnaires and conducting interviews with key tourism stakeholders in Praia da Barra. The LM3 tool was used to determine the local multiplier generated by tourism activity in the region, and it was found that the LM3 for tourism in Barra is 1.36. This value reveals a weak multiplier effect, which may partly explain the persistence of high levels of poverty in the local community of Barra. The comparison between the critical approach to tourism development and the local multiplier theory within the context of Praia da Barra leads to the conclusion that tourism is not effectively addressing the problem of poverty in the region, despite the significant economic impact it has on some families. Therefore, for better results, the governance strategies and all the conditions of tourism implementation must be reviewed by all relevant stakeholders, in the interest of ensuring the sustainability of the sector and the well-being of the communities.

**Keywords:** Tourism; Tourism Development; Pro-poor Tourism; Barra Beach; Tourism Value Chain.

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                                                                                                                                                                                                                                                            |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1: Localização da Praia da Barra .....                                                                                                                                                                                                              | 54  |
| Figura 2: Gráfico Termo Pluviométrico de Inhambane .....                                                                                                                                                                                                   | 57  |
| Figura 3: Localização do Bairro Conguiana .....                                                                                                                                                                                                            | 62  |
| Figura 4: Flora dunar predominante nas dunas da Praia da Barra.....                                                                                                                                                                                        | 64  |
| Figura 5: Quatro dos “Big Five”: Tubarão-baleia e mergulhadores (no topo à esquerda); Tartaruga e mergulhador (no topo à direita); Raia manta (em baixo à esquerda); Golfinhos (em baixo à direita) .....                                                  | 65  |
| Figura 6: Fotos A, B e C (Tipos de casas feitas com material precário que ocorrem na Barra) e D tipo de banheiros exteriores.....                                                                                                                          | 70  |
| Figura 7: Fotos E e F: Exemplos de salas de aulas precárias na Escola Básica de Conguiana. Fotos G e H: Recortes da R901 em estado precário, a principal rodovia de acesso à Barra .....                                                                   | 72  |
| Figura 8: A foto A representa um dos mais luxuosos Resort da Praia da Barra. A foto B, representa uma das actividades turísticas realizadas na Barra.....                                                                                                  | 74  |
| Figura 9: As fotos A, C e D demonstram as edificações em locais impróprios e proibidos por Lei (menos de 100m da linha da água) e a foto B indica a precaridade da rampa que é a via mais rápida que liga o Farol da Barra ao resto da Praia da Barra..... | 75  |
| Figura 10: As fotos A, B, C e D representam as actividades turísticas realizadas na Praia da Barra.....                                                                                                                                                    | 76  |
| Figura 11: Estrutura conceptual para compreensão da ligação entre setor do turismo e a economia local – os 3 caminhos. ....                                                                                                                                | 25  |
| Figura 12: Representação do efeito multiplicador .....                                                                                                                                                                                                     | 53  |
| Figura 13: Representação do efeito multiplicador do turismo na Barra.....                                                                                                                                                                                  | 96  |
| Figura 14: Distribuição dos gastos por rodadas .....                                                                                                                                                                                                       | 98  |
| Figura 15: Distribuição de Salários por Género e Faixa Salarial .....                                                                                                                                                                                      | 101 |
| Figura 16: Distribuição dos trabalhadores por nível de escolaridade na Praia da Barra.....                                                                                                                                                                 | 103 |

## ÍNDICE DE QUADROS

|                                                                    |    |
|--------------------------------------------------------------------|----|
| Quadro 1: Tipos de Estratégias do PPT .....                        | 28 |
| Quadro 2: ODS e as possibilidades de contribuição do turismo ..... | 48 |
| Quadro 3: Resumo metodológico da pesquisa .....                    | 86 |

## ÍNDICE DE TABELAS

|                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabela 1: Tabela de Entrevistados.....                                  | 85  |
| Tabela 2: Gastos das rodadas 1, 2 e 3, por origem.....                  | 98  |
| Tabela 3: Distribuição de Trabalhadores por sexo e faixa salarial ..... | 101 |

## **LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS**

**COVID-19** – Corona Virus Disease - 2019

**CST** – Conta Satélite de Turismo

**DPCTI** – Direcção Provincial da Cultura e Turismo de Inhambane

**IDE** – Investimento Direto Estrangeiro

**INE** – Instituto Nacional de Estatística

**IOF** – Inquérito sobre Orçamento Familiar

**LM-3** – Local Multiplier – 3

**MI** – Município de Inhambane

**NAS** – Nactional Account Sistem

**NEF** – New Economic Foundation

**OCDE** – Organização para Cooperação e Desenvolvimento Económico

**ODI** – Overseas Development Institute

**ODS** – Objetivos de Desenvolvimento Sustentável

**OIT** – Organização Internacional do Trabalho

**OMC** – Organização Mundial do Comércio

**OMT** – Organização Mundial do Turismo

**ONU** – Organização das Nações Unidas

**P&D** – Pesquisa e Desenvolvimento

**PARPA** – Programa de Ação para a Redução da Pobreza Absoluta

**PEDTM** – Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo de Moçambique

**PIB** – Produto Interno Bruto

**PNUD** – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

**PQG** – Programa Quinquenal do Governo

**PPT** – Pro-Poor Tourism

**PTEI** – Política do Turismo e a Estratégia da sua Implementação

**RSC** – Responsabilidade Social Corporativa

**UNICEF** – United Nations International Children's Emergency Fund (Fundo das Nações Unidas para Infância)

**USD** – United States Dollar

## SUMÁRIO

|                                                                                               |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1 INTRODUÇÃO .....</b>                                                                     | <b>1</b>  |
| 1.1 JUSTIFICATIVA E PROBLEMÁTICA.....                                                         | 3         |
| 1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA .....                                                               | 10        |
| 1.2.1 Objetivo Geral .....                                                                    | 10        |
| 1.2.2 Objetivos Específicos .....                                                             | 10        |
| <b>2 REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>                                                            | <b>11</b> |
| 2.1 DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO .....                                                           | 14        |
| 2.2 ABORDAGEM GERAL SOBRE A RELAÇÃO POBREZA E TURISMO.....                                    | 21        |
| 2.3 TURISMO PRÓ-POBRE - ESTRUTURA CONCEITUAL .....                                            | 25        |
| 2.4 CADEIA DE VALOR E SUA APLICAÇÃO NO SETOR DE TURISMO .....                                 | 32        |
| 2.5 EFEITO MULTIPLICADOR.....                                                                 | 45        |
| 2.6 TURISMO E OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL .....                               | 47        |
| <b>3 CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO DE ESTUDO .....</b>                                             | <b>54</b> |
| 3.1 LOCALIZAÇÃO E CARATERÍSTICAS GERAIS .....                                                 | 54        |
| 3.2 CARATERÍSTICAS FÍSICO-GEOGRÁFICAS .....                                                   | 56        |
| 3.3 CARATERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS E ECONÔMICAS .....                                       | 58        |
| 3.4 CARATERÍSTICAS DA PRAIA DA BARRA, BAIRRO CONGUIANA, NO MUNICÍPIO DE INHAMBANE .....       | 61        |
| 3.4.1 Flora da região da Barra, bairro Conguiana .....                                        | 63        |
| 3.4.2 Fauna da região da Barra-bairro Conguiana .....                                         | 64        |
| 3.5 TURISMO E POBREZA NO MI .....                                                             | 66        |
| 3.5.1 Conceituando Pobreza e o contexto de Moçambique .....                                   | 66        |
| 3.5.2 Relação Turismo e Pobreza.....                                                          | 68        |
| <b>4 CARACTERÍSTICAS TURÍSTICO-HOTELEIRAS DA PRAIA DA BARRA.....</b>                          | <b>73</b> |
| <b>5 METODOLOGIA .....</b>                                                                    | <b>79</b> |
| 5.2 ABORDAGEM DA PESQUISA.....                                                                | 83        |
| 5.3 RECOLHA E TRATAMENTO DE DADOS .....                                                       | 83        |
| 5.4 ABORDAGEM ÉTICA DA PESQUISA.....                                                          | 87        |
| 5.5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA .....                                                              | 88        |
| <b>6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS .....</b>                                          | <b>89</b> |
| 6.1 DESPESAS EFECTUADAS PELOS TURISTAS NOS ESTABELECIMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DA BARRA..... | 89        |
| 6.2 CÁLCULO DO MULTIPLICADOR LOCAL - LM3 .....                                                | 97        |
| <b>7 ANÁLISE DOS RESULTADOS E REFLEXÕES.....</b>                                              | <b>98</b> |
| 7.1 COMO O TURISMO IMPULSIONA A GERAÇÃO DE EMPREGOS, TANTO DIRETOS QUANTO INDIRETOS? .....    | 99        |

|                                                                                                                                                                         |            |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 7.2 A DEPENDÊNCIA DE FORNECEDORES EXTERNOS E A FUGA DE CAPITAL DA REGIÃO .....                                                                                          | 104        |
| <b>8 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>                                                                                                                                     | <b>108</b> |
| 8.1 CONCLUSÕES .....                                                                                                                                                    | 109        |
| 8.2 PROPOSTAS PARA AUMENTAR O ENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE NOS NEGÓCIOS TURÍSTICOS, AMPLIAR O USO DE FORNECEDORES LOCAIS E FORTALECER A ECONOMIA CIRCULAR NA REGIÃO ..... | 112        |
| <b>REFERÊNCIAS .....</b>                                                                                                                                                | <b>114</b> |

# 1 INTRODUÇÃO

A presente tese intitulada “Turismo e Desenvolvimento: O Efeito Multiplicador do Turismo na região da Praia da Barra, Município de Inhambane” propõe-se a aferir o efeito multiplicador do turismo para as comunidades de modo a apurar o quão o montante que entra pela atividade turística circula na economia local, beneficiando as comunidades residentes. Partindo-se dos pressupostos apresentados pela Organização Mundial do Turismo (OMT, 2021), do Ministério do Turismo (2004), e do Ministério da Cultura e Turismo (2015), o turismo é assumido como um vetor de desenvolvimento das comunidades nas localidades onde é fomentado.

A OMT (2019) aponta que ao promover a produção, o uso e a venda de produtos locais nos destinos turísticos, o turismo pode impulsionar a produtividade agrícola e complementar as atividades agrícolas tradicionais. Isso resulta no aumento de renda para as comunidades locais, levando a uma agricultura mais resiliente e agregando valor à experiência turística. Mais do que isso, sustenta-se que o turismo é um dos setores que mais cresce em termos de movimentação de divisas a nível internacional, facto que o leva a tomar um lugar de destaque para os países do Sul-Global que, aliás, tendem a ser de carácter recetor de turistas internacionais (OMT, 2021).

A proposta de pesquisa visa, essencialmente, e de forma objetiva conferir até que ponto o volume de investimentos registados pode estar ou estará a contribuir para o bem-estar das comunidades residentes, nas suas mais diversas e complexas necessidades. Essa preocupação nasce das observações preliminares que apontam para um estado de pobreza extrema por parte da população habitante na região da Praia da Barra, no Município de Inhambane, aliás, como aponta o relatório do Inquérito sobre Orçamento Familiar (IOF, 2021), o nível de pobreza destaca-se no município em referência e alguns indicadores comprovam esse estado de pobreza.

A título de exemplo, 70% das casas nas regiões rurais do Município de Inhambane são contruídas à base de madeira, chapas de zinco, palha e caniço, contra aproximadamente 30% à base de material convencional (Blocos de cimento, tijolos, cobertura em laje, telhas ou chapas de zinco). Em termos de abastecimento de água, parte considerável da população, estatisticamente (32%), se abastece de água de poços não protegidos contra 18% em fontes de água canalizada e segura, sendo que restante da população vive predominantemente com recurso à água captada da chuva e conservada em cisternas privadas. Em relação a fontes de energia, 27,1% e 19,7% utilizam baterias e

pilhas, respetivamente, os restantes utilizam geradores/placas solares, petróleo de iluminação, vela, lenha ou outro, contra 22,1% que utilizam corrente elétrica da rede nacional, só para citar alguns exemplos.

Estes cenários são constatados numa realidade em que em Moçambique, importantes investimentos em projetos turísticos foram realizados e a região da Praia da Barra foi elencada como umas das regiões prioritárias para o desenvolvimento turístico, no qual o Governo utiliza, como base de argumentação, o combate a pobreza das comunidades nas regiões onde se desenvolve o turismo. Com efeito, no ano 2000, o Governo de Moçambique aprovou o Programa de Ação para a Redução da Pobreza Absoluta (PARPA-II), onde o turismo foi visto como uma área prioritária para investimentos e impulsionadora do desenvolvimento (Sánchez; Serrano Leyva; Pérez Ricardo, 2020). Assim sendo, em 2002 foi feito um investimento de 1,3 milhões de dólares americanos e nos anos seguintes, no prosseguimento do PARPA-II, os investimentos aumentaram até 977.201 milhões de dólares dos investimentos totais em turismo em Moçambique (Sumbana, 2008). Mussavengane *et al.* (2019), OMT (2022) e Singh (2022) confirmaram em suas pesquisas existir uma relação de causalidade entre os investimentos em turismo e o consequente desenvolvimento das comunidades residentes. Essas pesquisas referidas contrastam com os resultados de (Adu Ampong, 2020; Mitchell; Ashley, 2010; Stacciarini; Stacciarini, 2020; Akrong, 2019), que apontaram como resultado dos seus estudos, o contrário em termos de ganhos para comunidades residentes.

Portanto, as pesquisas referidas recorreram a ferramentas tecnológicas nas suas metodologias que chegam às suas conclusões através de dados secundários que estão contidos em determinadas fontes de agências internacionais como a Organização Mundial do Turismo, Fundo Monetário Internacional, Banco Mundial, etc. Os trabalhos que defendem que o turismo ajuda a desenvolver as comunidades não se basearam em estudos de caso, mas sim de dados mais gerais, enquanto os que contrariam essa posição afirmando que o turismo não desenvolve as comunidades nas regiões onde é implantado, partem de dados mais contextualizados de estudos de caso, ainda que secundários. A leitura sobre os referidos dados pode conduzir a um viés que possa induzir à conclusão de que, por exemplo, na região da Praia da Barra, a população esteja a viver um estágio de desenvolvimento aceitável por causa do turismo. De acordo com o INE (2024), a população da província de Inhambane é de 1 175 292 habitantes com um PIB per capita de USD 837, do qual se pode deduzir um PIB Total de USD 984 milhões.

Neste caso, para se alcançar o objetivo principal de propor e aplicar uma

metodologia que amplie as possibilidades de análise dos efeitos dos ganhos advindos dos investimentos em turismo para o combate à pobreza nas comunidades residentes na região da Praia da Barra, no Bairro Conguiana, no Município de Inhambane, o estudo sujeita-se a adotou e aplicou a metodologia do LM3 (Local Multiplier 3), com o objetivo principal de quantificar o impacto econômico local gerado por uma organização ou atividade, medindo como os gastos iniciais se multiplicam na economia local. Ele ajuda a identificar a contribuição econômica para a comunidade, destacando o efeito multiplicador dos gastos. O cruzamento ou a confrontação entre os dados primários e secundários irão permitir o maior aprofundamento dos elementos factuais alvos do estudo.

Este texto está organizado em oito seções, além dos apêndices. Além desta introdução, a seção 2 apresenta a justificativa e o problema de pesquisa, a terceira seção busca delimitar e conceituar as teorias a serem utilizadas para análise dos dados, a quarta seção descreve a área de estudo, a quinta seção apresenta os objetivos, a sexta seção descreve a metodologia que foi aplicada, a sétima seção explora o potencial da pesquisa e os resultados esperados, e a oitava seção se refere à bibliografia utilizada.

## 1.1 JUSTIFICATIVA E PROBLEMÁTICA

De acordo com a OMT (2021), o turismo é um dos setores econômicos que mais rápido registra crescimento no mundo e é cada vez mais reconhecido como um contribuinte para a criação de emprego e riqueza, proteção, preservação cultural e redução da pobreza. A organização sugere que, se for bem projetado e administrado, pode ajudar a preservar o patrimônio natural e cultural de que depende, capacitar as comunidades anfitriãs, gerar oportunidades comerciais e promover a paz e compreensão intercultural, não obstante os desafios crescentes, nomeadamente relacionados às emissões de gases de efeito estufa, a fuga de divisas, gestão de recursos ou impacto nas comunidades locais e bens culturais. Com efeito, foram registados 402 milhões de chegadas a nível mundial, o que permitiu movimentar a cifra de 1.466 bilhões de USD, correspondendo à África a quantia de USD 39 Bilhões em receitas cumulativas, resultantes de 18 milhões de chegadas (OMT, 2021).

Em Moçambique o turismo continua a ser um setor relevante apesar das flutuações recentes. Segundo o INE (2024), o país recebeu 1.153.698 turistas em 2023, que gastaram mais de 52 mil milhões de meticais (equivalente à USD 800.000.000,00 ao cambio do dia 21/10/2025) com gasto médio diário de cerca de USD 125,00/dia. Em 2022, houve

crescimento de 43% no número de turistas estrangeiros hospedados em hotéis, totalizando 461.438 pessoas, embora ainda aquém de 2019.

A província de Inhambane destaca-se em vários indicadores: foi a segunda província com mais hóspedes estrangeiros em hotéis, atingindo 106.109 em 2022. Também em 2022, a estadia média total de hóspedes foi de 2,6 noites, enquanto Inhambane registou uma estadia média de 7 noites (INE, 2022). Além disso, apesar de uma queda no número de visitantes, o setor do turismo gerou em 2024 cerca de USD 207 milhões ( $\approx$  13,1 mil milhões de meticaís) e responde por cerca de 4,2% do PIB do país. Associado a isso, os empreendimentos hoteleiros de Inhambane apresentam taxas médias de ocupação de 54,6% (portanto, o dobro da média nacional). Em Moçambique o turismo continua a ser um setor relevante, apesar das flutuações que tem registado.

Com o término da guerra civil e consequente assinatura do Acordo Geral de Paz de 1992, o Governo de Moçambique adotou o turismo como um dos mecanismos de desenvolvimento. Isso visava, por um lado do ponto de vista económico arrecadar receitas para os cofres do Estado de modo a responder as necessidades de recuperação da infraestrutura destruída pela guerra, e por outro lado, no sentido de reverter a imagem de guerra, miséria e fome que o país ostentava. Por isso foi adotado um conjunto complexo de leis, políticas, estratégia e regulamentos para gerir e assegurar a sua implementação. Importa, neste trabalho, problematizar o impacto que este conjunto de regulamentos e instituições reproduziu nos processos de desenvolvimento do turismo e melhoramento das atividades económicas que o apoiam através da atração de mais turistas e investimentos, procurando salvaguardar a importância da qualidade do ambiente físico-natural, o ambiente de negócios e os padrões de vida das comunidades locais receptoras.

O atual processo de desenvolvimento do turismo em Moçambique apresenta consideráveis lacunas. Se por um lado parece existir um desfasamento entre a teoria e a prática (Azevedo, 2014; Zacarias, 2013), também parece existir um sistema em que não existe partilha de benefícios económicos, mas sim partilha dos impactos sociais e ambientais negativos. Enquanto o quadro político do turismo em Moçambique prioriza a necessidade de interiorização do turismo, estes processos parecem negligenciados na prática, no sentido em que a planificação e o volume de negócios ainda se concentram na faixa costeira. É neste pequeno segmento do país que ainda se concentram os maiores investimentos do turismo e se encontram desenvolvidas estratégias de negócios. Por outro lado, assiste-se a um incremento de investimento direto estrangeiro no litoral, que privilegia os pagamentos a serem realizados a partir de fora do país e apenas o usufruto

das atratividades e partilha dos efeitos negativos do setor turístico no país (Sumale, 2016).

Segundo Spenceley e Meyer (2012), o turismo alimenta uma cadeia global ou uma indústria global que pode fornecer um mecanismo de transferência de riqueza dos ricos para os pobres. No entanto, as pessoas que vivem nas proximidades de atrações turísticas também suportam os custos desproporcionais resultantes do turismo (Archabald; Naughton-Treves, 2001). A análise sobre o desenvolvimento do turismo pró-pobre baseada por um lado na inserção das comunidades em cadeia de valor turística pode ser das mais sugestivas quando se pretende avaliar o impacto do turismo a nível das comunidades locais, nos países do Sul-Global (Meyer, 2009; Mitchell, 2012).

A análise baseada em cadeia de valor é capaz de levar em consideração a maioria dos efeitos do turismo na economia anfitriã, para avaliar a competitividade dos negócios diretamente relacionados ao turismo e focar-se no desenvolvimento econômico. Conforme apontam Song, Liu e Chen, (2013), a análise de cadeia de valor do turismo leva em consideração a maioria dos efeitos do turismo na economia anfitriã para avaliar a competitividade dos produtos turísticos e focar no desenvolvimento econômico local.

Em uma cadeia de valor do turismo, os atores estão interligados e colaboram para produzir e distribuir a oferta turística devendo-se redistribuir os ganhos de forma equilibrada (Song, Liu e Chen, 2013). Em sua forma mais simplificada, a cadeia de valor em turismo assenta-se em um conjunto de inter-relações entre os “nós” formados por atores do planejamento do turismo, fornecedores primários, intermediários turísticos e turistas (Romero; Trejada, 2011; Song, Liu e Chen, 2013). A estrutura dessas inter-relações cria valor experiencial que pode ser alcançado por turistas e uma plataforma para empreendedores locais e partes interessadas da comunidade local para conectar seu trabalho transformado em produtos e serviços para o sistema turístico internacional.

A configuração e coordenação dessas inter-relações para fornecer acesso local à cadeia de valor do turismo são fundamentais num contexto de turismo e desenvolvimento sustentável. Aliás, conforme avança Bramwell; Lane (2011), no processo de desenvolvimento do turismo, a governança deve desempenhar um papel chave entre os principais intervenientes sendo que detêm autoridade suficiente para mediar os demais interesses dos outros intervenientes na cadeia de valor do turismo assim como lidar com todas as questões de interesses coletivos no local onde se pretende desenvolver o turismo. De forma mais ampla, a governança do turismo é definida por Rhodes (1996) como um processo complexo de tomada de decisão que antecipa e ultrapassa o governo.

Os aspetos frequentemente evidenciados sobre a governança estão relacionados:

à legitimidade do espaço público em constituição, à repartição do poder entre aqueles que governam e aqueles que são governados, aos processos de negociação entre os atores sociais (os procedimentos e as práticas, a gestão das interações e das interdependências que desembocam ou não em sistemas alternativos de regulação, o estabelecimento de redes e os mecanismos de coordenação), e à descentralização da autoridade e das funções ligadas ao ato de governar. Assim, o Estado pode impor requisitos bem como incentivos de modo que os demais intervenientes no processo de desenvolvimento turístico se adequem e adaptem no processo (Dellabrida, 2007).

Devido a esta posição centrada do Estado na governança da cadeia de valor em turismo, o sistema multinível de planejamento vê-se como o fator central na estrutura das relações dentro da cadeia de valor (Romero; Trejada, 2011; Song; Liu; Chen, 2013), detendo neste contexto a chave para influenciar a maximização dos ganhos e limitar caminhos de fuga de capitais. Para otimizar os impactos do turismo, Bramwell; Lane, (2011); Kauppila *et. al.* (2009) apontam que o planejamento do turismo deve ser integrado na estratégia geral de desenvolvimento, no contexto dos planos gerais do país ou região.

Na perspectiva de Timothy (1998), há quatro (4) tipos de cooperação que precisam estar presentes para alcançar esta integração no sistema de planejamento, nomeadamente: (1) Cooperação entre agências governamentais, reduzindo a competição ou incompatibilidades entre departamentos governamentais; (2) Cooperação entre níveis de administração, lidando com a estrutura escalar de responsabilidades de planejamento turístico; (3) Cooperação transfronteiriça entre unidades administrativas de mesma escala, lidando com recursos transfronteiriços potenciais e desequilíbrios ambientais, sociais e econômicos entre áreas; e (4) Cooperação dos setores público e privado, lidando com a diversidade de atividades relacionadas aos grupos de partes interessadas no turismo.

Nos países do sul global, o controle sobre os recursos naturais e o papel crucial do planejamento do turismo e da formulação de políticas é geralmente regulado pelo governo ou por agências lideradas pelo governo que tendem a limitar o envolvimento local (Nelson, 2012). No entanto, o envolvimento dos governos de níveis inferiores é de vital importância para implementar com sucesso iniciativas de turismo em escala nacional para reduzir a pobreza (Jamal; Getz, 1995). Além disso, a situação de governança regularmente capacita as partes interessadas internacionais e as elites locais dominantes para permitir que não criem barreiras para as partes interessadas locais entrarem nos mercados de turismo ou na arena de tomada de decisões (Duffy, 2008; Schilcher, 2007).

Apesar do discurso hegemônico da OMT (2021) supervalorizar a contribuição do

turismo para redução da pobreza em comunidades recetoras, e em consonância, o Governo de Moçambique assumir essa posição através dos seus instrumentos orientadores, por exemplo, os planos estratégicos nacionais do turismo (PEDTM, 2004-2013); (PEDTM-II, 2015-2024) e a Política do Turismo e a Estratégia da sua Implementação - PTEI, 2003 e por outro lado o Governo de Moçambique incentivar investimentos na área do turismo, que por consequência dos incentivos e do quadro legal instituído o país registou investimentos consideráveis (INE, 2020). Porém, a pobreza continua muito presente nas famílias. Para consubstanciar esta colocação, o volume anual de investimento no Município de Inhambane cresceu desde o ano 2005, em montantes desde \$15.000,00 (Quinze mil dólares americanos) até acima de \$60.000.000,00 (sessenta milhões de dólares americanos) no primeiro semestre de 2019 (DPCTI, 2021). Apesar disso, os índices de pobreza das comunidades continuam elevados em regiões turísticas, conforme o Inquérito sobre o Orçamento Familiar (INE, 2021).

Embora o tamanho do setor de turismo foi reconhecido pelo seu peso na contribuição económica geral nos países do sul global, Bolwell; Weinz (2008); Brohman (1996) afirmaram que nesses mesmos países (do sul global), a grande maioria dos benefícios potenciais são vazados para os países de origem dos investimentos por meio das atividades de operadores turísticos internacionais, hotéis de propriedade estrangeira e a alta propensão do turismo a importações.

Nos finais da década de 1990 surgiram discussões sobre Turismo Pró-Pobre (Pro-Poor Tourism – PPT) com o intuito de estudar como o turismo poderia contribuir para a redução da pobreza (Ashley; Goodwin, 2007). O PPT tinha como objetivo central colocar a pobreza no centro da agenda do turismo. Nesta época, conforme Honeck (2008), muitos pesquisadores tinham uma perceção negativa sobre a capacidade da indústria do turismo para beneficiar os países anfitriões, uma vez que a crença era de que todos dividendos beneficiariam aos operadores turísticos detentores das redes internacionais de turismo.

O conceito PPT surgiu como o meio para o desenvolvimento do turismo influenciar a redução da pobreza. A preocupação com o alívio à pobreza busca responder em alguma medida aos anseios dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) da Organização das Nações Unidas – ONU. Segundo a OMT (2022), o turismo tem o potencial de contribuir, direta ou indiretamente, para todos os ODS e em particular, foi incluído como metas nos objetivos 1, 4, 5, 8, 10, 11 e 17 sobre “não” a pobreza, qualidade da educação, igualdade de género, crescimento económico inclusivo e sustentável, redução de desigualdades, comunidades e cidades sustentáveis, e parceria global para a

materialização dos ODS, respetivamente. A relação Turismo vs ODS será tratada na seção 3.6 deste trabalho.

Conforme Akrong (2019), a abordagem pró-pobre enfatiza o desenvolvimento do turismo em modos de acumular benefícios líquidos para os pobres por meio de diversas estratégias, incluindo aquelas que geram oportunidades de emprego, desenvolvimento de infraestrutura e aprimoramento de habilidades dos moradores em atividades empreendedoras. Osmani (2005) afirmava que o crescimento a favor dos pobres exigia uma rutura com o passado que torna o crescimento mais favorável à redução da pobreza, do ponto de vista dos pobres, sendo necessária uma melhoria em relação ao modelo e processo de negócio em turismo. Do ponto de vista de Osmani (2005), a definição do crescimento pró-pobre é simplesmente o crescimento que beneficia os pobres. Em termos práticos, isso conduz à categorização de uma experiência de crescimento, se é ou não pró-pobre, concentrando assim as mentes em: (i) Aumentar os impactos na redução da pobreza e (ii) Comparar se um determinado conjunto de políticas tende a ser mais favorável aos pobres do que outro.

A necessidade de ênfase em aumentar os benefícios líquidos para os pobres é abraçada por Ravillion (2004), aliás, este argumenta que em termos conceituais, a verdadeira questão não deve ser se o crescimento é pró-pobre, mas sim o quão ela é pró-pobre. Conforme Akrong (2019), o desenvolvimento de áreas atingidas pela pobreza apresenta um desafio crítico para alcançar a sustentabilidade social e afirma que o PPT oferece uma opção promissora para o alívio da pobreza e está atraindo cada vez mais atenção. Porém, atualmente parece estar faltando uma revisão quantitativa e sistemática da pesquisa de turismo pró-pobre - PPT (Akrong, 2019). Assim, uma abordagem mais mensurada é necessária para construir um mapa do conhecimento, com o objetivo de usar dados mais acertados para fornecer uma perspectiva objetiva e holística sobre PPT.

De acordo com Mitchell (2012), a Organização Mundial de Turismo - OMT e o Conselho Mundial de Viagens e Turismo investiram energia significativa afirmando não só a importância do turismo como setor econômico, mas também o benefício que o turismo oferece às comunidades locais em torno dos destinos turísticos. Na sequência, Mitchell (2012) apontou para a empregabilidade e o efeito multiplicador de atividades econômicas criadas pelo setor turístico convencional bem como o crescimento global liderado pelo turismo como quase onipresente em seus efeitos positivos.

Mitchell e Ashley (2010) entendem que se o turismo é inerentemente bom para o desenvolvimento, o papel dos formuladores de políticas do turismo nos países em

desenvolvimento seria proporcionar o maior número de turistas aos destinos turísticos. No entanto, ficou evidente que para os primeiros praticantes de PPT, muitas das afirmações bastante preponderantes, geralmente baseavam-se em fundações notavelmente fracas. Para Akrong (2019), embora a abordagem do turismo pró-pobres tenha granjeado atenção acadêmica, muitos dos estudos se voltaram para avaliar os seus impactos na redução da pobreza em comunidades com discussão limitada sobre o desenvolvimento de produtos. Com isso, Adu Ampong (2020) e Odhiambo (2021) concluem em suas pesquisas que apesar do entusiasmo nos discursos sobre o PPT, ainda não houve um método consensualmente aprovado para medir o impacto da atividade turística nos destinos de acolhimento e uma notável ausência de análise rigorosa.

Procura-se nesta tese confrontar que apesar da predominância de um discurso hegemónico sobre os benefícios do turismo para as comunidades residentes, grande parte dos destinos no sul global apresentam níveis de pobreza continuados, mesmo com um evidente crescimento do sector turístico. O problema de pesquisa identificado aqui diz respeito à ideia difundida de que o turismo deve ser impulsionado em países pobres porque é capaz de eliminar ou reduzir a pobreza, apesar de não haver na literatura especializada ainda evidência alguma disso. Muito pelo contrário, como afirmam diversos autores (Costa; Carvalho; Breda, 2011; Dolezal; Novelli, 2002; Mitchell, 2012; Tosun; Timothy, 2003) o turismo no Sul Global tende a aumentar as desigualdades, concentrando a maior parte das receitas geradas pelo setor nas mãos das grandes corporações e gerando empregos de baixa qualidade e remuneração. Dolezal; Novelli (2002) apontam não haver nenhuma evidência de que o turismo tenha eliminado a pobreza em algum país do sul global e acrescenta que não há uma metodologia de análise dos impactos do turismo pró-pobre que dê uma conclusão definitiva, não apenas se o turismo foi capaz de reduzir a pobreza, mas qual turismo deve ser impulsionado e qual arranjo de governança deve ser construído para atingir esse objetivo?

Perante este cenário e observando empiricamente as vivências na área de estudo, desfaz a afirmação hegemónica que coloca o turismo como um motor de alívio a pobreza e faz-nos acreditar que de facto há necessidade de mais estudos para averiguar em que medida o turismo alivia a pobreza das comunidades onde ocorre, pois na área deste estudo, não se vislumbra o compabe ou alívio da pobreza. Na tentativa de buscar respostas aos questionamentos antecedentes, construir-se-á na próxima seção, o quadro de objetivos (geral e específicos) que buscam as ações necessárias para o alcance dos resultados da pesquisa.

## 1.2 OBJETIVOS DA PESQUISA

O Governo de Moçambique antevê o turismo como um dos setores que irá registrar maior crescimento e coloca este setor como um dos seus pilares estratégicos para a dinamização e desenvolvimento da economia (Moçambique, 2025: PEDTM II, 2015). Assumindo essa premissa, urge compreender de que modo o país (Moçambique) explora o turismo de modo a reter a maior parte dos ganhos gerados na cadeia de valor turística que é vasta pela sua abrangência em serviços de hospedagem, restauração, transporte, animação e informação turística, entre outras, assim como em atividades complementares ao turismo. O foco do presente estudo é a região da Praia da Barra, bairro Conguiana, no Município de Inhambane.

### 1.2.1 Objetivo Geral

Analisar o efeito multiplicador da renda do turismo para compreender como este pode impulsionar a economia local e melhorar a qualidade de vida das pessoas, ampliando as possibilidades de análise dos efeitos dos ganhos advindos do turismo para o combate à pobreza nas comunidades residentes na região da Praia da Barra, no Bairro Conguiana, Município de Inhambane em Moçambique.

### 1.2.2 Objetivos Específicos

1. Identificar como os turistas e as empresas locais gastam seu dinheiro e como esses recursos circulam na comunidade, ajudando a calcular o impacto econômico inicial do turismo na região.
2. Calcular o efeito multiplicador da renda proveniente do turismo para medir o impacto direto, indireto e induzido das receitas turísticas nas empresas locais, analisando quanto do dinheiro gerado pelo turismo permanece na economia local.
3. Investigar como o turismo impulsiona a geração de empregos, tanto diretos quanto indiretos, e medir como isso contribui para a melhoria da qualidade de vida das famílias locais.

## **2 REFERENCIAL TEÓRICO**

Nesta parte busca-se discutir os principais conceitos que norteiam a tese, passando necessariamente por imergir no entendimento do que se pretende entender sobre a teoria do desenvolvimento de turismo, a pobreza e as desigualdades e a posterior, o turismo pró-pobre (PPT) e sua relação com cadeia de valor em turismo, num contexto neoliberal, o qual impõe um discurso que coloca o turismo como determinante para a redução da pobreza em países do sul global. O neoliberalismo é uma teoria econômica centrada na diminuição da burocracia e de processos políticos na gestão da economia. De acordo com Harvey (2005), neoliberalismo é também uma ideologia baseada na crença de que os mercados se autorregulam e, agindo desta forma, geram melhores resultados econômicos e acrescenta que esta teoria parte da prática da economia política e defende que o bem-estar humano pode ser atingido através da liberação das habilidades e liberdades individuais de empreendedorismo dentro de uma estrutura institucional caracterizada por

uma forte defesa dos direitos de propriedade, mercados livres e comércio livre.

De acordo com De la Torre (1992) turismo é um fenômeno social que consiste no deslocamento temporário de indivíduos ou grupos de pessoas fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem de seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, econômica, cultural e ambiental. O turismo, pela sua natureza, congloba um conjunto de serviços e atividades que concorrem para dar resposta aos turistas que dedicam seu tempo livre para viajar e desfrutar produtos e serviços turísticos. O conjunto de serviços e atividades referido engloba o agenciamento de viagens, as transportadoras, as empresas de animação, a restauração, a hospitalidade, entre outras e o processo de desenvolvimento de turismo em localidades envolve uma série de infraestruturas de base e específicas para atender ao turismo, nomeadamente as vias de acesso, o sistema de saneamento, a eletricidade, o abastecimento de água, a rede de comunicações, etc..

A mobilização de todas essas condicionantes para acomodar o turismo provoca nos demais setores industriais e de serviços, a criação de forma direta ou indireta de impactos globais cada vez mais impulsionados pelo desenvolvimento tecnológico, pelo crescimento das cidades, pelo avanço dos meios de transporte e pelo advento das tecnologias de comunicação (Archer; Cooper; Ruhanen, 2005). O turismo tem sido considerado uma das principais atividades socioeconômicas e alicerce para o financiamento de economias frágeis como é o dos países do sul global. Neste diapasão, a “corrida” para atrair cada vez mais turistas se converteu na principal preocupação de diversos governos que se apropriam do turismo como salvaguarda dos interesses econômicos de suas nações.

Embora seja um acelerador da economia, o turismo pode gerar efeitos irreversíveis nos destinos acolhedores afetando sobremaneira os padrões de vida das comunidades, na qualidade do ambiente circundante e na estrutura de mercado já estabelecida em determinado destino. Dependendo da complexidade destes fatores, o conjunto de políticas e instituições públicas pode assumir um papel cada vez maior na sua solução e gestão (Zacarias, 2013).

Voltando ao discurso neoliberal, o papel do turismo nesse conceito de desenvolvimento é transformar em bens de consumo aquilo que não é desejável. Lugares que não foram completamente ‘modernizados’ são vistos como ‘atrasados’, ‘exóticos’, ‘distantes’, ‘desconhecidos’; lugares para ‘aventura’ e ‘descoberta’. Lugares com essas

características são explorados como destinos turísticos, enquadrando-se neste contexto a teoria da modernização turística que é aquela que considera o turismo como a indústria mais adequada para ocupar lugares não modernizados (Fazito, 2015).

Portanto, a teoria colocada assenta na aceção de um discurso público hegemónico de vários Governos e/ou agências de desenvolvimento de turismo, principalmente no Sul Global que indica o turismo como motor de desenvolvimento de economias fracas, como o caso da de Moçambique, sem olhar no fundo para os impactos negativos que pode criar para as comunidades residentes.

De acordo com Tribe (1997) a epistemologia em turismo é importante por dois motivos, primeiro porque “promove uma revisão sistemática do que é o legítimo conhecimento turístico” [...] e segundo porque “ainda não há acordo sobre o mapa ou as fronteiras dos estudos turísticos”. Acrescenta-se que outro ponto importante da epistemologia é que ela não permite que os estudiosos se deixem levar pelas ideias hegemônicas sobre o turismo que buscam conservar a ordem e o progresso atual de seu desenvolvimento. Ou seja, praticar a epistemologia é buscar a reflexão crítica que tem por fim revelar e descobrir um mundo no qual a desigualdade, os problemas humanos e do meio ambiente, por exemplo, são parte de uma ordem funcional e estrutural que incide no turismo e também em seu conhecimento produzido.

Partindo-se do pressuposto de que a epistemologia é o estudo do conhecimento (Netto; Nechar, 2014, p. 122), a presente pesquisa, trata da epistemologia do turismo, portanto, estudo do turismo no que se refere aos seus impactos na vida das comunidades residentes. Esta pesquisa, quanto aos procedimentos técnicos, é bibliográfica e documental que conforme Azevedo; Frei; Marques (2013), busca-se o levantamento de informações bibliográficas e documentais existentes em livros, revistas científicas, artigos, monografias, dissertações, teses, legislação, documentos institucionais, como relatórios técnicos e outras publicações. Durante essa etapa, podem ser exploradas fotos, mapas, vídeos, dentre outros materiais que contenham informações bibliográficas e documentais necessárias à pesquisa. Essas técnicas, geralmente, são obrigatórias em estudos científicos, pois permitem que novos estudos partam de uma base teórica já estudada.

Neste caso, epistemologicamente são consultadas fontes bibliográficas para sustentar a problemática e nortear toda a discussão teórica de modo a buscar o estado da arte sobre o turismo e desenvolvimento, com ênfase para os benefícios que podem melhorar a condição de vida das comunidades acolhedoras. Para além da pesquisa

bibliográfica, realiza-se uma análise de documentos relevantes para o problema de pesquisa, como os Planos Estratégicos de Desenvolvimento do Turismo, os Programas Quinquenais do Governo (PQG), alguns relatórios e documentos do INE que dão um suporte documental sobre o assunto, entre outros.

Nesta tese, a análise assenta nas seguintes dimensões estruturais, sendo que as categorias definidas na revisão metodológica proposta mais adiante poderá adicionar ou alterar alguns itens:

- A contribuição do turismo para a redução da pobreza das comunidades residentes;
- O Multiplicador Local do Turismo na região da Praia da Barra.
- A qualidade dos postos de emprego gerados para as comunidades residentes;
- O contributo do turismo na resolução de problemas básicos, equipamentos e serviços e infraestrutura das comunidades residentes.

## 2.1 DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO

O conceito de desenvolvimento turístico conduz imediatamente à compreensão do que significa desenvolvimento. Desenvolvimento deve ser visto no seu sentido mais dilatado, o qual considera os elementos de crescimento que incluem a superação significativa dos problemas sociais básicos, sem comprometer as questões ambientais, um cenário que ocorreria em função de profundas mudanças estruturais nos campos económico, político, cultural e social de uma determinada sociedade, e sobretudo com um cunho notório de efetiva distribuição de renda (Pimenta *et al.*, 2002).

Uma posição aparentemente mais inclusiva apontada por Loiola (2004) indica que uma nova corrente de reflexão sobre o desenvolvimento emergiu do crescimento de uma consciência mais ecológica nas sociedades mais avançadas, a partir da qual, a questão da sustentabilidade dos modelos de desenvolvimento passou a ser prioridade nas discussões, desta feita, definindo o desenvolvimento sustentável como sendo um processo de mudança social e de elevação das oportunidades presentes nas sociedades, sem comprometer as capacidades das gerações vindouras poderem atender suas próprias necessidades, daí que o desenvolvimento sustentável necessite de compatibilização no tempo e espaço, entre crescimento, eficiência económica, conservação ambiental, qualidade de vida e equidade social, trazendo aqui elementos diferenciadores com relação

ao conceito mais tradicional de desenvolvimento.

Desenvolvimento e crescimento econômico são conceitos distintos. Apesar da sua inter-relação, conforme apresenta Sachs *et al.*, (2020), os objetivos do desenvolvimento vão além da mera reprodução da riqueza material, enquanto o crescimento é uma condição necessária para o alcance do bem-estar social. Na sequência, Sachs *et al.*, (2020) afirmam que o desenvolvimento turístico deve considerar diversos fatores, destacando-se os processos de planejamento, a sustentabilidade, a integração e a atuação dos agentes que fazem parte da sua fundação e no turismo podem ser entendidas como população local, empresários e turistas. Neste caso, evidencia-se a necessidade de enquadrar de forma direta os entes públicos e privados, as organizações da sociedade civil.

Segundo Sen (2000), desenvolvimento econômico no geral foi consideravelmente favorecido pelo desenvolvimento dos recursos humanos relacionado com as oportunidades sociais que foram geradas. O autor correlaciona, inclusive, que a diminuição da mortalidade em alguns países com os seus processos de desenvolvimento, associado às liberdades individuais. Aliás, Sen (2000) enaltece a necessidade de envolvimento das pessoas no processo de desenvolvimento, articulando-se, no caso, com o Estado não só passivamente ao usufruírem dessas liberdades, mas principalmente na construção da estrutura que considera ser um meio e um fim para o desenvolvimento.

Nesta sequência de ideias, fundamenta-se que o papel do Estado como detentor de poderes e construtor de políticas públicas conducentes à melhoria das condições de vida das pessoas em todos os sentidos. O turismo é visto como atividade econômica para uns e como fenômeno social para outros, este não pode desenvolver-se sem a existência dessas duas vertentes, a social e a econômica.

Sen (2000) entende que a existência de redes de segurança social para proteger os mais pobres, o fornecimento dos serviços sociais para a população, entre outros, são uma consequência do desenvolvimento a partir do ganho econômico, sendo este o ponto de partida à abertura de outros fatores sociais que beneficiam a maioria, ou seja, o desenvolvimento é tido como um processo de expansão das liberdades reais que as pessoas desfrutam.

O processo de desenvolvimento, conforme Sen (2000), quando julgado pela ampliação da liberdade humana, precisa incluir a eliminação da privação dessa pessoa. Na sequência, acrescenta que a liberdade humana é a premissa básica para se avançar ao estágio de desenvolvimento. Aliás, conforme o mesmo autor, os direitos, as oportunidades e os intitamentos de liberdade são destacados através de 5 componentes que se

interligam, nomeadamente: facilidades económicas, liberdades políticas, oportunidades sociais, garantias de transparência e segurança protetora, sendo o processo de desenvolvimento determinantemente influenciado por essas componentes, pelo que há necessidade de apreender essas interligações ao se deliberar sobre políticas de desenvolvimento.

Numa outra linha, não se pode medir o impacto do turismo apenas na perspectiva económica. Seguindo os pensamentos de Sen (2000), deve-se analisar também a abordagem das capacidades. O primeiro esclarecimento que precisa ser feito é perguntar se a abordagem das capacidades é uma teoria bem definida, ou algo mais amplo, como um paradigma. Em sua forma mais ampla, Sen (2000) afirma que a abordagem das capacidades pode, de fato, ser considerada um paradigma. No entanto, nem todos a usam como tal. Poderia ajudar a distinguir entre três níveis diferentes em que a abordagem de capacidade está operando:

1. Como uma estrutura de pensamento para a avaliação da vantagem individual e arranjos sociais;
2. Como crítica de outras abordagens para a avaliação do bem-estar e da justiça;
3. Como uma fórmula ou algoritmo para fazer comparações interpessoais de bem-estar;

A abordagem das capacidades é primariamente e principalmente uma estrutura de pensamento, um modo de pensar sobre questões normativas, portanto – vagamente definido – um paradigma. O autor deste pensamento enfatizou que a abordagem das capacidades pode ser usada para uma ampla gama de propósitos (Sen, 1993). O que significa ver a abordagem das capacidades como uma estrutura geral de pensamento para a avaliação de vantagens individuais e arranjos sociais? A abordagem da capacidade concentra-se nas informações de que precisamos para fazer julgamentos sobre o bem-estar individual, políticas sociais, e assim por diante, e, conseqüentemente, rejeita abordagens alternativas que considera normativamente inadequadas, por exemplo, quando uma avaliação é feita exclusivamente em termos monetários. A abordagem da capacidade também identifica restrições sociais que influenciam e restringem tanto o bem-estar quanto os exercícios avaliativos.

A abordagem da capacidade pode ser usada para medir a pobreza ou a desigualdade, ou pode ser usada como uma alternativa para análise utilitária tradicional de custo-benefício. É uma perspectiva que pode ser aplicada a avaliações de eficiência.

Pode servir como um componente importante para uma teoria da justiça, mas a abordagem da capacidade específica um espaço avaliativo e isso não equivale a uma teoria da justiça (Sen, 1995). Ele enfatiza que uma teoria da justiça deve incluir tanto considerações agregativas quanto distributivas, enquanto a abordagem das capacidades não especifica um princípio agregativo. Em segundo lugar de importância está a abordagem da capacidade como crítica, principalmente as abordagens sobre o bem-estar das comunidades e em teorias económicas utilitárias e baseadas em renda ou recursos.

Um estudo elaborado que utilizou a abordagem da capacidade como seu eixo teórico é o da avaliação da Índia por Drèze e Sen (2002). Suas análises sobre as conquistas no processo de desenvolvimento da Índia se concentraram em uma série de capacidades (ausentes) e nos bens, as práticas institucionais necessárias para capacitar as comunidades, tendo sido analisadas: a educação, saúde, situação da fome, participação política, saúde reprodutiva, violência e os efeitos sobre o bem-estar humano de ameaças nucleares, entre outros. Drèze e Sen (2002) não limitam sua análise à coleta e apresentação das estatísticas e dados disponíveis, mas proporcionaram uma discussão crítica sobre as oportunidades e o bem-estar de grupos e indivíduos na Índia, com base nesses dados quantitativos e em uma ampla gama de outros recursos, incluindo acontecimentos políticos e sociais. Um outro estudo que deve ser mencionado é o de Clark (2002) que por sua vez não avaliou o bem-estar ou os arranjos sociais como tal, mas pesquisou os habitantes de duas regiões carentes do Sul da África para descobrir quais capacidades que elas relataram ser valiosas. Clark (2002), também discute os diferentes tipos de capacidades que uma mercadoria em particular gera para um determinado grupo, e como isso se relaciona com as satisfações mentais.

Os argumentos teóricos como os argumentos empíricos mostram que se provou infundado concluir que a abordagem da capacidade é não operacional. No entanto, deve-se notar que as aplicações quantitativas existentes são amplamente descritivas (ex. conceituando e medindo a pobreza ou a desigualdade em termos de funcionamentos em vez de usar funcionamentos e capacidades em pesquisas explicativas que tentam explicar, por exemplo, funcionamentos e pobreza). Permanece uma questão em aberto relacionada aos quão bem-sucedidos modelos mais teóricos e formais baseados na abordagem de capacidade serão, por exemplo, modelos que provêm os efeitos das mudanças de política nas capacidades das pessoas.

Sen (1995), rejeita as teorias de bem-estar porque, quaisquer que sejam suas especificações adicionais, elas excluem as utilidades e, assim, excluem as informações

úteis de nossos julgamentos morais. Assim, se preocupa não apenas com a informação que está incluída em uma avaliação normativa, mas ele se preocupa tanto com a informação que é excluída. A informação não-utilitária que é excluída pelo utilitarismo pode ser a informação física de uma pessoa. Neste caso, nota-se a necessidade de informações sobre as deficiências, mas também aspetos sociais ou morais, como o princípio de que homens e mulheres devem receber o mesmo salário pelo mesmo trabalho. Para um utilitarista, este princípio não tem valor intrínseco, e homens e mulheres não devem receber o mesmo salário enquanto as mulheres estão satisfeitas com salários mais baixos.

A relação entre desenvolvimento do turismo, crescimento da economia e redução da pobreza não é novidade na literatura sobre desenvolvimento econômico e turístico (Elliott Jones, 1971; Tohamy; Swinscoe, 2000; Sharpley; Telfer, 2002). No entanto, os governos destacam que o turismo assume um papel preponderante na luta contra a pobreza nos últimos tempos através dos intervenientes do turismo e também entidades internacionais, particularmente a OMT e do Comércio (OMC) ambas da ONU. Neste contexto, o turismo foi promovido diante das ferramentas disponíveis para erradicar a pobreza de forma eficaz, relativamente rápida e de forma menos onerosa nos países em desenvolvimento. A promessa do turismo para os países em desenvolvimento, é bastante evidenciada tanto como um veículo para obter uma vantagem competitiva, quanto um veículo para reduzir a pobreza muitas vezes baseada em seu impacto potencial de crescimento (Durberry, 2002; Elliott Jones, 1971; Sevilha, 2020).

Britton (1982) avança que os países em vias de desenvolvimento sofrem com uma série de problemas comuns e distorções estruturais em sua organização social e econômica. As origens desses problemas, conforme o mesmo autor, estão na experiência coletiva de países pobres, enraizados nos modelos inculcados em algum momento por forças quase incontrolláveis externas, especialmente da globalização que rompem com as fronteiras e soberania dos países em vias de desenvolvimento e criam nestes uma forma de dependência cíclica contínua (Britton, 1982).

Para Telfer (2002), a aposta no setor turístico não garante por si só o desenvolvimento socioeconômico das populações dos países recetores. Esta deve traduzir-se num comprometimento entre as partes interessadas no turismo, incluindo o capital privado, o sector público, as populações locais, as associações entre outros, visando o aumento do potencial endógeno através da integração da população local em diferentes fases da implementação do turismo e sobretudo nos ganhos, sejam eles diretos

ou indiretos, e que para que tal ocorra, dependerá do modelo de desenvolvimento turístico aplicado. Neste contexto, segundo Telfer (2002), as teorias e modelos foram delineados no intuito de alcançar o desejado desenvolvimento socioeconômico. Nos países ocidentais, aquele que maior implementação prática teve e que se configurou como orientador de todas as atividades econômicas, incluindo do turismo, foi o modelo neoliberal, com o seu conceito de livre mercado, autorregulação do mesmo levando à minimização do papel regulador do Estado.

Porém, como aponta Mitchell (2012), outras teorias de desenvolvimento alternativas ao modelo neoliberal ganharam notoriedade. Conceitos como o desenvolvimento sustentável abordado em fóruns das Nações Unidas, a economia ecológica, o desenvolvimento endógeno ou mesmo o conceito de pós-desenvolvimento, que declina as ideologias de desenvolvimento ocidentais pretendendo introduzir novos paradigmas, são ferramentas que se propõem a distribuir de uma forma mais equitativa os benefícios advindos da exploração turística principalmente quando aplicados a países em desenvolvimento como Moçambique, pois estes possuem um tecido socioeconômico, níveis educacionais e uma capacidade reguladora estatal mais frágeis. Em todos os destinos turísticos, com principal enfoque nos países em desenvolvimento, as comunidades recetoras tornam-se no fulcro do fenômeno turístico, uma vez que encerram em si uma dicotomia: o seu desenvolvimento socioeconômico é a razão da aposta na exploração do setor turístico e elas próprias configuram-se como um importantíssimo atrativo turístico segundo as novas tendências dos turistas internacionais. Assim, pode-se considerar que as comunidades locais são intervenientes ativas e deveriam ser beneficiárias principais no panorama da indústria turística (Alcobia, 2021).

Para Cain (2012) e Ajake (2015), os benefícios socioeconômicos mais flagrantes resultantes da exploração hoteleira prendem-se com a vasta capacidade de criar empregos, gerar divisas, gerar rendas, aumentar o tempo de estadas dos turistas num determinado território, promover a imagem do destino, promover a compra de bens e serviços em empresas da comunidade local e por fim contribuir para o estado social através de pagamento dos mais variados impostos. Nesta perspetiva, a indústria hoteleira reveste-se de fulcral importância para os países que fazem do turismo uma aposta central para a sua ascensão socioeconômica.

Porém, a implantação da indústria turística deve ser acompanhada com elevado grau de rigor e exigência pelas entidades reguladoras, uma vez que o seu elevado custo de investimento se traduz maioritariamente em investimentos externos. A OMT (2014)

alerta que este tipo de investimento possui algumas desvantagens, nomeadamente “*dependency on investment decisions taken externally and a potential for higher economic leakage*” (em português: “dependência de decisões de investimento tomadas externamente e potencial para uma maior fuga económica.”). Por sua vez a ILO, 2010 – Organização Internacional do Trabalho (2010), considera que apesar do Turismo ser um enorme setor empregador, a sua prática salarial muitas vezes situa-se abaixo das médias nacionais e caracteriza-se também por alguma precariedade das condições laborais.

Kasim; Scarlat (2007) advertem também para o fato de as atividades turísticas no geral terem fortes impactos ambientais junto das comunidades receptoras tais como: altos índices de consumo de energia, consumo e desperdício de água, produção de resíduos sólidos volumosos, uso de químicos e poluição atmosférica.

Deste modo, Grosbois (2011) afirma que hoje mais do que nunca os impactos socioeconômicos do turismo começam a ser alvo das atenções da comunidade internacional, comparando-a já às indústrias de outros ramos de produção, levando a que um termo que deve constar obrigatoriamente do vocabulário de qualquer profissional de turismo na área de gestão de vanguarda: o conceito societal/social. Assim, os benefícios socioeconômicos para as comunidades recetoras advindos da exploração de atividades turísticas estão muito dependentes das estratégias de gestão pré-estabelecidas assim como da capacidade das autoridades governamentais em adotarem estratégias indutoras de operações turísticas que efetivamente contribuam de forma significativa para o desenvolvimento social local.

Perante o exposto acima fica evidente a importância de o setor governamental estar munido de uma ferramenta de avaliação do contributo do setor turístico para o desenvolvimento socioeconômico local ajustável às próprias especificidades territoriais endógenas assim como às características de cada destino turístico estudado. Não há um modelo ideal de desenvolvimento, mas se confrontarmos as propostas de Britton (1982) e Telfer (2002), chegamos muito próximo da posição que se assume nesta tese, nomeadamente a dependência cíclica e contínua dos países em desenvolvimento perante o capital estrangeiro hegemónico na sua atuação/implementação, conjugado com o facto de que a aposta no setor turístico não garante por si só o desenvolvimento socioeconômico das populações dos países recetores.

Esta deve traduzir-se num comprometimento entre as partes interessadas no turismo, incluindo o capital privado, o sector público, as populações locais, as associações entre outros, visando o aumento do potencial endógeno através da integração da

população local em diferentes fases da implementação do turismo e sobretudo nos ganhos, sejam eles diretos ou indiretos. Porém, para uma melhor compreensão da discussão, há necessidade de clarificar o conceito de pobreza que se pretende adotar na presente pesquisa, daí segue-se com a discussão sobre a pobreza.

## 2.2 ABORDAGEM GERAL SOBRE A RELAÇÃO POBREZA E TURISMO

Segundo Davis e Sanchez-Martinez (2014), a pobreza ao longo dos anos foi definida com um viés para aspectos monetários, no entanto, com o passar do tempo o conceito começou a mudar a definição de pobreza para questões multidimensionais como a participação política e exclusão social mostrando que a pobreza é um fenômeno multidimensional. Conforme esses autores, no corolário dessa evolução conceitual, a Organização das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2021) definiu a pobreza em dois aspectos que são a pobreza absoluta e a pobreza total, significando assim que a pobreza não é o resultado direto de um fator, mas uma combinação de fatores.

O PNUD, 2021, assume a pobreza absoluta como sendo uma condição em que as pessoas são privadas de recursos básicos e passam necessidades como alimentação, saúde, abrigo, água potável, instalações sanitárias, educação e informações, sobre tal, a pobreza se deve a muitos fatores combinados e não apenas à renda. A pobreza geral é definida como uma condição em que as pessoas não são capazes de ter acesso a renda e outros recursos produtivos. A pobreza geral é caracterizada, mas não limitada “à fome e desnutrição, problemas de saúde, incapacidade de acesso à educação, aumento da morbidade e mortalidade por doença, falta de moradia, ambientes inseguros, exclusão social e discriminação” (PNUD, 2021). A pobreza geral também “envolve uma falta de participação no processo de tomada de decisões do cotidiano nos campos civil, social e cultural”.

A ONU em 2010 também apresentou outra definição de pobreza, o índice de pobreza multidimensional. A definição da ONU em 2010 envolvia muitos temas como educação, saúde, padrões de vida e muitas outras variáveis. Em 2013, a Fundação Joseph Rowntree (JRF) definiu a pobreza como uma condição em que os recursos materiais das pessoas não são suficientes para satisfazer as necessidades mínimas, incluindo a participação social (Mhlanga; Ndhlovu, 2020). De acordo com Mhlanga; Ndhlovu (2020), o Banco Mundial enfatizou muito o consumo e a renda dos indivíduos como as principais variáveis que podem tornar uma pessoa pobre, especialmente se o indivíduo falha em

atingir uma renda prescrita ou limite de consumo comumente conhecido como a linha de referência da pobreza.

O turismo e sua relação com o desenvolvimento no sul global caracteriza-se por desigualdades (De Soto, 2000). A pobreza apresenta a sua pior exposição nos países em desenvolvimento, que na generalidade, são vulneráveis que formam os mais fracos e pobres em toda a comunidade internacional (Deaton, 2002; Chen e Ravallion, 2001). Dados mais recentes do Banco Mundial (2019) apontam que o mundo não irá alcançar a meta de reduzir a população mundial que vive em extrema pobreza até 2030 no entanto, as projeções de linha de base sugerem que 6% da população mundial ainda estará vivendo em extrema pobreza em 2030, falhando a meta de erradicar a pobreza (O 1º Objetivo de Desenvolvimento Sustentável-ODS não será alcançado) (Guterres, 2019; BANCO MUNDIAL, 2019). Segundo Guterres (2019), a situação da pobreza é pior na África Subsaariana, onde uma parcela da população trabalhadora pobre era de aproximadamente 38% em 2018. O Banco Mundial também apoiou o fato de que a pobreza ainda está concentrada na África Subsaariana.

Em 2019, o Banco Mundial indicou que, apesar de se ter registado um declínio nas taxas de pobreza em todas as regiões do mundo, a taxa de progresso foi desigual e estimou que aproximadamente mais da metade das pessoas extremamente pobres vivem na África Subsaariana. Em 2015, tinha-se constatado que a parcela de domicílios pobres na África Subsaariana tinha aumentado em 9 milhões, enquanto 413 milhões de pessoas sobreviviam com menos de *USD* \$1,90 por dia. O outro aspeto preocupante é que a maioria das pessoas pobres no mundo residem em áreas rurais. A maioria dessas pessoas é pobremente instruída, empregada no setor agrícola e menor de 18 anos, conforme publicado pelo Banco Mundial (2019). Também indicou que o trabalho para acabar com a pobreza extrema ainda está em andamento com muitos desafios apresentados devido às baixas taxas de crescimento em muitas partes do mundo.

Procurando estabelecer uma relação entre o turismo e o estado de pobreza descrito acima, Pedroso (2003) aponta que grande parte dos países pobres veem o turismo com um potencial que representa uma boa perspectiva de redução da pobreza e catalisador para o crescimento económico. Historicamente o turismo internacional é um setor económico através do qual os países em desenvolvimento conseguiram aumentar sua participação na economia global (Pedroso, 2003).

Porém, algumas organizações internacionais impulsionadas pelos resultados positivos desses estudos empíricos estão apostando no turismo como estratégia para sair

da pobreza em países pobres. Ainda assim, fica implícito que o crescimento económico reduz a pobreza e que se evidencia a falta do elo nesta abordagem, ou seja, ausência da conexão empírica entre turismo e redução da pobreza. Daí, algumas questões podem ser colocadas, como por exemplo: Será que o turismo pode funcionar para os pobres? Esta questão de saber se o desenvolvimento do turismo pode beneficiar as pessoas pobres nos países em desenvolvimento é difícil de abordar diretamente porque os dados básicos estão ausentes. Sabe-se, porém, que o impacto pró-pobre mais importante do turismo resulta da maior oportunidade de gerar emprego em massa e a partir da criação da oportunidade de permitir que os grupos mais vulneráveis da sociedade participem da produção de bens e serviços turísticos (Ashley; Spenceley; Kock, 2009).

Os estudos de Page et al (1999) e Tohamy; Swinscoe, (2000) apontaram o turismo como sendo uma das principais atividades de exportação em um terço de todos os países em desenvolvimento e é, por conseguinte, uma das principais fontes de divisas nesses países. Por seu turno Sugiyarto, Blake e Sinclair (2002) confirmam que países pobres podem capturar benefícios significativos de turismo no nível macro. Nesse sentido, o desenvolvimento do turismo está associado ao aumento acelerado dos rendimentos, geração de empregos, geração de renda, aumento da base tributária, e maior bem-estar para as comunidades. Na mesma linha, Steiner, (2006) e Brau, Lanza e Pigliaru (2007) indicam que o turismo é um fator determinante para o crescimento, proporciona significativamente mais trabalho intensivo do que outros setores não agrícolas, e emprega uma proporção relativamente alta de trabalhadores do sexo feminino e semiqualeificados. Suas descobertas apoiam a afirmação de que empregos no turismo podem ter como alvo os pobres nos países em desenvolvimento. A relação turismo-redução da pobreza pode ser interpretada baseado em dois paradigmas aparentemente não relacionados, nomeadamente, o crescimento económico e sustentabilidade (Brau, Lanza e Pigliaru, 2007).

Vanegas e Croes (2008) afirmaram que a literatura clássica sobre o crescimento económico investigou o impacto de vários determinantes do crescimento, na sequência, essas investigações se concentraram na relação causal entre crescimento e desenvolvimento económico, no entanto, alguns resultados apontaram a existência de uma fraca relação causal entre bens não comercializáveis (por exemplo, turismo) e crescimento económico. Outros estudos (Steiner, 2006; e Kim *et al.*, 2006) examinaram se o turismo pode ser um motor de crescimento económico. Por exemplo, Kim et al. (2006) analisaram o impacto do turismo no crescimento económico no Egito, China,

Espanha, Aruba, Ilhas Maurícias, Grécia, Coreia do Sul e Taiwan, respetivamente. Todos eles, exceto na economia coreana, concluíram que existe uma relação positiva e significativa entre crescimento e desenvolvimento económico.

Além disso, Mak (2003), por exemplo, defendeu a distinção entre a noção de eficiência e a de equidade: uma ação que pode melhorar o bem-estar de todos pode melhorar o bem-estar de algumas pessoas mais do que outras. Se aqueles que se beneficiam dessa eficiência são os mais ricos, então a eficiência melhorada pode ser inteiramente consistente com mais desigualdade. Isso seria inaceitável à luz da pobreza persistente no mundo.

Em suma, a expansão e o desenvolvimento do turismo precisam receber apoio e dar apoio às comunidades locais, pois as atividades turísticas afetam toda uma comunidade. Isso significa que o novo crescimento e desenvolvimento estratégico deve-se concentrar no aumento da participação económica, equidade social e, portanto, redução da pobreza.

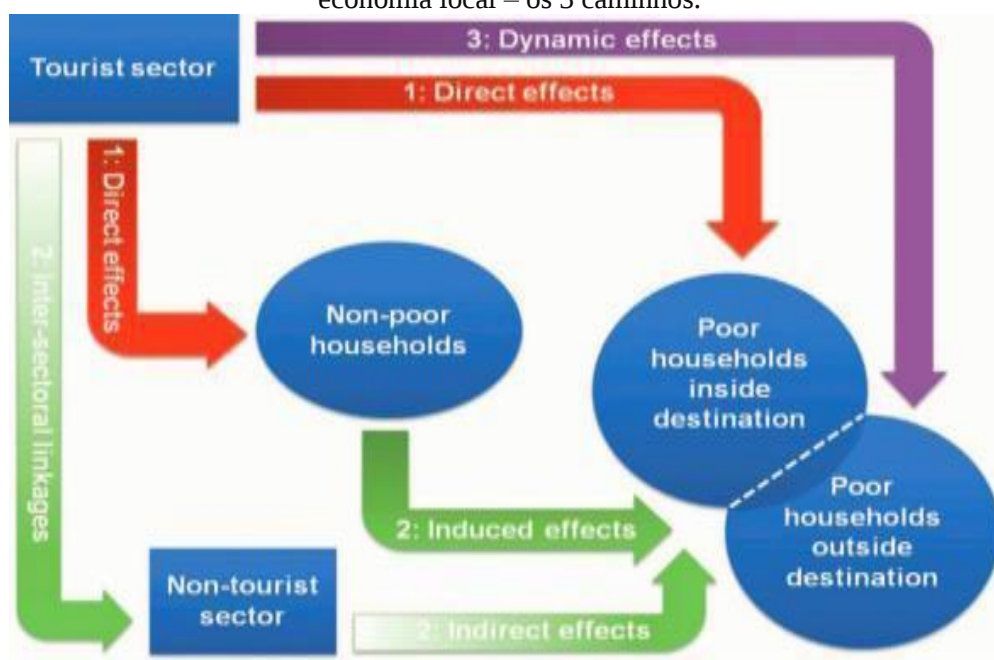
Nesse sentido, as conexões de pobreza e questões económicas existem. A relação entre turismo, expansão económica, e a redução da pobreza está no que Croes e Vanegas (2008) chamaram de “a democratização do dólar”: a transferência de riqueza e renda de residentes de países desenvolvidos e em desenvolvimento a residentes de países em desenvolvimento e menos desenvolvidos, a geração de oportunidades de emprego, amplas oportunidades de participação para todos os setores da economia, atuando como catalisador para a mudança e promovendo condições nas quais as pessoas pobres podem participar, aumentando sua renda e seus padrões de vida.

Muitos governos, no entanto, não levam o turismo a sério e falham em fazer a conexão entre o turismo e a redução da pobreza. Na verdade, isso resulta em falta de análise empírica para informar as decisões políticas, razão pela qual são escassos os dados sobre o impacto do turismo sobre as pessoas pobres (Markandya, Taylor e Pedroso 2005). Daí que, torna-se necessário compreender, essa relação e seus efeitos subsequentes empiricamente relevantes, pois, como aponta Honeck (2008), o turismo é um dos principais setores de exportações e fonte de divisas para os países do sul global. A tentativa de relacionar o turismo e o combate à pobreza induz a uma imersão sobre o conceito de turismo pró-pobre (Em Inglês, Pro-Poor Tourism-PPT), mesmo olhando nesta perspetiva de pobreza exacerbada nos países do sul global. Na seção seguinte debruçar-se-á sobre o PPT, seu conceito e abrangência.

## 2.3 TURISMO PRÓ-POBRE - ESTRUTURA CONCEITUAL

Para compreender as ligações entre o setor turístico e a economia local é sugerida a estrutura conceitual descrita na Figura 1, na qual o principal valor deste quadro é apreciar o alcance dos diversos caminhos pelos quais o setor turístico pode transferir benefícios (e prejuízos) para as comunidades locais e em torno dos destinos turísticos. Estes podem ser resumidos em três caminhos: Caminho 1 são efeitos diretos; O caminho 2 captura o indireto e impactos induzidos; e o Caminho 3 captura os efeitos dinâmicos de longo prazo do desenvolvimento turístico.

**Figura 1** - Estrutura conceitual para compreensão da ligação entre setor do turismo e a economia local – os 3 caminhos.



**Fonte:** Elaborado a partir de Mitchell; Ashley, (2010).

Para Mitchell; Ashley, (2010), o primeiro caminho inclui fluxos diretos do "setor turístico" estritamente definido aos grupos de baixa renda da economia local. Isso inclui os salários dos trabalhadores de experiências pobres em hotéis, restaurantes, guias e empresas de transporte e quaisquer benefícios para as comunidades a partir de iniciativas de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e esquemas de equidade comunitária. Os impactos da primeira rodada de efeitos diretos são geralmente bastante locais para o destino (ou seja, pessoas locais que trabalham no setor turístico ou um orfanato local apoiado). Contudo, efeitos diretos podem beneficiar comunidades distantes do destino

por meio de mecanismos como as remessas de trabalhadores de baixa renda que migram para o destino a trabalho, mas envie fundos para os parentes.

O segundo caminho inclui fluxos indiretos onde os gastos turísticos estimulam a atividade fora do setor turístico - por exemplo, salários de construção de hotéis e suprimentos, alimentos e bebidas. As cadeias de abastecimento de bens e serviços além do setor turístico podem ser significativamente mais longas do que as ligações diretas. Muitas vezes, os alimentos consumidos pelos turistas não são cultivados na economia local, podendo beneficiar grupos de baixa renda distantes do destino (e às vezes além das fronteiras do país anfitrião). Os efeitos induzidos são um impacto importante resultante dos gastos dos trabalhadores do turismo com os seus salários na economia local. Por meio de impactos induzidos, os salários pagos a trabalhadores não pobres podem beneficiar comunidades de baixa renda se fornecerem bens e serviços em que os trabalhadores gastam seus salários.

O terceiro caminho inclui os efeitos dinâmicos (positivos e negativos) da atividade turística na economia local. Os efeitos diretos, indiretos e induzidos são todos impactos de curto prazo: um hotel é inaugurado e os trabalhadores são empregados; a comida é comprada e os salários são gastos. Efeitos dinâmicos são os impactos de longo prazo de um hotel na economia local, como o pagamento de impostos para serviços de apoio à população local, atualização de competências no mercado de trabalho local resultantes da formação do pessoal do hotel, ou da mudança de acesso das comunidades locais a recursos naturais. A inclusão de efeitos de subsistência que não envolvem uma transação (como acesso a recursos naturais) enfrenta dificuldades para ser integrada neste quadro. No entanto, cada vez cresce o interesse de mensurar os custos ambientais da atividade turística e demonstrar a sua compensação com alguns benefícios socioeconômicos (Mitchell; Ashley, 2010).

Akrong (2019) afirma que o turismo é visto como um meio para reduzir a pobreza. A abordagem do turismo pró-pobres (PPT) surgiu, portanto, como o meio para o desenvolvimento do turismo influenciar a redução da pobreza. Esta abordagem enfatiza o desenvolvimento do turismo em modos que o permitam acumular benefícios líquidos para os pobres por meio de diversas estratégias, incluindo aquelas que geram empregos, oportunidades, desenvolvimento de infraestrutura e aprimoramento de habilidades dos moradores em atividades empreendedoras. Também enfatizada é a inclusão dos pobres na tomada de decisão sobre o turismo. Embora a abordagem do turismo pró-pobres tenha ganho atenção acadêmica, muitos desses estudos se voltaram para avaliar os impactos do

PPT na redução da pobreza em comunidades com discussão limitada sobre o desenvolvimento de produtos (Akrong, 2019).

Durante as últimas duas décadas, o turismo baseado em sua resiliência quanto nos seus supostos impactos positivos para a geração de divisas, crescimento econômico, criação de empregos em massa, aprimoramento do estímulo ao consumo e bem-estar está desempenhando um papel importante na formulação de estratégias de desenvolvimento dos países do sul global. Esta posição é apoiada por evidências empíricas de que a expansão do turismo é relevante e significativa para o crescimento e desenvolvimento econômico (Steiner, 2006; Croes; Vanegas, 2006; Kim *et al.* 2006). Algumas organizações internacionais (OMT, OIT) identificaram o turismo como um motor de expansão econômica para ajudar os países pobres na redução da pobreza (Hawkins; Mann, 2007).

Mais recentemente, de acordo com Ekins; Zenghelis, (2021), com os avanços recentes nas áreas ambiental, econômica e especificamente a “precificação” explícita do carbono, é possível explorar esta compensação de custos ambientais e benefícios socioeconômicos usando técnicas de análise de custo-benefício. No entanto, permanece o fato de que este quadro conceitual está focado em responder a perguntas sobre o impacto do turismo em famílias de baixa renda, sem avaliar os impactos ambientais do turismo. Para Ashley; Spenceley; Kock, (2009), a perspectiva do PPT se tornar uma fonte de redução da pobreza é atribuída a um número de razões:

- Em primeiro lugar, os potenciais do turismo para fornecer mercados para bens e serviços foram enfatizadas como oportunidades para os economicamente pobres serem empregados através da venda de bens e serviços.
- Em segundo lugar, o turismo é visto como uma oportunidade que pode diversificar as economias locais, especialmente em destinos turísticos.
- Em terceiro lugar, argumenta-se que o turismo é intensivo na utilização de mão-de-obra em comparação com outras atividades não agrícolas, podendo, portanto, empregar muitos, incluindo mulheres economicamente desfavorecidas.
- Em quarto lugar, é colocada em ênfase a crescente taxa de crescimento do turismo em países de baixa renda com a crença de contribuir para o desenvolvimento do turismo pró-pobres (Ashley; Spenceley; Kock, 2009; Godwin, 2008).

A Parceria de Turismo Pró-Pobre (PPTP, 2004) avançou três estratégias pelas

quais o turismo pode ser desenvolvido para gerar benefícios líquidos para os pobres (Vide o quadro 1). A primeira foca em estratégias econômicas que expandem oportunidades de emprego e salários, desenvolvimento de fontes coletivas de renda por meio de taxas, compartilhamentos de receita, dividendos em ações e doações, além de expandir as oportunidades locais por meio de serviços como alimentação e orientação para produção de insumos e venda de artesanato. A segunda enfatiza as estratégias que geram oportunidades de subsistência por meio do desenvolvimento de habilidades de moradores locais em empreendedorismo, incluindo estratégias que abordam os impactos sociais, culturais e ambientais negativos do turismo e acesso da comunidade local à infraestrutura e serviços como estradas, comunicações, saúde e transporte.

A terceira enfatiza a troca de informações e comunicação entre as partes interessadas na formulação, implementação e reformas políticas. O envolvimento dos pobres nestes processos de tomada de decisão através de uma estrutura política de apoio foi enfatizado. As parcerias entre todas as partes interessadas também são necessárias e vistas como sendo significativas na consecução dos objetivos do PPT. Em resumo, as estratégias de PPT visam ajudar os pobres a beneficiar-se do turismo de diversas formas e através de diversas estratégias e colaboração de todos os atores envolvidos no seu desenvolvimento (PPTP, 2004).

**Quadro 1 - Tipos de Estratégias do PPT**

| <b>Aumentar os impactos econômicos</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Melhorar o impacto de subsistência não financeira</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | <b>Melhorar a participação e parceria</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Expandir o emprego local, salários: compromissos com empregos, formação da população local.</li> <li>• Expandir oportunidades para empresas locais - incluindo aquelas que prestam serviços ao turismo, por exemplo, fornecimento de alimentos, etc. e aqueles que vendem para turistas (produtores de artesanato, guias de turismo, etc.).</li> <li>• Desenvolver renda coletiva através de fontes como taxas, receitas, ações, dividendos de capital, doações, etc.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Capacitação, treinamento.</li> <li>• Mitigar o impacto negativo sobre o meio ambiente</li> <li>• Abordar o uso correto de recursos naturais</li> <li>• Melhorar os impactos social e cultural</li> <li>• Aumentar o acesso local à infraestrutura e serviços como estradas, comunicações, educação, saúde, transporte, etc.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Criar política/planejamento que permite a participação dos pobres e uma estrutura e ambiente mais solidário</li> <li>• Aumentar a participação dos pobres na tomada de decisão por governo e o setor privado.</li> <li>• Construir parcerias pró-pobres com o setor privado.</li> <li>• Aumentar e troca contínua de informação e comunicação entre as partes interessadas para estabelecer a base para o diálogo futuro.</li> </ul> |

**Fonte:** Akrong (2019).

Para que o PPT aporte a pobreza, afirma-se que a abordagem deve visar a mudança estrutural, redistribuição de riqueza e recursos e combater as relações do poder desigual dentro da economia política global e dos sistemas nacionais (Harrison, 2008). Além disso, as críticas argumentam que o PPT carece de um foco pragmático e teórico na sustentabilidade do turismo por causa das suas bases antropocêntricas e uma falta de preocupação com os desafios ecocêntricos dos pobres e suas comunidades (Chok; Macbeth; Warren, 2007). Chok; Macbeth; Warren (2007) duvida ainda da importância do PPT na redução da pobreza com base no fato de que os projetos do PPT não conseguiram gerar benefícios suficientes para as pessoas e comunidades pobres; ele, no entanto, reconheceu a esforço dos proponentes do PPT em trazer questões de pobreza para o turismo.

Em vista das críticas acima, os proponentes do PPT insistem que o turismo tem o potencial de contribuir para a redução da pobreza. Conforme enfatizado, a principal prioridade do PPT é garantir que o turismo acumule benefícios aos pobres em destinos. Portanto, mesmo que os ricos se beneficiem mais dos projetos de PPT do que os mais pobres segmentos da sociedade, o turismo permanece pró-pobres na medida em que os pobres ganham benefícios líquidos (Ashley; Mitchell; Spenceley, 2009). De fato, para que o turismo beneficie os pobres, os defensores do PPT pediram a intervenção do governo por meio de políticas de redistribuição (Meyer, 2009). Ressalta-se também que o PPT não é uma teoria para o desenvolvimento sustentável do turismo. Nenhuma abordagem foi desenvolvida para devastar o neoliberalismo, mas sim para permitir que o turismo contribua para o bem-estar das pessoas pobres através de métodos práticos (Godwin, 2008; Meyer, 2009).

A perspectiva do PPT se tornar uma fonte de redução da pobreza é atribuída a certas razões: Em primeiro lugar, os potenciais do turismo para fornecer mercados para bens e serviços foram enfatizadas como oportunidades para os economicamente pobres serem empregados através da venda de bens e serviços. Em segundo lugar, o turismo é visto como uma oportunidade que pode diversificar as economias locais, especialmente em destinos. Em terceiro lugar, argumenta-se que o turismo é intensivo em mão-de-obra em comparação com outras atividades não agrícolas, podendo, portanto, empregar muitos, incluindo mulheres economicamente desfavorecidas. Em quarto lugar é enfatizada a crescente taxa de crescimento do turismo em países de baixa renda como significativa para contribuir para o desenvolvimento do turismo pró-pobres (Ashley; Spenceley; Kock,

2009; Godwin, 2008).

O envolvimento das populações pobres nestes processos de tomada de decisão através de uma estrutura política de apoio foi enfatizado, como também as parcerias entre todas as partes interessadas que são necessárias e consideradas significativas para a consecução dos objetivos do PPT. Em essência, os críticos duvidam que de fato o setor privado possa ser comprometido com os objetivos do PPT (Scheyvens, 2009). Para que o PPT aborde a pobreza, afirma-se que a abordagem deve visar a mudança estrutural, redistribuição de riqueza e recursos e combater as relações do poder desigual dentro da economia política global e dos sistemas nacionais (Harrison, 2008). Além disso, as críticas argumentam que o PPT carece de um foco pragmático e teórico na sustentabilidade do turismo por causa das suas bases antropocêntricas e uma falta de preocupação com os desafios egocêntricos dos pobres e suas comunidades (Chok; Macbeth; Warren, 2007). Harrison, (2008) duvida ainda da importância do PPT na redução da pobreza com base no fato de que os projetos do PPT não conseguiram gerar benefícios suficientes para as pessoas e comunidades pobres; ele, no entanto, reconheceu a esforço dos proponentes do PPT em trazer questões de pobreza para o turismo.

Em resposta adicional, Godwin, (2008) argumentou que a maioria das críticas contra a abordagem PPT são imprecisas, pois são baseadas na má aplicação de princípios do PPT por algumas organizações não governamentais. Isso é um paradoxo, uma vez que o desenvolvimento de produtos foi reconhecido como a âncora para a redução da pobreza e desenvolvimento econômico local (Pedrana, 2013; Medina-Muñoz e Gutierrez-Perez, 2016). Os proponentes do PPT também reconheceram a importância do desenvolvimento de produtos para alcançar o objetivo do PPT, pois admitiram que o turismo pró-pobre funcionou bem em destinos de países desenvolvidos ou em desenvolvimento (Ashley; Goodwin, 2007; Ashley; SPenceley; Kock, 2009).

Portanto, segundo Mitchell (2012), os estudos de PPT dever-se-iam concentrar no processo de desenvolvimento de produtos nos destinos para entender as capacidades dos destinos como meio para o desenvolvimento do PPT. Este foco em desenvolvimento de produtos ampliaria o conhecimento sobre a construção do PPT nos destinos e aumentaria a conscientização sobre como pesquisadores podem contribuir ainda mais para enfrentar os desafios emergentes que impedem o desenvolvimento do turismo pró-pobres. Contra este senso absolutamente positivista sobre a contribuição do turismo para o combate a desigualdades sociais nas regiões onde é implementado, Adu Ampong, (2020) argumenta que há uma lacuna significativa entre a teoria do PPT e sua implementação real em países

em desenvolvimento. Segundo ele, embora os programas de PPT busquem envolver comunidades locais na economia do turismo, muitas vezes eles são formulados sem considerar as dinâmicas de poder e as estruturas de desigualdade preexistentes. Assim, os pobres são frequentemente relegados a empregos de baixa qualificação e mal remunerados, enquanto o controle sobre os recursos e a geração de riqueza permanecem concentrados nas elites locais e investidores estrangeiros.

Em outro desenvolvimento, Dolezal; Novelli, (2002) critica o PPT como uma estratégia neoliberal que busca suavizar os impactos negativos do turismo sem alterar as dinâmicas estruturais que perpetuam a exclusão econômica. Segundo Dolezal; Novelli, (2002), a retórica do PPT muitas vezes mascara a realidade de que o setor turístico continua sendo dominado por grandes corporações e elites locais, enquanto as comunidades pobres recebem apenas uma pequena parcela dos benefícios. Essa "inclusão" limitada impede que o turismo atue como um verdadeiro motor de desenvolvimento, pois não altera as relações de dependência econômica entre as comunidades e os investidores externos. A discussão crítica também ressoa com a análise de Bianchi (2004), que argumenta que, em muitos casos, o turismo nos países em desenvolvimento reforça uma estrutura de dependência econômica, na qual a maior parte dos lucros gerados pelo setor é expatriada para corporações multinacionais. Isso está diretamente ligado ao conceito de "fuga de capitais", no qual os recursos financeiros que entram na comunidade por meio do turismo são rapidamente drenados para fornecedores externos, investidores internacionais e operações de grandes cadeias hoteleiras.

Um dos desafios mais significativos na avaliação do Turismo Pró-Pobre é a dificuldade de mensurar com precisão os benefícios econômicos gerados para as populações locais. Segundo Scheyvens (2009), a informalidade econômica, a falta de dados confiáveis e a complexidade dos fluxos financeiros dentro das comunidades tornam a medição desses impactos um processo impreciso. Muitos dos ganhos advindos do turismo não são registrados oficialmente, pois envolvem pequenos comércios, trabalho informal e atividades não reguladas. Além disso, Dolezal; Novelli (2002) aponta que a fuga de capitais e a dependência de fornecedores externos comprometem a retenção de riqueza nas regiões turísticas, dificultando ainda mais a análise realista dos efeitos do turismo na redução da pobreza. O uso de modelos como o Local Multiplier 3 (LM3) tem sido uma alternativa para entender melhor o impacto econômico do turismo, analisando como o dinheiro circula na comunidade antes de ser retirado do sistema local (Mitchell; Ashley, 2010).

Adu Ampong (2020) argumenta que não há um método consensual para aferir com exatidão os ganhos do PPT e seu real impacto na redução da pobreza. Ele destaca que as métricas utilizadas frequentemente se baseiam em indicadores agregados, que podem mascarar a distribuição desigual dos benefícios dentro das comunidades. Isso significa que, mesmo quando há evidências de crescimento econômico relacionado ao turismo, não se pode afirmar com segurança que esse crescimento tenha reduzido efetivamente a pobreza ou promovido maior equidade social. Por isso a posição de que ainda não existe um método consensual que comprove de forma inequívoca que o turismo resolve o problema da pobreza ou combate às desigualdades de maneira significativa. Diversos fatores dificultam essa aferição, como a informalidade econômica (negócios informais realizados pelas comunidades), a falta de dados confiáveis e a fuga de capitais. Além disso, Dolezal; Novelli (2002) argumenta que o PPT muitas vezes mantém as desigualdades estruturais em vez de reduzi-las, beneficiando mais as elites do que as comunidades locais.

O foco sugerido por Ashley; Mitchell; Spenceley (2009) para que o PPT se concentre no processo de desenvolvimento do produto turístico de modo que se possa tirar melhor proveito para a classe pobre em destinos turísticos, remete a uma discussão mais afincada sobre a cadeia de valor em turismo que aliás poderá trazer uma compreensão sobre como as comunidades residentes poderão alcançar os melhores ganhos que advenham do turismo. A próxima seção irá explorar a cadeia de valor em turismo procurando discutir as possibilidades para as comunidades residentes participarem de forma mais ativa no processo de desenvolvimento turístico.

## 2.4 CADEIA DE VALOR E SUA APLICAÇÃO NO SETOR DE TURISMO

As cadeias de valor não existem no sentido de terem uma realidade tangível: elas são simplesmente uma estrutura para tentar entender como o mundo funciona. A cadeia de valor descreve a gama completa de atividades necessárias para trazer um produto ou serviço desde a concepção, através das diferentes fases de produção (envolvendo uma combinação de transformação física e a entrada de diversos serviços do produtor), até a entrega aos consumidores finais e disposição final após uso (Kaplinsky; Morris, 2001). As cadeias de valor são frequentemente confundidas com outros conceitos, como *clusters*.

A análise de *clusters* também compartilha muitas semelhanças com a análise da cadeia de valor. Um *cluster* é setorial e pode se caracterizar pela concentração geográfica

de uma empresa dentro de uma região ou mesmo uma área urbana específica, por exemplo, conforme Ashley; Mitchell; Spenceley (2009), os filmes de Bollywood em Mumbai e turismo em Sharm- El-Sheik. A justificativa para focar em *clusters* é que a cooperação entre empresas em um *cluster* que pode melhorar a eficiência de empresas participantes acima do nível que seria possível sem cooperação (por meio de melhor acesso a insumos, divisão de custos para pesquisa e desenvolvimento-P&D, marketing e defesa aprimorados, desenvolvimento de economias de escala e escopo, etc.). É especialmente útil para explicar a realidade observada de *clusters* em economias de muitos países em desenvolvimento, e na compreensão por que muitos desses *clusters* incluem pequenas empresas (Schmitz e Nadvi, 2000).

As cadeias de valor podem ser entendidas como uma forma de interação de pessoas e empresas com mercados - sejam domésticos ou globais. Nas cadeias de valor, os atores primários realizam uma seleção de funções (primárias). Isso normalmente inclui o fornecimento de insumos, produção, processamento, armazenamento, atacado (incluindo exportação), varejo e consumo. Atores que desempenham funções semelhantes são considerados como ocupando o mesmo "nó" funcional, por exemplo, o nó de fornecimento de entrada, nó de produção, nó de varejo e assim por diante. Atores secundários, ou trabalhadores auxiliares, atuam funções de serviço (secundárias) que suportam funções primárias, como transporte, corretora e processamento de serviço. À medida que os bens nas cadeias de valor são trocados e transformados, eles fluem em uma série de transações que agregam valor e custos.

O ponto-chave sobre as cadeias de valor é que elas reconhecem que as empresas que ligam os fornecedores para produtores, processadores e intermediários para o cliente no final da cadeia são os determinantes críticos do comércio, sejam eles domésticos, regionais ou globais. Todas as partes interessadas ao longo de uma cadeia de valor específica precisam cooperar e coordenar suas atividades para manter o cliente final feliz. A coordenação da cadeia permite "direcionar" os agentes para instituir medidas que reduzem custos e riscos ao mesmo tempo que aumentam a velocidade e confiabilidade do fornecimento, ou que aumentem as vendas (Nowotny, Scott e Gibbons, 2001). O conceito de cadeia de valor ganhou destaque e com isso ganhou espaço para refletir mudanças nas condições de mercado (Kaplinsky e Morris, 2001). Do lado da demanda global os mercados estão cada vez mais exigentes em variedade e qualidade, e as cadeias resultantes da produção tornaram-se cada vez mais impregnadas de padrões. Muitos desses padrões requerem processos vinculados em toda a cadeia.

Do lado da oferta, as empresas têm-se concentrado cada vez mais em suas competências essenciais e, embora relutem em possuir seus fornecedores e clientes, têm havido a necessidade de garantir que estes estejam em conformidade com os padrões da cadeia, a fim de que possam alcançar eficiência sistêmica em mercados globais. Esses dois fatores significam que a coordenação da cadeia é um componente necessário da competitividade da cadeia de valor (Gereffi, Sturgeon e Humphrey, 2005). O turismo internacional é uma cadeia clássica liderada pelo comprador, onde os operadores turísticos internacionais têm o poder econômico de exigir que os padrões sejam atendidos em toda a cadeia.

Cadeias de valor são relativamente livres de valor como uma estrutura e, portanto, foram aplicadas em alguns contextos muito diferentes. Altenburg (2007) apresenta-se uma discussão realizada sobre este assunto:

- A abordagem francófona do *filière* da década de 1960, que foi usada para delinear o escopo de análise para exportação de *commodities* agrícolas (algodão, borracha, cacau e café), principalmente das ex-colônias da França. Este foi essencialmente um exercício tecnocrático realizado por cientistas agrícolas motivados pelo desejo de melhorar a eficiência das cadeias de valor.
- A abordagem da ciência da gestão para a terceirização da cadeia de suprimentos, aquela que explora as decisões de “fazer ou comprar” com base na distinção entre competências essenciais e não essenciais das corporações. *Offshoring* ganhou impulso na indústria têxtil na década de 1970, quando as empresas do norte global mudaram suas funções de produção para países em desenvolvimento, que ofereciam menores custos de mão-de-obra.

Agora, a grande maioria dos produtos eletrônicos de consumo, calçados, brinquedos, bicicletas, computadores e roupas são produzidos por organizações externas e dos países da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e países de renda média. Cada vez mais, funções de alto valor (como centrais de atendimento, P&D, etc.) estão sendo terceirizadas para países em desenvolvimento.

O conceito de cadeia de valor de Porter (1985), que se baseia na observação de que as condições específicas do local (em vez dos diferenciais de custo dos fatores da teoria neoclássica) determinam a sua vantagem competitiva. A análise de Porter (1985) enfatiza a importância da rivalidade local e condições específicas de demanda. Esta

abordagem teve uma grande influência no desenvolvimento econômico local e no pensamento sobre o conceito de *cluster*. Gereffi (1994) e vários outros apoiaram o conceito de cadeia de valor global seguindo estudos empíricos da produção globalizada em diversos setores da economia. Esta abordagem difere da escola *filière* anterior porque a governança da cadeia de valor foi identificada como um tema central - com base em noções sociológicas de poder econômico, permitindo que as empresas líderes imponham os parâmetros de contratos e subcontratos e como consequência, sua cadeia de suprimentos e coletam lucros (ou aluguéis) acima da média.

Kaplinsky e Morris (2001) apontaram que a evolução das cadeias de valor globais e o aumento da concorrência entre as empresas em diferentes fases da cadeia de valor, resultou em novas oportunidades e desafios para novos participantes. Por um lado, a fragmentação global da produção, em teoria, significa que muitos países de baixa renda podem se conectar a cadeias de valor globais e, portanto, se beneficiar de crescimento “*catch-up*” (por meio da transferência de tecnologia resultante, aprender fazendo, etc.). Por outro lado, algumas das rotas utilizadas no passado para alcançar o desenvolvimento industrial podem não ser tão viáveis. A análise da cadeia de valor global concentra-se na dinâmica das ligações entre empresas dentro de um sistema e a forma como as empresas e os países estão integrados globalmente. Mas também vai além das ligações específicas da empresa para revelar o fluxo dinâmico de fatores econômicos, organizacionais e atividades coercitivas entre produtores de diferentes setores em escala global (Kaplinsky; Morris, 2001).

Este cenário levanta a questão de como os produtores (empresas, regiões ou países) participam da economia global? Sua abordagem é, portanto, análoga à literatura da nova teoria do comércio em que os resultados são ambíguos: abertura comercial nem sempre é benéfica para uma economia; se for gerenciada de maneira errada, o comércio pode ter efeitos prejudiciais a longo prazo (Kaplinsky; Morris, 2001).

De acordo com Mitchell (2012), a análise da cadeia de valor pode dar uma contribuição importante para o desenvolvimento econômico favorável aos pobres por sete razões principais.

- Em primeiro lugar, as cadeias de valor são particularmente adequadas para compreender como as pessoas mais desfavorecidas podem se envolver, ou de forma mais benéfica com o comércio doméstico, regional ou internacional. A contribuição dos pensadores da cadeia de valor global foi um reconhecimento de

algo muito importante para os pobres em recursos nas áreas rurais - sua falta de poder em comparação com a liderança de empresas que definem as “regras do jogo” na cadeia de valor. O comércio foca-se sobre produtividade e custos dos fatores produtivos, mas também sobre o uso do poder econômico bruto para extrair valor da cadeia.

- Em segundo lugar, faz-se a análise da viabilidade econômica e da sustentabilidade em seu núcleo por causa de seu foco na viabilidade comercial (tal e qual os processos de desenvolvimento se importam). Este é um avanço importante nos projetos de desenvolvimento empresarial mais “tradicional”, que muitas vezes se concentram quase exclusivamente nos produtores (ou do lado da oferta), com a negligência das fontes de demanda. Ironicamente, as abordagens “tradicionais” para o desenvolvimento de empresas (por doadores externos e pelo estado) aos sistemas de mercado existentes nos quais suas intervenções baseiam-se na análise da cadeia de valor, não se presta a devida atenção e não se faz o necessário esforço para compatibilizar a integração das camadas desfavorecidas com as abordagens de desenvolvimento de mercado. Projetos de desenvolvimento de cadeia de valor bem-sucedidos, visam resultados em que todos os participantes ganham. Isso implica que não deve haver nada de “anti-desenvolvimento” sobre a geração de incentivos para os que já são ricos ficarem mais ricos, desde que seja feito de uma forma que inclua e beneficie os grupos de pessoas pobres.
- Em terceiro lugar, as cadeias de valor são uma ferramenta de diagnóstico qualitativo forte, que, se for empregue com a necessária habilidade, é capaz de identificar problemas críticos e bloqueios para grupos-alvo específicos e, em seguida, geração de políticas e estratégias de desenvolvimento robustas e eficazes. O ponto principal é que uma análise sólida da cadeia de valor não fornece simplesmente uma explicação robusta de por que os pobres em recursos são pobres. Ele também fornece uma estrutura lógica para formular uma intervenção concreta e estratégias para mudar as circunstâncias dos pobres. Nesse sentido, as cadeias de valor podem ser tidas como normativas ou ferramentas de diagnóstico para entender o que a realidade é atualmente - e como essa realidade pode ser melhorada.
- Em quarto lugar, está relacionada com a análise da cadeia de valor identificar as principais rendas a pagar e as barreiras à entrada que determinam quem na cadeia se beneficia da produção para diversos mercados finais. Isso ajuda a concentrar as

mentes sobre a melhor forma de facilitar a participação dos pobres nestas cadeias. Pode haver pouco sentido em ajudar os produtores a inserir os elos da cadeia caracterizada por competição excessiva (ou seja, onde não há barreiras à entrada). Por outro lado, os produtores pobres também podem ser auxiliados na criação de suas próprias barreiras de entrada por meio da melhoria de estratégias.

- Em quinto lugar, a análise da cadeia de valor é inerentemente escalonável. Isso é importante porque, seguindo a lógica antiga dos Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (Atualizado para Objetivos de Desenvolvimento Sustentável-ODS) da ONU, os doadores externos estão cada vez mais preocupados com a redução da pobreza em escala. Desenvolver cadeias de valor que, se bem-sucedidas, beneficiam apenas algumas partes insignificantes de beneficiários nos locais em desenvolvimento está perdendo espaço. Mesmo que o foco inicial de um exercício de desenvolvimento da cadeia de valor seja em um único grupo de produtores ou empresas, não há razão para que a mesma lógica não possa ser aplicada a um *cluster* de empresas ou a uma região ou país.
- Em sexto lugar, a análise da cadeia de valor é relativamente baseada em evidências e orientada para a ação. Essa forma de análise fornece recomendações tangíveis para quais empresas específicas em uma cadeia de valor específica, e o que os seus governos podem fazer para aumentar o seu impacto na competitividade e desenvolvimento.
- Finalmente (Sétimo lugar), as cadeias de valor fornecem um caminho claro para avançar como uma política e ferramenta de reestruturação. Evidências internacionais mostram que o alcance da competitividade sistêmica requer cooperação ao longo da cadeia, bem como dentro dos elos da cadeia. Afinal, uma corrente é tão forte quanto seu elo mais fraco. Portanto, o estabelecimento de um agrupamento das partes interessadas envolvidas na promoção da participação dos pobres, ou a reestruturação das cadeias de valor, muitas vezes é um processo necessário para garantir que a competitividade global apropriada seja realizada.

Idealmente, isso inclui ambas partes do setor preocupadas com rendas endógenas e participantes do setor público preocupados com rendas exógenas, pois há evidências de falha do mercado e falha do estado. Perceba-se que a competitividade global envolve uma jornada conjunta de novas descobertas. É por essas razões que a análise da cadeia de valor teve um impacto profundo nos estudos de desenvolvimento nos últimos anos e acredita-

se que é muito promissor para medir e melhorar o impacto do turismo nos destinos dos países em desenvolvimento.

A cadeia de valor do turismo enfrenta em países do Sul Global, uma barreira importante para as partes interessadas das regiões acolhedoras entrarem nos mercados de turismo, devido a estrutura vertical que é montada e controlada pelos agentes e/ou operadores turísticos internacionais dominantes. Estes criam uma estrutura vertical da cadeia de valor do turismo, na qual reúnem todos os componentes individuais do produto turístico em um produto de pacote que se transforma em uma experiência de viagem na qual os turistas são conduzidos desde o aeroporto de chegada para as principais atrações e depois de volta ao aeroporto, criando uma espécie de bolha de turismo (Carrier; Macleod, 2005; Cohen, 1972). Este conceito de bolha de turismo é construído sobre a “bolha ambiental” de Cohen (1972), usada para expressar o *Eigenwelt* turístico que se traduz numa barreira importante para as partes interessadas locais entrarem nos mercados do turismo.

Trata-se no caso de uma organização vertical da cadeia de valor do turismo. Nesta estrutura, os operadores turísticos internacionais dominantes montam componentes individuais do produto turístico em um produto de pacote (Mosedale, 2006).

O alinhamento horizontal e coordenação de esforços entre diferentes domínios de política (turismo, cultura, economia, desenvolvimento, ordenamento do território) na mesma escala, considerando os esforços entre o setor público e o privado, comunidade e setor voluntário, partes interessadas, potencialmente em unidades territoriais, configura-se de forma (multi)escalar das atividades, responsabilidades e estratégias governamentais do turismo, no qual, um determinado turista vivencia durante as suas férias (Jackson, 2009; Cohen, 1972). Nesta bolha turística, há um protecionismo sobre encontros, situações ou eventos que ocorrem fora da bolha e criam um ambiente físico e psicológico, no qual é apresentada ao turista uma versão que interessa aos operadores turísticos sobre a realidade local, muitas vezes distante da realidade (Van Der Zee e Go, 2014).

Constata-se assim que as oportunidades para as partes interessadas locais vincularem mão-de-obra, produtos e serviços à cadeia de valor em turismo são reduzidas. Ou seja, as possibilidades de criar ligações locais, juntamente com o grau ou intensidade dessas ligações, geralmente depende das estratégias das partes interessadas do turismo, muitas vezes multinacionais, a cadeia de valor do turismo que tem uma posição predominantemente central. Além dessa dificuldade de inserção das partes interessadas locais, pesquisas realizadas mostraram que as bolhas de turismo criaram um desequilíbrio

espacial e social dos benefícios do turismo dentro dos destinos (Wilkinson, 1999; Jackson, 2009)

As pesquisas de Judd (1999) revelaram que as bolhas turísticas criam ilhas de riqueza que são nitidamente diferenciadas e segregadas da paisagem urbana circundante. Daí que, sugere-se para superar essas barreiras espaciais e sociais, a estrutura da cadeia de valor do turismo deve ser governada de tal forma que as partes interessadas locais tenham o poder de criar vínculos para entrar na cadeia de valor do turismo (Cole, 2006; Sofield, 2003).

Além disso, o emprego no turismo foi considerado sazonal, de baixa remuneração e explorador (Clancy, 1999; Slob; Wilde, 2006). Os pobres eram vistos como particularmente vulneráveis aos custos do desenvolvimento turístico através da perda de acesso e esgotamento de recursos naturais. Um outro segmento no setor do turismo comercial convencional também tendia a ver a redução da pobreza nos destinos como responsabilidade de terceiros. Em parte, isso deve-se à fragilidades na estrutura institucional do setor do turismo e falta de comunicação com o setor de desenvolvimento que poderiam servir de oportunidade para um debate informado entre estes sobre as posições contrastantes. A definição restrita de crescimento pró-pobre requer que os pobres se beneficiem proporcionalmente mais do que os outros, de modo que as desigualdades sejam reduzidas bem como a pobreza. Em outras palavras, o turismo só é favorável aos pobres se também reduzir a desigualdade como direcionar recursos para as pessoas pobres (Kakwani; Son, 2003).

Conforme Mitchell; Ashley (2010); Odhiambo (2021), não houve um método consensualmente para medir o impacto da atividade turística nos destinos de acolhimento e uma notável ausência de análise rigorosa, nenhuma abordagem foi desenvolvida para desvendar com maior precisão a relação de causalidade entre desenvolvimento do turismo e redução da pobreza. Porém, está sempre presente o viés do crescimento económico nos destinos turísticos recetores que devido aos elevados investimentos em empreendimentos e consequente aumento do número de turistas nem sempre se vai reverberar na melhoria da qualidade de vida dos moradores.

Estes destinos turísticos recetores registam elevados montantes em investimentos no turismo, porém insignificantes na vida dos mais carenciados. Por exemplo, Lagos; Wang (2022) concluíram em suas pesquisas que apesar do desenvolvimento do turismo ter impactado positivamente em 32 países da África Subsaariana, no entanto, não houve qualquer impacto significativo no bem-estar das populações pobres que tenha alterado o

quadro de pobreza para bem-estar. Grande parte destes estudos utilizaram bases de dados secundários das organizações internacionais, como o caso do Banco Mundial e da OMT, através das estatísticas de dormidas de turismo internacional, medidas usando todos estabelecimentos de alojamento no chamado painel de turismo global. Como se pode depreender, essa metodologia de apuramento de dados pode enviesar os resultados da pesquisa em contexto de países do sul global com lacunas nas fontes de dados oficiais.

O Overseas Development Institute (ODI) desenvolveu uma abordagem, com base na análise da cadeia de valor, que “rastrea o dólar turístico” através da cadeia de valor turístico e cadeias de abastecimento associadas (ODI, 2012). Pode-se entender que esta abordagem é parcial. Tem foco em transferências econômicas e em impactos diretos e indiretos induzidos. O tratamento de questões não econômicas e dinâmicas com efeitos a longo prazo é menos sistemático e, em um mundo ideal, uma análise da cadeia de valor pró-pobre seria complementado com modelagem de equilíbrio e uma análise de meios de subsistência.

Refira-se que também existem importantes tomadores de decisão fora da cadeia de valor. Isso inclui as Associações de Turismo locais, os departamentos governamentais de turismo, associação de pequenas empresas, faculdade e/ou escolas de treinamento em turismo e outros no ambiente externo - que muitas vezes têm um impacto significativo na forma como a cadeia de valor do turismo opera. É útil localizar o potencial participante da cadeia de valor que estão atualmente excluídos, a fim de compreender as barreiras à entrada da rede.

A capacidade de um país de capturar os ganhos do crescimento do turismo depende das ligações de ambos dentro da indústria local e da indústria global. As ligações são estimuladas pelo nível de desenvolvimento da indústria, incluindo a existência de turismo doméstico; e a capacidade dos governos de planejar o crescimento do turismo facilitando instituições, infraestrutura e recursos de gestão e empresas globais (por exemplo, companhias aéreas, operadoras de turismo, agentes de viagens e hotéis) que trazem turistas internacionais aos destinos e / ou abrir um negócio localmente. Na ausência dessas ligações fortes, um destino torna-se apenas "um lugar" tomando vantagem de seus ativos naturais, mas fornecendo pouco em termos de propriedade de empresa doméstica, fornecedor de conexões e crescimento da força de trabalho.

A Organização Internacional do Trabalho (OIT) argumenta que para o desenvolvimento dos países a se beneficiarem do investimento direto estrangeiro (IDE) no turismo, um quadro legislativo abrangente é necessário que promova uma maior

participação local (OIT, 2010). Na última década, os governos nacionais com a ajuda de organizações não-governamentais (ONGs) e agências multilaterais internacionais tornaram-se mais pró-ativos na criação de estratégias abrangentes de desenvolvimento do turismo para impulsionar o crescimento (OMT/OIT, 2014).

Os modelos de desenvolvimento conceptual ultrapassam amplamente o termo crescimento favorável aos pobres e estão adotando o termo como crescimento “inclusivo” ou “compartilhado”. Esses termos são compatíveis com a definição pragmática de Osmani (2005) de um padrão de crescimento que cria mais oportunidades para famílias de baixa renda do que as anteriores. A definição de turismo em si não é totalmente direta. Turismo é tido como “todas as atividades de pessoas que viajam e permanecem por lazer, negócios ou outros fins por não mais de um ano sem interrupção fora do seu entorno diário, excluindo viagens onde o objetivo principal é atividade lucrativa”. Esta definição, da OMT, parece clara, mas muitas vezes não é aplicada por formuladores de políticas - que muitas vezes equiparam “turista” a “estrangeiro” ou “viajante a lazer”. Além disso, as definições do “setor turístico” são problemáticas. De acordo com o sistema de contas nacionais (NAS) de padrão internacional, o setor turístico é caracterizado por subsectores económicos de hotéis, restaurantes e parte do subsector de transportes. No entanto, os gastos do turismo impulsionam a demanda por bens e serviços em toda a economia. Trabalho cuidadoso nas Contas Satélite do Turismo (CST) - que é uma definição baseada na demanda que examina onde ocorrem os gastos do turismo na economia, em vez de ser impulsionado por adicionar a atividade em subsectores económicos predeterminados - leva a resultados interessantes (OMT/OIT, 2014).

As estimativas variam em diferentes países, mas normalmente a definição restritiva e impulsionada pelo turismo pelos resultados do NAS é uma estimativa da escala do turismo, que é cerca de metade do nível com base num exame da demanda turística. Esta questão de definição é particularmente importante para os praticantes de TPP porque geralmente as famílias mais pobres que recebem renda de demanda turística são os agricultores, pescadores e vendedores de artesanato que estão fora do NAS definido “Setor turístico”. Por este motivo, é importante tomar uma definição mais ampla de turismo a fim de evitar simplesmente assumir muito do impacto pró-pobre do turismo. A variedade dos produtos turísticos tem implicações metodológicas importantes. Este é particularmente o caso quando a cadeia de valor é integrada verticalmente, onde o operador turístico de saída controla o varejo de feriados e também a companhia aérea usada, e frequentemente tem um relacionamento de longo prazo com o provedor de

serviços de acomodação e excursões no destino. Em destinos caracterizados por viagens independentes, muitas vezes é muito mais difícil obter informações significativas sobre os gastos do turista além do destino em si (porque os turistas teriam chegado ao destino usando uma grande variedade de meios de transporte, modos e rotas de uma grande variedade de fontes).

Neste contexto, e assumindo a necessidade de melhorar dos processos de desenvolvimento e gestão do turismo, bem como a necessidade de diversificação da oferta turística associando as regiões costeiras e do interior, torna-se imprescindível que a gestão pública do turismo assuma um caráter mais firme e assertivo de modo a garantir que os processos de planeamento e gestão do turismo possa gerar partilha dos benefícios e equidade na competitividade dos destinos turísticos nacionais.

Para uma compreensão teórico-conceitual recorre-se a Bramwell e Lane (2011) que apontam que os processos de governança do turismo podem envolver vários mecanismos para governar, “dirigir”, regular e mobilizar ações, tais como instituições, regras de tomada de decisão e práticas estabelecidas. As formas de governança do turismo podem incluir níveis hierárquicos de governo formal, redes de atores além do governo, comunidades e também mercados. Existem relações de poder importantes em torno da governança do turismo, com alguns grupos da sociedade, por exemplo, tendo relativamente mais influência do que outros nos processos de governança que afetam o turismo. Pode haver conflitos significativos em torno da governança do turismo, à medida que os grupos buscam garantir suas decisões políticas favoráveis.

Segundo Bramwell e Lane (2011), na discussão sobre turismo sustentável refere-se que geralmente este requer processos de governança eficazes, ajustados a propósitos e contextos específicos, se pretende progredir no sentido de garantir os objetivos económicos, socioculturais e ambientais do desenvolvimento sustentável. Essa governança eficaz geralmente envolve a necessidade de instituições adequadas, regras de tomada de decisão e práticas estabelecidas. Posteriormente, há também a necessidade de desenvolver e aplicar instrumentos adequados para implementar o turismo sustentável.

A OMT (2021) adotou uma abordagem sustentável para o desenvolvimento do turismo e defende consistentemente que todas as formas de turismo devem atingir um nível mais alto de sustentabilidade, sugerindo a aplicação dos princípios de desenvolvimento sustentável a todo o processo de planeamento e desenvolvimento turístico. O turismo sustentável é toda a forma de desenvolvimento sustentável do turismo que atende às necessidades dos turistas atuais e das regiões anfitriãs, enquanto protege e

aumenta as oportunidades para o futuro (OMT, 2021). É considerado como levando à gestão de todos os recursos de tal forma que as necessidades econômicas, sociais e estéticas possam ser satisfeitas, procurando manter a integridade cultural, processos ecológicos essenciais, diversidade biológica e suporte aos sistemas de vida. Mas a governança orientada por objetivos de turismo sustentável pode encontrar grandes obstáculos. Esses obstáculos podem surgir, por exemplo, porque as preocupações do turismo sustentável abrangem vários domínios de políticas, muitas políticas relevantes são feitas em outros domínios de política e os atores relevantes são diversos e têm interesses e prioridades variados.

Numa visão crítica, a partir de observação pouco rigorosa e exploratória, denota-se um evidente desequilíbrio entre os diversos atores, salientando-se os interesses do Governo e do setor privado salvaguardados, em detrimento da classe comunitária sem intervenção e poder de manutenção dos seus interesses e ainda assim com o risco de perda de seu direito de uso de terra a favor dos investimentos em turismo. Este cenário contraria a visão de Bramwell e Lane (2011) que apontam o papel de governança como um papel que deveria ser fundamental para estabelecimento de equilíbrio entre todos os intervenientes e deste modo rumar-se ao conceito de turismo sustentável. Assim,

“... assume-se que a governança do turismo frequentemente se altera com o tempo devido às mudanças nos contextos políticos e outras circunstâncias e conforme as lições são aprendidas com abordagens e políticas anteriores. As tendências temporais em governança são especialmente importantes para o desenvolvimento sustentável porque seus objetivos se relacionam a horizontes de longo prazo. Uma tendência significativa na governança do turismo é sua ênfase crescente na aprendizagem social, onde os atores compartilham seus conhecimentos, ideias e aspirações, e constroem em conjunto novas visões e planos de ação. Nesta lógica, a aprendizagem social na governança tem uma dimensão temporal quando é um processo contínuo que permite aos participantes reagir às mudanças nas circunstâncias e aprender lições com a evolução da experiência. Mudanças temporais nos sistemas sociais e naturais são frequentemente complexas e imprevisíveis e, portanto, o planejamento do turismo sustentável provavelmente será melhorado se for flexível e adaptável.” (Bramwell e Lane, 2011).

Neste quadro, acreditando-se numa mudança futura, no que toca ao processo de governança, sugere-se o estudo aprofundado sobre alternativas que possam ser mais proveitosas. O processo de governança por si só pode funcionar cumprindo o seu desiderato, mas há necessidade da comunidade, o cidadão estar devidamente informado e poder fazer parte de todo um processo de tomada de decisões, sem o qual, os seus interesses podem passar de lado. Esta premissa é essencial para a sustentabilidade do

turismo como atividade econômica, pois ela evidencia a necessidade de participação cidadã ativa e informada na governança local. A mesma premissa está fortemente relacionada à capacidade do turismo de gerar benefícios duradouros e distribuir de forma justa os ganhos entre os atores envolvidos, especialmente nas comunidades anfitriãs. Estudos de Hall (2011) e Higgins-Desbiolle (2006) apontam que o turismo sustentável está intimamente ligado à governança democrática e inclusiva.

A participação cidadã efetiva é um dos pilares da equidade e da justiça social nos destinos turísticos. Tal participação requer informação acessível, capacitação técnica e espaços de diálogo institucionalizados, de modo que as comunidades possam compreender as dinâmicas do setor e intervir nos processos de tomada de decisão. Arnstein, (1969) ressalta que a verdadeira participação ocorre quando há poder compartilhado, e não apenas consulta simbólica. No turismo, isso se traduz em políticas co-construídas, conselhos comunitários ativos, planos locais de turismo participativos e controle social sobre os investimentos. Sem esse engajamento, as populações locais tornam-se meras espectadoras dos processos que afetam sua realidade econômica e cultural.

A ausência de participação informada nos processos de governança turística leva à fuga dos benefícios econômicos locais, fenômeno observado em destinos marcados por grande dependência de capital externo, mão-de-obra precária e cadeias de valor fragmentadas. Dredge e Jenkins (2011) observam que, quando as comunidades não têm voz nas decisões, o turismo tende a gerar “ilhas de prosperidade” em meio à pobreza estrutural, com baixa retenção de receitas e frágil empoderamento social. Além disso, Habermas, (1987) destaca que, para haver deliberação pública autêntica, é preciso promover acesso à informação, racionalidade no debate e inclusão dos atores mais vulneráveis. Isso é particularmente importante em regiões onde o turismo impacta diretamente os modos de vida tradicionais, o uso dos recursos naturais e a configuração territorial das comunidades. No turismo a governança não poderia prescindir da participação informada dos cidadãos. A efetividade das políticas públicas e a distribuição equitativa dos benefícios do turismo dependem diretamente da capacidade de envolver as comunidades locais em todas as etapas do processo decisório. Sem isso, os interesses das populações podem ser ignorados, comprometendo a legitimidade, a sustentabilidade e a justiça social do desenvolvimento turístico.

A cadeia de valor do turismo compreende todas as atividades e agentes envolvidos na prestação de serviços aos turistas, desde a chegada até a partida. Esse conceito é

essencial para entender a dinâmica econômica do setor e como ele pode gerar impactos positivos na economia local (Porter, 1985). Por outro lado, o modelo Local Multiplier 3 (LM3), desenvolvido pela New Economics Foundation (NEF), melhor explicado no ponto 7.1 desta tese, mede o impacto econômico do turismo ao rastrear o fluxo do dinheiro dentro da comunidade antes que ele saia da economia local (Sacks, 2002). Esses dois conceitos estão intimamente relacionados, pois o grau de encadeamento local dentro da cadeia de valor do turismo influencia diretamente o multiplicador econômico.

## 2.5 EFEITO MULTIPLICADOR

O efeito multiplicador é um conceito econômico que descreve como um gasto inicial em um setor da economia pode gerar impactos sucessivos em outros setores, ampliando o impacto total na economia local, regional ou nacional. Esse conceito foi inicialmente desenvolvido por John Maynard Keynes para explicar como o aumento nos gastos pode estimular o crescimento econômico. O fluxo circular de renda é um modelo macroeconômico que representa o movimento contínuo do dinheiro entre os diferentes agentes econômicos. Em sua forma mais simples, ele compreende dois setores principais: as famílias, que fornecem fatores de produção (mão de obra e capital), e as empresas, que utilizam esses fatores para produzir bens e serviços (Blanchard, 2017). O governo e o setor externo também podem ser incluídos, adicionando impostos, investimentos e exportações ao ciclo econômico.

Neste modelo, a renda gerada pelas empresas ao vender bens e serviços é redistribuída às famílias na forma de salários, juros e lucros. As famílias, por sua vez, utilizam essa renda para consumir produtos e serviços, realimentando o sistema econômico (Mankiw, 2021). A economia funciona por meio de interações contínuas entre empresas, famílias e governos, sendo o fluxo circular de renda um modelo fundamental para compreender essas relações. Esse conceito descreve como o dinheiro circula entre os agentes econômicos, destacando os impactos das transações entre consumidores e produtores (Samuelson; Nordhaus, 2010). Dentro desse contexto, o efeito multiplicador emerge como um mecanismo pelo qual um aumento nos gastos iniciais gera uma cadeia de reações que amplificam o impacto econômico total (Keynes, 1936).

O efeito multiplicador foi introduzido por Keynes (1936) para explicar como um aumento inicial nos gastos pode gerar um impacto econômico maior do que o valor investido. Quando o governo, o setor privado ou os turistas aumentam seus gastos, parte

desse dinheiro é utilizada para pagar salários e adquirir insumos, que, por sua vez, são gastos novamente em outros setores, ampliando os benefícios econômicos. Esse processo ocorre dentro do fluxo circular de renda, uma vez que cada ciclo de gastos impulsiona uma nova rodada de consumo e produção. O efeito multiplicador é influenciado por fatores como a propensão marginal a consumir e a taxa de fuga de capital (Krugman; Wells, 2018). Se a maior parte da renda gerada é gasta localmente, o multiplicador é alto. Por outro lado, se uma grande parcela da renda sai da economia local, seja por importação de bens ou remessas para o exterior, o multiplicador é reduzido (Blanchard, 2017).

No setor do turismo, a relação entre o fluxo circular de renda e o efeito multiplicador é evidente. Quando turistas gastam dinheiro em uma comunidade, os recursos gerados se distribuem por diferentes setores, como hotelaria, restaurantes e demais serviços. Se esses setores compram insumos e contratam trabalhadores locais, o efeito multiplicador é alto, pois os rendimentos continuam circulando na economia. Por outro lado, se a comunidade depende de importação para suprir a demanda turística, o impacto econômico é reduzido (Mitchell; Ashley, 2010). Um estudo de Meyer (2007) mostrou que destinos turísticos que promovem ligações entre as empresas locais e fornecedores regionais conseguem reter uma maior proporção da receita turística, fortalecendo o efeito multiplicador dentro do fluxo circular de renda. Em contrapartida, destinos que dependem fortemente de cadeias globais de suprimentos perdem grande parte da renda gerada, limitando os benefícios econômicos para a população local.

O fluxo circular de renda e o efeito multiplicador são conceitos interligados que ajudam a explicar como a economia de uma região se desenvolve a partir do aumento dos gastos. No setor de turismo, a retenção de renda local é essencial para maximizar os benefícios do efeito multiplicador. Destinos que promovem a integração entre os diferentes agentes econômicos locais tendem a fortalecer o ciclo econômico e reduzir a fuga de capital, garantindo um desenvolvimento mais sustentável.

Segundo Lage e Milone (2001), o turismo constitui um importante vetor de dinamização econômica, sendo capaz de gerar impactos diretos, indiretos e induzidos nas economias locais, regionais e nacionais. Esses impactos resultam, principalmente, da capacidade do setor em movimentar uma ampla cadeia produtiva, que inclui transportes, hospedagem, alimentação, entretenimento, comércio e diversos serviços correlatos. De forma direta, os autores destacam que o turismo cria empregos, aumenta a arrecadação de impostos e contribui para a elevação da renda local.

As atividades turísticas demandam uma força de trabalho variada e, muitas vezes, intensiva, o que favorece especialmente comunidades que possuem poucas alternativas de desenvolvimento econômico. Além dos efeitos diretos, Lage e Milone (2001) sublinham os impactos indiretos, relacionados ao fornecimento de bens e serviços aos empreendimentos turísticos, como fornecedores de alimentos, lavanderias, construção civil, entre outros. A cadeia produtiva do turismo, portanto, gera efeitos multiplicadores que beneficiam outros setores da economia.

Os impactos induzidos, por sua vez, referem-se ao consumo realizado pelas pessoas que obtêm renda do setor turístico, como trabalhadores formais ou informais, empresários e prestadores de serviços. Esse consumo amplia ainda mais o alcance do turismo na economia local, provocando um ciclo de retroalimentação de renda e oportunidades. No entanto, Lage e Milone (2001), também fazem um alerta sobre a possibilidade de dependência econômica excessiva do turismo, o que pode tornar a economia vulnerável a fatores externos, como crises econômicas globais, mudanças climáticas ou instabilidade política. Por isso, recomendam que o turismo seja planejado de maneira integrada e sustentável, de modo a assegurar benefícios duradouros para a comunidade anfitriã.

O impacto do turismo na economia local pode ser mensurado com o recurso ao Local Multiplier 3 ou simplesmente LM3. O LM3 é uma metodologia desenvolvida para mensurar o impacto econômico local de um determinado fluxo financeiro, como os gastos de uma empresa, organização ou setor (por exemplo, o turismo). Ele calcula quanto do dinheiro que entra numa economia local permanece na comunidade e circula entre seus atores, contribuindo para o desenvolvimento local. Este modelo LM3 analisa o efeito multiplicador do dinheiro em três rodadas sucessivas e o seu resultado final é um indicador numérico, o LM3 que expressa quantas vezes o dinheiro “gravita” na economia local antes de sair. Mais adiante, na seção sobre metodologia (Ponto 7.1 deste trabalho) detalhar-se-á sobre a origem e os mecanismos de funcionamento da ferramenta LM3.

Na parte que se segue, estabelece-se a relação entre turismo e Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) na qual se pode compreender as opções que o turismo pode proporcionar em forma de respostas sobre a sustentação dos ODS.

## 2.6 TURISMO E OS OBJETIVOS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL

Como se referiu acima, no ponto 2 deste documento a OMT (2021) afirma que o

turismo tem o potencial para contribuir, direta ou indiretamente, para todos os ODS, apesar da particularidade da sua eleição como meta nos objetivos 8, 12 e 14, relacionados com crescimento econômico inclusivo e sustentável, consumo e produção sustentáveis e uso sustentável de oceanos e recursos marinhos, respetivamente. O ano de 2015 foi um marco importante para o desenvolvimento global em razão da adoção, pelos governos, da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável, junto com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) (OMT, 2019).

A referida agenda define um quadro global para erradicar a pobreza extrema, combater a desigualdade e a injustiça e reparar as mudanças climáticas até 2030. Um conjunto de 17 Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e 169 metas associadas é centrado nas pessoas, transformativo, universal e integrado, um panorama no qual o turismo sustentável está firmemente posicionado, no entanto, para alcançar essa agenda requer-se uma clara estrutura de implementação, financiamento e investimento adequados em tecnologia, infraestrutura e recursos humanos. Para compreensão das possibilidades que o turismo tem para contribuir no alcance dos ODS, conforme a OMT (2019), segue-se:

**Quadro 2 - ODS e as possibilidades de contribuição do turismo**

| ODS                           | POSSIBILIDADES DE CONTRIBUIÇÃO DO TURISMO                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>1. Erradicar a Pobreza</b> | <p><b>Acabar com a pobreza em todas as suas formas, em todos os lugares</b></p> <p>Como um dos maiores setores econômicos e de mais rápido crescimento no mundo, o turismo está bem posicionado para promover o crescimento econômico e o desenvolvimento em todos os níveis e gerar renda por meio da criação de empregos. O desenvolvimento sustentável do turismo e o seu impacto no nível das comunidades pode ser vinculado aos objetivos nacionais de redução da pobreza, àqueles relacionados com a promoção do empreendedorismo e de pequenos negócios e ao empoderamento de grupos menos favorecidos, particularmente jovens e mulheres.</p> |
| <b>2. Erradicar a Fome</b>    | <p><b>Acabar com a fome, alcançar a segurança alimentar e a melhoria da nutrição e promover a agricultura sustentável</b></p> <p>O turismo pode impulsionar a produtividade agrícola ao promover a produção, uso e venda de produtos locais nos destinos turísticos e sua total integração na cadeia de valor do turismo. Além disso, o agroturismo, um segmento de turismo em ascensão, pode complementar as atividades agrícolas tradicionais. O resultante aumento de renda para as comunidades locais pode levar a uma agricultura mais resiliente enquanto agrega valor à experiência do turismo.</p>                                            |
| <b>3. Saúde de Qualidade</b>  | <p><b>Assegurar uma vida saudável e promover o bem-estar para todos, em todas as idades</b></p> <p>A contribuição do turismo para o crescimento econômico e desenvolvimento também pode ter um efeito indireto sobre a saúde e o bem-estar. A geração de divisas e a receita tributária advindas do turismo</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                 | podem ser reinvestidas nos serviços e cuidados de saúde, que devem ter como objetivo melhorar a saúde materna, reduzir a mortalidade infantil e prevenir doenças, entre outros.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>4.Educação de Qualidade</b>                  | <p><b>Assegurar a educação inclusiva e equitativa e de qualidade e promover oportunidades de aprendizagem ao longo da vida para todos</b></p> <p>Uma força de trabalho bem treinada e habilidosa é crucial para o turismo prosperar. O setor pode fornecer incentivos para investir em educação e formação profissional e apoiar a mobilidade de mão-de-obra por meio de acordos transnacionais sobre qualificações, padrões e certificações. Em particular, jovens, mulheres, pessoas idosas, povos indígenas e pessoas com necessidades especiais deveriam beneficiar-se por meios educacionais, onde o turismo tem potencial para promover a inclusão, os valores de uma cultura de tolerância, paz e não-violência e todos os aspetos do intercâmbio global e de cidadania</p> |
| <b>5.Igualdade de Gênero</b>                    | <p><b>Alcançar a igualdade de gênero e empoderar todas as mulheres e meninas</b></p> <p>O turismo pode empoderar as mulheres de várias maneiras, particularmente através da provisão de empregos e através de oportunidades de geração de renda em pequenas e grandes empresas turísticas e de hospitalidade. Como um dos setores com o maior número de mulheres empregadas e empreendedoras, o turismo pode ser uma ferramenta para as mulheres libertarem seu potencial, ajudando-as a se envolverem plenamente e liderarem em todos os aspetos da sociedade.</p>                                                                                                                                                                                                                |
| <b>6.Água potável e saneamento</b>              | <p><b>Assegurar a disponibilidade e gestão sustentável da água e saneamento para todos</b></p> <p>O turismo pode desempenhar um papel fundamental na obtenção do acesso e segurança da água, bem como na higiene e saneamento para todos. O uso eficiente da água no setor de turismo, juntamente com medidas de segurança apropriadas, gerenciamento de águas residuais, controle de poluição e eficiência tecnológica, pode ser a chave para a salvaguarda de nosso recurso mais precioso.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| <b>7.Energias renováveis e acessíveis</b>       | <p><b>Assegurar o acesso confiável, sustentável, moderno e a preço acessível à energia para todos</b></p> <p>Como um setor que requer uma entrada substancial de energia, o turismo pode acelerar a mudança para energia renovável e aumentar sua participação no mix energético global. Consequentemente, ao promover investimentos sólidos e de longo prazo em fontes de energia sustentáveis, o turismo pode ajudar a reduzir as emissões de gases de efeito estufa, mitigar as mudanças climáticas e contribuir para soluções inovadoras e novas soluções de energia em áreas urbanas, regionais e remotas.</p>                                                                                                                                                                |
| <b>8.Trabalho digno e crescimento econômico</b> | <p><b>Promover o crescimento econômico sustentado, inclusivo e sustentável, emprego pleno e produtivo e trabalho decente para todos</b></p> <p>O turismo é uma das forças motrizes do crescimento econômico global e atualmente fornece 1 em 11 empregos em todo o mundo. Ao dar acesso a oportunidades de trabalho decente no setor de turismo, a sociedade – especialmente jovens e mulheres – pode se beneficiar do aumento de habilidades e do desenvolvimento profissional. A contribuição do setor para a criação de empregos é reconhecida na Meta 8.9 “Até 2030, conceber e implementar políticas para promover o turismo sustentável que crie empregos e promova a cultura e os produtos locais”.</p>                                                                     |
| <b>9.Indústria, Inovação e infraestrutura</b>   | <p><b>Construir infra estruturas resilientes, promover a industrialização inclusiva e sustentável e fomentar a inovação</b></p> <p>O desenvolvimento do turismo depende de uma boa infraestrutura pública</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |

|                                                     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                                                     | <p>e privada e de um ambiente inovador. O setor também pode incentivar os governos nacionais a melhorar sua infraestrutura e modernizar suas indústrias, tornando-as mais sustentáveis, eficientes em termos de recursos e limpas, como forma de atrair turistas e outras fontes de investimento estrangeiro. Isso também deve facilitar a industrialização sustentável, necessária para o crescimento econômico, o desenvolvimento e a inovação.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <p><b>10.Reduzir as desigualdades</b></p>           | <p><b>Reduzir a desigualdade dentro dos países e entre eles</b></p> <p>O turismo pode ser uma ferramenta poderosa para o desenvolvimento da comunidade e redução das desigualdades quando envolve a população local e todas as partes interessadas em seu desenvolvimento. O turismo pode contribuir para a renovação urbana e o desenvolvimento rural e reduzir desigualdades regionais à medida que proporciona às comunidades a oportunidade de prosperarem em seus locais de origem. O turismo é, ainda, um meio efetivo de os países em desenvolvimento participarem da economia global. Em 2014, países menos desenvolvidos receberam US\$ 16.4 bilhões em exportações advindas do turismo internacional, face aos US\$ 2.6 bilhões no ano 2000, o que torna o setor um importante pilar de suas economias (7% do total de exportações) e possibilita para alguns a elevação ao patamar de países em desenvolvimento.</p> |
| <p><b>11.Cidades e comunidades sustentáveis</b></p> | <p><b>Tornar as cidades e os assentamentos humanos inclusivos, seguros, resilientes e sustentáveis</b></p> <p>Uma cidade que não é boa para seus cidadãos não é boa para os turistas. O turismo sustentável tem o potencial de contribuir para avanços na infraestrutura urbana e acessibilidade universal, promover regeneração de áreas degradadas e preservar o patrimônio cultural e natural, ativos dos quais depende o turismo. Maiores investimentos em infraestrutura verde (meios de transporte mais eficientes, poluição do ar reduzida, conservação de sítios do patrimônio e espaços abertos etc.) deveriam resultar em cidades mais inteligentes e verdes, das quais não apenas moradores, mas também os turistas, possam se beneficiar.</p>                                                                                                                                                                       |
| <p><b>12.Produção e consumo sustentáveis</b></p>    | <p><b>Assegurar padrões de produção e de consumo sustentáveis</b></p> <p>Um setor de turismo que adota práticas de produção e consumo sustentáveis pode ter um papel significativo no aceleração do movimento global em direção à sustentabilidade. Para que isso aconteça, como estabelecido na meta 12.b do ODS 12, é imperativo “Desenvolver e implementar ferramentas para monitorar os impactos do desenvolvimento sustentável para o turismo sustentável que gera empregos, promove a cultura e os produtos locais”. O Programa de Turismo Sustentável do Quadro Decenal de Programas sobre Consumo e Produção Sustentáveis busca desenvolver tais práticas de produção e consumo sustentáveis, incluindo iniciativas em eficiência de recursos que resultem em melhorias econômicas, sociais e ambientais.</p>                                                                                                           |
| <p><b>13.Ação climática</b></p>                     | <p><b>Tomar medidas urgentes para combater a mudança do clima e seus impactos</b></p> <p>O turismo contribui para as mudanças climáticas e é afetado por elas. É, portanto, de interesse do próprio setor ter papel de liderança na resposta global às mudanças climáticas. Diminuindo o consumo de energia e migrando para fontes de energia renovável, especialmente nos setores de transporte e hospedagem, o turismo pode ajudar a enfrentar um dos desafios mais urgentes do nosso tempo.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                     | <p><b>Conservação e uso sustentável dos oceanos, dos mares e dos recursos marinhos para o desenvolvimento sustentável</b></p> <p>O turismo costeiro e marítimo, os maiores segmentos do turismo,</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>14. Proteger a vida marinha</b>                      | <p>particularmente para os pequenos Estados insulares em desenvolvimento, dependem da saúde dos ecossistemas marinhos. O desenvolvimento do turismo deve fazer parte da gestão integrada da zona costeira para ajudar a conservar e preservar ecossistemas marinhos frágeis e servir como veículo de promoção de uma economia azul, alinhado com a meta 14.7: “Até 2030, aumentar os benefícios econômicos para os pequenos Estados insulares em desenvolvimento e os países menos desenvolvidos, a partir do uso sustentável dos recursos marinhos, inclusive por meio de uma gestão sustentável da pesca, aquicultura e turismo”.</p>                                                                                                                                               |
| <b>15. Proteger a vida terrestre</b>                    | <p><b>Proteger, recuperar e promover o uso sustentável dos ecossistemas terrestres, gerir de forma sustentável as florestas, combater a desertificação, deter e reverter a degradação da terra e deter a perda de biodiversidade</b></p> <p>Paisagens majestosas, florestas intocadas, rica biodiversidade e sítios naturais do patrimônio são comumente as razões principais pelas quais os turistas visitam um destino. O turismo sustentável pode ter um papel fundamental, não apenas na conservação e preservação da biodiversidade, mas também no respeito aos ecossistemas terrestres, devido a seus esforços direcionados à redução do desperdício e do consumo, à conservação da flora e fauna nativas e a atividades de conscientização.</p>                                |
| <b>16. Paz, Justiça e Instituições eficazes</b>         | <p><b>Promover sociedades pacíficas e inclusivas para o desenvolvimento sustentável, proporcionar o acesso à justiça para todos e construir instituições eficazes, responsáveis e inclusivas em todos os níveis</b></p> <p>Como o turismo gira em torno de bilhões de encontros entre pessoas de diversas origens culturais, o setor pode promover tolerância e compreensão multicultural e inter-religiosa, estabelecendo as bases para sociedades mais pacíficas. O turismo sustentável, que beneficia e envolve as comunidades locais, também pode fornecer uma fonte de sustento, fortalecer identidades culturais e estimular atividades empresariais, ajudando, assim, a prevenir a violência e o conflito para criar raízes e consolidar a paz em sociedades pós-conflito.</p> |
| <b>17. Parcerias para a implementação dos objetivos</b> | <p><b>Fortalecer os meios de implementação e revitalizar a parceria global para o desenvolvimento sustentável</b></p> <p>Devido à sua natureza multissetorial, o turismo tem a capacidade de fortalecer as parcerias público-privadas e envolver várias partes interessadas – internacionais, nacionais, regionais e locais – a trabalhar em conjunto para alcançar os ODS e outros objetivos comuns. De fato, a cooperação pública-pública e as parcerias público-privadas são uma base necessária e fundamental para o desenvolvimento do turismo, assim como uma maior conscientização sobre o papel do turismo na implementação da Agenda de Desenvolvimento pós-2015.</p>                                                                                                        |

Fonte: OMT (2019).

Como se pode depreender, o turismo identifica-se com todos os ODS. No entanto, há que frisar que para o presente trabalho, o enfoque será dado a como o setor pode contribuir para a erradicação/combate à pobreza, qualidade da educação, igualdade de género, crescimento económico inclusivo e sustentável, redução de desigualdades, comunidades e cidades sustentáveis, e parceria global para a materialização dos ODS, numericamente os objetivos 1, 4, 5, 8, 10, 11 e 17.

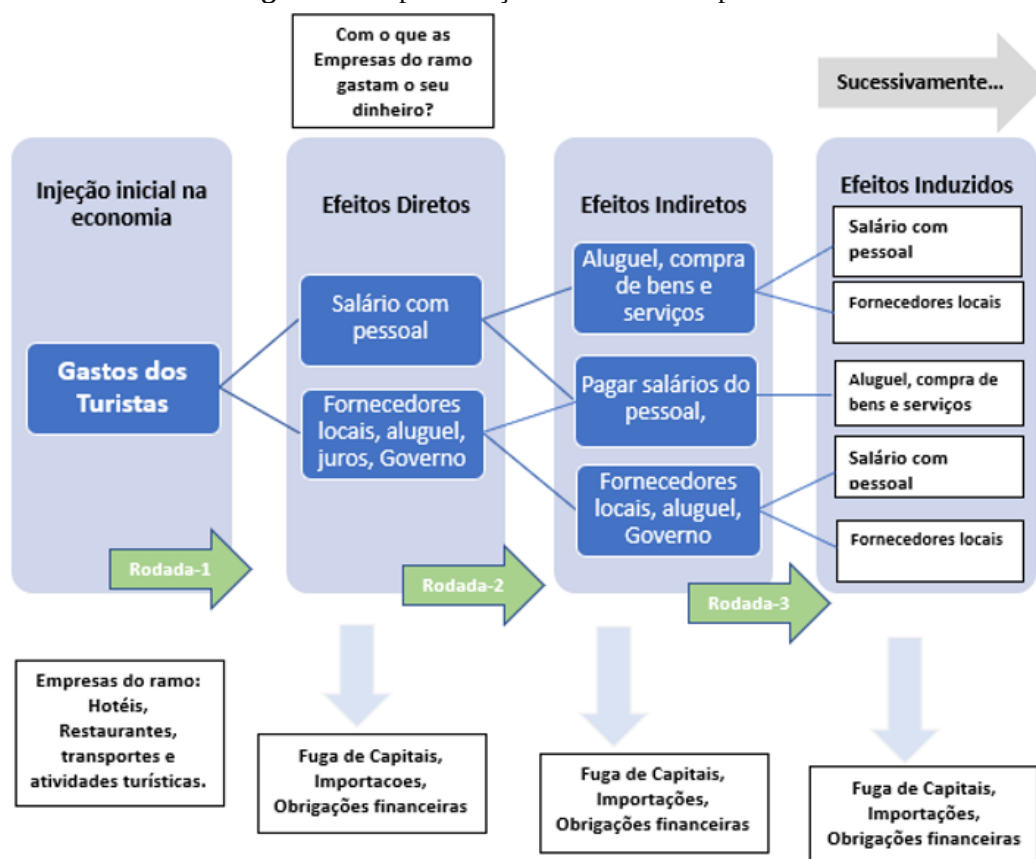
O marco teórico deste estudo aborda a interação entre o turismo e a economia

local, com base no modelo Local Multiplier 3 (LM3), explorando o impacto dos gastos turísticos na retenção de riqueza dentro da comunidade. O efeito multiplicador é um dos conceitos centrais, sendo analisado dentro do fluxo circular de renda, destacando como a dependência de fornecedores externos pode reduzir os benefícios econômicos gerados pelo turismo. A revisão da literatura reforça a importância da participação comunitária na cadeia de valor do turismo e da utilização de fornecedores locais para maximizar os efeitos positivos do setor.

Metodologicamente, uma abordagem quantitativa e qualitativa permitiria compreender não apenas os valores econômicos envolvidos, mas também as dinâmicas sociais e estruturais que influenciam o setor turístico na região. A análise de dados deve explorar a relação entre os gastos das empresas e a retenção de riqueza na comunidade, avaliando a extensão da fuga de capital e a dependência de insumos externos.

Este estudo poderá posteriormente sugerir políticas públicas voltadas para o fortalecimento da economia circular na Praia da Barra, garantindo um desenvolvimento turístico mais sustentável e inclusivo. Será necessário destacar medidas concretas para aumentar a retenção de receitas na economia local, como incentivos para a utilização de fornecedores locais, qualificação da mão-de-obra e melhoria dos níveis salariais. A figura que se segue representa através de um infográfico o efeito multiplicador do turismo.

**Figura 2 - Representação do efeito multiplicador**



**Fonte:** Adaptado de Acerenza, (1997).

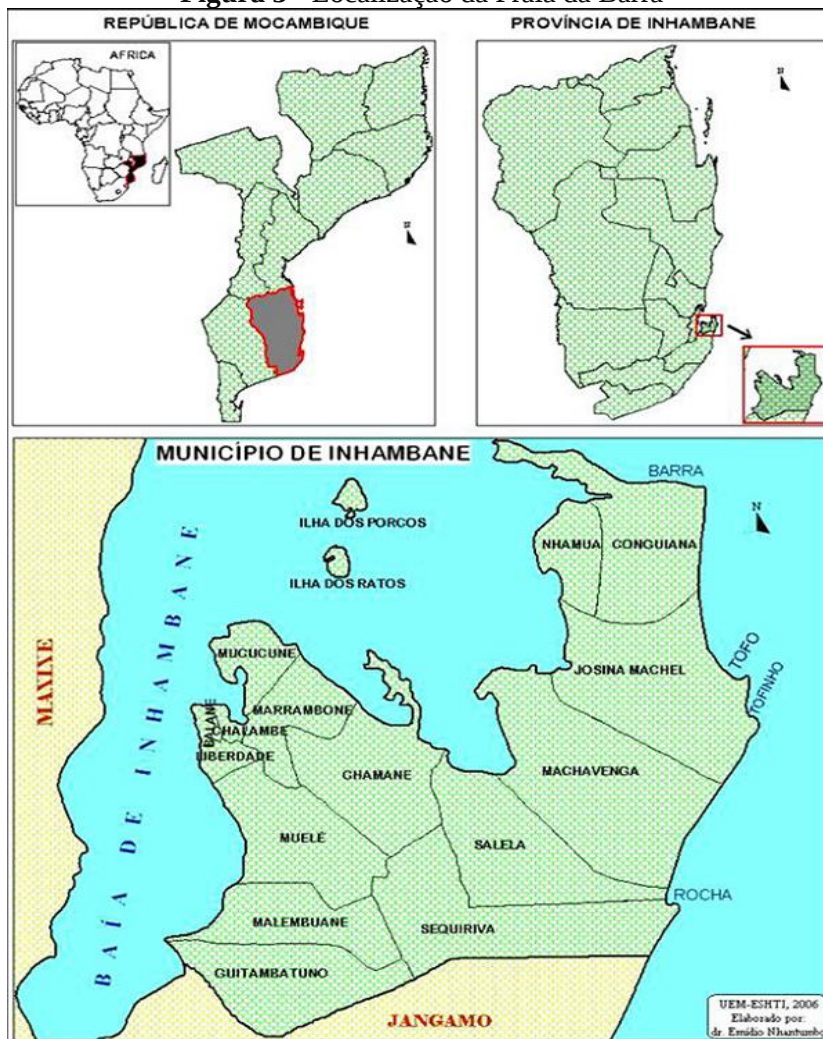
Dessa forma, evidencia-se que o turismo, quando planejado de forma participativa, inclusiva e sustentável, pode ser um instrumento poderoso para o alcance de diversos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), como a erradicação da pobreza, o trabalho decente e crescimento econômico, a redução das desigualdades, o consumo e produção responsáveis, entre outros. No entanto, para que tais benefícios sejam efetivamente mensuráveis e direcionem políticas mais eficazes, é necessário adotar metodologias que permitam avaliar o real impacto econômico do turismo nas comunidades locais. A próxima seção apresenta a caracterização da região de estudo para melhor compreensão.

### 3 CARACTERIZAÇÃO DA REGIÃO DE ESTUDO

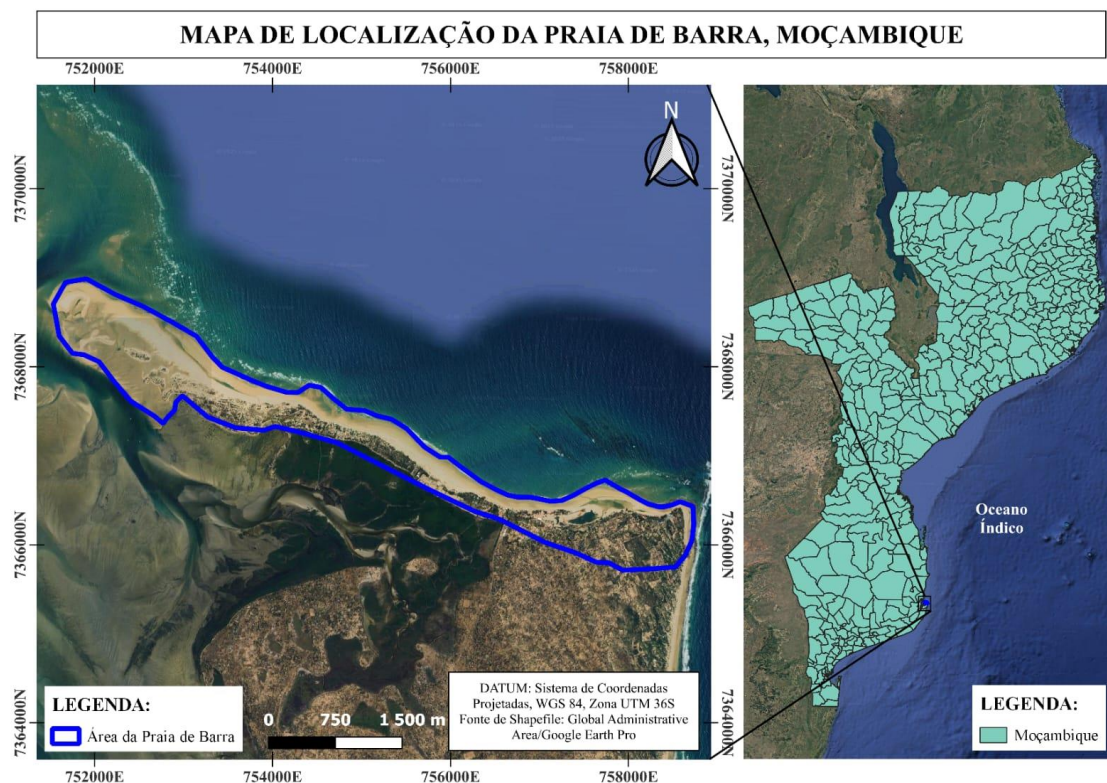
#### 3.1 LOCALIZAÇÃO E CARATERÍSTICAS GERAIS

Esta pesquisa foi realizada no MI, concretamente na região turística da Praia da Barra (Figura 2), inserida no bairro Conguiana. Esta praia está entre as mais procuradas e visitadas do MI. Acredita-se que devido às suas características naturais e paisagísticas, bem como a diversidade faunística marinha e florística dunar tornam-na uma praia atrativa de demandas significativas de turistas nacionais e internacionais. Essa procura significativa da praia da Barra é também justificada pelo fluxo de investimentos diretos que se têm evidenciado, tendo abrandado durante o período da pandemia da Covid-19, entre meados de 2019 até finais de 2021. Vide a Figura 1, localização da Praia da Barra.

**Figura 3 - Localização da Praia da Barra**



Fonte: Nhamumbo (2007)



O Município de Inhambane (MI) coincide com a capital da província com o mesmo nome. Trata-se de uma cidade localizada na região Sul de Moçambique. Como afirma Chambule, et al. (2009), este município dista há aproximadamente 480 km da capital de Moçambique, cidade de Maputo (por via rodoviária), podendo ser acedida também via aérea pelos voos a partir de Maputo ou diretos a partir da África do Sul, podendo estes escalar o aeroporto de Vilankulo que é um distrito que se localiza a cerca de 300 km do MI, na zona norte da província de Inhambane. Também pode-se aceder o MI por via marítima, pois este possui uma baía com condições de navegabilidade para embarcações de pequeno e médio porte e uma ponte-cais adequada para atracagem.

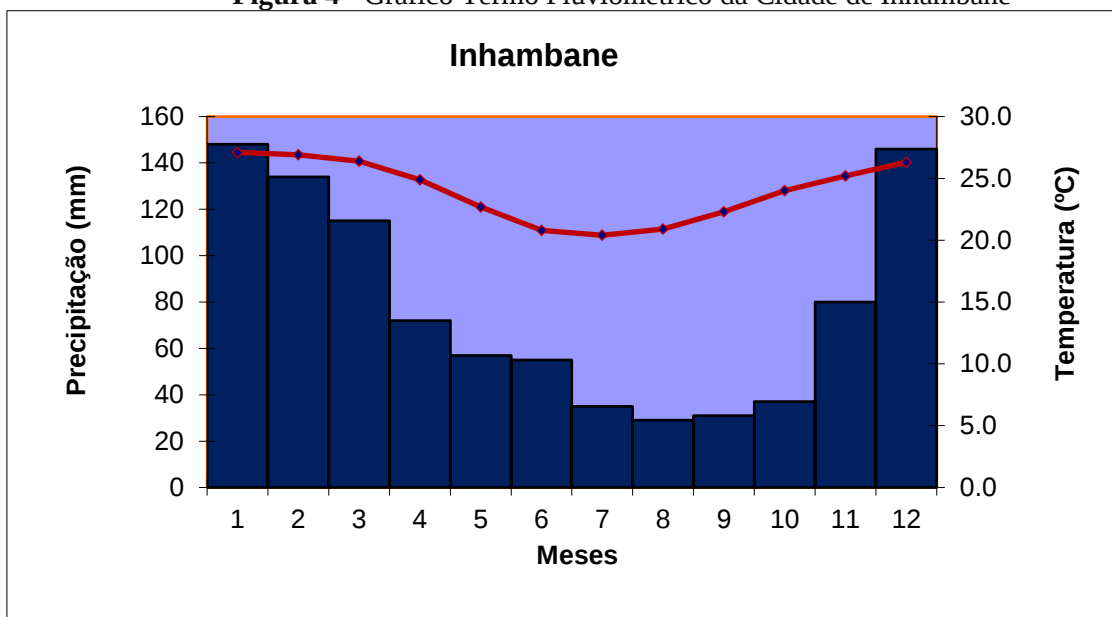
De acordo com Nhantumbo (2007), em termos de localização geográfica, o MI localiza-se entre as latitudes 23°45'50"S (Península de Inhambane) e 23°58'15"S (Rio Guiúa) e as longitudes 35°22'12"E (Ponta Mondela) e 35°33'20"E (Cabo de Inhambane), englobando uma parte continental e duas ilhas (ilha de Inhambane e ilha pequena), o que circunscreve uma área total de 192 km<sup>2</sup>. 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 Guiúa, a Este pelo Oceano Índico e Oeste pela Baía de Inhambane/Cidade de Maxixe.

### 3.2 CARATERÍSTICAS FÍSICO-GEOGRÁFICAS

Nhantumbo (2007) indica que o clima no MI é tropical húmido ao longo da costa, com temperaturas médias que variam entre 25° C na estação quente e húmida a 20° C na estação fresca e seca, e que os ventos chegam a atingir 5 a 8 Km/h de velocidade máxima, exceto quando há ocorrência de depressões atmosféricas ou ciclones, elevando essa velocidade para ventos que variam entre 75 e 140 km/h. A temperatura média mensal é de 24,0°C (máxima de 26,97°C e mínima de 20,3°C) e a precipitação média anual é de 939 mm (Figura 12). Dados apresentados por ZACARIAS, (2013), indicam que a precipitação média anual, entre os anos 2004 e 2008, teve o seu maior registo no ano de 2008 com o valor de 99 mm, tendo os meses de dezembro e março registado os maiores índices de precipitação e os meses entre julho e outubro os que registam níveis baixos de precipitação, logo verifica-se mais pluviosidade no verão do que no inverno. O mês de agosto tem sido o que menos precipitação regista, tendo chegado a ocorrer apenas 0,1 mm no ano de 2004.

Quanto à umidade relativa do ar, no período em alusão, registaram-se variações entre 71% e 88%, tendo os meses de março e julho registado maiores índices mensais de umidade e os meses de janeiro, fevereiro, outubro e dezembro registado menores índices mensais de umidade, ao longo dos quatro anos. Ainda segundo a mesma fonte, a insolação no MI variou entre 5,6 e 12 horas, sendo os meses de fevereiro, maio e agosto os que maiores períodos de insolação registaram e os meses de junho, julho e dezembro os que menores períodos de insolação registaram (AZEVEDO, 2009; ZACARIAS, 2013).

**Figura 4 - Gráfico Termo Pluviométrico da Cidade de Inhambane**



Fonte: Climate-Data.org (2023)

Os ventos predominantes neste município são os de sul que ocorrem com maior frequência entre dezembro e julho (Nhantumbo, 2007; Zacarias, 2013), chegando a atingir 5 a 8 km/h de velocidade máxima, exceto quando há ocorrência de eventos críticos como ciclones que elevam essa velocidade para ventos que variam entre 75 e 140 km/h.

O MI apresenta características geomorfológicas semelhantes às do restante território provincial. Deste modo, encontra-se associada ao Ciclo do Congo e é dominada essencialmente por sedimentos do Terciário e Quaternário (Afonso; Marques, 1998; Azevedo, 2009).

Segundo Zacarias (2013), a formação dunar caracteriza-se pela existência de dunas costeiras e interiores que se desenvolvem ao longo de toda a costa moçambicana, com presença de areia geralmente de granulometria relativamente grosseira e de cores vermelho-acastanhado e branca e eluvião argiloarenoso que se caracteriza pela permeabilidade dos terrenos, em virtude de possuírem uma grande percentagem de materiais argilosos.

O MI encontra-se numa zona de planície cuja altitude não ultrapassa os 150 metros, sendo, deste modo, referida como uma área aplanada, essencialmente no seu trajeto ocidental virado para a baía onde as altitudes variam entre fracas a (10-20 m). A sul da zona urbana existem declives acentuados e na mesma direção ocorrem algumas elevações dunares de pequena altitude que não ultrapassam os 34 m. Por outro lado, apresenta igualmente algumas áreas de depressão que representam em geral áreas

pantanosas ou áreas sujeitas a inundações temporárias. As áreas baixas encontram-se essencialmente a Noroeste, abrangendo partes dos bairros de Chamane, Liberdade, Marrambone, Mucucune, Chalambe, Siquiriva e Salela, enquanto a área mais oriental (faixa costeira) apresenta-se bastante recortada devido às inúmeras elevações dunares que atingem 82 m de altitude (Zacarias, 2013).

Os solos no MI são uma mistura de matéria inorgânica e de compostos orgânicos, composição que tem muita influência na sua função, tanto como meio de circulação de fluídos, assim como na interação com compostos químicos presentes nesses fluidos. A mesma composição define largamente o potencial para o uso de solos para agricultura e outros fins (Zacarias, 2013). Distinguem-se os 3 maiores agrupamentos de solos, nomeadamente os solos de mananga, os solos argilosos vermelhos e os solos arenosos de fase dunar. Os solos arenosos, no MI, são pouco férteis, suscetíveis à erosão e de fraca capacidade para retenção de água, enquanto os solos arenosos-argilosos são mais férteis, não suscetíveis à erosão e possuem boa capacidade de retenção de água.

No que refere à hidrografia, de acordo com Nhantumbo (2007), destacam-se os rios Guiúá e Salela, para além de várias lagoas, tais como Chivanene, Cumbe, Pembane, Malongué, Muangué e Nhacudjingulo. Ocorre, também, uma rede de riachos que conserva o caudal quase todo ano, com particular destaque para o rio Guiúá a sul. No município também existem águas subterrâneas, apesar de não se saber os pormenores e a sua abundância e localização efetiva. A existência destas águas está relacionada com a estrutura e textura dos solos e rochas, que permitem a infiltração das águas de chuvas (Zacarias, 2013).

### 3.3 CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS E ECONÔMICAS

Segundo o INE (2009), o MI até o ano de 2017, coincidentemente o último ano do censo populacional realizado no país, registrou uma população total de 63.867 mil habitantes, dos quais 53,5% correspondem ao sexo feminino e 46,5% ao sexo masculino. A densidade populacional é de 333 habitantes/km<sup>2</sup>. De acordo com Nhantumbo (2007), o MI apresenta uma tendência crescente de população, com uma taxa de crescimento populacional de 2,2% habitantes/ano. Como habitualmente, a população encontra-se concentrada nos bairros urbanos e suburbanos, enquanto as áreas rurais são caracterizadas por uma dispersão populacional. Este autor salienta que os bairros Balane, Chalambe, Liberdade e Muelé são os mais povoados do MI e ainda que o bairro de Muelé se destaca

por possuir maior população, atingindo cerca de 19,6% da população total do município. Devido ao crescimento populacional e à necessidade de expansão municipal, o povoamento tem-se verificado de modo linear, ao longo das duas principais vias, a Estrada Nacional n.º 1 (N-01), que liga o MI às demais capitais provinciais e cidades/localidades da província e do país, e a EN-256, que liga a área urbana à zona turística do MI. É de salientar que novos assentamentos humanos e habitacionais estão a surgir nos bairros de Malembuane, Guitambatuno, Chamane, Salela, Machavenga e Josina Machel.

Conforme os Serviços Provinciais de Assuntos Sociais de Inhambane – SPASI (2023), em termos de rede escolar, no MI, existem 35 estabelecimentos de ensino que acolhem 31.273 alunos, sendo que 24 destes estabelecimentos lecionam o nível básico, incluindo o primeiro e segundo graus, 7 são do nível secundário, incluindo o primeiro e segundo ciclos, 2 institutos técnico-profissionais, 1 centro de formação de professores para o ensino básico e 1 universidades, sendo que ao bairro Conguiana, alvo do presente estudo, comporta 1 escola básica (1º e 2º graus) e 1 escola secundária com 1º e 2º ciclos também.

No que diz respeito ao sector de saúde, segundo a Direção de Saúde da Cidade de Inhambane – DSCI, 2023, o MI conta com uma rede de nove unidades sanitárias sendo oito sob tutela desta direção e uma de nível terciário que responde pela Província, conforme ilustra o quadro seguinte. Calcula-se que a população percorre 10 km, em média, para encontrar uma unidade sanitária e o raio (em média) que separa uma unidade de saúde da outra corresponde a 10 km (DSCI, 2023). A malária mantém-se posicionada como a causa principal de mortalidade no MI, seguida de HIV/SIDA e da tuberculose (DSCI, 2023). Esses dados excluem o período da pandemia da COVID-19, particularmente desde o 1º semestre de 2019 até o segundo semestre de 2021.

Os Postos e os Centros de Saúde estão divididos em serviços de Medicina Geral e Saúde Materno Infantil. A exceção é dada ao Centro de Saúde Urbano que, para além de possuir essas divisões, contém ainda o serviço de estomatologia. O Hospital Provincial de Inhambane-HPI possui serviços de oftalmologia, ginecologia, maternidade, pediatria, medicina, cirurgia, ortopedia, banco de socorros e ambulatório (DSCI, 2023). A cidade de Inhambane conta com uma clínica dentária privada. Olhando a região a ser estudada, constata-se a existência de uma unidade sanitária que conta com serviços mínimos de maternidade que em casos de emergências graves, os pacientes são levados para o hospital de referência provincial que é o HPI.

No campo económico, a agricultura é tida como uma atividade fundamental no MI, tendo em conta que grande parte desta é praticada para a subsistência familiar. As principais práticas de culturas permanentes são relativas ao coqueiro, que tem maior destaque, e às culturas de mandioca, milho e feijão; produzem-se igualmente vegetais (AZEVEDO, 2009). Segundo estes autores, devido à baixa fertilidade de solos e ao fraco poder de retenção de água, as culturas anuais apresentam produção baixa e o destino de consumo é principalmente o mercado local. O coqueiro é amplamente usado, tendo em conta os seus múltiplos usos, como alimento, água de coco, material de construção, material de produção para óleos, sabão e velas (Azevedo, 2009).

Para Maxlhaieie, 2015, a economia no bairro Conguiana baseia-se principalmente no Turismo, embora de forma itinerante, na agricultura e na pesca. No geral, as atividades agrícolas consistem em agricultura de subsistência dos agregados familiares, sendo as culturas principais a mandioca (amarga e doce), o amendoim, o feijão nhemba e o milho. O coco e a castanha de cajú, ainda que também sejam consumidos pelas famílias, são predominantemente vendidos na área urbana (mercado central do MI e nas feiras locais). Outros produtos comercializados incluem vegetais como tomate, cebola, alface, folhas da abóbora e couve, que são cultivados nas zonas baixas da Península de Inhambane. A atividade pesqueira é essencialmente artesanal e desempenha um papel importante primeiro na segurança alimentar e segundo na geração de rendimento através da comercialização. A pesca é praticada em pequenos barcos de duas pessoas, através do método da pesca com linha, e a pesca de mergulho, que inclui a pesca com arpão e a coleta de caranguejos e outros mariscos. Segundo Gulube (2007), a pesca é praticada ao longo da costa do MI por meio das técnicas de arrasto e à linha; verifica-se maior produção nas praias da Barra, do Tofo e na Baía de Inhambane. Estes autores acrescentam que as principais espécies pescadas são as seguintes: garoupa, peixe-serra, pescadinha, carapau, peixe-ladrão, entre outros.

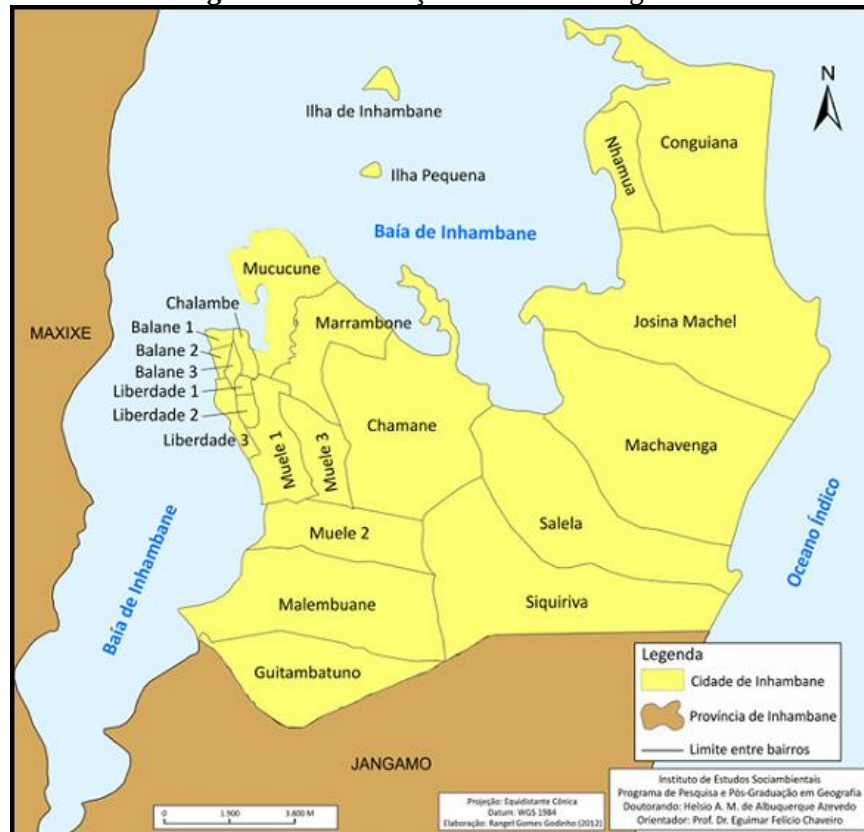
Por outro lado, as comunidades rurais, incluindo as da região da Barra, dedicam-se à produção de materiais de construção local, como tábuas de madeiras de coqueiro, caniço, macuti e capim para cobertura das suas unidades habitacionais. Existem ainda algumas carpintarias e oficinas de produção doméstica de artesanato, que elaboram artigos como esteiras, cestos, chapéus e bolsas à base de palha; alguns destes artigos são comercializados principalmente aos turistas como souvenirs nos mercados da Barra, do Tofo e mercado central do MI. Em termos de indicadores de produção do setor turístico na província de Inhambane, o INE, (2024) aponta uma cifra de 15 369 480,00 Meticais

em 2022 e 4.08 de Contribuição Acumulada nos setores de hotéis, restaurantes, cafés, lazer, recreação, cultura, e transportes que integram o setor turístico, sendo neste caso apenas superado pelo setor de alimentação e bebidas não alcoólicas que ascendem aos 6.90 de Contribuição Acumulada. A posição do setor turístico se mostra relevante e estratégico no panorama económico do MI.

#### 3.4 CARATERÍSTICAS DA PRAIA DA BARRA, BAIRRO CONGUIANA, NO MUNICÍPIO DE INHAMBANE

O bairro Conguiana é um dos 22 bairros que constituem o MI. É neste bairro que se localiza a Praia da Barra, uma das praias mais visitadas do MI (Figura 4). É na costa Norte da Península de Inhambane onde se encontra a Praia da Barra. Esta praia abrange cerca de 180 ha, e começou a receber investimentos visíveis desde o início dos anos 1990, sobretudo por operadores turísticos sul-africanos (Maxlhaieie; Castrogiovanni, 2014). Neste período, ao longo dos quatro quilómetros (4 km) de extensão da praia, foram estabelecidos Lodges, todos eles com parques de campismo, alguns com restaurantes próprios, e certo número de casas de férias privadas. Toda a zona da Barra, ao contrário da Praia do Tofo, mostrava um carácter de privacidade. Alguns resorts cercaram as áreas viradas para a estrada e para vizinhos, com marcos como muros de blocos de argila, outros com madeira ou estacas.

**Figura 5 - Localização do Bairro Conguiana**



**Fonte:** Azevedo, (2014)

Conforme Castrogiovani e Maxilhaieie (2014), a região da Barra não contava com instalações públicas, nem com muita população local, era de difícil acesso, daí que para a maioria dos moradores da zona urbana do MI, estabeleceu-se um entrave de operadores e turistas predominantemente sul-africanos e quase exclusivamente de raça branca que aparentemente criaram um ambiente que inibia os turistas domésticos de aceder com facilidade à zona da praia. Desde as décadas de 1990 e de 2000, como observou a Maxilhaieie (2015), uma explicação para tal ocorrência devia-se a forma de acesso à praia, que durante muito tempo era acessível por uma estrada de areia, segundo a qual, só podia ser transitada por veículos com tração nas quatro rodas (4X4). Portanto, a precariedade na construção da estrada e o uso intenso pelos visitantes e fornecedores de bens e serviços aos estabelecimentos turísticos da Barra, eram fatores claros que contribuíram para a escassez do transporte, sobretudo o público, vulgo “chapa 100”, uma vez que depois da estação chuvosa e da época alta do Turismo, a estrada se encontrava em condições precárias.

Entretanto, fruto do asfaltamento da via principal de acesso a partir do cruzamento de Babalaza, desde os princípios de dezembro de 2013, aumentou os fluxos turísticos em

direção à Barra, sobretudo por parte dos turistas domésticos e de outros usuários das comunidades locais que vêm no lugar, oportunidades de obter algum ganho com o desenvolvimento do turismo, através do seu envolvimento direto ou indireto na atividade. De acordo com o Micoa *et al.* (2002), a zona da Barra é uma das praias do MI definidas para o desenvolvimento do Turismo de alta qualidade, devido às características peculiares, nomeadamente por ser uma zona plana, com uma praia extensa, bela e relativamente calma, sendo, deste modo, uma zona balnear por excelência e por oferecer condições para a prática de desportos de praia, ter vários recifes de coral e de rocha ao longo da costa, que oferecem condições ótimas para o mergulho e pesca de recreio. Contudo, atualmente, ela está quase toda ocupada por empreendimentos turísticos, compreendendo resorts, parques de campismo e casas de praia particulares.

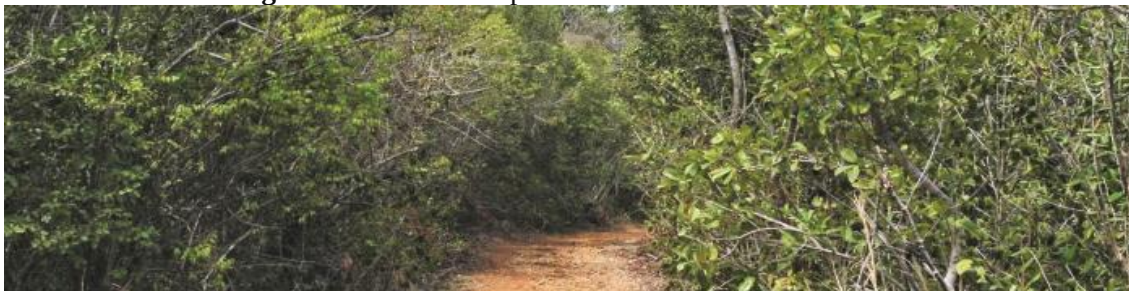
#### **3.4.1 Flora da região da Barra, bairro Conguiana**

A vegetação característica do bairro Conguiana é quase similar à do resto da zona costeira do MI, assim como da grande parte da província no geral, é muito variada e influenciada pela ação antropogênica. Segundo o Zacarias (2013), a vegetação que se encontra neste município, e particularmente no bairro Conguiana, é repartida pela vegetação cultivada pelo ser humano em áreas de pomar, essencialmente coqueiros e cajueiros; existem ainda áreas de mata dispersa, sobretudo nas áreas mais próximas de lagoas e no litoral. Junto à baía, encontram-se áreas de mangue e ainda junto ao Oceano encontram-se áreas de brenha costeira e casuarinas (Azevedo, 2009). Segundo Nhantumbo (2007), a vegetação natural costeira é composta por mangue (*Avicennia marina*, *Brugueira gymnorhyza* e *Ceriops tagal*), entre outras espécies onde se pode citar a existência de frutas silvestres como a massaleira, tindzolera e pimbi.

Maxilhaieie e Castrogiovanni (2014) salientam que existe ainda no MI, bairro Conguiana, a vegetação de dunas que pode ser dividida em três grandes áreas de ocorrência do mar para o interior: (1) uma comunidade vegetal pioneira, habilitada a viver com a ação direta do mar e condições extremas de salinidade, vento e mudanças da morfologia do solo e que serve para fixar a duna; (2) a seguir aparecem espécies arbustivas com ramificação densa, que se vão misturando com as outras espécies menos tolerantes a condições extremas; e por fim (3) aparecem espécies arbóreas e herbáceas adaptadas a ambientes de sombra. Portanto a paisagem floral é dominada por grandes plantações de coqueiros, cajueiros e da vegetação natural acima indicada. Esta

combinação proporciona observações agradáveis enaltecidas pela linha das dunas primárias e recifes costeiros e marinhos, no qual os visitantes aproveitam para caminhar, observar, extrair fotografias e relaxar num ambiente único e tipicamente natural (MAXLHAIEIE; CASTROGIOVANNI, 2014).

**Figura 6** - Flora dunar predominante nas dunas da Praia da Barra



**Fonte:** O autor com base nos dados do campo.

### **3.4.2 Fauna da região da Barra-bairro Conguiana**

Conforme Azevedo (2009), existe no geral a fauna marinha, terrestre e aérea no MI, porém, há um fraco registro/cadastro de espécies animais pelas autoridades municipais e bem como pelas autoridades governamentais por meio dos organismos que zelam por este setor. Neste ponto sobre fauna, o estudo realizado centrou-se na fauna marinha por constituir atração patrimonial, a qual é das paisagens faunística mais contempladas pelos visitantes que preferem o MI para praticar Turismo e a praia da Barra é um dos destinos preferenciais. De acordo com a HUB (2002), nos mangues a fauna é dominada por caranguejos violinistas, ocorrendo também bivalves e camarões. Nas lagoas encontram-se rãs, lagartos como, por exemplo, o *Varanus niloticus*, pequena diversidade de espécies, mas com número razoável de peixes de água doce como, por exemplo, a tilápia. Ainda regista-se a ocorrência de aves migratórias, entre as quais se destacam o corvo marinho africano, a garça boieira e a jacana.

Nas praias arenosas, há uma baixa densidade de caranguejos fantasmas (*Ocypode ryderi*) e ocorrência de avifauna, com especial destaque para o borralho. As praias apresentam uma biodiversidade muito baixa, especialmente nas espécies utilizadas pelo ser humano para consumo como os crustáceos, bivalves e gastrópodes, pois constituem fonte de alimentação e rendimento para as comunidades locais (AZEVEDO, 2009). É possível identificar com mais frequência mamíferos marinhos como baleias, por exemplo, as espécies *Megaptera novaeangliae* e a *Balaenoptera acutorostrata*, golfinhos

corcundas das espécies *Sousa chinensis*, *Roaz corvineire* e *Tursiops truncatus* e com menos frequência aparecem dugongos, da espécie *Dugon dugon*, que é considerada uma espécie em extinção conjuntamente com o tubarão baleia que tem sua ocorrência no MI (HUB, 2002). Segundo esta fonte, espécies de tartaruga marinha como as *Eretmochelys imbricata*, *Caretta caretta* e *Chelonia midas* e manta raia ocorrem igualmente com frequência.

A salienta que existe uma grande variedade de espécies de peixes, que não estão registados em cadastro pelo MI e ainda que existam igualmente recifes de corais dos gêneros *Lobophytum* e *Cladiela*. Portanto, segundo Azevedo (2009), constata-se que a paisagem faunística do MI, onde se insere a região da Barra é caracterizada pela sua rica biodiversidade marinha, valorizada por sua qualidade de mergulho, pesca, surf e safaris oceânicos e fotográficos, atividades estas que são realizadas sobretudo por turistas estrangeiros. Esta procura é justificada não só pela qualidade das águas do mar, mas também pela concentração de grandes espécies marinhas na costa do município, com destaque para os chamados "Big Five" marinhos, nomeadamente - golfinhos, tubarões, tartarugas, tubarões-baleia e raias manta (Figura 5), que proporcionam uma diversificada experiência turística aos visitantes.

**Figura 7** - Quatro dos “Big Five”: Tubarão-baleia e mergulhadores (no topo à esquerda); Tartaruga e mergulhador (no topo à direita); Raia manta (em baixo à esquerda); Golfinhos (em baixo à direita)



**Fonte:** Nhantumbo (2007)

### 3.5 TURISMO E POBREZA NO MI

No contexto do presente trabalho, existe alguma relação entre turismo e pobreza que se pode estabelecer. Neste campo, procurar-se-á apresentar esta relação, trazendo em discussão as intersecções e uma reflexão sobre como o turismo poderá ser um catalisador na luta contra a pobreza que é um mal que assombra as comunidades. Assim sendo, em primeiro lugar, apresenta-se uma discussão básica e contextualizada sobre o conceito de pobreza e de seguida, a relação que se pode estabelecer entre turismo e pobreza, apresentando alguns elementos da área de estudo.

#### 3.5.1 Conceituando Pobreza e o contexto de Moçambique

A pobreza pode ser definida de várias formas, dependendo da perspectiva adotada. As duas abordagens mais comuns são: “Pobreza Absoluta”, entendida como a incapacidade de garantir as necessidades básicas de vida, como alimentação, vestuário, habitação e saúde. O Banco Mundial utiliza a linha de pobreza de USD 2,15 por dia (em paridade de poder de compra desde 2017) como referência global, e “Pobreza Relativa” que é definida em termos comparativos, analisando o padrão de vida de um indivíduo em relação à média da população de um determinado país ou região.

Em Moçambique, o Instituto Nacional de Estatística (INE) mede a pobreza tanto em termos absolutos quanto relativos, utilizando pesquisas como o Inquérito sobre o Orçamento Familiar (IOF). Na sequência, conforme o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD, 2022), através do Índice de Pobreza Multidimensional (IPM) por si criado, há um consenso crescente de que a pobreza vai além da insuficiência de renda. Esta abordagem do PNUD, considera a pobreza em três dimensões principais, nomeadamente: (i) Educação, medida pelos anos de escolaridade e frequência escolar; (ii) Saúde, medida pelos rácios de mortalidade infantil e nutrição; e (iii) Padrão de vida, medida pelo acesso à eletricidade, água potável, saneamento, tipo de combustível de cozinha, entre outros.

Esta abordagem do PNUD parece ser a mais adequada para o presente estudo, contudo, pode-se assumir a conjugação das duas posições, visto que a abordagem do PNUD refere-se as três dimensões, mas que podem nessas dimensões assumir os carateres absoluto e/ou relativo se forem analisados discriminadamente, por exemplo, no setor de saúde podemos analisar os rácios de mortalidade e nutrição cruzados com as medições em termos absolutos ou relativos, e assim sucessivamente.

Esta abordagem é importante no contexto de Moçambique, onde a pobreza é frequentemente relacionada ao acesso desigual a serviços básicos. Aliás, Moçambique é um dos países mais pobres do mundo, com níveis elevados de pobreza e desigualdade. Segundo o Banco Mundial (2023) e o INE (2021), apesar de haver progressos desde a década de 1990, a pobreza tem persistido em níveis elevados, especialmente nas áreas rurais. Entre os principais factores que contribuem para a pobreza em Moçambique, destacam-se a: (i) Dependência da agricultura de subsistência: A maioria da população rural depende de uma agricultura precária, vulnerável a secas e ciclones, como foi evidenciado pelos impactos dos ciclones Idai e Kenneth em 2019; (ii) Desigualdades regionais: A pobreza é mais acentuada no centro e norte do país. Por exemplo, a província de Cabo Delgado, apesar de ter grandes reservas de gás natural, enfrenta altos níveis de pobreza e conflito armado, exacerbando a vulnerabilidade da população local; (iii) Baixo nível de escolaridade: Moçambique enfrenta desafios significativos em termos de acesso à educação e qualidade do ensino. De acordo com a UNICEF (2020), o país apresenta altos índices de analfabetismo, principalmente entre as mulheres rurais; e (iv) Desemprego: O crescimento económico baseado em setores como o gás e os minerais nem sempre se traduz em geração de emprego para a população, criando um descompasso entre crescimento e redução da pobreza.

Denota-se um esforço para implementação de estratégias para combater a pobreza, em que algumas delas incluem: Plano Quinquenal do Governo (2020-2024), que tem como objetivo central a redução da pobreza e a promoção do desenvolvimento inclusivo; a Estratégia Nacional de Desenvolvimento (ENDE, 2025-2044), que estabelece metas de longo prazo para reduzir a pobreza por meio da diversificação da economia e do desenvolvimento de infraestruturas; e o Programas de Transferências Sociais assente na alocação do Subsídio Social Básico, que por exemplo, fornece transferências monetárias ou cestas-básicas à famílias extremamente pobres e vulneráveis.

Apesar dos esforços, o progresso na redução da pobreza tem sido desigual e lento, principalmente por conta de desafios como o impacto da pandemia da covid-19, que exacerbou a pobreza, interrompendo o crescimento económico e aumentando o desemprego e a vulnerabilidade das famílias e o conflito em Cabo Delgado, a insurgência armada no norte do país que tem deslocado centenas de milhares de pessoas, destruído infraestruturas e interrompido o desenvolvimento da região (Banco Mundial, 2021).

Contudo, Sen (1995) critica o enfoque exclusivo da discussão sobre pobreza em renda e propõe uma visão mais ampla, onde a pobreza é entendida como uma privação de

capacidades. Essa visão é relevante para Moçambique, onde o desenvolvimento humano é frequentemente limitado por fatores como acesso a serviços de saúde e educação, além da insegurança alimentar, falta de água potável e precária rede de infraestruturas básicas. Esta posição de Sen (1995) é consensual para abordagem deste trabalho.

### **3.5.2 Relação Turismo e Pobreza**

Considerando que com o término da guerra civil o Governo de Moçambique adotou o turismo como meio de desenvolvimento, não só do ponto de vista econômico como também no sentido de reverter a imagem de guerra, miséria e fome que o país ostentava, tendo adotado um conjunto demasiado complexo de leis, políticas e regulamentos para gerir a atividade, importa neste trabalho problematizar o impacto que este conjunto de regulamentos e instituições reproduziu nos processos de desenvolvimento do turismo e melhoramento da atividade através da atração de mais turistas e investimentos, salvaguardando a importância da qualidade do ambiente físico-natural, o ambiente de negócios e os padrões de vida das comunidades locais recetoras.

No estudo realizado por Alcobia *et al.* (2022) constata-se que ao analisar o panorama de um dos mais proeminentes destinos turísticos de Moçambique, no caso a Praia da Barra, depara-se com uma situação de contradição de certa forma preocupante, como se demonstra no parágrafo seguinte. Conforme o INE (2019), a Província de Inhambane é a segunda província de Moçambique com maior número de quartos oferecidos (11% do total nacional), a segunda quanto à capacidade de alojamento por 10.000 habitantes (7 camas) e também, a segunda quanto ao número de dormidas registado (26% do total). Associado a isto, a Província de Inhambane lidera os índices de dormidas médias por hóspedes com 8,1 noites, sendo que as praias da Barra e do Tofo em média situa-se em 5 noites (a média nacional limita-se nas 2,3 noites) e os seus empreendimentos hoteleiros apresentam taxas médias de ocupação de 54,6% (mais do que o dobro da média nacional) (Alcobia *et al.*, 2022).

Contudo, em total contradição com o esperado, os dados gerados pelo Ministério da Cultura e Turismo de Moçambique (2018), constata-se que a Província de Inhambane ocupa a 6ª posição no ranking das receitas geradas pelos empreendimentos, tendo declarado o valor de 108.162.610 Meticais, somente 2% do total das receitas de todo o setor no país. Apresentando um setor de turismo relativamente pujante, esperava-se que a comunidade local se beneficiasse de forma clara, direta e indireta, dos dividendos

gerados por esse setor econômico, vendo os seus índices de bem-estar em crescimento (Alcobia *et al.*, 2022). No entanto, dados do INE (2019) apontam uma realidade social da população muito longe de acompanhar o brilhantismo turístico de que se refere.

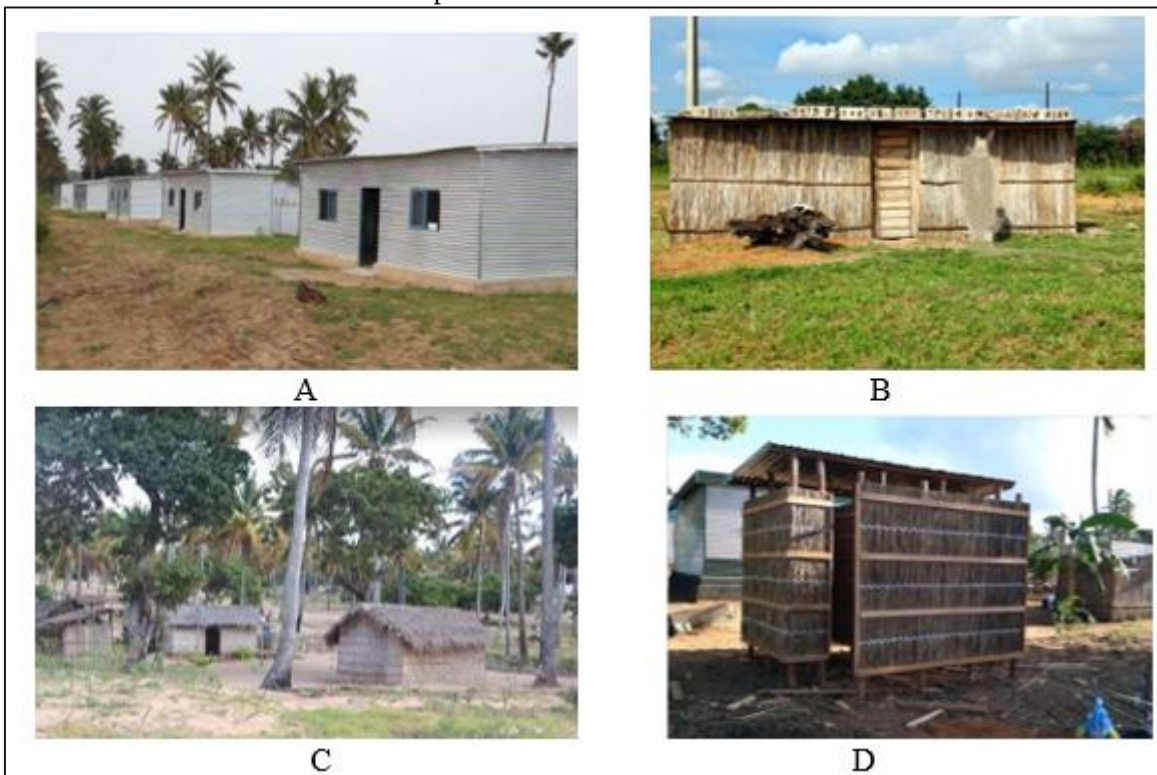
No MI somente 37% da população usufrui de água canalizada e 36% usufrui corrente elétrica da rede pública (ainda que em algumas situações a corrente é precária devido às excessivas interrupções no fornecimento da mesma). Acrescenta-se que quanto à posse de bens duráveis por agregado familiar, o cenário é idêntico, visto que 52% não possui rádio, 44% não possui televisão, 83% não tem computador, 94% não possui acesso à Internet fixa, 59% cozinha a carvão ou lenha, 62% não dispõe de frigorífico, apenas 14% possui algum meio de transporte (carro ou moto) e por fim, 19% dos agregados afirmam não possuir qualquer um destes bens duráveis acima mencionados (INE, 2017).

Conforme evidenciam Stacciarini e Stacciarini (2020), observa-se nas regiões costeiras do Município de Inhambane, especialmente na zona da Barra, por sinal uma das mais destacadas em termos de investimentos em turismo, uma total dissonância, ou seja, se por um lado, vêem-se empreendimentos de altos investimentos e com fluxos significativos de turistas nacionais e sobretudo internacionais, por outro lado e nas proximidades dessa realidade se contrasta com uma desorganização na ocupação espacial, por parte das comunidade residentes, nas quais falta quase tudo, nomeadamente a pavimentação, eletrificação, rede de abastecimento de água canalizada, num cenário em que para o abastecimento do precioso líquido, as populações recorrem ao sistemas de retenção de águas pluviais através do sistema de caleiras que drenam a água para cisternas e no momento de sua utilização, recorre-se à galões para sua coleta nas referidas cisternas.

Ressalta-se também a qualidade precária das unidades habitacionais na região pelo facto de serem construídas à base de estacas, madeira e palha, com uma média de 2 cômodos por unidade que albergam as famílias. A falta de saneamento básico constitui um problema sério, a falta de banheiros no interior das residências devido ao modelo de construção precário, obriga que se adote um sistema de buracos escavados no exterior às habitações, uma condição propícia para problemas ambientais e de saúde pública visto que as condições sanitárias não são adequadas e os índices de contaminação dos solos e das águas podem tornar-se elevados (Stacciarini; Stacciarini, 2020). Veja-se de seguida alguns modelos de unidades habitacionais que ocorrem na região em estudo e casa de banho exterior. As imagens (A, B e C) representam o tipo de casas feitas de material precário e a imagem D representa os tipos e casas de banho exteriores que ocorrem nas comunidades da Praia da Barra. Para além desses modelos representados nas imagens,

também encontram-se casas feitas de material convencional de alvenaria, principalmente ao longo da rodovia principal de acesso à praia.

**Figura 8** - Fotos A, B e C (Tipos de casas feitas com material precário que ocorrem na Barra) e D tipo de banheiros exteriores.



**Fonte:** O autor.

Todo o cenário descrito sobre Inhambane vislumbra contradições, na medida em que o Plano Estratégico da Província de Inhambane (PEPI, 2010), elencou o turismo como prioritário, pois reveste-se como elemento fundamental para o desenvolvimento da Província, considerando-se uma oportunidade e um ponto forte para desenvolvimento económico da Província. O Governo Municipal de Inhambane aponta o turismo como uma das principais atividades económicas. Este setor é o que mais cresce em termos de investimentos no Município de Inhambane (Moçambique, 2008).

Apesar de Inhambane apresentar-se como um dos destinos mais consolidados, comparativamente a outros destinos costeiros de Moçambique, associado ao volume de investimentos que recebe, verifica-se um contraste com a realidade do dia-a-dia das comunidades anfitriãs, num contexto em que, conforme preconiza o Programa Quinquenal do Governo (2020-2024), a ação governativa centra-se na melhoria do bem-estar e da qualidade de vida das famílias moçambicanas, na redução das desigualdades sociais e da pobreza, (...), com forte estímulo na criação de emprego.

Portanto, está-se perante um cenário no qual, o Governo através dos seus instrumentos coloca o turismo em destaque e como um sector basilar para dinamização, crescimento e consequente desenvolvimento em particular das comunidades e do país no geral. Este sector que constitui aposta estratégica do Governo, é acompanhado de políticas e estratégias de sua implementação e assiste-se a um volume de investimentos substanciais em turismo que cresceu ao longo do tempo, interrompido apenas pela pandemia do COVID-19.

O PEDTM-I (2004), no seu prefácio destaca o turismo como sendo o setor que nos países em desenvolvimento tem dado um grande contributo na luta contra a pobreza através da valorização dos recursos naturais e do património histórico e cultural que propicia a promoção de investimentos e do emprego assim como a geração de divisas que podem equilibrar a balança de pagamentos. Para além disso, o PEDTM-I define as Áreas Prioritárias para o Investimento em Turismo (APIT) dos tipos “A” e “B”. A APIT do tipo “A” é aquela que possui já um certo nível de desenvolvimento e infraestruturas específicas de turismo. Estas áreas já atraíram investimento em turismo, ou têm merecido um grande interesse por parte dos investidores, havendo já uma variedade de opções de acomodação e produtos existentes.

Os níveis de provisão de infraestrutura e a quantidade e qualidade de produtos ainda não atingiram a perfeição, mas já existe um mínimo de facilidades. As APIT tipo “B” são áreas que foram selecionadas como Áreas Prioritárias, principalmente por causa do seu elevado potencial de turismo ou da sua localização estratégica, mas que efetivamente ainda não têm um nível significativo de desenvolvimento do turismo. Muitas destas áreas são de difícil acesso, com baixos níveis de provisão de infraestruturas e serviços e os níveis de desenvolvimento socioeconómico são, em geral, modestos. Na altura da definição das APIT, em 2002/3, a região da Praia da Barra foi configurada como APIT do tipo “A”, sinalizando avanços visíveis em termos de investimentos em turismo e infraestrutura. Ainda no PEDTM-I, entre os Objetivos Globais do Turismo de Moçambique que assentavam em três vertentes: Económica, Social e Ambiental, nomeadamente:

1. Desenvolver e posicionar Moçambique como destino turístico de classe mundial;
2. Contribuir para a criação de emprego, crescimento económico e alívio à pobreza;
3. Desenvolver um turismo responsável e sustentável;
4. Participar na conservação e proteção da biodiversidade;
5. Preservar os valores culturais e orgulho nacional; e

## 6. Melhorar a qualidade de vida dos moçambicanos

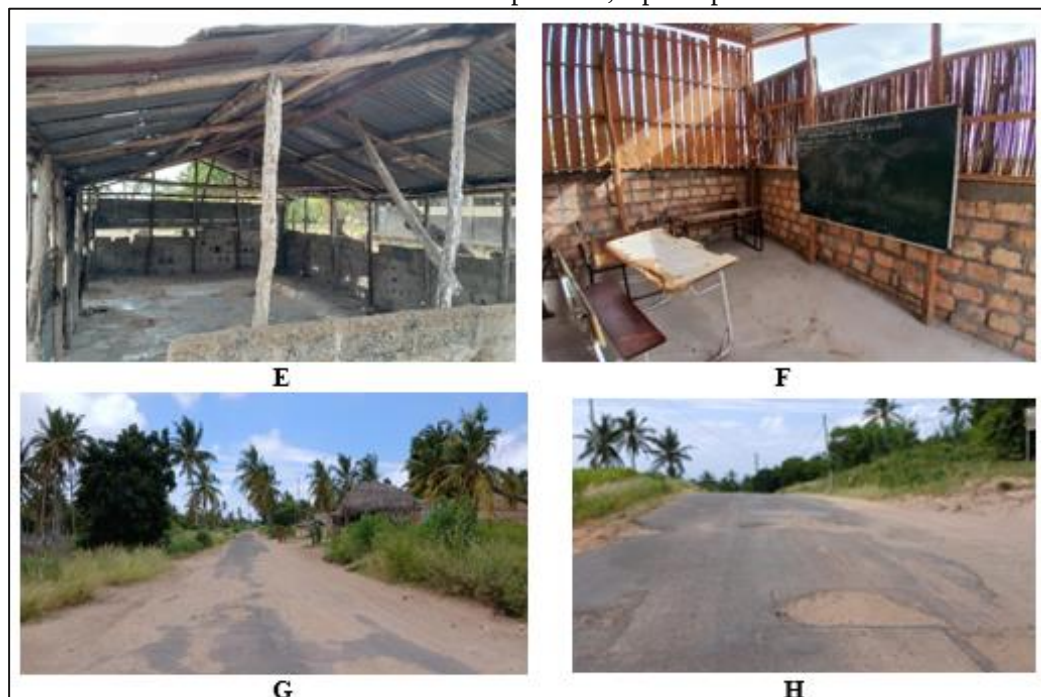
Destacam-se os objetivos 2 e 6 acima, os quais a presente pesquisa visa abordar. Não obstante, a Política do Turismo, 2003 aponta de forma taxativa que entre os princípios que deverão nortear o processo de desenvolvimento do turismo em Moçambique destaca-se o princípio da promoção do envolvimento efetivo da comunidade nos programas de desenvolvimento, e do fortalecimento do turismo através de práticas de desenvolvimento sustentável e respeito pelo meio ambiente. Os objetivos da Política do Turismo (2003) vertem-se destacadamente para contribuir para a criação do emprego, crescimento econômico e para o alívio à pobreza, bem como melhoria da qualidade de vida dos moçambicanos.

O PEDTM-II que está assente nos princípios do PEDTM-I bem como na Política do Turismo, 2003, procura dar continuidade nos aspetos encaminhados por este plano, avança como seu 8o objetivo estratégico de assegurar um turismo sustentável benéfico para as comunidades, reconhecendo desde logo no seu diagnóstico, a fraqueza na abordagem integrada para o desenvolvimento comunitário sustentável, destacando-se barreiras como ausência de sistemas de direitos comunitários de terra que permitam às comunidades formar parcerias empresariais com operadores do sector privado, capacidade limitada das comunidades oferecerem produtos e serviços ao setor do turismo, ausência de projetos envolvendo as comunidades devido a inexistência de recursos financeiros e a inexistência de capacidade de gestão por parte das comunidades.

Perante este quadro, vislumbra-se as comunidades locais com problemas básicos, as vias de acesso necessitando de intervenções de base, rede sanitária deficitária e/ou inexistente, fornecimento de água canalizada muito longe de satisfazer as comunidades na sua globalidade. Mais do que isso, há destacados problemas na educação e saúde, traduzindo-se assim numa situação de pobreza assinalável. Ou seja, um destino turístico destacado de Moçambique do ponto de vista de registo de chegadas internacionais, óbvia fonte de arrecadação de receitas (pelo menos deveria ser, bem como maior empregador da região), no entanto a população anfitriã vive no extremo da pobreza.

**Figura 9** - Fotos E e F: Exemplos de salas de aulas precárias na Escola Básica de Conguiana.

Fotos G e H: Recortes da R901 em estado precário, a principal rodovia de acesso à Barra



**Fonte:** Próprio autor.

Torna-se evidente que o desenvolvimento turístico não está a reverberar-se uma alavanca e alternativa que de algum modo possa catapultar o bem-estar da população local, urgindo questionar o porquê dessa disparidade entre um destino renomado quanto Inhambane considerado um dos prioritários para investimentos em Turismo e que de facto vem recebendo investimentos crescentes e, no entanto, a sua população local prevalece com índices de pobreza elevados? Será que existe alguma forma de abordagem conjuntural entre os investidores em turismo e as entidades públicas governamentais que discuta e coloque a questão dos benefícios e bem-estar das populações locais como uma prioridade? Vê-se a necessidade de compreender qual o “caminho” percorrido pelos avultados investimentos em divisas e quais são os mecanismos de redistribuição das receitas arrecadadas pelo Estado para as comunidades anfitriãs previstos que possam proporcionar o bem-estar das comunidades residentes, o qual é considerado um dos desideratos pelo qual o turismo é uma aposta.

#### **4 CARACTERÍSTICAS TURÍSTICO-HOTELEIRAS DA PRAIA DA BARRA**

A localização geográfica de Inhambane constitui um privilégio por favorecer a ligação entre a costa e o interior do continente, na região meridional de África constituída por países, entre eles, Zimbabwe, Zâmbia, Malawi e por coincidir com uma importante

rota histórica que foi usada no processo de expansão europeia na sua busca pela Índia. A cidade capital da província de Inhambane tem o mesmo nome (Inhambane), e foi apelidada como a “Terra de Boa Gente”, resultante do primeiro contato com o navegador e explorador português Vasco da Gama que passou por Inhambane em 1498. O potencial turístico que a cidade de Inhambane ostenta, agregando a conjugação entre os atrativos naturais, culturais e paisagísticos coloca-a como um dos destinos preferenciais do país, tanto a nível nacional quanto o turismo internacional.

Em termos de características, a rede hoteleira e as empresas turísticas da praia da Barra, em Inhambane, apresentam aspetos peculiares, um perfil diversificado e estratégico, voltado principalmente para o que refletem tanto o potencial turístico da região quanto os desafios enfrentados. Conforme a Direção Provincial da Cultura e Turismo de Inhambane (DPCTI, 2024), na praia da Barra estão cadastrados 67 estabelecimentos turísticos. Este registo contrasta com a realidade no campo de estudo, pois o cadastro mostra-se bastante desatualizado. Um total de 23 dos estabelecimentos cadastrados estão encerrados por vários motivos, entre os quais a pandemia da covid-19 que arrasou o setor de viagens e turismo e aspetos ligados à má gestão que conduziram os negócios à falência. Cerca de 26 estabelecimentos não foram abrangidos pelo estudo por não fazerem parte do perfil dos estabelecimentos a serem abordados; fazem parte deste subgrupo de empreendimentos as casas de férias, propriedades privadas que não estão abertas ao consumidor-turista comum.

A pesquisa identificou 20 estabelecimentos turísticos que comportam serviços de alojamento e/ou restauração, bem como outros serviços de animação, especificamente o mergulho. Em termos de diversidade de estabelecimentos, a praia da Barra tem uma oferta variada de acomodações e serviços turísticos, que incluem: *lodges e resorts* de luxo, estabelecimentos focados em atender turistas internacionais de alto poder aquisitivo, oferecendo experiências exclusivas de praia, mergulho e safári marinho; *alojamentos mais simples e rústicos*, voltados para viajantes com orçamentos mais modestos, como mochileiros, com uma abordagem mais sustentável e de integração com a natureza; e também *empresas de atividades turísticas* que incluem operadores de passeios de catamarã, passeios de *quadbikes*, mergulho, e observação de baleias. A área é conhecida pela riqueza da sua biodiversidade marinha, com recifes de corais e várias espécies de peixes e cetáceos, o que a torna um ponto de destaque para atividades subaquáticas.

**Figura 10** - A foto A representa um dos mais luxuosos Resort da Praia da Barra. A foto B,

representa uma das actividades turísticas realizadas na Barra.



Fonte: Terra, Água e Céu, 2024.

Em termos de estruturação dos negócios em turismo, embora existam algumas tentativas de integrar a comunidade local ao setor turístico, todos estabelecimentos abrangidos pelo estudo, o seu investimento é estrangeiro, ou seja, os negócios de turismo ainda são controlados por investidores estrangeiros, resultando em um nível relativamente baixo de integração das comunidades locais nos processos de decisão e geração de lucros.

O turismo na Praia da Barra, assim como em outras áreas costeiras de Moçambique, é consideravelmente sazonal. A maioria dos turistas internacionais visita a região durante os meses de verão, o que cria picos de demanda seguidos por períodos de baixa ocupação, gerando instabilidade para os trabalhadores e para a economia local. A falta de uma economia turística estável e diversificada aumenta a dependência de fatores externos, como o turismo internacional.

Conforme concluíra Stacciarini; Stacciarini (2020) em sua pesquisa, entre os principais desafios enfrentados pela rede hoteleira e empresas turísticas na Barra podem-se destacar a *Infraestrutura limitada*, pois muitas áreas ainda carecem de infraestrutura adequada, como estradas pavimentadas e sistemas de saneamento que dificultam algumas operações das empresas turísticas, *Gestão territorial e questões ambientais*, sendo que existem construções edificadas em locais inadequados (Dentro da área de proteção costeira) e *Desigualdade no acesso aos benefícios*, dada a disparidade significativa entre os grandes operadores turísticos e as pequenas empresas de iniciativas locais, que muitas vezes têm dificuldades de competir e capturar parte das receitas geradas pelo turismo.

**Figura 11** - As fotos A, C e D demonstram as edificações em locais impróprios e proibidos por Lei (menos de 100m da linha da água) e a foto B indica a precariedade da rampa que é a via

mais rápida que liga o Farol da Barra ao resto da Praia da Barra.

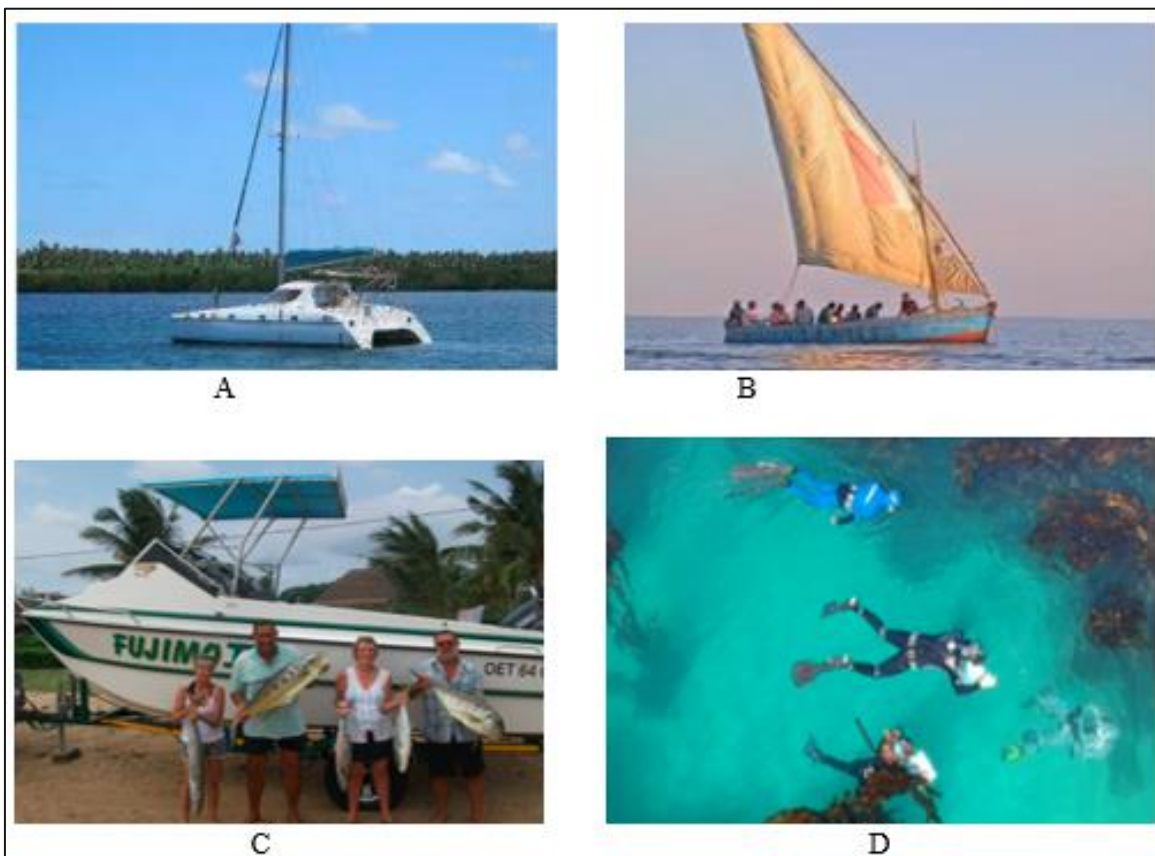


Fonte: próprio autor, 2024.

Em termos de atividades turísticas, a região é famosa por oferecer uma ampla gama de atividades, principalmente relacionadas à exploração marinha, especialmente o *Scuba Diving* e *Snorkeling*, pois a Praia da Barra é famosa pelos seus recifes de corais e pela biodiversidade marinha. Empresas de mergulho organizam excursões para observação de espécies como tubarões-baleia, golfinhos e raias-manta; *Passeios de Catamarã*, pela baía considerada outra atividade popular entre os turistas para explorar as ilhas próximas e áreas de recifes. Os passeios de catamarã permitem aos visitantes observar a vida marinha e apreciar a paisagem natural da costa. Para além dessas atividades, na Praia da Barra também tem registado a prática de pesca desportiva, uma atividade muito concorrida pelos turistas sul-africanos, geralmente no período que vai desde Novembro de um ano à abril do ano seguinte.

**Figura 12** - As fotos A, B, C e D representam as atividades turísticas realizadas na Praia da

## Barra.



**Fonte:** TAC (Terra, Água e Céu) Travel Agency, 2024.

A Praia da Barra atrai principalmente turistas estrangeiros, vindos da Europa e África do Sul, mas também há um fluxo crescente de turistas domésticos, especialmente durante as festas de fim de ano. O turismo na região é sazonal, com picos de visitação nos meses de inverno (de junho a setembro) e de verão (dezembro a fevereiro), que coincide com as férias e interrupções de atividades para as festas de Natal e os finais de ano.

O seu acesso pode ser feito por estrada a partir da cidade de Inhambane (aproximadamente 25 km de distância), com transporte terrestre disponível. O Aeroporto de Inhambane facilita a chegada de turistas internacionais e nacionais. A região se destaca pelo seu potencial natural e ecológico, oferecendo diversas atividades turísticas, tais como atividades balneares em praia paradisíaca com águas cristalinas e extensas faixas de areia branca, mergulho e *snorkeling*, nos recifes de coral, com avistamento de manta raias, tubarões-baleia e golfinhos, passeios de Catamarã, observação de baleias, turismo comunitário, entre outras atividades. Apesar de carecer de ser desenvolvida, principalmente em termos de infraestrutura de acesso e de apoio ao turismo, possui um setor turístico com diferentes áreas que vão desde hospedagens econômicas até resorts de luxo. Entre os estabelecimentos hoteleiros, encontram-se: Resorts e Lodges de Luxo,

Guest Houses, Chalés e Casas para Aluguel, entre os principais tipos. O turismo na Barra atrai principalmente visitantes estrangeiros (maioritariamente da África do Sul e Europa) e turistas nacionais. Apresenta-se de seguida a metodologia adotada para análise da circulação dos recursos financeiros gerados pelo turismo na economia local, com base no modelo do Multiplicador Local 3 (LM3).

## 5 METODOLOGIA

A presente tese sugere um recorte espacial do bairro Conguiana, no Município de Inhambane, Moçambique no qual se busca uma ferramenta de pesquisa que permita aferir a contribuição do turismo para as comunidades residentes, especialmente na região da Praia da Barra, bem como sugerir uma metodologia que permita de forma fiável proporcionar aos tomadores de decisão e os principais intervenientes no processo de planeamento e desenvolvimento turístico, definir as linhas de atuação que permitam maximizar os benefícios advindos do turismo e que favoreçam as comunidades residentes. A escolha da Praia da Barra que em termos de descrição geral e da caracterização turístico-hoteleira foi destacada no Ponto 5 desta tese é devido ao fato da sua relevância em termos de potencial turístico, localização geográfica estratégica e registo de demanda contínua por serviços turísticos, que a coloca como um dos destinos turísticos mais procurados.

Em 2011 a Praia da Barra já teve o maior número de empreendimentos turísticos seguido da Praia do Tofo (DPTURI, 2011). Devido a fatores como a sazonalidade, as dinâmicas do mercado emissor internacional e recetor, os conflitos políticos pós-eleitorais cíclicos e mais recentemente entre 2019 e meados de 2021 a pandemia da COVID-19, grande parte de estabelecimentos sentiram-se obrigadas a encerrar as suas portas devido a insustentabilidade dos negócios. Só para dar um exemplo, se em 2011 a Praia da Barra possuía 47 estabelecimentos que evoluíram numericamente para 67 em 2019, atualmente estão contabilizados em torno de 40 estabelecimentos. Uma parte considerável desses estabelecimentos são casas de férias e estas não foram alvos do presente estudo. Esta seção está organizada de modo que primeiro trata-se da ferramenta do Multiplicador Local – 3, seguida da abordagem da pesquisa, depois a recolha e tratamento de dados e no fim, a apresentação e discussão dos resultados e considerações finais.

### 5.1MULTIPLICADOR LOCAL – 3 (LM3)

De acordo com *New Economic Foundation* (NEF, 2002), o Multiplicador Local - 3 (em inglês - *Local Multiplier - 3*) ou abreviadamente (LM3) é uma ferramenta e um conceito desenvolvidos para analisar e entender melhor o impacto económico dos gastos locais em uma determinada região. Ele foi criado para ajudar a destacar a importância de apoiar empresas e atividades que contribuam para o desenvolvimento económico local e

sustentável. Conforme a NEF (2002), os fundamentos do LM3 se baseiam na ideia de que o dinheiro gasto em uma comunidade tem um efeito multiplicador. Isso significa que o dinheiro gasto localmente não apenas beneficia diretamente o negócio que recebe o pagamento, mas também se espalha para outros setores e negócios dentro da mesma região. Este conceito, conforme (NEF, 2007), também leva em consideração a cadeia de valor local, ou seja, as interações econômicas entre diferentes empresas e setores em uma área geográfica específica. Isso inclui fornecedores locais, empresas de serviços, trabalhadores, consumidores e outros atores que desempenham papéis na economia local.

Segundo Sacks (2002), o LM3 destaca a importância da circulação do dinheiro dentro da comunidade. Quando uma empresa local recebe pagamento por seus produtos ou serviços, ela pode usar esse dinheiro para pagar salários, comprar suprimentos de outros negócios locais e assim por diante, criando um ciclo econômico contínuo (SACKS, 2002). Assim, o LM3 é usado para avaliar o impacto econômico de diferentes atividades, projetos ou investimentos em uma área específica. Por exemplo, ele pode ser aplicado para entender como a abertura de uma nova empresa ou a realização de um evento local pode influenciar a economia regional. Governos locais, organizações de desenvolvimento econômico e outras entidades podem utilizar o LM3 para orientar suas decisões de investimento e políticas. Ao priorizar investimentos que tenham um alto multiplicador local, é possível promover um crescimento econômico mais inclusivo e sustentável, pois o LM3 também é usado para identificar oportunidades de desenvolvimento econômico que possam fortalecer a economia local, criar empregos, aumentar a renda das famílias e melhorar a qualidade de vida da comunidade como um todo.

Conforme Hines e Sayer (2010), apesar da utilidade da ferramenta LM3 na análise do impacto dos gastos locais, essa ferramenta também apresenta algumas lacunas a apontar que podem ser as seguintes: (i) A avaliação precisa do multiplicador local pode ser complexa devido às múltiplas interações econômicas e variáveis envolvidas; (ii) Em uma economia cada vez mais interligada globalmente, é importante considerar como os fluxos econômicos locais estão conectados ao contexto global; (iii) Embora o foco em atividades com alto multiplicador local seja valioso, é importante também manter um equilíbrio e diversidade na economia local para evitar vulnerabilidades excessivas a choques externos.

O LM3 é uma ferramenta conceitual e analítica valiosa para entender e promover o desenvolvimento econômico local, destacando a importância dos gastos dentro da comunidade e suas ramificações em toda a economia regional. Como afirma SACKS

(2002), ela baseia-se na ideia de que o dinheiro gasto em uma região, não apenas beneficia diretamente o setor ou empresa que o recebe, mas também deve gerar efeitos secundários ao circular na economia local. Isso inclui efeitos como o aumento da demanda por bens e serviços locais, a geração de empregos adicionais e o aumento da renda disponível na comunidade. Aliás, como apontam Hines e Sayer (2010), o LM3 é uma ferramenta importante para avaliar a viabilidade e os benefícios de projetos de desenvolvimento econômico em nível local, ajudando a entender como esses projetos podem impulsionar a economia de uma região e melhorar a qualidade de vida das pessoas que ali vivem.

Para aplicar esta ferramenta, geralmente são considerados diferentes tipos de impacto, como o impacto direto (o investimento inicial), o impacto indireto (as transações econômicas geradas pelo investimento inicial) e o impacto induzido (as mudanças na economia local devido ao aumento da renda disponível). Essa análise pode ser realizada por meio de modelos econômicos e estudos específicos para cada caso. Na presente pesquisa, utiliza-se o LM3 para rastrear o nível de permanência do “dólar” do turista na cadeia econômica local na região da praia da Barra e daí se apurar o multiplicador local. Explica-se de seguida como se utilizou o LM3.

Começou-se por apurar a renda inicial gerada a partir das vendas ou faturamento, que chamamos de rodada 1. A renda inicial (ou Rodada 1) deverá ser apurada fazendo o levantamento dos gastos efetuados pelos consumidores-turistas que afluem nos estabelecimentos turísticos da Praia da Barra. Para apurar o montante, realizaram-se as entrevistas aos gestores dos empreendimentos para se apurar quanto é que os turistas gastam durante suas estadas nos estabelecimentos. Em seguida, busca-se com os mesmos alvos da pesquisa que são os gestores dos empreendimentos, como essa receita é gasta pelo estabelecimento, com o principal interesse de compreender qual o montante que é gasto na comunidade local. Os dados desta busca correspondem à segunda rodada (Rodada 2) e ela pode referir-se aos gastos que os estabelecimentos efetuam com os salários dos trabalhadores oriundos da comunidade local, a compra de insumos necessários para o seu desempenho diário, a compra de serviços diversos que a comunidade local possa oferecer, etc. Na terceira rodada (Rodada 3), mede-se quanto do dinheiro arrecadado pela comunidade local, proveniente dos estabelecimentos turísticos da Praia da Barra permanece ou é gasto dentro do circuito comunitário para supressão de uma série de suas necessidades quotidianas. Somando o dinheiro de todas as três rodadas, dividida pela renda inicial obtém-se a pontuação do multiplicador local para três rodadas – ou LM3.

É muito importante referir que a ferramenta LM3 proporciona um indicador. Com essa ferramenta, usam-se indicadores para apurar estimativas do mercado e não são medições exatas, mas dão uma noção geral de como a renda está indo dentro da comunidade. Por isso, quando se calcula o LM3, seu resultado oferecerá uma visão geral de como um aspecto da economia local está funcionando, em vez de um fato fixo e imutável.

No presente contexto, foram realizadas entrevistas junto aos gestores dos empreendimentos turísticos da Barra com o intuito de aferir quanto é que são arrecadados ao longo do ano em termos de dinheiro provenientes dos gastos efetuados pelos consumidores turistas nos seus estabelecimentos (Rodada 1). De seguida, os mesmos forneceram a informação sobre quanto do dinheiro arrecadado é que eles gastam na comunidade, como se disse anteriormente, gastos que tenham a ver com os salários, compra de insumos e pagamentos pelos serviços providos pela comunidade local (Rodada 2). Seguidamente, a comunidade local deverá revelar quanto arrecada dos estabelecimentos turísticos e desse montante arrecadado, quanto que é aplicado dentro da comunidade, para suprir suas necessidades quotidianas (Rodada 3). Recorrendo à fórmula resolvente teríamos:

$$LM3 = \frac{\text{Rodada 1} + \text{Rodada 2} + \text{Rodada 3}}{\text{Rodada 1}}$$

De acordo com a NEF (2002), o resultado do LM3 dará sempre uma certa pontuação. A pontuação do LM3 é interpretada como o quanto de renda adicional é gerada na economia local para cada unidade de dinheiro que entra na Rodada 1. Para se entender as diferentes pontuações temos:

- *Quando o LM3 = 1*: Isso significa que, basicamente, o dinheiro que entra não gera efeito multiplicador – ou seja, todo o valor é "consumido" sem que haja *re-spending* (traduzindo seria: gastar novamente no contexto local). Em termos práticos, há pouca ou nenhuma circulação de renda na economia local, indicando um impacto baixo.
- *Quando o LM3 situa-se entre 1 e 1,5 (ou até 1,7)*: Indica um efeito multiplicador moderado. Aqui, parte do dinheiro é retido e regista-se um *re-spending* na região, mas ainda há vazamentos significativos para fora da área. Essa faixa pode ser considerada como impacto médio.
- *Quando o LM3 está acima de 1,7, tendendo a se aproximar de 2 ou 2,2*: Reflete um forte efeito multiplicador, onde grande parte da renda é reinvestida

localmente, gerando renda adicional e estimulando a economia regional. Embora o valor teórico máximo seja 3 (se absolutamente todo o dinheiro ficasse na região por três rodadas), na prática, valores próximos de 2,2 já são considerados muito bons, principalmente devido à sua implicação tributária em termos de geração de impostos.

Em síntese, quanto maior for o LM3, maior será a capacidade da organização de reter e reciclar dinheiro na economia local, o que é desejável para fortalecer o desenvolvimento econômico regional. A escolha dos níveis (baixo, médio, alto) pode variar conforme o contexto e o setor, mas essas referências servem como um guia geral para interpretação.

## 5.2 ABORDAGEM DA PESQUISA

Em termos de abordagem a presente pesquisa caracteriza-se quanto ao tratamento de dados como qualitativa e quantitativa. As abordagens qualitativa e quantitativa podem ser utilizadas de forma cruzada ou mista desde que os dados a serem tratados assim o requeiram (LINCOLN; GUBA, 1985). DAVIES (2003) defende a combinação dos dois métodos, pois considera que a complementaridade entre ambos é importante para o aprofundamento do conhecimento científico em turismo. As abordagens qualitativa e quantitativa oferecem características complementares para a identificação e análise dos diversos significados sobre o fenômeno turístico que se pretende estudar. Neste caso, a abordagem predominante será a qualitativa, que consiste numa estratégia usada para responder a questões sobre os grupos, comunidades e interações humanas, e tem uma finalidade descritiva dos fenômenos de interesse ou previsão dos fenômenos turísticos, ou dos comportamentos humanos e a sua relação com o turismo (Phillimore e Goodson, 2004). Mas isto não significa que não há lugar no turismo para a abordagem quantitativa. O tratamento estatístico pode ser necessário para diversas análises, como os dados relacionados com o processo de taxaço resultante do exercício das atividades econômicas que apoiam o turismo.

## 5.3 RECOLHA E TRATAMENTO DE DADOS

A principal variável de análise é o multiplicador local (LM3) em torno do Turismo na região da Praia da Barra.

Foram contatadas 20 empresas, das quais três, nomeadamente, Barra Beach Club,

Barra Reef e Green Turtle estavam fechadas e os guardas em serviço não tinham informação sobre a data de reabertura e os gerentes dos respectivos estabelecimentos estavam no estrangeiro. Na sequência inquiridas 17 empresas turísticas (13 de alojamento e restauração, 1 apenas alojamento, 2 de passeios de Catamarã e 1 de mergulho). Foram constatadas mais empresas para além dessas (). A Praia da Barra é caracterizada por possuir muitas casas de férias. Os proprietários residem na África do Sul e as suas casas na Praia da Barra ficam disponíveis para seus familiares e amigos quando querem passar alguma temporada em Inhambane. Normalmente as casas ficam ocupadas nas épocas altas de turismo, designadamente entre os meses de Novembro, Dezembro e Janeiro e na semana da Páscoa. No restante do período do ano as casas ficam desocupadas e são cuidadas pelos respetivos guardas que as mantêm limpas. Sobre os empreendimentos inquiridos (Apêndice C), aplicou-se o questionário (Apêndice B) para apurar o perfil dos empreendimentos, os seus ganhos e o montante, parte dos ganhos, que são aplicados na comunidade.

A aplicação do questionário foi feita aos gestores ou aos responsáveis autorizados pelos gestores dos empreendimentos. Apesar de serem relativamente poucos empreendimentos, esse processo levou aproximadamente 2 meses devido a indisponibilidade de alguns respondentes devido ao trabalho quotidiano. Durante a recolha de dados houveram muitas dificuldades para aferir os reais ganhos dos empreendimentos.

Nenhum dos empreendimentos revelou quanto arrecada anualmente, todos eles afirmaram que os valores variam ano após ano e que ultimamente a variação tem sido negativa, desde o período da pandemia da COVID-19, tendo registado alguma recuperação nos anos de 2021 e 2022, sendo que de lá até estes dias, nunca mais se atingiu os números atingidos antes da pandemia da Covid-19. Um dos gestores de um empreendimento chegou a afirmar que “A Praia da Barra agora passou a ser mais minha própria residência, já estou aqui passam mais de 20 anos, os meus filhos nasceram aqui e são crescidos, e já não fico pela lucratividade em si, pois o negócio do turismo caiu muito. Não recebemos incentivos do Governo e pelo contrário, aplicam-se multas e taxas altas quando infringimos quaisquer regras. Não tomam em consideração os postos de emprego que damos aos moradores locais”.

Na sequência, um outro gestor disse: “As entidades do Governo estão mais preocupadas com cobranças de multas e vêm equipas diferentes aplicar multas reiteradamente, por exemplo a Inspeção de Trabalho vem e aplica uma multa alta, na

semana seguinte vem uma equipe da Administração Marítima e aplica outra multa, e depois segue-se a equipa da Inspeção de Finanças que aplica outra, todas pesadas que tornam insustentável o negócio. Poderiam vir em equipa única e aplicar uma única multa, tratando-se de entidades ligadas ao Governo”. Essas declarações dos gestores não respondiam diretamente aos questionamentos que a pesquisa requeria, pois com a questão colocada pretendia-se saber dos gestores dos empreendimentos, qual era o percentual das suas receitas que era canalizada ou que ficava na comunidade.

Contudo, entendia-se que as respostas eram uma forma de reclamar que o negócio não corria a contento e em algum momento, viam o pesquisador como alguém que nas suas interações com entes governantes poderia canalizar tais reclamações ou preocupações apresentadas. Por tanto, nenhum empreendimento aceitou informar o montante exato da sua faturação, mas fizeram estimativas percentuais que foram usadas nas deduções para a pesquisa.

O contacto com os gestores dos empreendimentos foi feito primeiramente através de uma lista de contactos dos gestores dos principais empreendimentos da Praia da Barra, facultados por um Agente de Viagem que têm trabalhado com os gestores. Com a referida lista foi possível ligar e marcar as entrevistas. Em 3 situações os respondentes solicitaram previamente o questionário (via *WhatsApp*) para saberem do que se trata e eventualmente prepararem previamente a informação necessária. Excetuando as entrevistas realizadas com duas gestoras de empresas e um gestor de uma das empresas, todas as restantes foram realizadas em língua inglesa, o que mostra claramente o domínio de Inglês no panorama do turismo na região costeira de Inhambane.

Para além dos empreendimentos turísticos que foram a fonte de informação para apuramento da primeira e segunda rodadas, seguidamente foram entrevistados os residentes organizados em grupos focais diferentes. Vide o quadro de entrevistados que se segue:

**Tabela 1 - Quadro de Entrevistados**

|   | <b>Entidade ou grupo-alvo</b>                   | <b>Número de membros participantes</b> |
|---|-------------------------------------------------|----------------------------------------|
| 1 | Conselho Comunitário de Pescas - CCP            | 12 Pescadores                          |
| 2 | Associação de Artesãos “Khalane Khisso”         | 13 Artesãos                            |
| 3 | Grupo de trabalhadores naturais da Barra        | 16 Trabalhadores                       |
| 4 | Grupo de comerciantes dos mercados de Conguiana | 13 comerciantes                        |

**Fonte:** Dados da pesquisa (2025)

Os pescadores organizados em CCP (Conselho Comunitário de Pescas), representados por 12 pescadores; Associação de Artesãos “Khalane Khisso” da Praia da Barra, representada por 13 membros. Houve também uma conversa com um grupo de 16 trabalhadores do sector turístico naturais e residentes da comunidade nos arredores da Praia da Barra; e um grupo de 13 comerciantes do mercado municipal de Conguiana, as conversas com esses grupos foi possível pela intermediação pela Autoridade Comunitária localmente designada por Secretário do Bairro esta figura é geralmente representante dos interesses do Município junto à comunidade. Para o efeito, foi dirigida uma credencial junto ao Conselho Municipal para ter autorização de realização da pesquisa, após a credenciação, foi-se contactar o Secretário do Bairro que mediante apresentação da credencial visada pelo Município, facilitou todos contatos dos grupos de interesse e predispôs-se a ceder as informações que pudessem ajudar à pesquisa. Contudo, através da aplicação dos questionários, elas abordaram em termos percentuais, como elas distribuem os seus rendimentos.

Por outro lado, foi difícil também apurar o número de entradas de turistas, razão pela qual teve-se que recorrer às estatísticas para se apurar o número de entradas e o período de estadia média do turista no destino Praia da Barra. O mesmo foi feito em relação ao gasto médio diário por turista. Ficou evidente que a qualidade dos resultados na aplicação da metodologia do LM3 depende inteiramente da qualidade dos dados existentes e apurados no campo. A utilização desta ferramenta foi sugerida pela OMT (2005). A mesma foi usada com sucesso por Sacks (2002) no seu artigo intitulado “*The Money Trail: Measuring your impact on the local economy using LM3*” e também por Blain e Mitchell (2012) na obra “*Local Food and the Multiplier Effect: LM3 as a tool for understanding local food economies*”, apenas para citar alguns exemplos de sucesso. No entanto, erros na recolha de dados como subestimação ou superestimação de receitas, a não diferenciação entre fornecedores locais e externos, a falta de dados sobre salários e gastos locais da comunidade, entre outros erros podem levar a um multiplicador inflacionado ou subestimado, distorcendo a real capacidade do turismo poder reter riqueza na região.

### **Quadro 3 - Resumo metodológico da pesquisa**

|                              |
|------------------------------|
| <b>Problema da Pesquisa:</b> |
|------------------------------|

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                             |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Não há nenhuma evidência de que o turismo tenha eliminado a pobreza em algum país do Sul Global e acrescenta que não há uma metodologia de análise dos impactos do turismo que dê uma conclusão definitiva, não apenas se o turismo foi capaz de reduzir a pobreza, mas qual turismo deve ser impulsionado e qual arranjo de governança deve ser construído para atingir esse objetivo? (Novelli, 2022). |                                                                                                                                                                                                                                        | Índice elevado de pobreza em região de crescimento turístico evidente na Praia da Barra.<br><b>(Realidade Local)</b>                                                                                              |                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Questão:</b><br>Qual é o Multiplicador Local (LM3) que o turismo está a gerar na região da Praia da Barra?                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Objetivo Geral:</b><br>Determinar o LM3 do Turismo na comunidade residente na região da Praia da Barra, no Bairro Conguiana, Município de Inhambane.                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Objetivo específico 1</b><br>- 1. Identificar como os turistas e as empresas locais gastam seu dinheiro e como esses recursos circulam na comunidade, ajudando a calcular o impacto econômico inicial do turismo na região.                                                                                                                                                                           | <b>Objetivo específico 2</b><br>- 2. Aplicar o modelo LM3 para medir o impacto direto, indireto e induzido das receitas turísticas nas empresas locais, analisando quanto do dinheiro gerado pelo turismo permanece na economia local. | <b>Objetivo específico 3</b><br>- Analisar como o turismo impulsiona a geração de empregos, tanto diretos quanto indiretos, e medir como isso contribui para a melhoria da qualidade de vida das famílias locais. | <b>Objetivo específico 4</b><br>- Propor recomendações para aumentar o envolvimento da comunidade nos negócios turísticos, ampliar o uso de fornecedores locais e fortalecer a economia circular na região. |
| <b>Técnica de coleta de dados</b><br>- Pesquisa bibliográfica e documental (Artigos científicos, Teses, Dissertações)                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Técnica de coleta de dados</b><br>-Pesquisa bibliográfica e documental                                                                                                                                                              | <b>Técnica de coleta de dados</b><br>- Estudo de campo- Entrevistas e questionários                                                                                                                               | <b>Técnica de coleta de dados</b><br>- Estudo de campo- Entrevistas e questionários                                                                                                                         |
| <b>Fontes de dados</b><br>Bases de dados e/ou Relatórios de estudos (INE, CMCI, DPCTURI, MICULTUR). Gestores de empreendimentos turísticos,                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Fontes de dados</b><br>Estudo de campo- Entrevistas e questionários (Gestores de empreendimentos turísticos, grupos focais de moradores (artesãos, pescadores, comerciantes)                                                        | <b>Fontes de dados</b><br>Entrevistas e questionários (Gestores de empreendimentos turísticos, grupos focais de moradores, trabalhadores do setor e líderes locais)                                               | <b>Fontes de dados</b><br>Entrevistas e questionários (Gestores de empreendimentos turísticos, grupos focais de moradores, trabalhadores do setor e líderes locais)                                         |

**Fonte:** O autor (2025)

## 5.4 ABORDAGEM ÉTICA DA PESQUISA

O presente trabalho norteia-se num quadro ético rígido respeitado pelo pesquisador e auxiliares de campo (estudantes de graduação previamente treinados para o efeito) durante a fase do trabalho de campo, nomeadamente:

1. Foi facultado um termo de consentimento a todos participantes e foram

esclarecidos sobre os limites e proteção às fontes de dados da pesquisa de forma a evitar qualquer constrangimento e foram assinados antes da participação na pesquisa;

2. Foram ocultadas as identificações direta dos estabelecimentos turísticos participantes na pesquisa, devendo para o efeito da sua identificação adotar códigos específicos;
3. Os empreendimentos turísticos participantes na pesquisa não tiveram acesso a informações concedidas uns dos outros, garantindo-se assim sigilo absoluto;
4. Os trabalhadores dos empreendimentos turísticos participantes na pesquisa foram ocultadas as suas identidades e os dados recolhidos dos mesmos são apresentados de forma anónima que não permita a identificação do trabalhador em questão;
5. Os dados recolhidos durante o trabalho de campo estão protegidos de terceiros até à etapa da apresentação pública dos resultados da pesquisa.

## 5.5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

O processo de pesquisa é complexo e requer um conjunto coerente de regras a serem cumpridas para que se alcance resultados fiáveis. No decurso da realização de pesquisas, é natural que sejam enfrentadas limitações. No caso da presente pesquisa, constata-se os seguintes constrangimentos:

- Dificuldade de acesso à informação contabilística e financeira das empresas;
- Escassez de estudos similares que possam servir de base para esta pesquisa;
- A abordagem deste tema que vai em contramão com o discurso governamental e pode ser visto como um estudo que polemiza um setor tido como propulsor da economia local;
- Dificuldade de acesso a dados na área de estudo, aliado a possível indisponibilidade das fontes de dados participarem da pesquisa bem como a dificuldade de acesso (vias bastante arenosas);

Perante essas limitantes, foram usadas estratégias participativas e contactos prévios com as estruturas locais do Bairro Conguiana para facilitar o acesso aos respondentes e também solicitou-se ao Conselho Municipal da Cidade de Inhambane (CMCI) e a ESHTI credenciais para facilitar a intermediação para o contato com os representantes dos empreendimentos turísticos bem como moradores e autoridades locais do bairro na Praia da Barra.

## **6 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS**

### **6.1 DESPESAS EFECTUADAS PELOS TURISTAS NOS ESTABELECIMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DA BARRA**

O decurso desta pesquisa apontou a necessidade de se calcular o LM3 do Turismo na Praia da Barra. Desta forma, através dos dados colhidos no terreno, constatou-se que na primeira rodada coleta-se um montante médio de \$ 5.625.000,00 ao longo do ano. Este montante médio estimado é resultante do somatório dos gastos que os turistas fazem durante as suas estadias turísticas na Praia da Barra, excluindo-se assim os gastos que foram feitos durante os processos das construções dos empreendimentos, que também têm impactado na economia local, porém não foram alvo da presente pesquisa.

Na segunda rodada, as empresas turísticas aplicam na comunidade, em média 30% do montante coletado na primeira rodada, o equivalente a \$ 1.687.500,00. A maior parte desse montante é gasto com pagamento de salários, quer para os trabalhadores com contrato fixos (por períodos indeterminados), estes são a maioria, quer para os trabalhadores sazonais (a minoria) que apenas são contratados em períodos de pico do turismo, geralmente nos finais de ano e no período pascal.

Na terceira rodada devem coletar-se os dados sobre como os funcionários e os demais membros da comunidade gastam seu dinheiro proveniente do turismo dentro da economia local. Portanto, é no corolário das três rodadas onde se faz a apuração do quão o multiplicador local é significativo ou não para a economia local.

#### **❖ Gastos dos Turistas - Entrada de dinheiro (Rodada -1)**

Após a recolha de dados, os mesmos foram lançados em Excel para o devido tratamento. Após sua tabulação em Excel, efetuou-se a codificação das variáveis de análise e posterior inserção no aplicativo SPSS para análise descritiva. Com base nos resultados da análise descritiva foi possível produzir a informação necessária para apresentação e discussão dos resultados.

Partindo dos dados estatísticos existentes (INE, 2024) e pressupostos que os gastos médios de turistas (Rodada 1), o número médio de turistas por ano e o tempo médio de estadia são:

- a. Número médio de turistas por ano: 9000.

b. Gasto médio por turista: \$ 125,00 por dia.

c. Estadia média: 5 dias.

Quais seriam as receitas totais geradas na Praia da Barra ao ano?

**Cálculo de receitas totais:** Receitas totais anuais = 9000 turistas × 125 USD/dia × 5 dias = 5.625.000 USD.

A partir das receitas totais, há um espaço para se apurar o LM3, devendo, para o efeito, primeiro buscar a distribuição dos quantitativos provenientes da prestação de serviços aos turistas que as empresas conquistam.

#### ❖ **Gastos das Empresas Turísticas (Rodada 2):**

As entrevistas realizadas junto aos gestores das empresas revelaram que as empresas gastam em média 30% das suas receitas com a comunidade local, principalmente com salários, produtos de pescados e por fim insumos vegetais em pequena escala, nomeadamente frutas frescas e hortícolas. Por exemplo, o maior empreendimento da Praia da Barra em termos de volume de investimentos e de criação de postos de emprego, o Sentidos Beach Retreat, que emprega 90 trabalhadores com contratos por tempo indeterminado e em épocas de pico do turismo tem reforçado sua equipa com cerca de 25 trabalhadores eventuais (até à data da entrevista), este empreendimento conforme dados fornecidos, embora não tenha revelado quanto é que fatura ao longo do ano, garantiu que 72,22% dos trabalhadores são membros da comunidade, isto equivale a 65 trabalhadores.

A entrevistada apurou que os maiores encargos são com os salários e de seguida com a compra dos insumos e manutenção dos seus equipamentos diversos. Nas suas palavras: “... temos 65 trabalhadores da comunidade local, a forma como os contratamos não tem sido via concurso público, o que tem ocorrido é que comunicamos aos trabalhadores que precisamos recrutar pessoal para áreas específicas (operacionais) e eles contactam seus familiares, amigos e/ou vizinhos, pessoas conhecidas para ocupar as vagas. O mercado local não oferece muito do que precisamos para nossas necessidades como empresa, porém temos fornecedores locais de frutas de época e hortícolas. Temos um acordo com eles e trazem-nos cá esses produtos sempre que os solicitamos. Também compramos os mais variados frutos do

mar com os pescadores da comunidade, desde os peixes, camarão e lagosta, até os caranguejos e ostras, entre outros. Nas épocas altas, temos tido um problema com os pescadores, pois eles tendem a vender tudo o que pescam para os turistas sul-africanos que pagam montantes absurdamente altos pelo peixe e assim, já não sobra peixe para nós, porque pagamos preços muito abaixo dos aplicados aos turistas, senão não teria retorno para o negócio do restaurante. Outros produtos temos que buscar de fora da comunidade, às vezes até fora da cidade e da província. Já não importamos muitas coisas, foi só no princípio, na fase da construção que houve necessidade de importar materiais de construção principalmente para os acabamentos”. Na sequência, a entrevistada disse: “... nunca fizemos um cálculo para saber qual o montante que gastamos com a comunidade. Não sei ao certo quanto nós faturamos ao ano, os anos são diferentes em termos de movimento, no período da Pandemia da Covid-19, por exemplo, encerramos o estabelecimento por falta de visitantes e os custos para manter o pessoal era muito alto sem termos clientes. Estimo que aproximadamente 35% da nossa faturação é gasta com o pagamento dos ordenados do pessoal da comunidade que são nossos trabalhadores bem como a aquisição dos produtos que já referi” Entrevistada A (entrevista realizada no dia 17 de Fevereiro de 2025).

Veja-se que os números partilhados em termos percentuais são baseados em estimativa e não com base nos registos contabilísticos. Essa situação foi frequente nos estabelecimentos entrevistados, pois nenhum deles se dignou a informar o quanto fatura anualmente, mas todos eles alegaram que os montantes vão variando ano após ano. Uma empresa mais pequena que trabalha em atividades de mergulho na Barra informou o seguinte: “...as atividades de mergulho são muito sazonais, o período de mais chegadas de turistas coincide com o período de inverno dos europeus, são esses que mais procuram por atividade de mergulho autónomo na nossa praia. Não sabemos exatamente quanto faturamos, mas de todo montante coletado com as nossas vendas, nós aplicamos com os salários dos nossos trabalhadores, apenas gastamos com salários e pequenos bens de ornamentação feitos pelos artesãos locais. O nosso equipamento é especializado e não temos nenhum provedor de equipamento de mergulho aqui na Barra. Mandamos vir todo equipamento da África do Sul e alguns poucos itens vêm de fora do bairro. Somos 6 trabalhadores, excluindo a mim que sou dono e gestor da empresa, os 5 são elementos da comunidade, cada um exerce uma certa tarefa, mas todos trabalhamos como equipa e apoiámo-nos uns aos outros sempre que necessário. Não sei ao certo quanto é que gastamos dentro da comunidade local, mas estimo que

*perto de 25% é gasto com os ordenados dos trabalhadores, cerca de 40 ou 45% para aquisição e manutenção dos equipamentos de trabalho, cerca de 15% com gastos correntes de despesas diárias de mantimentos, água e luz, etc. e se calhar quase 10% fica depositado no banco para emergências” Entrevistado B (entrevista realizada no dia 18 de Fevereiro de 2025).*

Na sequência das entrevistas às empresas, uma pequena empresa que organiza e oferece passeios de Catamarã que tem apenas 3 trabalhadores, sendo que a terceira trabalhadora é a proprietária do negócio, ainda assim, não conseguiu nos dizer quanto é que fatura ao longo de um exercício económico nem sequer mencionar um dos anos anteriores para usarmos como base de compreensão. Contudo, a nossa entrevistada estimou que quase 30% das suas receitas são aplicadas nos seus ordenados, a maior parcela, aproximadamente 50% é alocada na manutenção do equipamento e na aquisição de combustíveis para manter o negócio em funcionamento. O cenário das estimativas sobre os gastos dos empreendimentos turísticos da Praia da Barra manteve-se oscilando entre 25% e 35%. Esse peso percentual é genericamente imputado aos gastos com os ordenados dos trabalhadores. Todos empreendimentos afirmaram unanimemente que adquirem produtos de pescado com os pescadores da comunidade local.

Os representantes de duas empresas disseram que de vez em quando apoiam a Escola Básica de Conguiana. Sem estipularem quanto gastam com o referido apoio, explicaram que têm visitado a escola primária pública e sabem que a escola carece de melhorias das condições para acomodação das crianças alunas, sobretudo a falta de carteiras e salas de aula contruídas com material convencional, daí que estas se predispõe em alocar algumas quantidades de carteiras. Aliás, conforme explicou uma das gestoras destas empresas: *“... nós contactamos a Direção da Escola e soubemos que havia carências de carteiras escolares e que por causa disso, alguns alunos e alunas eram obrigadas a sentar-se em troncos de árvores, blocos de cimento ou mesmo no chão. Daí combinamos que poderíamos alocar carteiras desde que fossem feitas por carpinteiros da comunidade, uma vez que os pais das crianças são da comunidade e no seu dia-a-dia, alguns deles realizam trabalhos de carpintaria. Desta forma, partilhamos os custos, ou seja, nós adquirimos as madeiras e todo o resto dos materiais necessários e os pais das crianças que são carpinteiros fazem as carteiras. Faseadamente já alocamos mais de 50 carteiras. Cada carteira serve para 3 crianças em simultâneo”* Entrevistada C (entrevista realizada no dia 18 de Fevereiro de 2025).

Como se pode depreender, o apuramento dos gastos dos diferentes intervenientes da pesquisa foi difícil, por um lado porque não existem estatísticas atualizadas, disponíveis e precisas por cada empresa sobre os gastos ou a estrutura de gastos que efetuam, principalmente dentro da comunidade que é o principal interesse da presente pesquisa. Por outro lado, os empreendimentos não fornecem dados monetários ou financeiros sobre os seus exercícios, fazendo de algum modo suspeitar que possa haver interesse em sonegação fiscal. Por isso, os dados aqui trazidos são por um lado primários, buscados a partir de entrevistas aos diferentes intervenientes contatados e por outro lado secundários a partir da base de dados do Instituto Nacional de Estatísticas (INE), nos seus variados documentos, entre eles, Relatórios Estatísticos, Anuários Estatísticos e Folhetos Estatísticos nacionais, provincial e distrital.

Para se apurar o quantitativo do que fica na comunidade, multiplicou-se a Receita Total estimada, pelo percentual que as empresas declararam que aplicam na comunidade. Matematicamente demonstra-se de seguida assim:

**Cálculo dos gastos locais:**

Gastos locais = 5.625.000 USD × 30% = **1.687.500 USD ao ano.**

No entanto, a maior parte da receita dos empreendimentos turísticos (cerca de 70%) é gasta fora da comunidade. Destaca-se entre esses gastos, os salários dos gerentes (geralmente são gerentes e proprietários dos estabelecimentos em simultâneo), as compras de diversos insumos, nomeadamente as mais variadas qualidades de carnes, vegetais e frutas que não se encontram em todas épocas em Inhambane, roupas de quarto e de salas, alguns materiais e equipamentos plásticos e de alumínio, fardamentos, equipamentos de trabalho e acessórios mecânicos para barcos e viaturas, entre outros, que são adquiridos fora da comunidade, constituindo, deste modo, uma forma de fuga de capitais.

**❖ Gastos da Comunidade (Rodada – 3)**

Os depoimentos de membros da comunidade revelaram grande dependência de produtos de primeira necessidade adquiridos fora da comunidade. Os solos arenosos e pouco férteis, aliado ao fato da falta de tecnologias de produção não permitem a prática de agricultura que possa suprir em grande medida as necessidades da comunidade. As

principais culturas agrícolas locais são a mandioca e o coco, intercalando-se com algumas horticulturas especialmente em épocas frescas que é praticada em pequenas lagoas caracteristicamente com águas salubres. Assim sendo, de todo montante que as comunidades ganham do turismo, a maior parcela do montante, isto é, entre 80% à 85% é utilizada para comprar mantimentos, roupas, material escolar para suas crianças e materiais de construção, adquiridos fora da comunidade, ou seja, apenas 20% dos ganhos são gastos dentro da comunidade.

As entrevistas realizadas aos grupos focais da comunidade local revelaram que as principais atividades econômicas por si praticadas são os trabalhos nas empresas turísticas e a pesca, seguidas da prática de agricultura em pequena escala, concentrada nas culturas principalmente da mandioca e do coqueiro, seguida de hortícolas em épocas frescas, depois dos 3 setores mencionados, vêm outros como os do comércio, artesanato, carpintaria, serralharia, construção civil, entre outras de pouco relevo na comunidade.

Entre as maiores necessidades quotidianas das comunidades podem-se identificar as necessidades básicas de alimentação e vestuário, depois disso, existem outras necessidades da comunidade local como o caso de educação para as crianças, adolescentes e jovens da comunidade, os serviços de saúde no geral para a comunidade, a construção de suas infraestruturas residenciais que requerem materiais próprios, meios de transporte principalmente o rodoviário que permite o transporte de pessoas e bens da comunidade para demais locais e vice-versa, entre outras. Para esse conjunto de necessidades, a comunidade busca satisfazê-la através de suprimentos que são adquiridos fora da comunidade.

A alimentação da comunidade é à base de arroz, feijões, farinha de milho, hortícolas e frutos do mar. Para suprir essa necessidade de alimentação, excluindo os frutos do mar e algumas hortícolas sazonais, a comunidade recorre ao mercado da cidade e/ou supermercados da cidade de Inhambane, razão pela qual um dos residentes afirmou o seguinte: “... *nós recebemos pouco lá no Lodge, aquilo que ganhamos não dá para nada, a nossa preocupação como pais de família é garantir que em casa haja arroz e farinha para as crianças não morrerem à fome, o que resta devemos assegurar que as crianças possam ter condições para ir a escola, as nossas esposas consigam cuidar delas e das nossas casas. Hoje em dia, preocupamo-nos com as condições de habitação, quando há vento fortes, as nossas casas de caniço não aguentam com o vendaval, por isso hoje em dia preocupamo-nos em comprar materiais convencionais*

*para construção, mas com o magro salário, isso não é possível para a maioria de nós”*

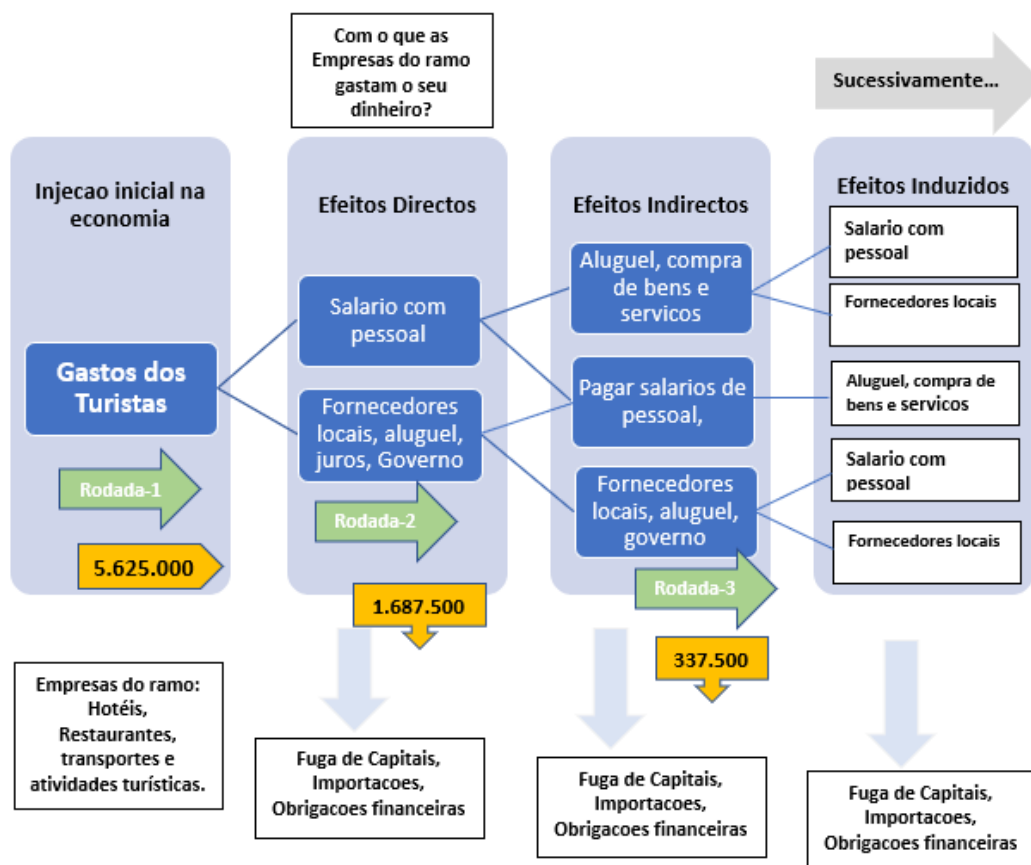
Entrevistado D (entrevista realizada no dia 19 de Fevereiro de 2025). Perguntados sobre quanto é que gastam na comunidade, a resposta apontou que na comunidade há muito pouca coisa para suprir as suas necessidades. Embora não tenham dado números muito concretos, um deles afirmou nos seguintes termos: “... *não tenho números concretos, mas do montante que ganho, acima de 75% aplico para alimentação e outras necessidades caseiras que são tratadas pela minha esposa. Eu como homem da casa fico com uns 15% a 20% para me divertir e poupar um pouco para casos de emergências com as crianças*” Entrevistada E (entrevista realizada no dia 19 de Fevereiro de 2025). O outro membro da comunidade respondeu que 80% dos seus ganhos salariais são gastos fora da comunidade com o intuito de adquirir mantimentos e material de construção porque pretende construir uma unidade habitacional à base de material convencional.

Para calcular o quantitativo que prevalece na comunidade, deve-se multiplicar o montante total dos gastos feitos pelas empresas turísticas na comunidade pela percentagem que a comunidade consegue reter no circuito comunitário. Assim, demonstrando matematicamente fica:

**Cálculo dos gastos locais pela comunidade:** Gastos locais pela comunidade =  $1.687.500 \text{ USD} \times 20\% = 337.500 \text{ USD}$  ao ano.

Neste contexto pode-se apresentar o seguinte infográfico no qual se acrescenta com fundo amarelo os montantes calculados por cada rodada:

**Figura 13** - Representação do efeito multiplicador do turismo na Barra



**Fonte:** Adaptado de Acerenza (1997) com base nos dados da pesquisa.

Com a figura acima constata-se o desnível entre o montante que entra na economia da praia da Barra através do turismo (Rodada-1) equivalente a USD 5.625.000,00 e o montante que fica ou que é gasto dentro da comunidade (Rodada-3), equivalente a USD 337.500,00. Em termos percentuais, são apenas 6% do total de entradas à economia da região que prevalecem dentro da comunidade. Verifica-se portanto, que a promessa do turismo reduzir a pobreza e oferecer alternativas de melhoria das condições de vida da comunidade está longe de ser alcançada, contrariando assim Mussavengane *et al.*, (2019), OMT (2022) e Singh (2022) que confirmaram em suas pesquisas existir uma relação de causalidade entre os investimentos em turismo e o consequente desenvolvimento das comunidades residentes. Na sequência, Akrong (2019), na sua abordagem pró-pobre enfatizou que o desenvolvimento do turismo deveria ser um modo de acumular benefícios líquidos para os pobres por meio de diversas estratégias, incluindo aquelas que geram oportunidades de emprego, desenvolvimento de infraestrutura e aprimoramento de habilidades dos moradores em atividades empreendedoras. Porém, os resultados demonstram-se consentâneos com Costa; Carvalho; Breda, (2011); Ashley; Mitchell;

Spenceley, (2009); Dolezal; Novelli, (2002), que afirmaram que o turismo no Sul Global tende a aumentar as desigualdades, concentrando a maior parte das receitas geradas pelo setor nas mãos das grandes corporações e gerando empregos de baixa qualidade e remuneração. Como então se pode notar, dos USD 5.625.000 que entram para os empreendimentos turísticos da Barra, apenas 6% desse montante é que ficam na economia local.

## 6.2 CÁLCULO DO MULTIPLICADOR LOCAL - LM3

O objetivo principal do LM3 é quantificar o impacto econômico local gerado por uma organização ou atividade, medindo como os gastos iniciais se multiplicam na economia local. Ele ajuda a identificar a contribuição econômica para a comunidade, destacando o efeito multiplicador dos gastos. O multiplicador LM3 é calculado somando-se os gastos das três rodadas e dividindo pelo valor inicial (Rodada 1).

$$LM3 = \frac{\text{Rodada 1} + \text{Rodada 2} + \text{Rodada 3}}{\text{Rodada 1}}$$

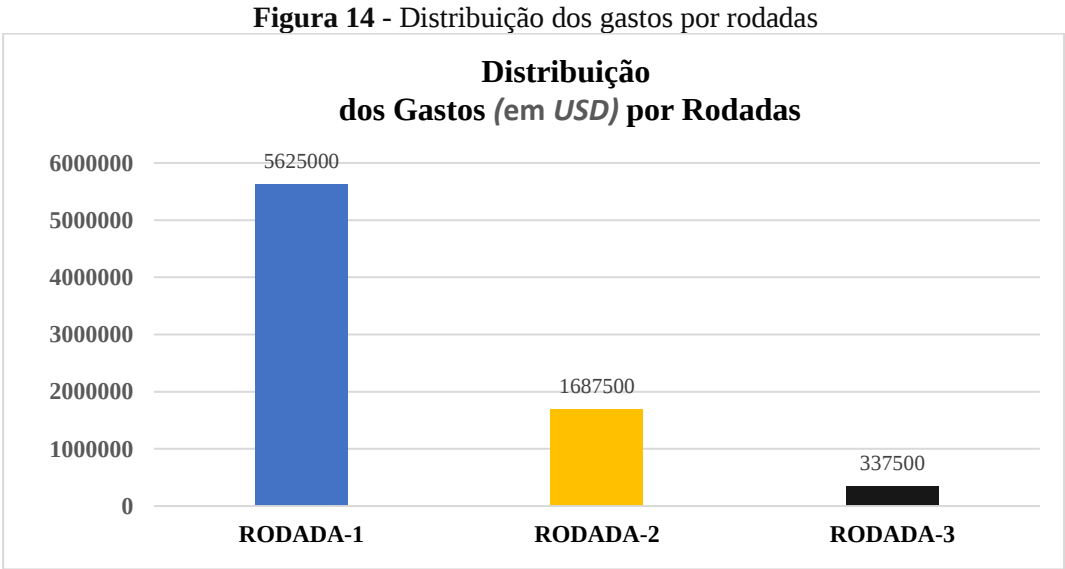
Substituindo os valores fica:

$$LM3 = \frac{5.625.000 + 1.687.500 + 337.500}{5.625.000} = \frac{7.650.000}{5.625.000} \approx 1,36$$

O multiplicador 1,36 indica que, para cada USD 1 gasto pelos turistas na Praia da Barra, apenas USD 1,36 circula na economia local antes de sair da comunidade. Isso quer dizer que existe um baixo Multiplicador Local. O valor de 1,36 sugere um baixo efeito multiplicador do turismo no bairro Conguiana. Isso ocorre principalmente porque 80% do dinheiro gasto pela comunidade local sai da área para atender às suas necessidades, já que o bairro não é autossuficiente.

Denota-se igualmente a dependência de fornecedores externos, o que vai originar a fuga de capital, representada pelos 80% gastos fora da comunidade, revelando assim a dependência de fornecedores e produtos de fora da localidade, o que enfraquece o impacto econômico local do turismo. Esse multiplicador local também revela a baixa capacidade de retenção de renda, ou seja, a comunidade local não consegue reter grande parte das

receitas geradas pelo turismo, o que limita o desenvolvimento econômico local. O gráfico que se segue, apresenta a distribuição dos gastos em *USD* desde a rodada 1 até a rodada 3 na Praia da Barra.



**Fonte:** O autor, com base nos dados da pesquisa (2025).

O gráfico acima mostra a distribuição dos gastos do turismo na praia da Barra, onde os turistas, empresas e a comunidade local gastam seus recursos. As três rodadas de gastos são representadas, com a maior parte do gasto inicial proveniente dos turistas. Como se pode depreender, os desníveis entre as rodadas, desde a primeira para segunda e desta para a terceira, são acentuados. Isso acaba por consubstanciar o reduzido efeito multiplicador da renda proveniente do turismo nas comunidades residentes. Seguidamente o quadro, apresenta de forma simplificada o mapa de gastos desde a primeira até a terceira rodada.

**Tabela 2 - Gastos das rodadas 1, 2 e 3, por origem**

| RODADAS                           | Gastos Totais<br>(em USD) | Gastos Locais<br>(em USD) | Gastos fora da<br>Comunidade (em<br>USD) |
|-----------------------------------|---------------------------|---------------------------|------------------------------------------|
| Rodada-1<br>(Turistas)            | 5.625.000                 |                           |                                          |
| Rodada-2<br>(Empresas locais)     | 1.687.500                 | 1.687.500                 | 1.350.000                                |
| Rodada-3<br>(Comunidade<br>local) | 337.500                   | 337.500                   |                                          |

**Fonte:** O autor com base nos dados da pesquisa (2025).

**7 ANÁLISE DOS RESULTADOS E REFLEXÕES**

Nesta seção, analisam-se os resultados obtidos no campo e reflete-se sobre os contornos do turismo, no que diz respeito aos seus efeitos na comunidade, seja em termos de efeitos diretos, indiretos e induzidos que impactam na vida da comunidade. Estes resultados da pesquisa permitem compreender de forma mais clara os paradoxos do turismo como estratégia de desenvolvimento em países do sul global. A análise empírica mostra que, embora o turismo represente um setor estratégico para a economia nacional, seus efeitos sobre a melhoria das condições de vida da população local, particularmente na Barra, permanecem limitados.

A problemática levantada na justificativa apontava que, apesar de o turismo ser defendido por organismos internacionais como a OMT (2021) e pelos próprios planos estratégicos nacionais de Moçambique (PEDTM I e II), ainda não existem evidências concretas de que esse setor tenha conseguido reduzir a pobreza nas comunidades recetoras. Os resultados obtidos confirmam esta visão crítica. Por exemplo, o cálculo do LM3 evidencia a fragilidade da retenção local dos ganhos do turismo. O gasto direto dos turistas nos estabelecimentos da Praia da Barra (primeira rodada) foi estimado em USD 5.625.000. No entanto, apenas 30% desse valor (USD 1.687.500) foi reinvestido pelas empresas turísticas na própria comunidade (segunda rodada). Deste montante, somente 20% (USD 337.500) permaneceu dentro da comunidade através do consumo dos residentes locais (terceira rodada). O multiplicador final encontrado foi de 1,36, valor relativamente baixo, que confirma que a maior parte dos ganhos se perde para fora do sistema económico local.

Esse resultado converge com os argumentos de Brohman (1996), Mitchell (2012); Dolezal; Novelli (2002), que destacam a forte tendência de fuga de capitais em países do Sul Global, decorrente da dependência de importações e da predominância de investidores externos.

## 7.1 COMO O TURISMO IMPULSIONA A GERAÇÃO DE EMPREGOS, TANTO DIRETOS QUANTO INDIRETOS?

Para o desenvolvimento e discussão deste tópico bem como medir como isso contribui para a melhoria da qualidade de vida das famílias do Bairro de Conguiana, podemos abordar os aspetos centrais com base nos dados disponíveis e no contexto local de Inhambane, mais especificamente na Praia da Barra. As empresas estudadas no setor de turismo na Praia da Barra empregam na sua maioria trabalhadores locais,

principalmente em estabelecimentos de alojamento, restauração e atividades diversas como passeios de barco (Catamarã e Safaris Oceânicos), passeios de canoas nos manguezais, o mergulho autónomo e safaris de *Quadbikes* entre outras menos expressivas.

O levantamento junto às 17 empresas na Praia da Barra identificou cerca de 180 trabalhadores contratados, dos quais a esmagadora maioria desempenha funções operacionais de baixa qualificação. Dentre eles:

- 54 trabalhadoras são mulheres (30% do total), e 126 são homens (70% do total).
- 86 trabalhadores (48% do total) recebem o salário mínimo de 8.190,00 Mt (o equivalente a aproximadamente R 713,00). Desses 86, 54 são mulheres (62% dos trabalhadores que recebem o salário mínimo), indicando que uma grande proporção de mulheres tem baixa escolaridade e salários reduzidos.
- 93 trabalhadores (52% do total) têm salários que variam entre 12.500,00 Mt e 22.000,00 Mt.

Do ponto de vista educacional, os dados são particularmente reveladores: cerca de 90% dos trabalhadores frequentaram, mas não concluíram o nível básico de ensino, apenas 1% frequentou ou concluiu o ensino superior, e o restante possui o nível médio. Esse perfil de trabalhadores confirma os estudos de Steiner (2006) e Brau, Lanza e Pigliaru (2007), que descrevem o turismo como sendo um setor que utiliza mão-de-obra intensiva, mas sobretudo em postos de baixa remuneração, que dificilmente promovem mobilidade social. Apesar da criação de empregos ser um resultado positivo, em um contexto de escassez de oportunidades de empregos formais, a qualidade desses empregos limita o seu potencial de transformação social desejado.

No que respeita aos salários, verificou-se que a maioria dos trabalhadores recebe rendimentos insuficientes para superar a condição de vulnerabilidade. Isso contribui para explicar porque, mesmo em regiões com forte dinamismo turístico, os índices de pobreza permanecem elevados. Os empregos diretos e indiretos gerados, embora relevantes em termos de absorção de mão-de-obra, não têm contribuído significativamente para a redução das desigualdades sociais.

A maior parte dos empregos diretos criados envolve cargos de baixa qualificação, como rececionistas, garçons, camareiras, guias turísticos, agentes de serviços de limpeza e guardas. Esses postos de trabalho tendem a ser ocupados maioritariamente por

residentes da comunidade. A proporção de mulheres empregadas também se destaca, com uma presença significativa nos cargos de serviços e hospitalidade. Além dos empregos diretos, o turismo impulsiona empregos indiretos em áreas como fornecimento de alimentos e bebidas, serviços de transporte, produção de artesanato, e construção civil (para construção e manutenção de infraestruturas turísticas). O quadro que se segue apresenta os dados com base nos quais se construiu o gráfico mais abaixo.

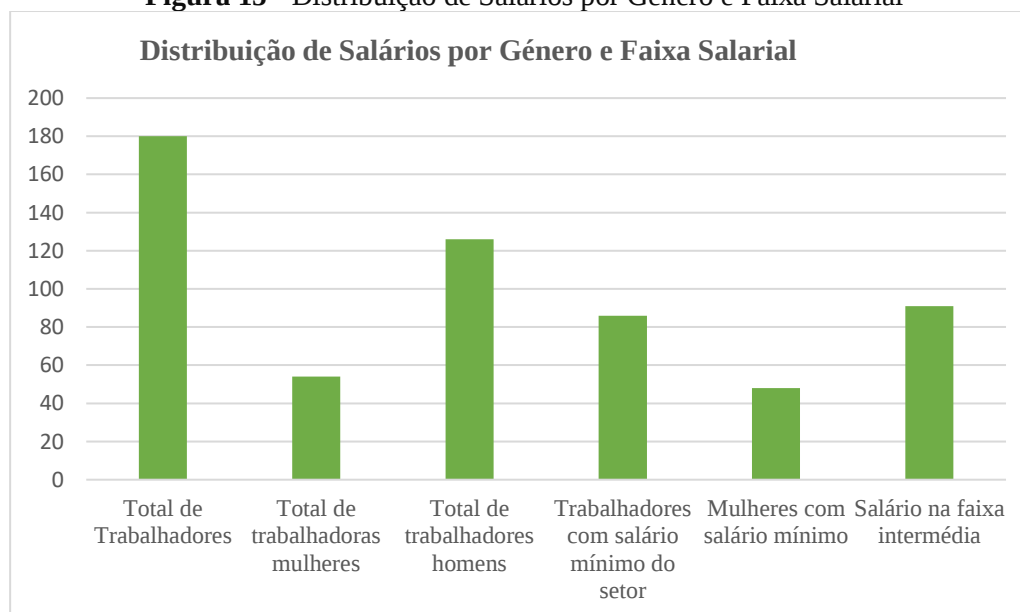
**Tabela 3 - Distribuição de Trabalhadores por sexo e faixa salarial**

|                                           |     |
|-------------------------------------------|-----|
| Total de Trabalhadores                    | 180 |
| Total de trabalhadoras mulheres           | 54  |
| Total de trabalhadores homens             | 126 |
| Trabalhadores com salário mínimo do setor | 86  |
| Mulheres com salário mínimo               | 48  |
| Salário na faixa intermédia               | 91  |

**Fonte:** Autor com base nos dados da pesquisa

O gráfico de barras que se segue ilustra a distribuição dos trabalhadores por gênero e faixa salarial nas 17 empresas estudadas da Praia da Barra. Abaixo

**Figura 15 - Distribuição de Salários por Gênero e Faixa Salarial**



**Fonte:** O Autor com base nos dados da pesquisa.

A presente pesquisa demonstra que os níveis salariais dos empregos do setor turístico na Praia da Barra tendem a ser relativamente baixos, e a escolaridade dos trabalhadores reflete que muitos estão em posições de baixa qualificação, o que limita o crescimento econômico de longo prazo para as famílias locais. O ODS - 5 preconiza a

Igualdade de Género. Os resultados desta pesquisa apontam para uma diferença considerável, ou seja, do total de 180 trabalhadores na Praia da Barra, apenas 54 são mulheres (o equivalente a 26.67%), contrastando assim com o ODS-5 que sugere a igualdade de género. Esse desnível pode encontrar explicação em várias nuances, sendo uma delas as questões culturais da região, nas quais as mulheres ainda são tratadas ou vistas como as que devem ficar e cuidar das crianças e da casa enquanto os homens são os que devem ir à luta e garantir o sustento das suas famílias. Noutra nuance, esse desnível pode ser resultante da falta ou baixa escolaridade das mulheres, e uma vez mais, por motivos culturais algumas famílias acreditam que as mulheres não precisam de estudar muito, apenas precisam do básico, pois para estas famílias, o que as mulheres precisam mais é aprender a cuidar da casa. Contudo, a criação de empregos relacionados ao turismo tem um impacto direto na renda das famílias locais, especialmente entre aquelas envolvidas diretamente no setor.

O aumento da renda familiar contribui para o acesso a melhores condições de vida, como os casos de maior acesso à educação e saúde. O efeito multiplicador dos empregos gerados, tanto diretos quanto indiretos, é limitado pelo fato de que grande parte dos lucros obtidos no turismo não fica na comunidade, e os salários tendem a ser investidos fora da região. Embora o turismo crie oportunidades económicas, o impacto na qualidade de vida pode ser restrito quando os recursos não são bem distribuídos ou quando as empresas optam por fornecedores externos.

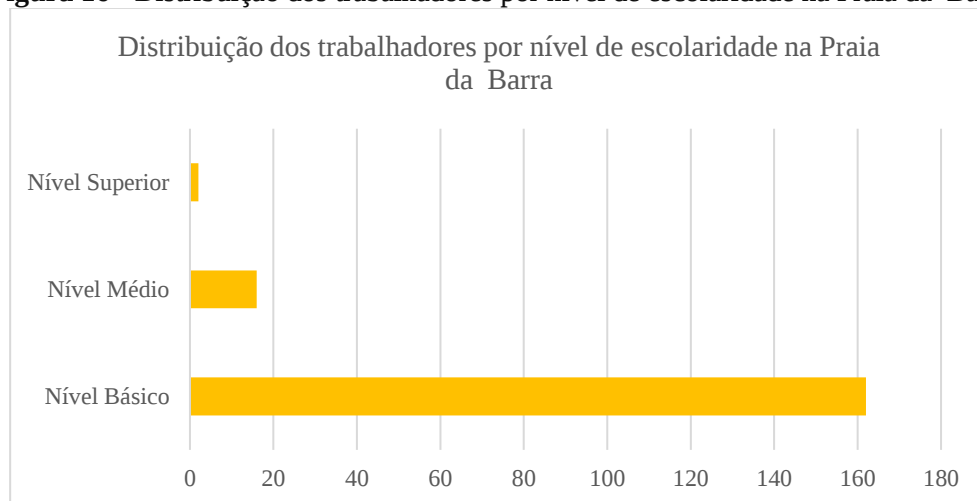
O turismo tem desempenhado um papel importante na criação de empregos, sobretudo para aqueles com baixa escolaridade e sem muita experiência no sector de trabalho formal. Isso é crucial em regiões como Praia da Barra, onde a economia local depende fortemente do turismo e atividades primárias e informais. O aumento da renda, mesmo que moderado, significa que as famílias têm algum poder de compra e, potencialmente, mais estabilidade financeira. A alta concentração de empregos diretos no setor de turismo ajuda a reduzir o desemprego, mas a qualidade desses empregos pode ser questionada. A falta de oportunidades para progressão profissional e os baixos salários limitam o impacto económico real a longo prazo.

Os dados obtidos no estudo sobre os trabalhadores nas 17 empresas estudadas na Praia da Barra revelam um perfil educacional marcado por níveis de escolaridade relativamente baixos. De acordo com os dados coletados:

- 90% dos trabalhadores frequentaram, mas não concluíram o nível básico de ensino.

- 9% dos trabalhadores frequentou ou concluiu o nível médio de ensino.
- 1% dos trabalhadores frequentou ou concluiu o nível superior.

**Figura 16** - Distribuição dos trabalhadores por nível de escolaridade na Praia da Barra



**Fonte:** O Autor com base nos dados da pesquisa

Esses resultados indicam que a grande maioria da força de trabalho no setor turístico da região possui baixa escolaridade formal, enquanto apenas uma fração mínima atingiu o nível superior. A predominância de trabalhadores com escolaridade básica traz implicações importantes para o desenvolvimento do setor turístico na Praia da Barra. Por um lado, isso pode limitar a capacidade de inovação e eficiência das operações, uma vez que funcionários com menos qualificação tendem a enfrentar mais desafios em termos de habilidades técnicas e gerenciais. Por outro lado, o turismo pode estar proporcionando oportunidades de emprego para pessoas com pouca formação, ajudando a reduzir o desemprego na região, contudo será obviamente um emprego precário.

No entanto, essa realidade sugere a necessidade de investimentos em programas de formação, capacitação ou treinamento para elevar o nível de qualificação dos trabalhadores locais. Uma força de trabalho mais qualificada poderia contribuir para a melhoria dos serviços oferecidos, aumento da competitividade e maior retenção de clientes que se traduziria em maior retorno em termos de receitas na comunidade, alinhando-se com o objetivo de fortalecer a economia circular e reduzir a fuga de capital.

A predominância de trabalhadores com nível básico (equivalentes a 90%) sugere que as empresas na Praia da Barra dependem de uma força de trabalho que, em sua maioria, apenas frequentou a educação formal mínima e nem todos nesta porcentagem conseguiram concluir o nível básico. Isso pode impactar tanto a qualidade dos serviços oferecidos quanto as perspectivas de mobilidade econômica dos trabalhadores. A baixa

qualificação limita a capacidade dessas pessoas assumirem cargos mais especializados ou bem remunerados, perpetuando uma dependência do setor turístico para empregos de menor exigência técnica. Por outro lado, o setor turístico pode ser uma porta de entrada importante para o mercado de trabalho para indivíduos com baixa escolaridade, oferecendo a eles uma fonte de renda. Ainda assim, a baixa qualificação pode inibir o desenvolvimento mais robusto do turismo, dado que a formação de profissionais qualificados é crucial para melhorar a competitividade e a qualidade dos serviços turísticos.

Voltando à questão do equilíbrio de gênero no setor do turismo na Barra, a concentração de mulheres em postos de trabalho que pagam salários baixos, sem o nível básico completo, indica uma disparidade significativa nas oportunidades educacionais e salariais. Com a constatação de que 48% dos trabalhadores recebem o salário mínimo (8.190,00 Mt., o equivalente ao câmbio de R 706.98 – em 25/07/2025), e desses, 95% são mulheres, esse dado sugere que as mulheres estão mais vulneráveis economicamente, reforçando a necessidade de maior capacitação e acesso a melhores condições de trabalho.

Criticamente analisando, em termos de distribuição salarial, os trabalhadores que recebem entre 12.500,00 Mt e 22.000,00 Mt representam 52% do total. Dentro dessa faixa, dois terços recebem até 16.000,00 Mt. Mesmo com esta variação salarial, nenhum dos trabalhadores ocupa cargos estratégicos, o que indica uma falta de mobilidade para posições de liderança dentro das empresas, possivelmente pela falta de oportunidades de formação e desenvolvimento de habilidades.

## 7.2 A DEPENDÊNCIA DE FORNECEDORES EXTERNOS E A FUGA DE CAPITAL DA REGIÃO

O foco está em entender como a estrutura econômica afeta a retenção de recursos dentro da comunidade local. Conforme Christie e Crompton (2001), a falta de fornecedores locais capazes de responder às exigências do setor turístico leva à necessidade de recorrer a importações, o que resulta em fuga de capitais e em maior vulnerabilidade das economias locais, já Torres (2003), afirma em seu estudo que em muitos destinos, uma parte significativa do consumo turístico recai sobre produtos alimentares e bens importados, criando uma forte dependência externa que limita o potencial multiplicador local do turismo, e antes destes, Bennett, Roe e Ashley (1999) já tinham concluído que mesmo quando há crescimento no número de turistas, os países podem não se beneficiar plenamente, pois uma fração substancial da receita é drenada

através da importação de alimentos, bebidas, equipamentos e até mesmo de mão-de-obra especializada.

Dados colhidos no campo apontam que as empresas locais do setor de turismo na Praia da Barra dependem fortemente de fornecedores externos para uma grande parte de seus insumos. Estima-se que apenas 30% das receitas dessas empresas são aplicadas na própria comunidade, com os outros 70% sendo destinados a fornecedores e serviços fora da região. Os 30% que ficam na comunidade são maioritariamente correspondentes aos salários para os cerca de 180 trabalhadores equivalentes ao total de trabalhadores das empresas que participaram do estudo. Produtos alimentícios, materiais de construção, e alguns serviços especializados, como manutenção técnica, são os principais itens adquiridos de fora, devido à falta de oferta ou qualidade competitiva local.

Dos 30% que são aplicados na comunidade equivalentes a *USD* 1.687.500,00 anuais, cerca de 80% deste (aproximadamente *USD* 1.350.000) também é gasta fora da região, em produtos e serviços não disponíveis na comunidade. Isso significa que a maior parte dos recursos gerados pelo turismo não permanece na comunidade, evidenciando uma "fuga de capital", em que o dinheiro gasto pelos turistas acaba sendo transferido para outras áreas, limitando o impacto multiplicador na economia local. Esses resultados corroboram com os achados de Christie e Crompton (2001); Torres (2003) e Bennett, Roe e Ashley (1999).

Revela-se que os benefícios econômicos do turismo, embora significativos em termos de volume, são moderados ou mesmo baixos em termos de impacto na economia local. A ausência de fornecedores locais de insumos essenciais impede a maximização dos benefícios econômicos do turismo. Pequenos negócios locais não estão suficientemente desenvolvidos para atender às demandas das empresas turísticas, resultando na perda de oportunidades para aumentar a retenção de capital.

A análise também demonstra a dificuldade da comunidade local em integrar-se de forma ativa e competitiva na cadeia de valor do turismo. As empresas turísticas dependem fortemente de fornecedores externos para bens e serviços básicos (alimentação, bebidas, materiais de construção e equipamentos), o que reduz as oportunidades de negócios locais. Essa realidade reflete o que Mitchell; Ashley, (2010) descrevem como a “bolha turística”, em que os operadores externos dominam os fluxos econômicos, limitando o espaço de participação das comunidades anfitriãs. Em Inhambane, a bolha manifesta-se não apenas no circuito econômico fechado, mas também na pouca integração entre

turistas e a vida local, o que reduz as possibilidades de consumo em pequenos negócios comunitários com base na agricultura familiar.

A dependência de fornecedores externos pode criar vulnerabilidades significativas para a economia local. As empresas turísticas estão atreladas a mercados externos para obter os produtos e serviços necessários para operar, o que reduz sua flexibilidade e aumenta os custos. Além disso, essa dependência impede que mais dinheiro gerado pelo turismo seja investido localmente. Esse aspecto corrobora com Meyer (2009) quando constata que o turismo, sobretudo em países em desenvolvimento, está sujeito a elevados níveis de *leakage*, pois depende em grande medida de bens, serviços e insumos importados, reduzindo assim os benefícios que poderiam permanecer na economia local.

Para mitigar essa dependência, é necessário fortalecer a cadeia produtiva local. Isso pode incluir incentivos ao desenvolvimento de fornecedores locais, como produtores agrícolas, serviços de manutenção, e pequenos fabricantes. Com mais insumos sendo adquiridos localmente, as empresas turísticas poderiam reinvestir mais capital na comunidade, aumentando o impacto econômico local.

Nota-se evidentemente que a governança do setor continua centrada no Estado e em investidores externos, com limitada participação comunitária, contrariando as recomendações de uma abordagem inclusiva e sustentável (Bramwell; Lane, 2011). A fuga de capital da região é um dos fatores mais limitantes para o desenvolvimento sustentável. Mesmo quando as empresas turísticas e os trabalhadores locais recebem uma parcela significativa da renda gerada pelo turismo, a falta de opções locais para o gasto desses recursos resulta na saída do dinheiro da economia da comunidade. Esse ciclo de importações de insumos para as empresas turísticas limita o efeito multiplicador do turismo. Para que o turismo tenha um impacto mais duradouro e benéfico, é crucial que a comunidade local desenvolva mais serviços e produtos que possam absorver os recursos gerados. Isso significa criar um ambiente mais propício para o empreendedorismo local, com apoios governamental e/ou privado.

O modelo LM3 ajuda a demonstrar como o impacto econômico do turismo é restringido pela fuga de capital. Com um multiplicador de apenas 1.36, a economia local não consegue capitalizar completamente os benefícios do turismo. Isso também pode levar a uma estagnação no desenvolvimento econômico da região, pois a riqueza gerada não é redistribuída de forma eficaz dentro da comunidade. Aumentar o LM3 exigiria maior integração econômica local, com políticas focadas em encorajar parcerias entre empresas turísticas e fornecedores locais. O desenvolvimento de cooperativas

comunitárias e redes de produção local pode ser uma solução para fortalecer a retenção de capital.

A fuga de capital e a dependência de fornecedores externos não são apenas problemas econômicos, mas também afetam a sustentabilidade a longo prazo do turismo como motor econômico. Sem investimentos para capacitar a comunidade local e desenvolver uma economia diversificada e autossuficiente, o turismo pode se tornar uma fonte de instabilidade, em vez de um catalisador de desenvolvimento como se deseja e prevê nos instrumentos de governança em Moçambique. Por isso, investir na infraestrutura local, educação e capacitação de empresários locais, além de políticas governamentais que incentivem o consumo local, são estratégias essenciais para transformar o turismo em um motor de crescimento duradouro para a comunidade.

Embora a fuga de capital e a dependência de fornecedores externos representem pontos críticos, eles também abrem espaço para intervenções estratégicas. O governo local e outros intervenientes fundamentais de desenvolvimento podem trabalhar para identificar áreas onde a comunidade pode atender às demandas do setor turístico, investindo em capacitação, tecnologia e infraestrutura. Programas de financiamento para pequenas e médias empresas locais, associados a parcerias entre empresas maiores e a comunidade, podem criar uma cadeia de suprimentos local suficientemente preparada para atender as demandas do setor, reduzindo a dependência externa e aumentando a retenção de capital.

De acordo com Akrong (2019), para que o PPT funcione, é necessária uma mudança estrutural que inclua redistribuição de riqueza, capacitação da comunidade e mecanismos de governança inclusivos. No entanto, os dados da presente pesquisa revelam que o turismo em Inhambane ainda opera sob uma lógica neoliberal de concentração de ganhos, como já denunciado por Dolezal; Novelli (2002), beneficiando sobretudo os investidores privados, com reduzida redistribuição para a população local.

Os gerentes dos empreendimentos turísticos que participaram deste estudo alegaram que as pequenas empresas locais e as comunidades não apresentam estruturas nem condições de organização e serviços qualificados para atender as demandas dos seus empreendimentos, razão pela qual optaram por solicitar serviços e produtos fora da comunidade, garantindo assim que se as condições por parte das empresas da comunidade existissem, eles apostariam nelas, ou seja, nos fornecimentos pelas empresas locais, pois, conforme os mesmos, sair-lhes-ia mais barato em termos logísticos.

## **8 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Esta tese começa por evidenciar as posições egemónicas do Estado moçambicano e de entidades internacionais como a ONU, especificamente a OMT que colocaram o turismo como uma alternativa ou solução para combate à pobreza extrema em locais onde ele é desenvolvido. Neste contexto em que a pobreza está instalada no território nacional moçambicano, e especialmente na área deste estudo, houve necessidade de buscar alguma ferramenta para aferir o caminho percorrido pelo dinheiro movimentado pelo turismo na região. Após uma busca por uma metodologia que poderia ajudar a mensurar o efeito que

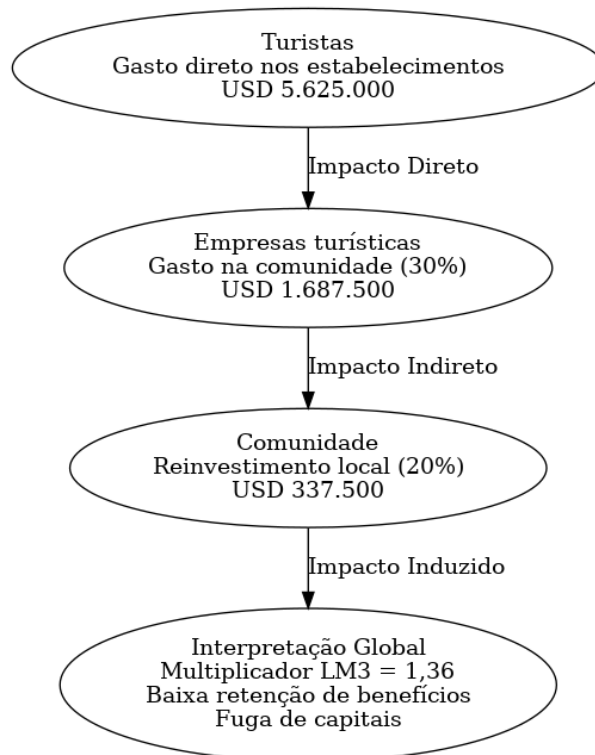
o turismo produz na região da Praia da Barra, concretamente no bairro Conguiana, Município de Inhambane, optou-se pelo Multiplicador Local - 3 (LM3). Esta ferramenta, apesar das suas eventuais limitações, pode aferir com precisão o percurso do dinheiro proveniente do turismo na região em que é desenvolvido. Quanto maior for o LM3, maior será o efeito multiplicador da atividade na região. No presente caso, o LM3 mostra-se ser fraco do ponto de vista da expectativa criada pelo turismo, ou seja, os resultados calculados levaram à conclusão que o LM3 é de USD 1,36, o que significa um LM3 fraco.

## 8.1 CONCLUSÕES

A análise do modelo LM3 aplicada à Praia da Barra demonstra que, embora o turismo represente uma fonte central de receitas para a economia local, os benefícios efetivos que permanecem na comunidade são limitados. Na primeira rodada, correspondente ao impacto direto, os turistas gastam aproximadamente USD 5.625.000 no global nos estabelecimentos turísticos anualmente. Este montante reflete a relevância do turismo como motor de dinamização econômica. No entanto, observa-se que parte significativa dessa receita não é retida localmente, devido à forte dependência de fornecedores externos. Na segunda rodada, equivalente ao impacto indireto, apenas USD 1.687.500 (cerca de 30% da receita) são reinvestidos na própria comunidade. Este resultado evidencia a baixa integração da cadeia-de-valor local e reforça a fragilidade do setor no que diz respeito ao fortalecimento das economias circulares. A terceira e última rodada que foi estudada, reflete o impacto induzido do turismo que resultou em apenas USD 337.500 circulando novamente dentro da localidade. Isso deve-se ao fato de 80% da renda (proveniente do turismo) das famílias ser gasta fora da comunidade, sobretudo pela inexistência de alternativas de consumo local suficientemente diversificadas.

Globalmente, o multiplicador calculado foi de 1,36, revelando que cada dólar gasto por turistas gera apenas USD 1,36 na economia local. Este valor é relativamente baixo, reforçando a constatação de que há uma significativa fuga de capitais e uma limitada capacidade de retenção dos benefícios do turismo na região. Assim, conclui-se que, embora o turismo tenha grande potencial como vetor de desenvolvimento econômico, sua contribuição atual para a melhoria das condições socioeconômicas locais encontra-se aquém do esperado, em virtude da fraca integração produtiva e da dependência externa. O fluxograma que se segue resume os fluxos de dinheiro que entram com o turismo e o quanto fica na comunidade.

### Resumo dos resultados no cálculo do LM3



**Fonte:** O autor com base nos dados da pesquisa

A análise do perfil dos trabalhadores das empresas turísticas na Praia da Barra evidencia que, embora o setor gere um número considerável de postos de trabalho, a qualidade desses empregos permanece precária. Verificou-se que 90% dos trabalhadores têm apenas o nível básico de escolaridade e quase um terço deles (as) não concluído, o que restringe o acesso a funções melhor remuneradas e limita as oportunidades de progressão na carreira. Além disso, observa-se que a maioria dos contratos de trabalho são temporários, sem garantias de estabilidade laboral ou benefícios sociais.

Os níveis salariais praticados são baixos, com a maior parte dos trabalhadores recebendo rendimentos que não permitem uma melhoria substancial da qualidade de vida das suas famílias. Isso reduz significativamente o impacto positivo do turismo no desenvolvimento humano local, mesmo quando existe criação de emprego. Constata-se, portanto, que o turismo, apesar de funcionar como uma fonte importante de absorção de mão de obra, ainda não cumpre plenamente o seu papel como promotor de inclusão social e de redução da pobreza, pois os empregos criados são mal remunerados, pouco qualificados e de baixa estabilidade.

Apesar de ser uma ferramenta útil para medir os impactos económicos locais do turismo, a metodologia do LM3 apresenta algumas limitações que devem ser consideradas na interpretação dos resultados. Em primeiro lugar, trata-se de um método fortemente dependente da qualidade e da fiabilidade dos dados recolhidos junto das empresas e da comunidade. Qualquer omissão de fornecedores, subdeclaração de despesas ou ausência de registos detalhados pode comprometer a robustez dos resultados.

A sua natureza eminentemente monetária constitui igualmente uma limitação, na medida em que não abrange outros impactos relevantes do turismo, nomeadamente os de bem-estar sociocultural e/ou ambiental. Outro constrangimento significativo prende-se com a dificuldade de medir com rigor a economia informal, que em contextos como o de Inhambane representa uma parcela relevante das transações económicas. Essa lacuna tende a gerar uma subestimação do verdadeiro impacto local do turismo. Do mesmo modo, o modelo não diferencia a qualidade dos empregos criados, limitando-se a evidenciar a circulação do dinheiro, sem distinguir se os postos de trabalho são estáveis ou precários, nem se proporcionam salários adequados à melhoria das condições de vida das famílias.

Importa ainda referir que os resultados obtidos através do LM3 têm um carácter essencialmente contextual, sendo a comparação direta entre regiões de utilidade limitada, dado que fatores estruturais, como o nível de desenvolvimento local, a disponibilidade de fornecedores ou o grau de integração económica, influenciam de forma decisiva os multiplicadores obtidos. Por fim, a restrição geográfica da metodologia faz com que esta se limite a avaliar os impactos dentro de uma comunidade ou região delimitada, podendo desconsiderar interações mais amplas a nível regional ou nacional.

Contudo, as limitações identificadas não invalidam a relevância do LM3, mas reforçam a necessidade de o complementar com outros métodos e indicadores de natureza social, ambiental e institucional, de forma a oferecer uma visão mais abrangente e integrada do verdadeiro impacto do turismo no desenvolvimento local.

Em síntese desta pesquisa, os resultados permitem afirmar que o turismo na Praia da Barra movimentou valores significativos, mas o LM3 baixo (1,36) demonstra que a retenção local é insuficiente para impulsionar um desenvolvimento endógeno robusto; O setor gera empregos, mas de baixa qualidade e remuneração, confirmando que a mera criação de postos de trabalho não se traduz automaticamente em melhoria da qualidade de vida; A baixa escolaridade dos trabalhadores limita as suas possibilidades de progressão e reflete a ausência de políticas integradas de qualificação profissional e a

dependência de fornecedores externos reduz os efeitos multiplicadores do turismo e contribui para a fuga de capitais.

Assim, confirma-se o argumento central da pesquisa de que embora o turismo seja um setor estratégico e em crescimento, ele não tem sido suficiente para reduzir a pobreza e as desigualdades em comunidades receptoras como a Praia da Barra. Para que isso ocorra, é necessária uma transformação estrutural que envolva maior integração da comunidade na cadeia de valor, incentivo ao consumo local, fortalecimento da economia circular e políticas públicas inclusivas e mais assertivas.

## 8.2 PROPOSTAS PARA AUMENTAR O ENVOLVIMENTO DA COMUNIDADE NOS NEGÓCIOS TURÍSTICOS, AMPLIAR O USO DE FORNECEDORES LOCAIS E FORTALECER A ECONOMIA CIRCULAR NA REGIÃO

### **i. Integração da comunidade na cadeia de valor do turismo**

Um dos desafios evidenciados pelo estudo é a limitada participação da comunidade local na cadeia de valor do turismo. Apesar do setor movimentar volumes financeiros consideráveis, a maior parte dos insumos, serviços especializados e bens consumidos pelos turistas é adquirida fora da região, restringindo os ganhos locais. Para reverter esse cenário, recomenda-se a criação de mecanismos que assegurem a inclusão de pequenos produtores, artesãos, pescadores e prestadores de serviços comunitários na cadeia produtiva do turismo. A promoção de parcerias diretas entre estabelecimentos turísticos e fornecedores locais pode reduzir custos de transporte, estimular a diversificação produtiva e aumentar a retenção de receitas na comunidade. Além disso, iniciativas de certificação ou rotulagem que valorizem produtos e serviços de origem local podem contribuir para diferenciar a oferta turística, agregando valor à experiência dos visitantes. Ao reforçar essa integração, amplia-se não apenas o impacto econômico positivo do turismo, mas também a coesão social e a identidade cultural da região.

### **ii. Emancipação de fornecedores locais**

O estudo revelou uma elevada dependência de fornecedores externos, o que limita significativamente o efeito multiplicador do turismo na Praia da Barra. Recomenda-se a criação de incentivos para que os estabelecimentos turísticos aumentem a proporção de bens e serviços adquiridos na própria comunidade. Isso pode ser alcançado por meio de políticas públicas de apoio à produção agrícola local, ao artesanato e às microempresas, bem como através de parcerias diretas entre hotéis, restaurantes e produtores locais. Ao reduzir a fuga de capitais, promove-se a circulação interna da renda, dinamizando a economia comunitária e fortalecendo os laços entre turismo e desenvolvimento regional.

### **iii. Capacitação e valorização da mão de obra local**

Os dados indicam que a maioria dos trabalhadores possui baixos níveis de escolaridade e salários reduzidos, o que resulta em empregos precários e limitada mobilidade social. É essencial investir em programas de capacitação profissional contínua nas áreas de hotelaria, restauração, línguas estrangeiras, gestão e empreendedorismo. Além da formação técnica, a valorização da mão de obra passa por assegurar melhores condições contratuais e salariais, reduzindo a vulnerabilidade social. Esse investimento não só melhora a qualidade dos serviços turísticos, como aumenta a retenção de

benefícios econômicos na comunidade, dado que trabalhadores mais qualificados têm maior poder de negociação e capacidade de consumo local.

#### **iv. Criação de alternativas de consumo na comunidade**

Os resultados da terceira rodada do LM3 demonstraram que 80% do rendimento comunitário é gasto fora da região, evidenciando a ausência de alternativas de consumo local. Neste contexto, recomenda-se a promoção do empreendedorismo comunitário em setores como comércio, serviços básicos, lazer e produção artesanal. A criação de mercados locais, feiras comunitárias e pequenas empresas de bens de consumo diário pode estimular a circulação de recursos dentro da comunidade. Essa medida não apenas fortalece a economia circular, mas também reduz a dependência de centros urbanos externos, criando novas oportunidades de negócio e de geração de emprego.

#### **v. Promoção de um turismo sustentável e inclusivo**

A fraca retenção de capitais observada no multiplicador LM3 (1,36) reforça a necessidade de reorientar o modelo de desenvolvimento turístico da Praia da Barra para práticas mais sustentáveis e inclusivas. Recomenda-se a implementação de políticas que estimulem investimentos socialmente responsáveis, privilegiando empresas que demonstrem compromissos com a comunidade local, com a redução de impactos ambientais e com a promoção da equidade social. Além disso, é necessário criar mecanismos de monitoramento contínuo, de modo a avaliar periodicamente os impactos do turismo sobre a economia local, permitindo ajustes nas estratégias e maximizando os benefícios comunitários.

#### **vi. Fortalecimento das instituições locais e participação comunitária**

Um dos principais entraves identificados está relacionado à limitada participação da comunidade na cadeia de valor do turismo. Recomenda-se o fortalecimento das associações locais, cooperativas de produtores e entidades comunitárias, de modo que possam negociar de forma mais justa com os estabelecimentos turísticos e ter maior voz na definição de estratégias de desenvolvimento. A inclusão da comunidade nos processos de decisão garante maior apropriação dos benefícios do turismo e reduz o risco de exclusão social. Ao mesmo tempo, aumenta a resiliência econômica local, pois uma comunidade organizada está mais apta a gerir recursos, defender interesses coletivos e implementar práticas de desenvolvimento sustentável.

#### **vii. Economia Circular no Turismo**

A promoção da economia circular na Praia da Barra surge como uma proposta estratégica para maximizar os benefícios do turismo, ao mesmo tempo que se reduzem desperdícios e se fortalece a economia local. (i) Uma primeira recomendação é a gestão eficiente de resíduos sólidos e reciclagem comunitária, por meio de programas que incentivem hotéis, restaurantes e outros estabelecimentos turísticos a separar e encaminhar resíduos recicláveis para cooperativas locais, criando empregos e fomentando novas atividades econômicas. (ii) Em segundo lugar, é fundamental estimular a reutilização de recursos no setor turístico, como sistemas de reaproveitamento de águas cinzentas para irrigação e limpeza, e a substituição de embalagens descartáveis por alternativas biodegradáveis ou reutilizáveis, favorecendo fornecedores locais de soluções sustentáveis. (iii) A terceira recomendação refere-se à valorização de resíduos orgânicos, implementando programas de compostagem em parceria com agricultores locais. Restos de alimentos de hotéis e restaurantes podem ser transformados em fertilizantes que retornam à produção agrícola local, fechando o ciclo econômico e ambiental. (iv) Uma quarta medida envolve a economia criativa a partir de resíduos, estimulando projetos de

artesanato e design sustentável, em que materiais como vidro, madeira, tecidos e conchas descartadas sejam transformados em produtos turísticos e souvenirs. A criação de pontos de venda ou feiras dedicadas a esses produtos reforça a identidade cultural da região e agrega valor econômico aos resíduos. Por fim, recomenda-se a implementação de incentivos e certificações verdes, como selos de “sustentabilidade turística” para estabelecimentos que adotem práticas de reutilização, reciclagem e reaproveitamento. Esses selos podem ser acompanhados de benefícios fiscais ou de promoção turística, criando um diferencial competitivo que valoriza tanto a sustentabilidade ambiental quanto o fortalecimento da economia local.

## REFERÊNCIAS

ACERENZA, M. A. *Administración del turismo*. 1. ed. [S. l.]: Trilha, 1997.

ADU AMPONG, E. A. “Today is party A, tomorrow is party B”: The Elmina 2015 strategy and the politics of tourism-led local economic development planning in Ghana. In: *Routledge Handbook of Tourism in Africa*. [S. l.: s. n.], 2020. p. 199–219.

AJAKE, T. A. *The impact of hotel industry development in Enugu City, Nigeria*. Journal of Tourism and Heritage Studies, v. 4, n. 1/2, 2015.

AKRONG, A. *A quantitative review of pro-poor tourism literature*. Journal of Sustainable Tourism, 2019.

ALCOBIA, O. *Turismo e desenvolvimento social: proposta de modelo de gestão de impactes dos empreendimentos hoteleiros (Inhambane, Moçambique)*. 2021.

ALCOBIA, O.; GUSTAVO, N.; SUMALE, G.; BELCHIOR, S. *O poder público e o setor hoteleiro: percepções, cooperação e desafios ao desenvolvimento social do*

- Município de Inhambane, Moçambique.** *Tourism and Hospitality International Journal*, v. 18, n. 1, p. 12–34, 2022.
- ALTENBURG, T. ***Donor approaches to supporting pro-poor value chains.*** Report prepared for the Donor Committee for Enterprise Development Working Group on Linkages and Value Chains, 2007.
- ARCHABALD, K.; NAUGHTON-TREVES, L. ***Tourism revenue-sharing around national parks in Western Uganda: early efforts to identify and reward local communities.*** *Environmental Conservation*, v. 28, n. 2, p. 135–149, 2001.
- ARCHER, B.; COOPER, C.; RUHANEN, L. ***The positives and negatives impacts of tourism.*** 3. ed. [S. l.]: Global Tourism, 2005.
- ARNSTEIN, S. R. ***A ladder of citizen participation.*** *Journal of the American Institute of Planners*, v. 35, n. 4, p. 216–224, 1969.
- ASHLEY, C.; GOODWIN, H. ***Pro-poor tourism: what's gone right and what's gone wrong?*** Overseas Development Institute – Opinion, 2007.
- ASHLEY, C.; MITCHELL, J.; SPENCELEY, A. ***Opportunity study guidelines: the tourism-led poverty reduction programme.*** [S. l.: s. n.], 2009.
- ASHLEY, C.; SPENCELEY, A.; KOCK, M. ***Tourism-led poverty reduction programme: core training module.*** [S. l.: s. n.], 2009.
- AZEVEDO, H. A. M. A. ***Modelo de diagnóstico ambiental para elaboração do plano ambiental do município de Inhambane em Moçambique.*** 2009. Dissertação (Mestrado) – Universidade Católica de Brasília, 2009.
- AZEVEDO, H. A. M. A.; FREI, V.; MARQUES, C. ***Impactos e riscos ambientais da atividade turística: a praia da Barra no município de Inhambane/Moçambique.*** Espaço em Revista, v. 15, n. 2, p. 1–27, 2013.
- AZEVEDO, H. A. M. A. ***A segurança em territórios turísticos: o caso do município de Inhambane em Moçambique.*** 2014. Tese (Doutorado) – Universidade Federal de Goiás, 2014.
- BANCO MUNDIAL. ***Mozambique Economic Update: Setting the Stage for Recovery.*** Washington, DC: World Bank, 2021.
- BANCO MUNDIAL. ***Moçambique: Relatório sobre Clima e Desenvolvimento para o País.*** Washington, DC: World Bank Group, 2023. Disponível em: <http://documents.worldbank.org/curated/en/099090324113018434>. Acesso em: 20 set. 2023.
- BENNETT, O.; ROE, D.; ASHLEY, C. ***Sustainable Tourism and Poverty Elimination Study.*** London: Overseas Development Institute, 1999.

BIANCHI, R. V. *Tourism restructuring and the politics of sustainability: a critical view from the European periphery*. Journal of Sustainable Tourism, v. 12, n. 6, p. 495–529, 2004.

BLANCHARD, O. *Macroeconomics*. [S. l.]: Pearson Education, 2017.

BOLWELL, D.; WEINZ, W. *Reducing poverty through tourism*. [S. l.: s. n.], 2008.

BRAMWELL, B.; LANE, B. *Critical research on the governance of tourism and sustainability: introduction*. Journal of Sustainable Tourism, v. 19, n. 3–4, p. 411–421, 1

BRAU, R.; LANZA, A.; PIGLIARU, F. *How fast are small tourism countries growing? Evidence from the data for 1980–2003*. Tourism Economics, v. 13, n. 4, p. 603–613, 2007.

BRITTON, S. G. *The political economy of tourism in the Third World*. Annals of Tourism Research, v. 9, n. 3, p. 331–358, 1982.

BROHMAN, J. *New directions in tourism for third world development*. Annals of Tourism Research, v. 23, n. 1, p. 48–70, 1996.

CAIN, C. L. *Assessing the economic impact of hotel investments*. [S. l.: s. n.], 2012.

CARRIER, J. G.; MACLEOD, D. V. *Bursting the bubble: the socio-cultural context of ecotourism*. Journal of the Royal Anthropological Institute, v. 11, n. 2, p. 315–334, 2005.

CENACARTA – Centro Nacional de Cartografia e Teledeteção. *Carta Topográfica de Inhambane*. Maputo: CENACARTA, 2012.

CHAMBULE, A. et al. *Caracterização socioeconómica de Inhambane*. Maputo: UEM, 2009.

CHRISTIE, I. T.; CROMPTON, D. E. *Tourism in Africa*. Washington, DC: World Bank, 2001. (Vol. 12).

CHOK, S.; MACBETH, J.; WARREN, C. *Tourism as a tool for poverty alleviation: a critical analysis of pro-poor tourism and implications for sustainability*. Current Issues in Tourism, v. 10, n. 2–3, p. 144–165, 2007.

CLANCY, M. *Tourism and development: evidence from Mexico*. Annals of Tourism Research, v. 26, p. 1–20, 1999.

CLIMATE-DATA.ORG. *Climate-Data.org*. Disponível em: <https://en.climate-data.org/>. Acesso em: 20 set. 2023.

CLARK, D. A. *Visions of development: a study of human values*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing, 2002.

- CROES, R.; VANEGAS SR, M. ***Cointegration and causality between tourism and poverty reduction***. Journal of Travel Research, v. 47, n. 1, p. 94–103, 2008.
- COHEN, E. ***Toward a sociology of international tourism***. Social Research, p. 164–182, 1972.
- COLE, S. ***Information and empowerment: the keys to achieving sustainable tourism***. Journal of Sustainable Tourism, v. 14, n. 6, p. 629–644, 2006.
- COSTA, C.; CARVALHO, I.; BREDÁ, Z. ***Gender inequalities in tourism employment: the Portuguese case***. Revista Turismo & Desenvolvimento, v. 15, p. 39–54, 2011.
- DAVIS, E. P.; SANCHEZ-MARTINEZ, M. ***A review of the economic theories of poverty***. London: National Institute of Economic Social Research – Discussion Paper 435, 2014.
- DAVIES, B. ***The role of quantitative and qualitative research in industrial studies of tourism***. International Journal of Tourism Research, v. 5, n. 2, p. 97–111, 2003.
- DALLABRIDA, V. R. ***Governança territorial: um novo enfoque para o desenvolvimento local e regional***. Revista de Desenvolvimento Regional – Faccat, v. 12, n. 2, p. 9–29, 2007.
- DE SOTO, H. ***The mystery of capital***. [S. l.]: Basic Books, 2000.
- DEATON, A. ***Is world poverty falling?*** Finance and Development, v. 39, n. 2, p. 4–7, 2002.
- DIREÇÃO PROVINCIAL DA CULTURA E TURISMO DE INHAMBANE (DPCTI). ***Cadastro de estabelecimentos turísticos da província***. Inhambane, 2021.
- DIREÇÃO PROVINCIAL DE CULTURA E TURISMO DE INHAMBANE (DPCTI). ***Relatório de investimentos turísticos***. Inhambane: DPCTI, 2021.
- DIREÇÃO DE SAÚDE DA CIDADE DE INHAMBANE (DSCI). ***Relatório estatístico de saúde***. Inhambane: DSCI, 2023.
- DOLEZAL, C.; NOVELLI, M. ***Power in community-based tourism: empowerment and partnership in Bali***. Journal of Sustainable Tourism, v. 30, n. 10, p. 2352–2370, 2002.
- DUFFY, R. ***Global environmental governance and the politics of ecotourism in Madagascar***. Journal of Ecotourism, v. 5, n. 1–2, p. 128–144, 2006.
- DUFFY, R. ***The politics of ecotourism and the developing world***. Journal of Ecotourism, v. 5, n. 2, p. 117–127, 2008.
- DURBARRY, R. ***The economic contribution of tourism in Mauritius***. Annals of Tourism Research, v. 29, n. 3, p. 862–865, 2002.

- DRÈZE, J.; SEN, A. ***Democratic practice and social inequality in India***. Journal of Asian and African Studies, v. 37, n. 2, p. 6–37, 2002.
- DELATORRE, F. ***Introducción al estudio del turismo***. 2. ed. México: CECSA, 1992.
- EKINS, P.; ZENGHELIS, D. ***The costs and benefits of environmental sustainability***. Sustainability Science, v. 16, n. 3, p. 949–965, 2021.
- ELLIOTT JONES, M. ***Exports and economic development: the West Indian case with special emphasis on tourism***. 1971. Dissertação – University of Connecticut, 1971.
- ERNESTO, A. ***Políticas de turismo em Moçambique e a redução da pobreza***. Maputo: UEM, 2015.
- FAZITO, M. Modernização turística: o papel do turismo nos discursos dominantes de desenvolvimento. In: FIGUEIREDO, S. L.; AZEVEDO, F. F.; NÓBREGA, W. R. M. (Org.). ***Perspectivas contemporâneas de análise em turismo***. Belém: NAEA, 2015. p. 108–126.
- GULUBE, Q. ***Agricultura e pesca em Inhambane***. Maputo: UEM, 2007.
- GEREFFI, G. ***The organization of buyer-driven global commodity chains: how US retailers shape overseas***. New York, 1994.
- GEREFFI, G.; HUMPHREY, J.; STURGEON, T. ***The governance of global value chains***. Review of International Political Economy, v. 12, n. 1, p. 78–104, 2005.
- GODWIN, H. ***Tourism, local economic development, and poverty reduction***. Applied Research in Economic Development, v. 5, n. 3, p. 55–64, 2008.
- GROSBOIS, D.; COWPER-SMITH, A. ***The adoption of corporate social responsibility practices in the airline industry***. Journal of Sustainable Tourism, v. 19, n. 1, p. 59–77, 2011.
- GUTERRES, A. ***United Nations Secretary-General. Carbon neutrality by 2050***. 2019.
- HABERMAS, J. ***Teoria do agir comunicativo: tomo II – Sobre a crítica da razão funcionalista***. Martins Fontes, 1987.
- HALL, C. M. ***A typology of governance and its implications for tourism policy analysis***. Journal of Sustainable Tourism, v. 19, n. 4–5, p. 437–457, 2011.
- HARRISON, D. ***Pro poor tourism: a critique***. Third World Quarterly, v. 29, n. 5, p. 851–868, 2008.
- HARVEY, D. ***A brief history of neoliberalism***. Oxford: Oxford University Press, 2005.

HAWKINS, D.; MANN, S. **The World Bank's role in tourism development**. *Annals of Tourism Research*, v. 34, n. 2, p. 348–363, 2007.

HINES, C.; SAYER, R. **The money trail: measuring your impact on the local economy using LM3**. London: New Economics Foundation, 2003.

HUB – HUMBOLDT-UNIVERSITÄT ZU BERLIN. **Gestão de zonas costeiras e turismo: contribuição para a redução da pobreza, transformação de conflitos de meio ambiente em Inhambane/Moçambique**. Berlim, 2002.

HONECK, D. L.D.C. **Poverty alleviation and the Doha Development Agenda: is tourism being neglected?** WTO Staff Working Paper ERSD-2008-03. Geneva: WTO, 2008.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. **Anuário estatístico da província de Inhambane 2018**. Maputo, 2019.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. **Censo 2017**. Maputo, 2017. Disponível em: <http://www.ine.gov.mz/iv-rgph-2017/projeccoes-da-populacao-2017-2050>.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. **Estatísticas do turismo 2016–2018**. Maputo, 2019.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. **Estatísticas do turismo 2019 – Província de Inhambane**. Maputo, 2020.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA. **Estatísticas do turismo 2023 Moçambique**. Maputo, 2024.

INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (INE). **IOF-2021: Inquérito sobre o Orçamento Familiar 2021**. Maputo: INE, 2021.

JACKSON, T. **Prosperity without growth – economics for a finite planet**. Earthscan, 2009.

JAMAL, T.; GETZ, D. **Collaboration theory and community tourism planning**. *Annals of Tourism Research*, v. 22, n. 1, p. 186–204, 1995.

JUDD, D. R. **Constructing the tourist city**. 1999.

KAKWANI, N.; SON, H. **Pro poor growth: concepts and measurement with country case studies**. *The Pakistan Development Review*, v. 42, n. 4, p. 417–444, 2003.

KAPLINSKY, R.; MORRIS, M. **A handbook for value chain analysis**. 2001.

KAUPPILA, P.; SAARINEN, J.; LEINONEN, R. **Sustainable tourism planning and regional development in peripheries: a Nordic view**. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, v. 9, n. 4, p. 424–435, 2009.

- KEYNES, J. M. **The general theory of employment, interest and money**. London: Palgrave Macmillan, 1936.
- KIM, H. J.; CHEN, M. H. **Tourism expansion and economic development: the case of Taiwan**. *Tourism Management*, v. 27, n. 5, p. 925–933, 2006.
- KRUGMAN, P.; WELLS, R. **Macroeconomics**. Worth Publishers, 2018.
- LAGE, B. H. G.; MILONE, P. de S. **Turismo: teoria e prática**. 3. ed. Atlas, 2001.
- LAGOS, K.; WANG, Y. **International tourism and poverty alleviation: cross country evidence using panel quantile fixed effects approach**. *Journal of Travel Research*, 2022.
- LINCOLN, Y. S.; GUBA, E. G. **Naturalistic inquiry**. [S. l.], p. 289–331, 1985.
- LOIOLA, E. **Turismo e desenvolvimento local sustentado**. *Revista de Administração Pública*, v. 38, n. 5, p. 817–a, 2004.
- MAK, J. **Tourism and the economy**. University of Hawaii Press, 2003.
- MANKIW, N. G. **Principles of macroeconomics**. Cengage Learning, 2021.
- MARKANDYA, A.; TAYLOR, T.; PEDROSO, S. **Tourism and sustainable development: lessons from recent World Bank experience**. In: **The economic of tourism and sustainable development**. FEEM Series on Economics and the Environment. Edward Elgar, 2005. p. 225–251.
- MAXLHAIEIE, P. J.; CASTROGIOVANNI, A. C. **Patrimônio cultural e turismo: cenários sobre o município de Inhambane, Moçambique**. *Rosa dos Ventos*, v. 6, n. 3, p. 356–373, 2014.
- MEDINA-MUÑOZ, D. R.; MEDINA-MUÑOZ, R. D.; GUTIÉRREZ-PÉREZ, F. J. **The impacts of tourism on poverty alleviation: an integrated research framework**. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 24, n. 2, p. 270–298, 2016.
- MEYER, D. **Pro poor tourism: from leakages to linkages**. *Current Issues in Tourism*, v. 10, n. 6, p. 558–583, 2007.
- MEYER, D. **Pro-poor tourism: is there actually much rhetoric? And, if so, whose?** *Tourism Recreation Research*, v. 34, n. 2, p. 197–199, 2009.
- MEYER, D. **Value chain approaches to assessing the impact of tourism on low-income households in developing countries**. *Journal of Sustainable Tourism*, v. 20, n. 3, p. 457–475, 2012.
- MICOA – MINISTÉRIO PARA A COORDENAÇÃO DA ACÇÃO AMBIENTAL. **Relatório ambiental sobre a zona da Barra**. Maputo: MICOA, 2002.

MITUR – MINISTÉRIO DO TURISMO DE MOÇAMBIQUE. **Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Moçambique (PEDTM) 2004–2013**. Maputo: MITUR, 2004.

MITUR – MINISTÉRIO DO TURISMO DE MOÇAMBIQUE. **Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Moçambique (PEDTM II) 2015–2024**. Maputo: MITUR, 2015.

MITUR – MINISTÉRIO DO TURISMO DE MOÇAMBIQUE. **Relatório estatístico do turismo**. Maputo: MITUR, 2013.

MHLANGA, D.; NDHLOVU, E. **Socio economic implications of the COVID-19 pandemic on smallholder livelihoods in Zimbabwe**. [S. l.: s. n.], 2020.

MITCHELL, J.; ASHLEY, C. **Tourism and poverty reduction: pathways to prosperity**. Earthscan, 2010.

MITCHELL, J. **Value chain approaches to assessing the impact of tourism on low income households in developing countries**. Journal of Sustainable Tourism, v. 20, n. 3, p. 457–475, 2012.

MITCHELL, J. **Tourism and poverty reduction: a critical perspective**. Journal of Sustainable Tourism, 2019.

MOÇAMBIQUE. Conselho Municipal da Cidade de Inhambane. **Plano estratégico do município de Inhambane 2009–2019**. Inhambane: CMCI, 2008.

MOÇAMBIQUE. Conselho de Ministros. **Plano Quinquenal do Governo: 2020–2024**. Maputo: Conselho de Ministros, 2020.

MOÇAMBIQUE. Governo de Moçambique. **Estratégia Nacional de Desenvolvimento (ENDE) 2015–2035**. Maputo: Governo de Moçambique, 2014.

MOÇAMBIQUE. Governo de Moçambique. **Estratégia Nacional de Desenvolvimento (ENDE) 2025–2044**. Maputo: Governo de Moçambique, 2025.

MOÇAMBIQUE. Conselho de Ministros. **Política Nacional de Turismo e a Estratégia da sua Implementação**. Resolução n. 14/2003, de 30 de abril de 2003. Maputo, 2003.

MOÇAMBIQUE. Governo da Província de Inhambane. **Plano Estratégico da Província de Inhambane (PEPI)**. Inhambane: Governo da Província de Inhambane, 2010.

MOSEDALE, J. **Tourism commodity chains: market entry and its effects on St Lucia**. Current Issues in Tourism, v. 9, n. 4–5, p. 436–458, 2006.

MOÇAMBIQUE. Governo da Província de Inhambane – DPCTI. **Relatório de investimentos turísticos**. Inhambane: DPCTI, 2021.

MOÇAMBIQUE. Governo da Província de Inhambane – DPCTI. **Relatório/providências internas**. Inhambane, 2024. (Fonte: Folheto Estatístico Provincial Inhambane 2025, INE – secção “Direcção Provincial de Cultura e Turismo”).

MUSSAVENGANE, R. **Understanding tourism consciousness through habitus: perspectives of ‘poor’ black South Africans**. *Critical African Studies*, v. 11, n. 3, p. 260–277, 2019.

NELSON, F. **Community rights, conservation and contested land: the politics of natural resource governance in Africa**. Earthscan, 2012.

NHANTUMBO, E. S. **Tendências de desenvolvimento do turismo e alterações na ocupação e utilização do espaço no MI**. [S. l.: s. n.], 2007.

NHANTUMBO, E. S. **Tourism development and community response: the case of the Inhambane Coastal Zone, Mozambique**. Inhambane: [S. n.], 2009.

NOWOTNY, H.; SCOTT, P.; GIBBONS, M. **Re-thinking science: knowledge and the public in an age of uncertainty**. Cambridge: Polity Press, 2001.

ODHIAMBO, N. M. **Tourism development and poverty alleviation in Sub-Saharan African countries: an empirical investigation**. *Development Studies Research*, v. 8, n. 1, p. 396–406, 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Destaques do Turismo Internacional**, edição de 2019. Madrid: OMT, 2019.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Destaques do Turismo Internacional: edição 2021**. Madrid: OMT, 2021.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Barômetro do Turismo Mundial**. Madrid: OMT, 2022.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO – OMT. **Destaques do Turismo Internacional: edição 2023**. Madrid: OMT, 2023.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO; ORGANIZAÇÃO INTERNACIONAL DO TRABALHO – OMT & OIT. **Mensuração do emprego nas indústrias do turismo: guia com boas práticas**. Madrid/Genebra: OMT/OIT, 2014.

INTERNATIONAL LABOUR ORGANIZATION – ILO. **ILO Convention No. 169 concerning indigenous and tribal peoples in independent countries 1989–2009: an overview**. *Nordic Journal of International Law*, v. 79, n. 3, p. 433–456.

OMSANI, S. R. **Pro-poor growth: what is it?** International Poverty Centre Working Paper, 2005.

PAGE, S. J.; FORER, P.; LAWTON, G. R. **Small business development and tourism**. *Tourism Management*, v. 20, n. 4, p. 435–459, 1999.

PARPA II – PROGRAMA DE ACÇÃO PARA A REDUÇÃO DA POBREZA ABSOLUTA. **PARPA II**. Maputo: Governo de Moçambique, 2006.

PEDRANA, M. **Local economic development policies and tourism: an approach to sustainability and culture**. *Regional Science Inquiry Journal*, v. 5, n. 1, p. 91–99, 2013.

HILLIMORE, J.; GOODSON, L. **Qualitative research in tourism**. UK: Routledge, 2004.

PIMENTA, H. C. D. et al. **O esgoto: a importância do tratamento e as opções tecnológicas**. In: XXII ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO, 2002, Curitiba. *Anais [...]*. Curitiba: [s. n.], 2002.

PNUD. **Presentación del Informe Regional de Desarrollo Humano 2021 del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. Atrapados: Alta desigualdad y bajo crecimiento en América Latina y el Caribe**. 2021.

PORTER, M. **Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance**. [S. l.]: Free Press, 1985.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Tempos incertos, vidas instáveis: construir o futuro num mundo em transformação: Relatório de Desenvolvimento Humano 2021/2022**. Nova Iorque: PNUD, 2022.

RAVALLION, M. **Pro-poor growth: a primer**. World Bank Policy Research Working Paper, 2004.

RHODES, R. A. W. **The new governance: governing without government**. *Political Studies*, v. 44, n. 4, p. 652–667, 1996.

ROMERO, M.; TREJADA, R. **Tourism value chains: perspectives for developing countries**. *Journal of Sustainable Tourism*, 2011.

SACHS, J. et al. **Sustainable Development in the Mediterranean. Report 2020. Transformations to achieve the Sustainable Development Goals**. [S. l.], p. 1–108, 2020.

SACKS, J. **The Money Trail: Measuring Your Impact on the Local Economy Using LM3**. London: New Economics Foundation, 2002.

SAMUELSON, P. A.; NORDHAUS, W. D. **Economics**. 19. ed. [S. l.]: McGraw-Hill, 2010.

SÁNCHEZ, E. B.; SERRANO LEYVA, B.; PÉREZ RICARDO, E. del C. **Bibliometric study of tourism destination image in Science Direct**. *Revista Interamericana de Ambiente y Turismo*, v. 16, n. 1, p. 97–105, 2020.

- SCARLAT, C.; KASIM, A. **Noteworthy characteristics of the marketing decisions in service industry of emerging economies: Cases of Romania and Malaysia.** 2007.
- SCHEYVENS, R. **Pro-poor tourism: Is there value beyond the rhetoric?** *Tourism Recreation Research*, v. 34, n. 2, p. 191–196, 2009.
- SCHILCHER, D. **Growth versus equity: The continuum of pro-poor tourism and neoliberal governance.** *Current Issues in Tourism*, v. 10, n. 2, p. 166–193, 2007.
- SCHMITZ, H.; NADVI, K. **Clustering and industrialization: Introduction.** *World Development*, v. 27, n. 9, p. 1503–1514, 2000.
- SEN, A. K. **Capability and well being.** [S. l.: s. n.], 1993.
- SEN, A. K. **Gender inequality in human development: Theories and measurement.** [S. l.: s. n.], 1995.
- SEN, A. K. **Development as freedom.** [S. l.]: Anchor Books, 2000.
- SERVIÇOS PROVINCIAIS DE ASSUNTOS SOCIAIS DE INHAMBANE – SPASI. **Relatório sobre educação e rede escolar.** Inhambane: SPASI, 2023.
- SEVILHA, F. **Territorialização e capitalização da natureza: a exploração mineral e a produção sidero-metalúrgica no pensamento político brasileiro dos anos 1920.** In: DRUMMOND, J. A. et al. (org.). *História Ambiental 3: natureza, sociedade, fronteiras.* Rio de Janeiro: [s. n.], 2020. p. 155–171.
- SINGH, S. **Do indexes assess poverty? Is tourism truly pro poor?** *Journal of Ekonomi*, v. 4, n. 1, p. 6–13, 2022.
- SHARPLEY, R.; TELFER, D. J. **The consumption of tourism.** 2002.
- SLOB, B.; WILDE-RAMSING, J. **Tourism and sustainability in Brazil: The tourism value chain in Porto de Galinhas, northeast Brazil.** SOMO, 2006.
- SOFIELD, T. H. (ed.). **Empowerment for sustainable tourism development.** Emerald Group Publishing, 2003.
- SONG, H.; LIU, J.; CHEN, G. **Tourism value chain governance review and prospects.** *Journal of Travel Research*, v. 52, p. 15–28, 2013.
- SPENCELEY, A.; MEYER, D. **Tourism and poverty reduction: theory and practice in less economically developed countries.** *Journal of Sustainable Tourism*, v. 20, n. 3, p. 297–317, 2012.
- STACCIARINI, J. H. S.; STACCIARINI, J. H. R. **Turismo x desigualdades sociais: Uma abordagem de Inhambane (Moçambique).** *Revista Eletrônica de Humanidades do Curso de Ciências Sociais da UNIFAP*, v. 13, n. 3, p. 397–412, 2020.

STEINER, C. **Tourism poverty reduction and the political economy: Egyptian perspectives on tourism's economic benefits in a semi-rentier state.** Tourism Hospitality Planning and Development, v. 3, n. 3, p. 161–177, 2006.

SUGIYARTO, G.; BLAKE, A. T.; SINCLAIR, M. T. **Economic impact of tourism and globalisation in Indonesia.** Nottingham: Christel DeHaan Tourism and Travel Research Institute, University of Nottingham, 2002.

SUMBANA, F. **Turismo em Moçambique e os desafios da integração SADC.** Maputo: Ministério do Turismo, 2008.

TELFER, D. J. **The evolution of tourism and development theory.** 2002.

TIMOTHY, D. J. **Cooperative tourism planning in a developing destination.** Journal of Sustainable Tourism, v. 6, n. 1, p. 52–68, 1998.

TOHAMY, S.; SWINSCOE, A. **The economic impact of tourism in Egypt.** [S. l.: s. n.], 2000.

TOSUN, C.; TIMOTHY, D. J. **Arguments for community participation in the tourism development process.** Journal of Tourism Studies, 2003.

TRIBE, J. **The indiscipline of tourism.** Annals of Tourism Research, v. 24, n. 3, p. 638–657, 1997.

UNICEF. **One year after Cyclone Idai, 2.5 million people in Mozambique remain in need of humanitarian assistance.** 2020. Disponível em: <https://reliefweb.int/report/mozambique/one-year-after-cyclone-idai-25-million-people-mozambique-remain-need-humanitarian>. Acesso em: 20 nov. 2025.

VAN DER ZEE, E.; GO, F. **Buiten de bubbel.** AGORA Magazine, v. 30, n. 4, p. 8–11, 2014.

WILKINSON, P. F. **Caribbean cruise tourism: delusion? Illusion?** Tourism Geographies, v. 1, n. 3, p. 261–282, 1999.

ZACARIAS, D. **Políticas públicas de desenvolvimento do turismo em Moçambique: Da panaceia à prática.** [S. l.: s. n.], 2013.

# APÊNDICES

**Bom dia/boa tarde. O/A Senhor(a) mora em Conguiana?** (Se a resposta for sim, aplique o questionário; se for não, agradeça e encerre a entrevista)

Estou realizando uma pesquisa para a Universidade Federal do Rio Grabnde do Norte (UFRN) sobre o contributo do turismo para combate a pobreza da população local em Conguiana. O tempo de duração é de 15 minutos. O/A senhor(a) aceitaria cooperar respondendo ao nosso questionário?

Nome do entrevistador: \_\_\_\_\_ Nome do Entrevistado (Facultativo) \_\_\_\_\_ Data: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_ Local de aplicação do questionário: \_\_\_\_\_

| A) DADOS PESSOAIS                                     |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 1                                                     | GÊNERO                                                                                                                                                                                                                          | 1. ( ) masculino 2. ( ) feminino                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |
| 2                                                     | IDADE                                                                                                                                                                                                                           | 1. ( ) _____ anos 2. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |  |
| 3                                                     | LOCAL ONDE MORA                                                                                                                                                                                                                 | 1. _____ 2. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |
| 4                                                     | ESCOLARIDADE                                                                                                                                                                                                                    | 1. ( ) sem escolaridade 3. ( ) básico completo 5. ( ) ensino médio completo 7. ( ) superior completo 9. ( ) não respondeu 2. ( ) básico incompleto 4. ( ) ensino médio incompleto 6. ( ) superior incompleto 8. ( ) pós graduação                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |
| 5                                                     | ALÉM DO SENHOR(A), QUANTAS PESSOAS MORAM NA SUA CASA?                                                                                                                                                                           | 1. ( ) _____ pessoas 2. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |
| 6                                                     | QUANTAS PESSOAS ESTUDAM?                                                                                                                                                                                                        | 1. ( ) _____ pessoas 2. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |
| 7                                                     | QUANTAS PESSOAS TRABALHAM?                                                                                                                                                                                                      | 1. ( ) _____ pessoas 2. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |
| 8                                                     | DAS PESSOAS QUE TRABALHAM, QUANTAS DELAS TRABALHAM EM ALGUM HOTEL, POUSADA, RESTAURANTE, BAR, LANCHONETE, BARRACA DE PRAIA, RESORT, AGÊNCIA DE TURISMO, COOPERATIVA DE TRANSPORTE, OU ALGUMA OUTRA ATIVIDADE LIGADA AO TURISMO? | ) _____ pessoas 2. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |
| 9                                                     | Qual a renda mensal "TOTAL" de sua família ao mês?                                                                                                                                                                              | 1. ( ) até 1.928,75 Mt (0 – ¼ SM) 4. ( ) de 7.715,00 Mt a 15.430,00 Mt (1 SM – 2 SM) 6. ( ) mais (+ de 5 SM)<br>2. ( ) de 1.928,75 Mt a 3.857,50 Mt (¼ SM – ½ SM) 5. ( ) de 15.430,00 Mt a 38.575,00 Mt (2 – 5 SM) 7. ( ) não respondeu<br>3. ( ) de 3.857,50 Mt a 7.715,00 Mt (½ SM – 1 SM)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| 10                                                    | Você nasceu no Bairro Conguiana?                                                                                                                                                                                                | 1. ( ) sim ( <i>pule para a questão 14</i> ) 2. ( ) não 3. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| 11                                                    | Se não, em qual cidade/distrito em que nasceu?                                                                                                                                                                                  | 1. ( ) CIDADE: _____ 2. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |
| 12                                                    | Há quanto tempo você mora na região em Conguiana?                                                                                                                                                                               | 1. ( ) até 01 ano 3. ( ) de 06 a 09 anos 5. ( ) de 16 a 20 anos 7. ( ) não respondeu/não sabe<br>2. ( ) de 02 a 05 anos 4. ( ) de 10 a 15 anos 6. ( ) 21 anos ou mais                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |
| 13                                                    | Você pertence a alguma associação ou cooperativa local?                                                                                                                                                                         | 1. ( ) sim 2. ( ) não 3. ( ) não respondeu ( <i>2 ou 3 pule para a questão 17</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |
| 14                                                    | Qual(is) associação(ões)/cooperativa(s) pertence?                                                                                                                                                                               | 1. ( ) Cooperativa _____ 2. ( ) Associação _____ 3. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |
| 15                                                    | Ocupa um lugar de destaque na sua associação ou cooperativa?                                                                                                                                                                    | 1. ( ) Sim. Qual? _____ 2. ( ) Não 3. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |
| 16                                                    | Qual ou quais dessas situações corresponde à sua? ( <i>PODE SER MAIS DE UMA RESPOSTA!</i> )                                                                                                                                     | 1. ( ) empregado em empresa privada 4. ( ) desempregado 7. ( ) servidor público<br>2. ( ) proprietário de empresa privada 5. ( ) aposentado 8. ( ) dono de casa<br>3. ( ) trabalha por conta própria (autônomo) 6. ( ) estudante 9. ( ) outra. Qual? _____                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |  |
| B) SOBRE O TURISMO E OS BENEFÍCIOS PARA OS RESIDENTES |                                                                                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| 17                                                    | Em algum momento buscou por oportunidades de emprego em Hotéis, Pousadas, Restaurantes, Bares, Agências de Turismo, Cooperativas de Transporte, ou outro segmento turístico, na região de Conguiana?                            | 1. ( ) sim 2. ( ) não 3. ( ) não respondeu ( <i>2 ou 3 pule para a questão 31</i> )                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |
| 18                                                    | Se BUSCOU, onde buscou?                                                                                                                                                                                                         | 1. ( ) em meios de hospedagem ( <i>hotel, pousada, resort, camping, etc.</i> ) 5. ( ) em agências de viagem/operadoras turísticas<br>2. ( ) em empresas de alimentação ( <i>restaurante, lanchonete, barraca de praia, pizzeria, sorveteria</i> ) 6. ( ) em empresas vendedoras de artesanato e produtos típicos<br>3. ( ) em empresas de receptivo ( <i>de passeios turísticos</i> ) 7. ( ) outro. Qual? _____<br>4. ( ) em empresas de transporte ( <i>buques, toyotas, voadeiras, táxis</i> ) 8. ( ) não respondeu                                                                                                                                            |  |
| 19                                                    | O emprego buscado foi para a realização de qual atividade?                                                                                                                                                                      | 1. ( ) gerente 7. ( ) piloto de embarcação náutica ( <i>voadeira</i> ) 13. ( ) camareiro(a)<br>2. ( ) garçon(ete) 8. ( ) agente de viagem 14. ( ) recepcionista<br>3. ( ) guia turístico 9. ( ) operador de turismo 15. ( ) auxiliar em serviços gerais (pedreiro, carpinteiro, pintor, etc.)<br>4. ( ) secretário/telefonista 10. ( ) cozinheiro/chef de cozinha 16. ( ) outro. Qual? _____<br>5. ( ) motorista de táxi 11. ( ) auxiliar administrativo-financeiro 17. ( ) não respondeu<br>6. ( ) motorista de carro tracionado ( <i>toyoteiro</i> ) 12. ( ) auxiliar de cozinha                                                                               |  |
| 20                                                    | Qual o motivo que o levou a buscar pelo emprego no turismo?                                                                                                                                                                     | 1. ( ) não quero (queria) mais trabalhar em minha atividade tradicional 6. ( ) por valorizar minha cultura/meus costumes 11. ( ) tenho (tinha) boa formação na área de turismo<br>2. ( ) os salários são (eram) altos 7. ( ) quero (queria) sair do campo (meio rural) 12. ( ) moro (morava) próximo do trabalho<br>3. ( ) as condições de trabalho são (eram) boas 8. ( ) gosto (gostava) desse tipo de atividade 13. ( ) outro. Qual? _____<br>4. ( ) os benefícios são (eram) muitos 9. ( ) um conhecido me convidou 14. ( ) não respondeu<br>5. ( ) quero (queria) me capacitar nas áreas do setor 10. ( ) sou (era) a favor do desenvolvimento da atividade |  |

Nº

**Não preencher esta coluna**

1. [ ]

2. [ ]

3. [ ]

4. [ ]

5. [ ]

6. [ ]

7. [ ]

8. [ ]

9. [ ]

10. [ ]

11. [ ]

12. [ ]

13. [ ]

14. [ ]

15. [ ]

16. [ ]

17. [ ]

18. [ ]

19. [ ]

20. [ ]

|                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                             |  |           |
|-------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------|
|                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                             |  |           |
| 21                                                    | Conseguiu o emprego?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | 1. ( ) Sim                      2. ( ) Não <i>(pule para a questão 30)</i> 3. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                             |  | 21. [   ] |
| 22                                                    | Em sua opinião, qual foi o fator que lhe PERMITIU ganhar esse emprego?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             | 1. ( ) meu nível de escolaridade                      5. ( ) minha experiência anterior com o mesmo trabalho                      9. ( ) por morar perto do local de trabalho<br>2. ( ) minha capacitação técnica para o serviço                      6. ( ) por eu (não) ter nascido aqui                      10. ( ) por participar de uma cooperativa/associação<br>3. ( ) minha idade                      7. ( ) por eu ser homem/mulher                      11. ( ) outro. Qual? _____.<br>4. ( ) minha religião                      8. ( ) por eu ter sido indicado por conhecidos                      12. ( ) não respondeu                                                                                          |                                                                                                                             |  | 22. [   ] |
| 23                                                    | Qual é (era) a renda que você tem (tinha) por mês com esse emprego?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | 1. ( ) até 1.928,75 Mt (0 – ¼ SM)                      5. ( ) de 15.430,00 Mt a 38.575,00 Mt (2 – 5 SM)<br>2. ( ) de 1.928,75 Mt a 3.857,50 Mt (¼ SM – ½ SM)                      6. ( ) mais (+ de 5 SM)<br>3. ( ) de 3.857,50 Mt a 7.715,00 Mt (½ SM – 1 SM)                      7. ( ) não respondeu<br>4. ( ) de 7.715,00 Mt a 15.430,00 Mt (1 SM – 2 SM)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                             |  | 23. [   ] |
| 24                                                    | Nesse emprego, você exerce (exercia) uma atividade que já era exercida por alguém da sua família?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1. ( ) sim                      2. ( ) não                      3. ( ) não respondeu                                        |  | 24. [   ] |
| 25                                                    | Você está (estava) satisfeito com o trabalho que realiza (realizava)?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1. ( ) sim                      2. ( ) não <i>(pule para a questão 29)</i> 3. ( ) não respondeu                             |  | 25. [   ] |
| 26                                                    | Por que está (estava) satisfeito?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1. ( ) a renda que consigo (consegui) é (era) alta                      8. ( ) consigo (consegui) me qualificar/capacitar<br>2. ( ) abandonei minha atividade tradicional                      9. ( ) ganho (ganhei) experiência/aprendo (aprendi) bastante<br>3. ( ) as condições de trabalho são (eram) boas                      10. ( ) não estou (estava) mais desempregado<br>4. ( ) os benefícios são (eram) muitos                      11. ( ) conheço (conheci) outras pessoas<br>5. ( ) sou (era) mais valorizado                      12. ( ) outro. Qual? _____.<br>6. ( ) consegui sair do campo (meio rural)                      13. ( ) não respondeu<br>7. ( ) gosto (gostava) de trabalhar com essa atividade |                                                                                                                             |  | 26. [   ] |
| 27                                                    | Por que “NÃO” está (estava) satisfeito?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 1. ( ) a renda que consigo (consegui) é (era) baixa                      8. ( ) não consigo (consegui) me qualificar/capacitar<br>2. ( ) quero voltar para minha atividade tradicional                      9. ( ) não ganho (ganhei) experiência/aprendo (aprendi) bastante<br>3. ( ) as condições de trabalho são (eram) ruins                      10. ( ) não confio (confiava) nas pessoas/chefe<br>4. ( ) os benefícios são (eram) poucos                      11. ( ) outro. Qual? _____.<br>5. ( ) não sou (era) valorizado                      12. ( ) não respondeu<br>6. ( ) quero voltar para o campo (meio rural)<br>7. ( ) não gosto (gostava) de trabalhar com essa atividade                                    |                                                                                                                             |  | 27. [   ] |
| 28                                                    | NÃO CONSEGUIU?<br>Em sua opinião, qual foi o fator que lhe IMPEDIU de ganhar esse emprego?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 1. ( ) minha pouca escolaridade                      7. ( ) por eu seu homem/mulher<br>2. ( ) minha pouca capacitação técnica para o serviço                      8. ( ) por eu não ter sido indicado por conhecidos<br>3. ( ) minha idade                      9. ( ) por morar longe do local de trabalho<br>4. ( ) minha religião                      10. ( ) por não participar de nenhuma cooperativa/associação<br>5. ( ) minha falta de experiência anterior com o mesmo trabalho                      11. ( ) outro. Qual? _____.<br>6. ( ) por eu (não) ter nascido aqui                      12. ( ) não respondeu                                                                                                    |                                                                                                                             |  | 28. [   ] |
| 29                                                    | NÃO BUSCOU? Qual o motivo que o levou a “NÃO” procurar emprego no setor de turismo?<br>1. ( ) não quero (queria) abandonar minha atividade tradicional                      6. ( ) não quero (queria) sair do campo (meio rural)                      11. ( ) não tenho conhecidos que possam me ajudar<br>2. ( ) os salários são (eram) baixos                      7. ( ) não gosto (gostava) desse tipo de atividade                      12. ( ) não tenho (tinha) estudo suficiente<br>3. ( ) as condições de trabalho são (eram) ruins                      8. ( ) não há vagas para pessoas sem qualificação/capacitação 9. ( ) não há                      13. ( ) moro (morava) muito longe do trabalho<br>4. ( ) os benefícios são (eram) poucos                      vagas para pessoas sem experiência                      14. ( ) outro. Qual? _____.<br>5. ( ) por não valorizar minha cultura/meus costumes                      10. ( ) não sou (era) a favor do desenvolvimento da atividade                      15. ( ) não respondeu/não sabe |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                             |  | 29. [   ] |
| 30                                                    | Qual sua opinião sobre a atividade turística na Praia da Barra? O turismo é:                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1. ( ) excelente    2. ( ) bom    3. ( ) regular    4. ( ) ruim    5. ( ) péssimo    6. ( ) não respondeu                   |  | 30. [   ] |
| 31                                                    | Já participou de algum curso para trabalhar em hotéis, pousadas, restaurantes, bares, agências de turismo, ou outro estabelecimento do setor turístico?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1. ( ) Sim                      2. ( ) Não                      3. ( ) não respondeu <i>(2 ou 3 pule para a questão 35)</i> |  | 31. [   ] |
| 32                                                    | Cursos de quê?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 1. ( ) Curso de _____                      2. ( ) Curso de _____                      3. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                             |  | 32. [   ] |
| 33                                                    | Você realiza (realizava) algum outro trabalho que lhe ajuda (ajudava) na renda familiar?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | 1. ( ) sim                      2. ( ) não                      3. ( ) não respondeu <i>(2 ou 3 encerre o questionário)</i> |  | 33. [   ] |
| 34                                                    | REALIZA? Qual(quais) trabalho(s)? E quanto ganha (ganhava) por ele(s), ao mês?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | 1. ( ) Trabalho: _____ Mt                      2. ( ) Trabalho: _____ Mt                      3. ( ) não respondeu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                             |  | 34. [   ] |
| QUESTÕES PARA AUTÔNOMOS (TRABALHAM POR CONTA PRÓPRIA) |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                             |  |           |
| 35                                                    | Para quem você vende seus produtos ou oferece seus serviços?                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 1. ( ) para meios de hospedagem (hotel, pousada, resort etc.)                      6. ( ) para operadoras turísticas<br>2. ( ) para empresas de alimentação turística                      7. ( ) para empresas vendedoras de artesanato e produtos típicos<br>3. ( ) para empresas de passeios turísticos                      8. ( ) diretamente para turistas<br>4. ( ) para empresas de transporte turístico (serviços e locação de veículos como toyotas, voadadeiras e táxis)                      9. ( ) outro. Qual? _____.<br>5. ( ) para agências de viagem                      10. ( ) não respondeu                                                                                                                 |                                                                                                                             |  |           |

**APÊNDICE - B**

**QUESTIONÁRIO PARA GESTORES DE ESTABELECIMENTOS TURÍSTICOS DA PRAIA DA BARRA**

Nome do entrevistado (FACULTATIVO): \_\_\_\_\_

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|------------------------------|---------|----------------------------|---------|-----------|
| <b>1. NOME DO ESTABELECIMENTO:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| <b>2. PERFIL DO ESTABELECIMENTO:</b><br><div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 48%;"> 1. ( ) Meio de Hospedagem (Hotel, Pousada, <i>Resort</i>, Camping )<br/> 2. ( ) Alimentação (Restaurante, Lanchonete, Pizzaria, Sorveteria)<br/> 3. ( ) Empresa de Transporte Turístico (toyotas, voadeiras e táxis)<br/> 4. ( ) Empresa de Receptivo (passeios turísticos) </div> <div style="width: 48%;"> 5. ( ) Agência de Viagem<br/> 6. ( ) Operadora de Turismo<br/> 7. ( ) Empresa vendedora de artesanato e produtos típicos<br/> 8. ( ) Outro. Qual? _____ </div> </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| <b>3. NÚMERO DE FUNCIONÁRIOS:</b> 1. ( ) _____ funcionários. 2. ( ) Não respondeu/Não sabe.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| <b>4. IDADE:</b> _____ anos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |  | <b>5. GÊNERO:</b> 1. ( ) M 2. ( ) F                                                                                                                                                                                                                       |         | <b>6. NATURAL DE:</b> _____. |         |                            |         |           |
| <b>7. ESCOLARIDADE:</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  | 1. ( ) sem escolaridade<br>2. ( ) básico incompleto<br>3. ( ) básico completo<br>4. ( ) ensino médio incompleto<br>5. ( ) ensino médio completo<br>6. ( ) superior incompleto<br>7. ( ) superior completo<br>8. ( ) pós-graduação<br>9. ( ) não respondeu |         |                              |         |                            |         |           |
| <b>8. QUAL A FUNÇÃO DO ENTREVISTADO NO ESTABELECIMENTO?</b><br>1. ( ) Proprietário 2. ( ) Gerente 3. ( ) Responsável pelo setor de RH 4. ( ) Outro. Qual? _____.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| <b>9. O ENTREVISTADO POSSUI ALGUM OUTRO TRABALHO? ALGUM OUTRO NEGÓCIO?</b><br>1. ( ) Sim. Qual? _____. 2. ( ) Não.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| <b>10. PRODUTOS: DE ONDE VÊM OS PRODUTOS CONSUMIDOS PELO ESTABELECIMENTO?</b><br><div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 24%;"> (a) PESCADOS<br/> (b) CARNES<br/> (c) FRUTAS<br/> (d) VERDURAS/LEGUMES<br/> (e) PEÇAS DE ARTESANATO </div> <div style="width: 24%;"> 1. ( ) De produtores locais<br/> 2. ( ) De produtores locais<br/> 3. ( ) De produtores locais<br/> 4. ( ) De produtores locais<br/> 5. ( ) De produtores locais </div> <div style="width: 24%;"> 1. ( ) De produtores locais<br/> 2. ( ) De produtores locais<br/> 3. ( ) De produtores locais<br/> 4. ( ) De produtores locais<br/> 5. ( ) De produtores locais </div> <div style="width: 24%;"> 1. ( ) De produtores locais<br/> 2. ( ) De produtores locais<br/> 3. ( ) De produtores locais<br/> 4. ( ) De produtores locais<br/> 5. ( ) De produtores locais </div> <div style="width: 24%;"> 1. ( ) De produtores locais<br/> 2. ( ) De produtores locais<br/> 3. ( ) De produtores locais<br/> 4. ( ) De produtores locais<br/> 5. ( ) De produtores locais </div> <div style="width: 24%;"> 1. ( ) De produtores locais<br/> 2. ( ) De produtores locais<br/> 3. ( ) De produtores locais<br/> 4. ( ) De produtores locais<br/> 5. ( ) De produtores locais </div> </div> |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| <b>11. DÊ UMA NOTA DE 0 A 9 PARA A IMPORTÂNCIA DOS ITENS ABAIXO NA COMPRA DE PRODUTOS OU SERVIÇOS.</b> (Sendo “0” sem importância, “5” importante e “9” indispensável)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 1. Ser um fornecedor licenciado com quitação tributária em dia                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         | NOTA ( )                     |         | NA ( )                     |         |           |
| 2. Ter flexibilidade quanto ao prazo de pagamento                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         | NOTA ( )                     |         | NA ( )                     |         |           |
| 3. Vender o produto já processado e pronto para consumo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         | NOTA ( )                     |         | NA ( )                     |         |           |
| 4. Disponibilidade de entrega                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         | NOTA ( )                     |         | NA ( )                     |         |           |
| 5. Garantia da entrega do produto/serviço                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         | NOTA ( )                     |         | NA ( )                     |         |           |
| 6. Capacitação Técnica e Gerencial dos fornecedores                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         | NOTA ( )                     |         | NA ( )                     |         |           |
| 7. Possuir um produto com selo de qualidade (INNOQ)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         | NOTA ( )                     |         | NA ( )                     |         |           |
| 8. Suficiência (produtiva/logística) para atender a necessidade                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         | NOTA ( )                     |         | NA ( )                     |         |           |
| 9. Ser uma Cooperativa/Associação                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         | NOTA ( )                     |         | NA ( )                     |         |           |
| 10. Outro. Qual? _____.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         | NOTA ( )                     |         | NA ( )                     |         |           |
| <b>12. SERVIÇOS: QUEM REALIZA OS SERVIÇOS PRESTADOS PARA O ESTABELECIMENTO? (PODE SER MAIS DE UMA RESPOSTA)</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| <b>CARGOS</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  | <b>MORADOR</b>                                                                                                                                                                                                                                            |         | <b>EMPRESA</b>               |         | <b>COOPERAT./ASSOCIAÇ.</b> |         | <b>NA</b> |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  | Local                                                                                                                                                                                                                                                     | De fora | Local                        | De fora | Local                      | De fora |           |
| 12.a. Responsável pela entrega de produtos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.b. Guias de Turismo                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.c. Responsável pelo transporte para passeios                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.d. Responsável pelos transportes intermunicipais                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.e. Responsável por Eventos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.f. Instrutor em esportes de aventura                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.g. Camareiras                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.h. Garçon(ete)s                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.i. Chef de Cozinha/Cozinheiras                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.j. Gerente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.k. Secretário(a)/Telefonista                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.l. Auxiliar Adm-Financeiro/Contabilista                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.m. Recepcionista                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.n. Segurança                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.o. Auxiliar de cozinha                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.p. Outro(s) serviço(s) (a indicar)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| 12.q. Outro(s) serviço(s) (a indicar)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| <b>13. DÊ UMA NOTA DE 0 A 9 PARA A IMPORTÂNCIA DOS ITENS ABAIXO NO MOMENTO DE CONTRATAR UMA PESSOA?</b><br>(Sendo “0” sem importância, “5” importante e “9” indispensável)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |                                                                                                                                                                                                                                                           |         |                              |         |                            |         |           |
| a. bom nível de escolaridade                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  | NOTA ( )                                                                                                                                                                                                                                                  |         | NA ( )                       |         |                            |         |           |
| b. boa capacitação técnica para o serviço                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  | NOTA ( )                                                                                                                                                                                                                                                  |         | NA ( )                       |         |                            |         |           |
| c. ser indicado por conhecidos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |  | NOTA ( )                                                                                                                                                                                                                                                  |         | NA ( )                       |         |                            |         |           |
| d. idade adequada                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  | NOTA ( )                                                                                                                                                                                                                                                  |         | NA ( )                       |         |                            |         |           |

|                                 |
|---------------------------------|
| Nº                              |
| <i>Não preencha Esta coluna</i> |
| 1. [ ]                          |
| 2. [ ]                          |
| 3. [ ]                          |
| 4. [ ]                          |
| 5. [ ]                          |
| 6. [ ]                          |
| 7. [ ]                          |
| 8. [ ]                          |
| 9. [ ]                          |
| 10.a.[ ]                        |
| 10.b.[ ]                        |
| 10.c.[ ]                        |
| 10.d.[ ]                        |
| 10.e.[ ]                        |
| 11.1.[ ]                        |
| 11.2.[ ]                        |
| 11.3.[ ]                        |
| 11.4.[ ]                        |
| 11.5.[ ]                        |
| 11.6.[ ]                        |
| 11.7.[ ]                        |
| 11.8.[ ]                        |
| 11.9.[ ]                        |
| 11.10.[ ]                       |
| 12.a.[ ]                        |
| 12.b.[ ]                        |
| 12.c.[ ]                        |
| 12.d.[ ]                        |
| 12.e.[ ]                        |
| 12.f.[ ]                        |
| 12.g.[ ]                        |
| 12.h.[ ]                        |
| 12.i.[ ]                        |
| 12.j.[ ]                        |
| 12.k.[ ]                        |
| 12.l.[ ]                        |
| 12.m.[ ]                        |
| 12.n.[ ]                        |
| 12.o.[ ]                        |
| 12.p.[ ]                        |
| 12.q.[ ]                        |

|                                                  |          |        |
|--------------------------------------------------|----------|--------|
| e. ser do sexo (masculino/feminino)              | NOTA ( ) | NA ( ) |
| f. ter experiência anterior com o mesmo trabalho | NOTA ( ) | NA ( ) |
| g. morar próximo do local de trabalho            | NOTA ( ) | NA ( ) |
| h. bom conhecimento sobre o setor de turismo     | NOTA ( ) | NA ( ) |
| i. participar de alguma cooperativa/associação   | NOTA ( ) | NA ( ) |
| j. ser de determinada religião                   | NOTA ( ) | NA ( ) |
| k. ser nativo / local                            | NOTA ( ) | NA ( ) |
| l. Outro. Qual? _____.                           | NOTA ( ) | NA ( ) |

14. DE ONDE SÃO OS FUNCIONÁRIOS CONTRATADOS PELO ESTABELECIMENTO? DO PRÓPRIO MUNICÍPIO OU DE FORA?  
1. ( ) 100% de fora  
2. ( ) 75% de fora e 25% do próprio município  
3. ( ) 50% de fora e 50% do próprio município  
4. ( ) 25% de fora e 75% do próprio município  
5. ( ) 100% do próprio município

15. QUANDO PRECISAM DE UM NOVO FUNCIONÁRIO PARA O ESTABELECIMENTO, O QUE FAZEM?  
1. ( ) Divulgam internamente para que os funcionários indiquem conhecidos  
2. ( ) Divulgam para agências de emprego especializadas  
3. ( ) Divulgam pela cidade (rádio, carro de som, etc.)  
4. ( ) Divulgam pela internet  
5. ( ) Recebem currículos durante o ano  
6. ( ) Outra forma. Qual? \_\_\_\_\_.

16. DO MONTANTE DAS RECEITAS ARRECADADAS PELO ESTABELECIMENTO, QUAL A PERCENTAGEM DE DISTRIBUIÇÃO POR CADA FINALIDADE?  
1. ( ) % para poupança  
2. ( ) % para insumos  
3. ( ) % para pagamentos de RH  
4. ( ) % para manutenção de equipamentos e/ou instalações  
5. ( ) % para serviços terceirizados  
6. ( ) % para Outra finalidade. Qual? \_\_\_\_\_.

17. DO MONTANTE DAS RECEITAS ARRECADADAS PELO ESTABELECIMENTO:  
a. Qual a percentagem que é utilizada dentro da comunidade? R: \_\_\_\_\_  
b. Qual a percentagem que é gasta fora da comunidade? R: \_\_\_\_\_

18. O CAPITAL DO INVESTIMENTO PARA O NEGÓCIO É DE ORIGEM:  
a. ( ) Nacional  
b. ( ) Estrangeira (De que país? R: \_\_\_\_\_)  
c. ( ) Mista (nacional e estrangeira).

19. NO GERAL EM TERMOS PERCENTUAIS, QUANTOS TRABALHADORES DO SEU ESTABELECIMENTO SÃO DA COMUNIDADE?  
R: \_\_\_\_\_

13.a.[ ]  
13.b.[ ]  
13.c.[ ]  
13.d.[ ]  
13.e.[ ]  
13.f.[ ]  
13.g.[ ]  
13.h.[ ]  
13.i.[ ]  
13.j.[ ]  
13.k.[ ]  
13.l.[ ]

14. [ ]

15. [ ]

16.1 [ ]  
16.2 [ ]  
16.3 [ ]  
16.4 [ ]  
16.5 [ ]  
16.6 [ ]

17.a [ ]  
17.b [ ]

18.a [ ]  
18.b [ ]  
18.c [ ]

19. [ ]

## APÊNDICE - C

### LISTA DE EMPRESAS ABORDADAS NO ESTUDO

| N/<br>O | Nome<br>da<br>Empresa           | Área de actividade    |
|---------|---------------------------------|-----------------------|
| 01      | Palm<br>Grove<br>Lodge;         | Restaurante e Bar     |
| 02      |                                 | Acomodação            |
| 03      | Sentidos<br>Beach<br>Retreat    | Restaurante e Bar     |
| 04      |                                 | Acomodação            |
| 05      | Farol da<br>Barra<br>Lodge      | Restaurante e Bar     |
| 06      |                                 | Acomodação            |
| 07      | Neptune<br>s Beach<br>Lodge     | Restaurante e Bar     |
| 08      |                                 | Acomodação            |
| 09      | Makolo<br>Bay Lodge             | Restaurante e Bar     |
| 10      |                                 | Acomodação            |
| 11      | Areia<br>Branca<br>Lodge        | Restaurante e Bar     |
| 12      |                                 | Acomodação            |
| 13      | Eclectic<br>Beach<br>Retreat    | Restaurante e Bar     |
| 14      |                                 | Acomodação            |
| 15      | Catamar<br>ã-1<br>“Alegria”     | Passeios e snorkeling |
| 16      | Catamar<br>ã-2 “Jó”             | Passeios e snorkeling |
| 17      | “Aquah<br>olic” Scuba<br>Diving | Mergulho autónomo     |
| 18      | Barra<br>Reef Beach<br>Lodge*   | Restaurante e Bar     |
| 19      |                                 | Acomodação            |
| 20      |                                 | Atividades Aquáticas  |
| 21      | Barra<br>Beach<br>Club*         | Restaurante e Bar     |
| 22      |                                 | Acomodação            |
| 23      | Green<br>Turtle*                | Restaurante e Bar     |

**\*Nota:** Estes estabelecimentos estiveram indisponíveis durante o trabalho de campo. Os proprietários estavam ausentes, as portas encerradas e os guardas não puderam colaborar fornecendo dados.