



Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

**ESTRATÉGIAS ADOPTADAS PELOS EMPREENDIMENTOS
TURÍSTICOS DA PRAIA DE TOFO PARA MITIGAÇÃO
DASAZONALIDADE**

Quência Maria Nhambe

Inhambane, 2019

Quência Maria Nhambe

**Estratégias Adoptadas Pelos Empreendimentos Turísticos da Praia de Tofo Para
Mitigação Da Sazonalidade**

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

Supervisora: MSc. Felicidade da JulianaChicico

Inhambane, 2019

Declaração

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

Assinatura

(Quência Maria Nhambe)

Data: ____/____/____

Quência Maria Nhambe

**Estratégias Adoptadas Pelos Empreendimentos Turísticos da Praia de Tofo Para
Mitigação Da Sazonalidade**

Monografia avaliada como requisito parcial para a obtenção do grau de Licenciatura em Gestão de Mercados Turísticos pela Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane – ESHTI.

Inhambane, ____/____/2019

Categoria, Grau e Nome completo do Presidente

Rubrica

Categoria, Grau e Nome completo do Supervisor

Rubrica

Categoria, Grau e Nome completo do ArguenteRubrica

Dedicatória

Dedico este trabalho aos meus pais Joaquim Simão Nhambe e Paulina Francisco Simbe e meus irmãos Stelio Barros, Dercia Joaquim, Fausia Isabel, e Mozer Joaquim pelo amor, suporte, e pela capacidade de acreditar e investir em mim e por não terem medido esforços para que eu terminasse essa etapa da minha vida.

Agradecimentos

Agradeço a todos docentes, CTA, corpo de Direcção que pelo seu trabalho conjunto cooperaram para a materialização desse desafio e por terem tornado realidade esta licenciatura em especial a dra. Felicidade Chicico, Dr. Pelágio Maxilhaieie e Dr. Daniel Augusta.

A minha família especialmente meus pais Joaquim Simão Nhambe e Paulina Francisco Simbe, meus irmãos Stelio Barros, Dercia Joaquim, Fausia Isabel e Mozer Joaquim pelo suporte e financiamento das minhas actividades e pelo apoio moral durante o processo de formação o meu cunhado Fábio cadavez pelo apoio moral.

Igualmente ao dr Spínola pelo apoio e ajuda na materialização desse presente trabalho.

E por fim aos meus amigos Vera, Alberto, Maida, Shelza, Resside, Argentina, Evelina e Lourenço pelo suporte que me deram durante a minha licenciatura e por terem acreditado em mim.

A todos que directa ou indirectamente percorreram comigo nesta caminhada meu muito obrigada.

RESUMO

Esta monografia com o tema Estratégias Adoptadas pelos Empreendimentos Turísticos da Praia de Tofo Para a Mitigação da Sazonalidade, tem como objectivo analisar as estratégias adoptadas para a mitigação dos impactos da sazonalidade. Para o efeito, os procedimentos metodológicos adoptados resume-se em pesquisa bibliográfica, recolha de dados no campo através de entrevista dirigida aos gestores dos empreendimentos e técnicos da DPCULTURI e do CMCI como forma de aferir as acções levadas a cabo por eles para fazer frente a problemática da sazonalidade. Os resultados mostram que constituem épocas de pico os meses de Abril, Julho, Agosto, Outubro, Novembro até a primeira quinzena de Janeiro e época baixa os meses de Fevereiro, Março, Maio e Junho. Sendo os impactos negativos identificados, na época baixa de turismo, a redução de ganhos nos empreendimentos turísticos; diminuição de trabalhadores devido a falta de tarefas e incapacidade financeira para a remuneração; diminuição das receitas para o Estado e também verificou-se impactos positivos como Revitalização ambiental e cultural; requalificação da praia. Como forma de minimizar os impactos negativos os empreendimentos turísticos adoptam estratégias de preços promocionais; publicidade nas *midias* e redes sociais, criação das páginas oficiais na *Web*, *Marketing* boca-a-boca, implementação de estratégias de *marketing* para atracção de clientes; implementação das políticas de intermediação e serviços terciarizados. E na época alta tem-se verificado acções para o bom acolhimento do turista (campanha de boas vindas, bom servir e formação e capacitação de todos os profissionais da área de turismo), como forma do turista se sentir bem acolhido e sempre querer voltar ao destino. Concluiu-se que, há necessidade de aprimoramento das estratégias de *marketing* distintas para as diferentes épocas e também, que a chave para o desenvolvimento sustentável desta praia, está na gestão da sazonalidade com envolvimento do governo, sector privado e a comunidade local.

Palavras-chave: Sazonalidade, Turismo, Empreendimentos Turísticos, Praia de Tofo.

Listas de Siglas e Abreviaturas

CMCI – Conselho Municipal da Cidade de Inhambane

DPCULTURI – Direcção Provincial da Cultura e Turismo de Inhambane

ESHTI – Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

UEM – Universidade Eduardo Mondlane

Lista de Figuras

Figura 1 – Movimento turístico no Município de Inhambane.....20

Lista de Quadros

Quadro 1 – Factores que causam a sazonalidade nos destinos turísticos.....11

Quadro 2 – Estratégias para a mitigação da sazonalidade turística.....14

Quadro 3 – Factores da Sazonalidade Turística na Praia de Tofo.....21

Quadro 4 – Impactos da sazonalidade turística na época de pico no Tofo.....23

Quadro 5 – Impactos positivos e negativos da sazonalidade turística na época baixa na praia de Tofo23

ÍNDICEGERAL

<i>Folha de Rosto</i>	<i>i</i>
<i>Declaração</i>	<i>ii</i>
<i>Folha de Avaliação</i>	<i>iii</i>
<i>Dedicatória</i>	<i>iv</i>
<i>Agradecimentos</i>	<i>v</i>
<i>RESUMO</i>	<i>vi</i>
<i>Listas de Siglas e Abreviaturas</i>	<i>vii</i>
<i>Lista de Quadros</i>	<i>vii</i>
CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO	1
1.1. Enquadramento Geral	1
1.2. Problema.....	2
1.3. Hipóteses	3
1.4. Justificativa.....	3
1.5. Objectivos.....	5
1.6. Metodologia.....	5
1.6.1. Classificação da Pesquisa	6
1.6.2. Fases da pesquisa.....	6
CAPÍTULO II-FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	9
2.1. Conceitos Básicos.....	9
2.2. Factores que Causam a Sazonalidade nos Destinos Turísticos	10
2.3. Impactos da Sazonalidade nos Destinos Turísticos.....	11
2.4. Estratégias Para a Mitigação da Sazonalidade nos Destinos Turísticos.....	12
CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	15
3.1. Delimitação da Área de Estudo	15
3.2. Breve Historial da Praia de Tofo	16
3.3. Actores de Turismo na Praia de Tofo.....	17
3.4. Actividades Turísticas realizadas na praia de Tofo	18
3.5. Factores da Sazonalidade Turística Nos Empreendimentos Turísticos na Praia de Tofo .	19
3.6. Impactos da Sazonalidade Turística Nos Empreendimentos Turístico na Praia de Tofo..	21
3.6.1. Impactos da sazonalidade nos empreendimentos turísticos do Tofo na época de pico..	21
3.6.2. Impactos da sazonalidade nos empreendimentos turísticos do Tofo na época baixa.....	22

3.7.Estratégias Adoptadas Pelos Empreendimentos Turísticos Para Mitigação da Sazonalidade Turística.....	24
3.7.1. Instituições públicas	24
3.7.2. Empreendimentos turísticos	26
Aplicação de preços promocionais – Na época baixa, são aplicados preços promocionais para captar os turistas e ter retorno do investimento.	26
3.7.2. Comunidade local	26
A comunidade local participa na organização de actividades culturais organizados pelo governo, faz a redução de preços dos produtos locais na época baixa de turismo.....	26
CAPÍTULO IV – CONCLUSÃO	28
3.1.Considerações Finais	28
3.2.Recomendações	29
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	30
<i>Apêndices</i>	35

CAPÍTULO I – INTRODUÇÃO

1.1. Enquadramento Geral

De acordo com Mota (2001), a ocorrência da sazonalidade turística produz consequências em diversos níveis: gera desemprego, encerramento de microempresas, queda na facturação de empresas turísticas, alteração no sistema de gestão, compromete a qualidade no atendimento, modifica a política promocional do produto turístico, altera preços, exige maior flexibilidade administrativa, dentre outras.

Para Ferreira (2005), a sazonalidade ocasiona impactos no turismo, principalmente, no ramo hoteleiro que faz parte do conhecido *trade* turístico, diferente de outras actividades que fora de temporada (ou baixa temporada) conseguem se manter mais facilmente com a demanda local, na hotelaria a redução da facturação acaba influenciando a diminuição da equipe de colaboradores, nas diferenças salariais e em alguns casos acarreta o fechamento da própria empresa. O mesmo autor, defende que quando ocorre a baixa temporada, existe a necessidade dos hoteleiros, bem como de todos os segmentos atrelados a actividade turística, buscar atrair para a localidade onde estão inseridos, outras actividades que venham a substituir os fluxos de demanda de turistas, normalmente espontâneos, encontrados na alta temporada.

O Turismo no Município de Inhambane é uma actividade que promove o conhecimento, divulgação do destino, utilização das potencialidades turísticas e intercâmbio cultural entre os visitantes e a comunidade local. Verifica-se ao longo da zona costeira a existência de praias como: Barra, Rocha, Tofo e Tofinho, em que se pratica varias actividades de lazer. A praia de Tofo, área de estudo desta pesquisa caracteriza-se como uma praia de águas cristalinas e biodiversidade marinha (tubarões, baleias, lagostas, raia-manta, camarão, caranguejo e peixe de pequena porte) areias lindas, dunas espectaculares, produtos artesanais maravilhosos e diversificados, locais históricos, população local com sua cultura excepcional, facilidade de acesso por estradas que se encontram em boas condições de transitabilidade e oferta de produtos ou serviços a preços mais baixos comparado com as outras praias a nível do município, facto que a configura como a praia mais visitada ao longo do ano.

Contudo, na praia de Tofo as épocas de menor procura turística, ocasionam uma elevada redução no consumo de produtos e serviços dos empreendimentos turísticos e, afecta

inclusivamente aos produtores locais, artesãos e residentes que sobrevivem na base do turismo. Neste Contexto, o fenómeno da sazonalidade constitui uma preocupação e suscita interesse para os estudos teóricos e empíricos para perceber as reais causas e estratégias a tomar em conta.

Assim, o objectivo desse trabalho é analisar as estratégias adoptadas pelos empreendimentos turísticos que operam nesta praia para a mitigação dos impactos negativos causados pela sazonalidade turística. Para a operacionalização da pesquisa, foram definidos objectivos específicos como: identificar os factores que condicionam a sazonalidade de turismo nos empreendimentos turísticos na praia de Tofo; Identificar os impactos da sazonalidade de turismo nos empreendimentos turístico na praia de Tofo; e articular as acções levadas a cabo no contexto do turismo para mitigação da sazonalidade de turismo.

O trabalho está dividido em 4 capítulos, sendo: (I) Introdução, onde fez-se a apresentação geral do trabalho, integrando os objectivos, a justificativa que explica o porquê da escolha do tema, a relevância e benefícios que tem na academia e na sociedade, seguido de metodologia, que mostra claramente todos os passos seguidos para a elaboração do presente trabalho; (II) Revisão Bibliográfica, que apresenta o quadro teórico tendo em conta os objectivos propostos; (III) Apresentação e Discussão de Resultados, que contém análise e discussão dos resultados preliminares do presente trabalho; (IV) Conclusão, as considerações finais e recomendações.

1.2. Problema

De acordo com Plano Estratégico do Município de Inhambane (PEMI, 2009-2019) a praia de Tofo é um dos maiores destinos turísticos, com características únicas (águas cristalinas, baleia, raia-manta, tubarão, lagosta, camarão, mangais, dunas) e uma paisagem excepcional associada de variedade de produtos (instalações de serviços de animação, alojamento, restauração e bebidas, serviços de lazer, gastronomia típica, cultura e tradição local).

Porém, os destinos localizados em áreas litorâneas, que possuem o turismo de sol e praia como principal produto turístico, sofrem de maneira elevada as consequências negativas proporcionadas pela sazonalidade (MARTINS, 2003). O que também se verifica na área de estudo e isto gera alguns efeitos negativos que põem em causa as actividades e a produtividade turística como: redução da mão-de-obra laboral, redução do fluxo turístico, interrupção temporária de actividades em alguns empreendimentos, prejuízo no retorno do investimento e excesso da capacidade de carga que dificulta a gestão dos produtos e danos.

Sendo assim, os impactos provocados pela sazonalidade afectam distintas áreas de um destino (onde a diferença de público entre épocas do ano pode motivar o encerramento de actividades de empresas e comércios locais, afectando assim, não apenas os níveis sociais (como variedade de promoção e renda) e oportunidades de novas fontes de geração de renda, não apenas relacionado ao número de empregos ofertados, mas também, relacionado a baixa motivação de novos empreendedores locais, os quais temem sua não sustentação no mercado (PEGG, PATTERSON e GARIDDO, 2012).

Assim, julga-se pertinente desenvolver o presente estudo com a seguinte questão de pesquisa:

Quais são as estratégias adoptadas pelos empreendimentos turísticos para a mitigação da sazonalidade?

1.3. Hipóteses

H₁: As estratégias adoptadas pelos empreendimentos turísticos na praia de Tofo para mitigação da sazonalidade turística em épocas baixas são: planeamento financeiro, ofertas de descontos, encerramento de serviços não usados, promoção de eventos pelas empresas privadas e criação de parcerias de negócio com as comunidades locais para maximização da experiência proporcionada ao cliente.

H₂: Os Empreendimentos turísticos na praia de Tofo não adoptam estratégias para mitigação da sazonalidade turística, tais como: planeamento financeiro, ofertas de descontos, encerramento de serviços não usados, promoção de eventos pelas empresas privadas e criação de parcerias com as comunidades locais para maximização da experiência proporcionada ao cliente.

1.4. Justificativa

De acordo com Pimentel (2008), a sazonalidade no turismo, é um tema de extrema importância discutido por vários autores que procuram analisar e compreender as reais causas e as soluções que devem ser tomadas para garantir a gestão estratégica dos destinos turísticos. Segundo Almeida e Kastenzholz (s.d.), as estratégias da mitigação da sazonalidade permitem avaliar a existência de motivações de visita, o consumo diferenciado em cada época, a percepção das causas ou constrangimentos da visita em determinadas alturas do ano, que podem resultar na formação dos desequilíbrios nas épocas do ano num destino.

Entretanto, Martins (2010) afirma que, é imprescindível conhecer as estratégias da mitigação da sazonalidade nos empreendimentos turísticos, visto que, esses são actores de turismo que promovem serviços com propósitos lucrativos e são agentes flexíveis na difusão da imagem de destino. Portanto, as suas estratégias podem facilitar significativamente na obtenção de vantagem competitiva, além de possibilitarem a redução dos efeitos negativos relacionados com as dificuldades de gestão dos quartos, espaços de recreação e animação, interrupção temporária de actividades especulação de preços de produtos de restauração e bebidas.

Segundo PEPI (2014-2020), o Município de Inhambane, identifica-se pelas suas características peculiares por se destacar como uma das cidades mais antiga do país que acolheu a chegada dos primeiros portugueses, que deram o nome de “*Terra de Boa Gente*”. É rico em atractivos turísticos naturais como o pomar de coqueiro, águas do lanho e praias nomeadamente: praia de Tofo, Tofinho, Barra, Rocha e Baía de Inhambane. Também, podem ser apreciados os atractivos turísticos culturais: Produtos artesanais feitos de coqueiro (ex: cestos, cofres de madeira) outros *souvenirs* tirados do mar (porcelanas e colares), edifícios antigos, a população humilde, gastronomia típica (*matapa, tapioca e bolo de sura*) além dos monumentos histórico-culturais. Esses atractivos projectam uma imagem fascinante aos turistas como destino preferencial.

Durante os 4 anos como residente em Inhambane e com visitas efectuadas à esta praia, a pesquisadora percebeu um desequilíbrio nas épocas do ano em que, esta praia tem tido época de baixo fluxo turístico e noutra com maior fluxo, ocorrendo vários efeitos negativos da sazonalidade, que merecem estudo. Como estudante de Gestão de Mercados Turísticos, verificou-se a necessidade de analisar as estratégias adoptadas pelos empreendimentos turísticos para a mitigação da sazonalidade visando aumentar a competitividade e melhorar a gestão estratégica deste destino.

Entretanto, o motivo que levou a escolher o tema na praia de Tofo, deve-se ao facto desta ser a praia mais famosa do Município de Inhambane em detrimento da Barra, Tofinho, Rocha e Baía de Inhambane, devido à existência de estradas que se encontram em boas condições de transitabilidade e oferece os preços mais baixos, dos atractivos turísticos (águas cristalinas, baleia, raia-manta, tubarão, lagosta, camarão, mangais, dunas), paisagem excepcional com monumentos históricos, cultura dos residentes, abrangida pelo clima tropical do tipo húmido e brisa marítima favorável para lazer e recreação.

Contudo é relevante o estudo do tema porque o seu estudo irá ajudar na identificação dos impactos, seus problemas e propor soluções ou estratégias em cada situação nos empreendimentos turísticos da praia de Tofo, com a finalidade de melhorar o ambiente de negócio e a da qualidade de vida das comunidades local.

Espera-se com o tema, trazer as principais recomendações de gestão e mitigação de impactos nos empreendimentos turísticos e na comunidade com vista a gerarganhos económicos, captação de fluxo turístico e recuperação dos produtos, bens e serviços. Na área académica o trabalho servirá de um instrumento de reflexão sobre efeito da sazonalidade na praia de Tofo e pode servir de instrumento de consulta para outras pesquisas.

1.5.Objectivos

Objectivo geral

- Analisar as estratégias adoptadas pelos empreendimentos turísticos na praia de Tofo para fazer face à sazonalidade turística.

Objectivos específicos

1. Identificar os factores que condicionam a sazonalidade de turismo nos empreendimentos turísticos na praia de Tofo.
2. Identificar os impactos da sazonalidade de turismo nos empreendimentos turístico na praia de Tofo;
3. Arrolar as acções levadas a cabo no contexto de turismo para mitigação da sazonalidade de turismo.

1.6.Metodologia

De acordo com Gil (1999), metodologia é o “conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adaptados para atingir um determinado propósito ou conhecimento, ou seja, representa o caminho pelo qual o pesquisador deve seguir para chegar a um determinado resultado de estudo”.

Nesta secção, pretende-se explicar os procedimentos metodológicos utilizados em diferentes fases da pesquisa.

1.6.1. Classificação da Pesquisa

Para Oliveira (2011), na metodologia deve-se apresentar como se pretende realizar a investigação, deve-se descrever a classificação quanto aos objectivos da pesquisa, a natureza da pesquisa, a escolha do objecto de estudo, a técnica de colecta e a técnica de análise de dados.

Quanto aos objectivos de pesquisa, o trabalho classifica-se como pesquisa exploratória, visto que, busca a compreensão das estratégias adoptadas pelos empreendimentos turísticos para a mitigação da sazonalidade na praia de Tofo através da pesquisa bibliográfica e pesquisa de campo. A pesquisa exploratória tem como objectivo, proporcionar maior familiaridade com o problema, com vista a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses (GIL, 1999).

Quanto à forma de abordagem, a pesquisa é qualitativa, pois as variáveis definidas não são mensuráveis. Como refere Godoy, (1995), a pesquisa qualitativa tem a finalidade de compreender e descrever o comportamento do grupo alvo através dos dados de observação e análise de sentimentos apresentado pelos mesmos onde será dirigida uma entrevista.

1.6.2. Fases da pesquisa

A metodologia da pesquisa foi realizada nas seguintes fases:

1ª Fase: Preparação do Trabalho de Campo

Esta fase, consistiu na escolha do tema e familiarização com o mesmo através da consulta de várias obras que tratam do assunto, preparação dos instrumentos de colecta de dados e definição da amostra, sendo que, para construção da base teórica foram usadas as seguintes técnicas:

- a) Pesquisa bibliográfica: baseou-se na consulta de obras literárias com teor científico nomeadamente os livros, artigos científicos, revistas científicas, dissertações, e monografias para a fundamentação teórica sobre as estratégias usadas pelos empreendimentos turísticos para a mitigação da sazonalidade turística e confrontação do observado no trabalho em estudo. Disponíveis em formato físico, digital e online em PDF.
- b) Pesquisa documental: centrou-se na consulta de documentos oficiais das instituições públicas nomeadamente: relatórios trimestrais e anuais de movimentos turísticos do Conselho Municipal da Cidade de Inhambane (CMCI) e

empreendimentos turísticos da Praia de Tofo para compreender o processo de desenvolvimento da actividade turística na praia de Tofo e as estratégias que os mesmos adoptam.

Instrumentos de colecta de dados

- a) Guião de Entrevista – Elaborou-se uma série de questões abertas, com objectivo de perceber as principais épocas de pico e de baixa procura turística na praia de Tofo, causas da sazonalidade e estratégias de mitigação da sazonalidade. Este instrumento serviu de base na entrevista realizada no Conselho Municipal da Cidade de Inhambane, Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Inhambane, e nos empreendimentos turísticos da praia de Tofo.
- b) Bloco de notas e esferográfica – Foram instrumentos usados para anotações das informações no dia de entrevista e outros dados complementares durante a pesquisa.

Definição da amostra

Na óptica de Gil (1999, p. 100) Amostra é o “subconjunto do universo ou da população por meio do qual se estabelecem ou se estimam as características desse universo ou população”. O uso de amostragem é importante nestes estudos pois nem sempre é possível estudar a população toda. Assim estuda-se uma fracção dela.

Visto que o universo ou seja o número dos empreendimentos turísticos que existem e reduzido ou seja a praia contem um total de 28 empreendimentos turísticos. Tendo-se em conta o número reduzido dos empreendimentos turísticos que se encontram a operar na praia de Tofo não há necessidade de se calcular o tamanho da amostra dos empreendimentos que foram alvos da pesquisa.

A entrevista foi direccionada aos gestores de empreendimentos turísticos que se encontram a operar na praia de Tofo e funcionários públicos da DPCULTURI e Conselho Municipal de Inhambane que se voluntariaram depois de serem informados sobre os objectivos, a metodologia, os riscos e benefícios do estudo decidiram responder o questionário.

2ª Fase: Realização do trabalho de campo

Esta fase, consistiu na obtenção de informações nos empreendimentos turísticos da praia de Tofo, num período de 1 Mês (Outubro) com aplicação da seguinte técnica de recolha de dados:

Entrevista semi-estruturada – Foram entrevistados gestores de estabelecimentos turísticos da praia de Tofo, com objectivo de perceber qual é a época baixa e alta do fluxo turístico, os constrangimentos que a sazonalidade apresenta e como estes lidam com a sazonalidade nos seus sectores e as estratégias que os mesmos apresentam para a mitigação da sazonalidade. Também foram entrevistados alguns trabalhadores locais para perceber os efeitos que a sazonalidade nas suas comunidade e estratégias que adoptam para mitigação dos impactos negativos e de igual forma foram entrevistados técnicos da Repartição do turismo da DPCULTURI e Conselho Municipal da Cidade de Inhambane com objectivo de compreender as estratégias adoptadas pelo governo para a mitigação dos impactos negativos causados pela sazonalidade na praia de Tofo.

3ª Fase: Análise e interpretação dos dados

Após a recolha de dados, seguiu a fase de processamento, análise e interpretação dos dados, onde usou se a técnica de análise de conteúdo, baseada na análise temática, obedecendo a sequência lógica das variáveis de operacionalização desta pesquisa e dos objectivos específicos do trabalho, obedecendo o Regulamento de Culminação do Curso na ESHTI (2016).

Portanto, a análise dos dados, foram aplicados os seguintes métodos:

- a) Método Dedutivo – Consistiu em examinar o fenómeno da sazonalidade na Praia de Tofo no geral e nos empreendimentos turísticos em particular, onde possibilitou chegar a conclusões de maneira formal e única sobre as estratégias da mitigação a aplicar na praia de Tofo que podem possibilitar a reabertura de alguns empreendimentos turísticos que tem tido prejuízos com a sazonalidade.

CAPÍTULO II-FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste segundo capítulo, apresenta-se a discussão dos conceitos básicos do tema. Em seguida, faz-se a discussão teórica da seguinte matéria: sazonalidade turística; causas e factores da sazonalidade; impactos da sazonalidade; e estratégias da sazonalidade.

2.1. Conceitos Básicos

Turismo

Para Cunha e Abrantes (2013, p. 17), “turismo é o conjunto de actividades desenvolvidas pelos visitantes em razão das suas deslocações, as atracções e os meios que as originam, as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades e os fenómenos resultantes de umas de outras”.

De acordo com a Organização Mundial de Turismo (OMT, 2001), o turismo é uma actividade ou conjunto de actividades realizadas por pessoas que viajam e permanecem em lugares fora de seu ambiente habitual por não mais de um ano consecutivo para lazer, negócios ou outros objectivos.

Sendo assim podem ser considerados os seguintes elementos essenciais: deslocamento de pessoas para fora de residência habitual; período de permanência não superior à um ano e motivo da viagem (lazer ou negocio).

Sazonalidade Turística

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

Segundo Ruschmann (1995), a sazonalidade turística é decorrente da concentração das actividades turísticas no espaço e no tempo.

Para Lage e Milone (2000), sazonalidade turística é a concentração dos fluxos turísticos em períodos curtos do ano, promovendo, por um lado, picos de actividade, que muitas vezes, se constituem como uma sobrecarga para os recursos físicos e sociais nas áreas de destino e, por outro, situações de grande procura que geram ineficiência na actividade turística.

Para Mota (2001), sazonalidade é um determinado período de tempo para a ocorrência de um fenómeno, ou seja, aquele que ocorre em alguns períodos e em outros não.

Portanto, verifica-se que na discussão sobre a sazonalidade surgem ideias divergentes em que alguns autores entendem este fenómeno como a diminuição da procura numa determinada época do ano, outros defendem que a mesma ocorre quando há aumento de entrada de visitantes no destino. Não obstante, a primeira definição de Butler (1994) é abrangente, pelo facto da mesma olhar este fenómeno como um desequilíbrio no destino turístico que pode ser verificado nas épocas do ano, através do número de visitantes que ingressam, transporte, os gastos e emprego.

2.2. Factores que Causam a Sazonalidade nos Destinos Turísticos

Vários são factores que podem causar a sazonalidade no destino turístico. Os autores destacam os factores políticos, económicos, sócio-culturais, comportamentais naturais e institucionais, conforme ilustra o quadro abaixo:

Quadro 1 – Factores que causam a sazonalidade nos destinos turísticos

Autor	Factores	Descrição
Montejano (2001)	Políticos	Guerras e violência, situações burocráticas.
	Mercadológicos	Concorrência; moda; baixa segmentação de produtos.
	Geográficos	Localização geográfica do destino
Sebrae (2006)	Económicos	Câmbio; renda; mais poder de compra com aumento de fluxo turístico; crise financeira com redução de fluxo turístico no destino.
	Sociais e culturais	Hábitos, valores culturais e rotina do viajante.
	Comportamentais	Motivações pessoais que impulsionam a viagem (gosto <i>hobby</i>).
Marcussen (2011)	Naturais	Clima, variações de temperatura, horas de sol ou níveis de chuva e neve
	Institucionais	Promoção de eventos contínuos em épocas festivas, feriados e necessidade do lazer.

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

Assim, como foi apresentado no quadro acima, os factores que causam a sazonalidade, podem afectar directa ou indirectamente os empreendimentos turísticos num determinado destino e nas épocas do ano. Os mesmos podem influenciar positivamente quando registar-se o maior consumo de produtos sem prejudicar o ambiente, as instalações, produtos e serviços, por outro lado, chegam a influenciar negativamente quando se nota o excesso na capacidade de carga,

poluição do meio, redução de fluxos turísticos, a interrupção temporária de actividades e prejuízos na produtividade.

Segundo Cunha (1997) e Lundtorp (2001), para medir a sazonalidade da procura é necessário considerar as seguintes variáveis: Chegadas; dormidas nos meios de alojamento licenciados e partidas de turistas (regresso).

Para Neves *et al* (2007), as variáveis para a medição da sazonalidade turística são os seguintes: intensidade da sazonalidade por referência ao fluxo da procura anual; o índice de amplitude sazonal que mede a importância relativa da época alta por referência à baixa; e o índice de sazonalidade (ou componente sazonal da série cronológica) que indica a intensidade do fenómeno desprovido de tendências cíclicas ou conjunturais.

2.3. Impactos da Sazonalidade nos Destinos Turísticos

Segundo Mota (2001), quando há alto fluxo de turistas ocorre inflação no núcleo receptor, aumento da prostituição e da degradação do meio ambiente. Portanto, havendo baixo fluxo, há desemprego, queda da facturação das empresas turísticas, que provoca o comprometimento da qualidade do atendimento e gera alteração nas promoções e nos preços dos produtos turísticos.

Na visão de Jang (2004, p.821), “as receitas fora da época alta são frequentemente reduzidas enquanto as instalações têm custos fixos ao longo do ano, o que indica a falta de capital para cobrir os custos com a receita obtida em uma ou duas temporadas”. Ainda o mesmo autor, defende que as dificuldades de gestão face aos picos de procura pode gerar prejuízo económico resultantes da redução da receita aliada ao mau aproveitamento dos recursos.

Para Lee *et al* (2008) as flutuações de mercado geram sobretudo impactos ao nível económico (oscilações de preço e viabilidade financeira), sociocultural (empregabilidade e alterações na estrutura organizacional) e ambiental (segurança e poluição). Os mesmos autores, afirmam que, são declaradamente conhecidas as oscilações do mercado turístico ao longo do ano, a partir das quais se definem diferentes temporadas para um empreendimento turístico (épocas alta, baixa e média).

Na perspectiva de Kastenholtz e Almeida (2008), as variações de procura e os períodos de fraca actividade, dificultam a retenção de quadros profissionais, predominando o recurso a

trabalhadores temporários, estagiários e colaboradores sazonais. Os autores, defendem que, a dificuldade no recrutamento de profissionais qualificados condiciona a manutenção de um serviço de qualidade, acabando por inibir a experiência dos visitantes e lesar a sua satisfação.

De acordo com Cannas (2012) “os impactos da sazonalidade dependem da localização do destino e da localização da empresa turística, reflectindo a variedade de condições físicas e da natureza das atracções.”

Na óptica de Connell, Page e Meyer (2015) a sazonalidade turística gera não só impactos negativos como também positivos nomeadamente na época baixa de turismo: Inovação no desenvolvimento de novos produtos nas empresas e nas comunidades anfitriãs; Criação de novas actividades complementares de modo a atrair mais turistas; recuperação ambiental referente ao revigoração dos lugares que ficaram abandonados; revitalizaçãodo património cultural ocasionada pela actividade massiva de turismo que em muitas vezes degenera o lugar.

No que toca aos impactos positivos que ocorrem na época alta de turismo são destacados por Nunes e Platt (2013) nomeadamente: a demanda turística aumenta nos destinos turístico favorecendo a eficiência no consumo de produtos e serviços (ocupação completa de quartos e camas); maior produção e produtividade e muita geração de renda nas empresas devido ao maior consumo de serviços; abrem-se possibilidades na criação de empregos sazonais directos ligados as empresas turísticas; possibilidade na venda de produtos nas comunidades anfitriãs (agrícolas, pesqueiros e artesanais); crescimento de divisasnas empresas estatais,impulsiona na convivência social e intercâmbio cultural entre a comunidade acolhedora e visitantes.

2.4. Estratégias Para a Mitigação da Sazonalidade nos Destinos Turísticos

Os responsáveis no processo da mitigação dos efeitos da sazonalidade turística, incluem o Estado, empresas privadas e comunidade local:

1. **Estado** – Na perspectiva de Lee *et al* (2008), o Estado tem um importante papel no controlo das épocas turísticas, podendo desencadear políticas de promoção orientados em apoios financeiros e incentivos à actividade turística, no desenvolvimento de redes de negócio e parcerias locais bem como na atribuição de benefícios por determinados investimentos e promover a gestão participativa.
2. **Empresas Privadas** – Segundo Jang (2004), para fazer face a sazonalidade devem ser adoptadas as medidas internas referentes ao planeamento financeiro, ajuste dos recursos

ao movimento esperado como o trabalho temporário, encerramento de serviços não utilizados e medidas direccionadas, entretanto, as medidas devem assentar nas estratégias de *marketing* (políticas de preço ou o desenvolvimento de serviços complementares)

3. **Ao nível local** –Leeet al (2008), sugere a criação de parcerias locais (associações) com outros agentes (operadores turísticos) para expansão do projecto e maximização da experiência proporcionada ao cliente).

Portantopara a mitigação da sazonalidade num determinado destino turístico, é necessário existir uma gestão participativa, em que todos os responsáveis têm o papel indispensável de colaborar de forma mútua na verificação, planificação, implementação e monitoria.

No campo científico, há discussão sobre estratégias para mitigação da sazonalidade turística. Alguns definem estratégias para a mitigação da sazonalidade no destino turístico olhando para duas perspectivas: perspectiva do destino (oferta) e na perspectiva do mercado (motivações). Mas todos incidem nos pilares de *marketing* (Produto; preço, praça, e promoção) conforme apresenta-se no quadro abaixo:

Quadro 2 – Estratégias para a mitigação da sazonalidade turística

Autor	Estratégias para a mitigação da sazonalidade turística
Connel, Page e Meyer (2015)	Inovações de produtos e diversificação de mercados
Pegg; Patterson e Gariddo (2012).	Estudo e segmentação do mercado para perceber as necessidades do cliente
Lee et al (2008)	Diversificação de produto para diferentes épocas do ano
Cannas (2012)	Organização e promoção de eventos e festas na época baixa, através da qual se promove um conjunto de actividades tais como: o desporto, cultura ou religião.
Comissão Europeia (1993)	<ul style="list-style-type: none"> • As instituições e empresas devem oferecer pacotes turísticos nas férias grandes com períodos mais curtos, para época baixa ou época intermédia; • Promover o turismo desportivo nas épocas baixas
Wittet al (1991)	Diferenciação dos preços e a influência da decisão política nas épocas do ano.
Almeida e Kastenholz, (s.d)	<ul style="list-style-type: none"> • Os destinos devem avaliar as motivações de visita e consumo diferenciadas em cada época, para além da percepção das causas/ constrangimentos de visita em determinadas alturas do ano; • Diversificação do <i>mixde</i> produto;

Fonte: Elaborado pela autora (2019)

O quadro acima, mostra as estratégias a serem considerados pelo Estado, empresas privadas e comunidade local, para mitigação da sazonalidade nos destinos turísticos. Portanto, é necessário definir as estratégias depois de observar as variáveis que podem determinar as causas da sazonalidade, como apresenta-se nas citações seguintes.

Neste contexto, através do conhecimento, definição e implementação das estratégias da sazonalidade, pode melhorar significativamente no processo de desenvolvimento e competitividade do destino turístico, capaz de impulsionar o fluxo turístico, surgimento de novos investidores nas empresas turísticas, sustentabilidade no destino, viabilidade na economia local e boa reputação do destino.

CAPÍTULO III – APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

3.1. Delimitação da Área de Estudo

A praia do Tofo localiza-se no bairro Josina Machel na costa do Oceano Índico entre as coordenadas 23° 51' 20" Latitude Sul e 35° 32' 53" Longitude Este. A área de estudo desta pesquisa é a praia do Tofo, em que a sua comunidade é pertencente ao bairro Josina Machel, de salientar que este bairro faz fronteira com os bairros Conguiane e Nhamua a Norte e a sul com o bairro Machavenga, no Município de Inhambane (MAXLHAEIE, 2015) fig 1.

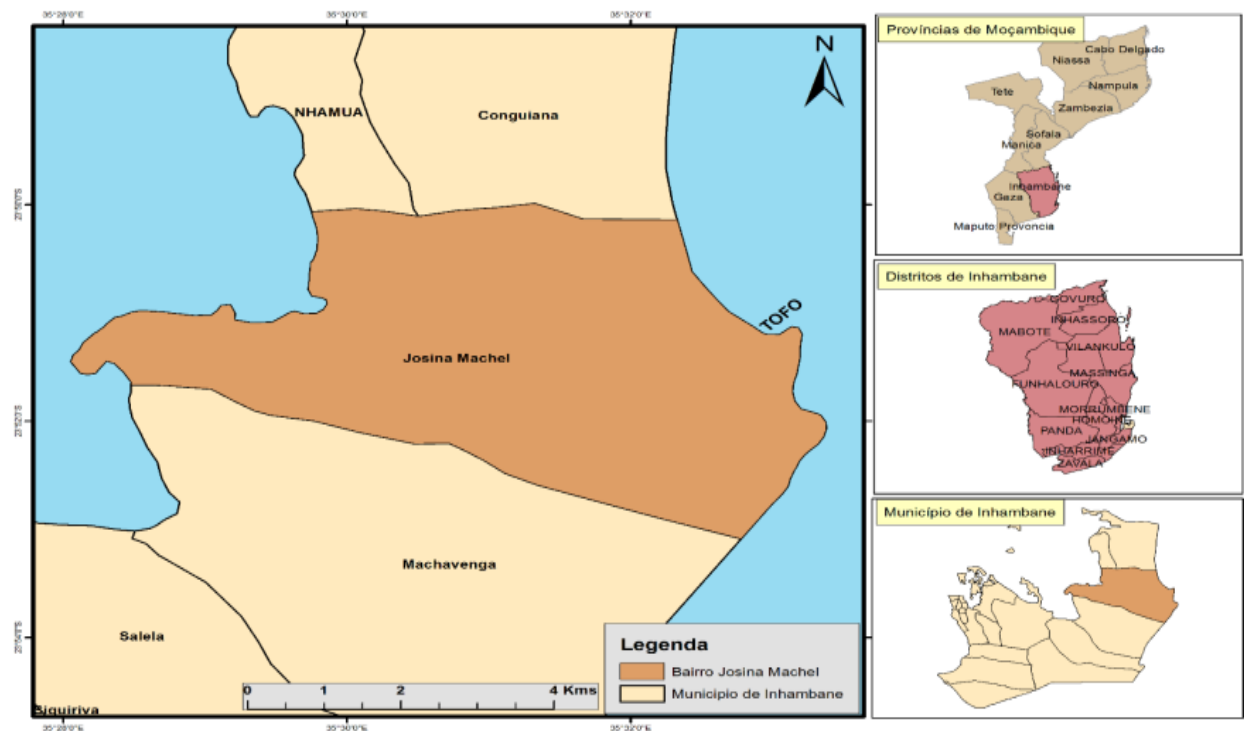


Fig. 1- Mapa de localização da Praia do Tofo
Fonte: Mabjaia (2019)

Demografia

Segundo dados do INE2007¹, estima-se que o Bairro Josina Machel tenha uma população total de 6234 Habitantes nos quais 2872 são homens e 3362 mulheres. Observando estes números em comparação aos dados que foram disponibilizados pelos secretários de bairros concernentes ao Censo de 2017 que indica uma população de 12391 pode-se verificar um crescimento na ordem de 6,46% da população do bairro. Na sua maioria é habitado por jovens nos intervalos de 15 a 24 anos de idade e em contrapartida uma população idosa muito

¹Censo de 2007

reduzida. O que eventualmente demonstra a existência de muita força de trabalho, ou seja, mão-de-obra.

Cultura

A praia de Tofo apresenta uma diversidade cultural verdadeiramente variada, como resultado da difusão dos povos europeus e asiáticos que há séculos atrás invadiram o território moçambicano, nomeadamente os portugueses e os árabes (PEMI, 2009 - 2019). Assim, actualmente é evidente a diversificação da cultura, expressa em várias formas, desde o canto, a dança, teatro, música e gastronomia local, como um dos factores motivacionais de turistas na tomada de decisão para este destino.

Clima

Em termos climáticos, a Praia de Tofo é caracterizado por um clima tropical húmido, com peculiaridades devido a factores inerentes à circulação geral atmosférica, como factores locais (continentalidade, altitude e latitude). De acordo com a classificação de Köppen, Inhambane possui um clima Aw, isto é, clima tropical com estação seca de inverno(PEMI, 2009 - 2019).

Tecnologia e Comunicação

O processo de comunicações na Praia de Tofo é feito através dos seguintes meios: Telefonia móvel através da rede Vodacom, Mcell, Movitel e redes sociais através da Internet; os serviços de rádio, disponibilizados pela Rádio Moçambique, e de televisão, efectuados pela Televisão de Moçambique, Soico Televisão e Televisão Mira-Mar. (PEMI, 2009 - 2019).

Base económica

A maioria dos moradores da praia do Tofo dedica-se a pesca e ao artesanato, pecuária, comércio e turismo como sendo a base do sustento das suas famílias, em contrapartida, existe em parte aqueles moradores que a sua base de sustento a agricultura ou então prestação dos seus serviços nos empreendimentos turísticos que se encontram a volta da comunidade do Tofo(PEMI, 2009 - 2019).

3.2. Breve Historial da Praia de Tofo

Segundo HUB (2002) Tofo foi desenvolvido pelos portugueses à partir dos anos 1960, quinze anos antes da independência nacional. De acordo com a mesma fonte, os portugueses

construíam neste lugar casas de férias e em 1970 foi construído o primeiro hotel. No mesmo ano foi concluída a estrada de alcatrão que a liga à área urbana do MI há 22 km de distância. Durante o período da guerra civil o processo de urbanização foi interrompido, e só retomado após a assinatura dos acordos de paz em 1992

De acordo com o mesmo autor, o turismo começou a florescer a partir de 1994, através de investidores estrangeiros, na sequência, surgiram *lodges*, bares, escolas de mergulho e novas casas de férias, na maioria, construídos por materiais locais evidenciando o baixam investimento ali empregue.

ParaMaxIhaeie (2015) a praia do Tofo tornou-se lugar de atracção para uma variedade de usuários. Se por um lado temos turistas internacionais com destaque para o Sul – Africanos, Zimbabwianos, Europeus e recentemente da América, sobretudo dos Estados Unidos, por outro lado têm atraídos alguns indivíduos de estratos sociais diversificados provenientes de Maputo, Gaza e Inhambane e das outras províncias como parte do Turismo doméstico neste lugar.

Conforme o mesmo autor os apreciadores da Praia do Tofo são movidos por diversos interesses como o consumo de entre as várias actividades turísticas que praticam na zona, com destaque para as relacionadas com desportos náuticos (*surfing*, vela, esqui); desportos de praia (futebol, vólei); pesca desportiva, actividades com motos 4X4; passeios de barcos (tradicionais e de iate); mergulho marítimo, incluindo realização de cursos profissionais de mergulho; *snorkelling*; passeio a cavalo, caminhadas e contemplação da paisagem (AZEVEDO, 2014).

3.3. Actoresde Turismo na Praia de Tofo

Para a materialização da pesquisa foram seleccionados representantes dos principais *stakeholders*: sector público (Conselho Municipal de Cidade de Inhambane; Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Inhambane), empreendimentos turísticos e residentes locais.

Conselho Municipal da Cidade de Inhambane e DPCULTURI – Conforme os dados apurados no campo constatou se que as acções que se tem promovido são o diálogo público-privado com envolvimento da comunidade que ocorre anualmente, onde são debatidos as estratégias para o desenvolvimento do turismo. Fazem ordenamento territorial, controlam os

movimentos turísticos, realizam a monitoria nos empreendimentos turísticos e apoiam aos residentes no fornecimento de espaços apropriados para a venda dos seus produtos.

Os empreendimentos Turísticos—segundo os dados apurados no Conselho Municipal da Cidade de Inhambane, a praia de Tofo conta com 28 empreendimentos turísticos abertos oferecem serviços de alojamento, restauração e bebidas.

Associação de Hotelaria e Turismo de Inhambane – É uma entidade não-governamental que actua como mediador entre o sector privado e o sector público na articulação das políticas de desenvolvimento do turismo.

A comunidade local – Composta por vários grupos sociais que são: agricultores, pescadores, artesãos e grupos de danças. Estes fornecem aos empreendimentos turísticos os produtos locais (produtos artesanais, peixe, bebida, comida típica) e aos turistas. E a mesma sofre com a sazonalidade onde na época baixa há pouca mão-de-obra e pouco rendimento, na época alta há maior rendimento e muita procura da mão-de-obra.

Portanto, esses actores desempenham um papel crucial na promoção da actividade turística na praia de Tofo como um destino turístico. Para fazer face ao controlo e gestão da sazonalidade turística, é necessário existir um trabalho conjunto em todo processo de planificação, promoção e monitoria, tal como sugere Lee *et al* (2008) e Jang (2004) citados na página 13 e 14 deste trabalho.

3.4. Actividades Turísticas realizadas na praia de Tofo

Na praia de Tofo, pratica-se 5 modalidades de turismo a destacar:

1. Turismo de sol e praia – Esta modalidade consiste em deslocamento a fim de relaxar com os amigos e família.
2. Mergulho – Outras pessoas vão a praia com objectivo principal de praticar o mergulho visto que a praia tem águas cristalinas e oscilação de ondas que dão uma boa adrenalina.
3. Pesca desportiva e futebol de praia – a pesca desportiva e futebol de praia são as mais frequentes pelos turistas estrangeiros com o fim de estudos e entretenimento.
4. Visitas guiadas aos principais lugares históricos (Exemplo: local onde foi proclamada a primeira Constituição da República Popular de Moçambique) e contemplação do

artesanato na comunidade de Tofo e participação em actividades culturais com o festival de Tofo.

5. Turismo de aventura - relacionado com a prática de safari oceânico para a contemplação de grandes espécies marinhas (Tubarão, Baleias, Raia, Golfinho e Dugongos) e canoagem com barco à vela.

Assim, essas actividades constituem motivos dos visitantes de várias origens que durante a estadia participam em e actividades de acordo com os seus desejos e adquirem experiências tal como referem Cunha e Abrantes (2013, p. 17) e (OMT, 2001) citados na página 10.

3.5. Factores da Sazonalidade Turística Nos Empreendimentos Turísticos na Praia de Tofo

Para analisar a sazonalidade turística nos empreendimentos turísticos na praia de Tofo, primeiro procurou-se saber as épocas de pico e épocas de baixo fluxo turístico. Neste contexto, os gestores de empreendimentos turísticos revelaram que, têm tido maior consumo de seus serviços nos meses de Abril, Julho, Agosto, Outubro, Novembro até a primeira quinzena de Janeiro. Porém, têm tido menor fluxo de consumidores nos meses de Fevereiro, Março, Maio e Junho.

De acordo com dados apurados nas entrevistas aplicadas aos gestores de empreendimentos turísticos, várias são os factores que condicionam a sazonalidade na época baixa e alta do turismo na praia de Tofo. Destacaram os factores naturais, geográficos, socioculturais, políticos, económicos e comportamentais conforme se ilustra no quadro abaixo:

Quadro 3 – Factores da Sazonalidade Turística na Praia de Tofo

Factores	Época Alta	Época Baixa
Geográficos	Os turistas preferem estar alojados nesses empreendimentos do Tofo para ficar perto da praia para relaxar, recrear, entreter-se e consumem serviços de restauração e bebidas durante a estadia.	Fraca acessibilidade nos meses chuvosos (Fevereiro e Março) em que a estrada fica inundada, os veículos têm tido dificuldade para chegar a praia.
Naturais	As mudanças climáticas que os países enfrentam, há calor intenso na estação do verão fazendo com que muitos turistas optem pela praia.	O frio, as cheias, inundações e vendavais, ocasionados por mudanças climáticas no país e em outros países do mundo, limitam o deslocamento de pessoas para prática de actividades turísticas em Fevereiro, Março, Maio e Junho.

Socioculturais	<p>Habitualmente, os turistas nacionais e estrangeiros preferem gozar suas férias em grupo de familiares e amigos na praia de Tofo nas épocas da quadra-festiva do natal e do final bem como as épocas de pascoa.</p>	<p>Falta de cultura de prática do turismo por parte dos moçambicanos;</p> <p>Muitos países emissores efectuam as férias pagas em finais do ano e pascoa em detrimento das épocas do ano.</p> <p>Excesso de trabalho nas empresas, não havendo tempo nessa época para lazer por parte dos turistas reais.</p>
Económicos	<p>As férias remuneradas aos trabalhadores das empresas estatais e privadas, possibilita o poder de compra, e preços aplicados nos pacotes turísticos no Tofo são acessíveis em relação aos outros países.</p> <p>Qualidade dos serviços oferecidos permite a atracção dos visitantes</p>	<p>Indisponibilidade financeira por parte de turistas pois o dinheiro foi gasto nas festividades no final do ano;</p> <p>Dependência do mercado internacional, pois maior parte de consumidores é estrangeiro;</p> <p>Falta da diversificação de serviços nos empreendimentos;</p> <p>Elevadas taxas nos serviços aduaneiros para a inovação do produto;</p> <p>Conjuntura económica que assola o país interfere na inflação e aplicação de preços altos nos empreendimentos e produtos locais, limitando as pessoas de baixa renda a consumir os serviços;</p>
Políticos	<p>A fortificação da segurança na via pública e na praia de Tofo em particular, conforta aos turistas a permanecer no destino.</p>	<p>Incumprimento de normas previstas na legislação turística por parte dos empreendimentos;</p> <p>Má actuação e corrupção por parte dos policiais nos postos de fiscalização que ameaçam os turistas faz com que se desmoralizem.</p>
Comportamentais	<p>Os motivos da viagem variam de cada turista, alguns procuram praticar pesca desportiva; pesquisas científicas; mergulho; lazer e entretenimento e outros procuram conhecer a paisagem marítima e cultura local.</p>	<p>Maior parte de turistas prefere viajar na época de verão pela necessidade de mergulho.</p> <p>A maioria de turistas prefere preços justos, acomodações que possuem serviços diversificados.</p>
Institucionais	<p>O festival do Tofo organizado pelo governo em parceria com empreendimentos turísticos e</p>	<p>Falta de promoções nos empreendimentos;</p> <p>Falta de diversificação dos serviços</p>

	<p>comunidade do Tofo faz com que a praia de Tofo esteja lotada;</p> <p>Existe muitas promoções no alojamento, restauração e bebidas e outros serviços complementares</p>	<p>nos empreendimentos;</p> <p>Falta de coordenação entre o governo e sector privado na organização de eventos na época baixa.</p>
--	---	--

Fonte: A autora (2019)

Percebe-se que, a sazonalidade turística é o transtorno e ameaça à actividade turística na praia de Tofo. Os factores que causam a sazonalidade, podem afectar directa ou indirectamente os empreendimentos turísticos nas épocas do ano. Os mesmos podem influenciar positivamente quando registar-se o maior consumo de produtos sem prejudicar o ambiente, as instalações, produtos e serviços, por outro lado, chegam a influenciar negativamente quando se nota o excesso na capacidade de carga, poluição do meio, redução de fluxos turísticos, a interrupção temporária de actividades e prejuízos na produtividade. Tal como destaca Lage e Milone (2000) na página 10 e Mota (2001) na página 11. Portanto, estes factores são observáveis através dos alguns indicadores ou variáveis mencionados por Cunha (1997) e Lundtorp (2001) na página 12, tais como: número de chegadas de turistas; período de permanência nos empreendimentos e período de partidas (regresso) de turistas.

3.6. Impactos da Sazonalidade Turística Nos Empreendimentos Turístico na Praia de Tofo

A ocorrência do fenómeno da sazonalidade turística nos empreendimentos turísticos na praia de Tofo, tem provocado impactos positivos e negativos, tanto na época de pico como na época baixa de turismo. No entanto, durante a pesquisa de campo, os gestores de empreendimentos turísticos indicaram os impactos deste fenómeno, como apresentam em seguida.

3.6.1. Impactos da sazonalidade nos empreendimentos turísticos do Tofo na época de pico

De acordo com os entrevistados, verifica-se nos meses de Abril, Julho, Agosto, Outubro, Novembro até a primeira quinzena de Janeiro, a concentração massiva de turistas na praia de Tofo. Diante desta concentração, observa-se ocorrência de vários impactos tanto nos empreendimentos turísticos, como na praia em geral, afectando de certa forma a comunidade local. Assim, o quadro que se segue na página 22, descreve-se os impactos positivos e negativos advindos da sazonalidade turística na época de pico.

Quadro 4 – Impactos da sazonalidade turística na época de pico no Tofo

Impactos Positivos	Impactos Negativos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Maior demanda turística; ▪ Ocupação completa de quartos e camas; ▪ Maior produção e produtividade e muita geração de renda nos empreendimentos devido a maior consumo dos serviços; ▪ Criação de empregos sazonais directos, ligados aos empreendimentos turísticos; ▪ Possibilidade na venda de produtos locais (produtos agrícolas, pescado, artesanato); ▪ Aumento de receitas para o Estado; ▪ Convivência social e intercâmbio cultural 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Proliferação dos resíduos sólidos (os turistas produzem muito lixo) o que prejudica o meio ambiente; ▪ Aumento da Poluição sonora ▪ Tendência de surgir inflação (subida de preços) ▪ Aumento do índice de criminalidade, roubo e prostituição; ▪ Conflitos de negócios;

Fonte: A autora (2019)

Do exposto, percebe-se que os impactos positivos causados pela sazonalidade turística na época de pico contribuem positivamente no desenvolvimento da oferta turística nos empreendimentos turísticos, na comunidade local e ajudam a expansão da imagem da praia de Tofo e contribuem no aumento das receitas para o Estado, convergindo com a opinião de Nunes e Platt (2013) citado na página 13. Porém, os impactos negativos da sazonalidade turística na época alta provocam prejuízos no consumo de bens e serviços por parte de turistas condicionado pela especulação de preços de produtos e serviços nos empreendimentos turísticos e na comunidade local e conseqüentemente a compromete a vida da população local e prejuízos ao meio ambiente, tal como argumenta Mota (2001) citado na página 12.

3.6.2. Impactos da sazonalidade nos empreendimentos turísticos do Tofo na época baixa

Segundo os gestores entrevistados, a época baixa de turismo trás inúmeras vantagens e desvantagens nos empreendimentos turísticos da praia de Tofo, principalmente no consumo

dos seus produtos. Como resultado desse cenário, verificam-se impactos positivos e negativos, como ilustra o quadro 5.

Quadro 5 – Impactos positivos e negativos da sazonalidade turística na época baixa na praia de Tofo

Impactos negativos	Impactos positivos
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Redução de ganhos nos empreendimentos turísticos; ▪ Perda de alguns produtos tangíveis (produtos alimentares) ▪ Desemprego e diminuição de trabalhadores devido a falta de tarefas e incapacidade financeira para a remuneração; ▪ Diminuição das receitas para o Estado; ▪ Encerramento temporário de alguns empreendimentos; ▪ Oferta turística limitada; ▪ Redução do fluxo turístico pouca mão-de-obra laboral. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inovação no desenvolvimento de novos produtos; ▪ Criação de novas actividades de modo a atrair mais turistas; ▪ Recuperação ambiental e cultural ocasionada pela actividade massiva de turismo que em muitas vezes degenera o lugar; ▪ Requalificação da praia;

Fonte: A autora (2019)

Entretanto, os prejuízos não afectam apenas os empreendimentos turístico, como também afectam o ambiente da comunidade da praia de Tofo, pois na época baixa os produtos locais não trazem rendimento favorável, maior parte da população que sobrevive na base de turismo fica desempregada, aumenta também a marginalidade, problemas familiares, fome e pobreza absoluta.

De entre os diversos impactos negativos, deste fenómeno, salientam-se os efeitos económicos que comprometem o desenvolvimento e competitividade nos empreendimentos turísticos e sustentabilidade desta praia como um destino turístico, tal como destaca Sebrae (2006) e Cannas (2012) citados na página 12 e 13 deste trabalho.

Percebe-se que os impactos positivos da sazonalidade turística na época baixa na praia de Tofo, permitem valorizar outros produtos locais, recuperar o meio ambiente e encoraja aos profissionais de turismo a desenvolver iniciativas de promoção da imagem desta praia a curto, médio e longo prazo e a comunidade beneficia-se bastante, pois tem tido oportunidade de

vender seus produtos e melhora sua vida. Estas vantagens, convergem com a ideia de Connell, Page e Meyer (2015) citado na página 13.

3.7.Estratégias Adoptadas Pelos Empreendimentos Turísticos Para Mitigação da Sazonalidade Turística

De acordo com os entrevistados (técnicos de turismo do CMCI e DCULTURI), ao nível do governo existe um trabalho multisectorial levado a cabo no planeamento e implementação das estratégias da mitigação da sazonalidade turística na praia de Tofo que envolve diferentes actores do turismo tais como: Empreendimentos turísticos de Tofo; Direcção provincial de Cultura e Turismo de Inhambane; Associação de Hotelaria e Turismo da Província de Inhambane, Conselho Municipal e comunidade de Tofo na planificação e organização de eventos culturais e feiras locais.

3.7.1. Instituições públicas

Promoção das feiras semanais em Babalaza- Pratica-se várias actividades como: a exposição e venda de produtos agrícolas, espécies marinhas (peixe, camarão, lagosta, caranguejo), venda de frangos, comida típica, bebidas, actuação dos músicos locais. E essas actividades são apreciadas pelos turistas que se deslocam para a praia de Tofo e Barra.

Introdução de festival de turismo na época baixa—Em cada ano realiza-se festival de turismo no mês de Setembro na Cidade de Inhambane no dia mundial de Turismo e a praia de Tofo recebe muitos turistas durante a semana do turismo.

Mosaico cultural – Em Inhambane realiza-se o festival da cultura, carnaval de Inhambane, dia da cidade de Inhambane, festival de Tofo, dia internacional da Musica, onde participam vários grupos culturais locais e nacionais, atraindo muitos turistas a participar, e durante a estadia os turistas escalam a praia de Tofo.

Feiras gastronómicas – São realizadas trimestralmente as feiras gastronómicas organizadas pelo governo e comunidade local principalmente nos dias festivos como festival de Tofo.

Campanhas de Boas vindas – Na última semana de Dezembro realiza-se campanha de boas vindas através de distribuição de brochuras e oferta gratuita de água do lanho aos turistas no aeródromo de Inhambane, publicação de informação *onofacebook*, distribuição de folhetos aos

turistas, nos empreendimentos turísticos da praia de Tofo e colagem de panfletos nas ruas, mercados comerciais e paragens de automóveis.

Guias turísticos com informação detalhadas – São elaborados os guias turísticos disponíveis em formato físico que são dados os empreendimentos para distribuírem aos seus clientes.

Requalificação das praias – São realizadas actividades de limpeza das praias onde participam todos os actores principalmente no dia mundial do ambiente.

Criação da página web em parceria com a ESHTI – existe plano de criação de uma página da Web com objectivo de publicar informações actualizadas sobre as potencialidades turísticas de Inhambane.

Formação e capacitação de todos os profissionais da área de turismo – O governo desenvolve planos de capacitação dos trabalhadores de empreendimentos turísticos em matéria de bem servir e promove cursos de curta duração em matéria de recepção, bar, e governação.

Diálogo público-privado e realização de *workshops* anualmente – realiza-se anualmente um diálogo público-privado na praia de Tofo e Barra onde participam os funcionários de turismo do em representação do sector público, gestores de empreendimentos turísticos, secretários dos bairros e outras instituições não governamentais, são debatidas políticas do desenvolvimento do turismo.

Capacitação de taxistas e transportadores semi-colectivos – Anualmente o Conselho Municipal capacita os taxistas para a condução dos veículos com prudência.

Levantamento do historial da praia e dos seus monumentos – O Conselho Municipal faz o levantamento do historial da praia de Tofo e dos monumentos existentes para incluir nas brochuras e outros meios de comunicação com objectivo de promoção do turismo.

Promoção de itinerários em parceria com operadores turísticos – O governo promove em parceria com operadores turísticos itinerários gratuitos aos monumentos, passeio pela praia e na comunidade no dia mundial de turismo.

3.7.2. Empreendimentos turísticos

Aplicação de preços promocionais – Na época baixa, são aplicados preços promocionais para captar os turistas e ter retorno do investimento.

Publicidade nas mídias e redes sociais – Tanto na época baixa, como na época alta de turismo são partilhadas informações no *whatsapp, facebook e instagram* sobre os serviços prestados para obter maior número de visitantes.

Criação das páginas oficiais na Web – São criadas as páginas oficiais nos empreendimentos, como forma de disseminar informações com mais flexibilidade e com mais abrangência.

Marketing boca-a-boca – São informações fornecidas nos empreendimentos turísticos pelos profissionais de atendimento em lugares públicos como: mercado da praia de Tofo, e na praia mercado.

Implementação de estratégias de marketing – inovação e diversificação de produtos, fidelização de clientes, aplicação de preços baixos com objectivo de atrair os clientes

Implementação das políticas de intermediação e serviços terciarizados durante as duas épocas – colaboração com agências de viagens de outras províncias para a divulgação dos serviços

3.7.2. Comunidade local

A comunidade local participa na organização de actividades culturais organizados pelo governo, faz a redução de preços dos produtos locais na época baixa de turismo.

Portanto, constatou-se que os residentes não são proactivos na implementação de estratégias para combater a sazonalidade. Para colmatar essa lacuna, deveriam participar activamente através de intensificação das feiras locais, aplicando preços justos, nos meses em que a procura é menor.

Poderiam intensificar eventos culturais locais, onde pode-se desenvolver actividades comerciais, exposições e degustação da gastronomia local com actuação de músicos locais) trabalhando em parceria com operadores turísticos para a elaboração, divulgação e venda de pacotes turísticos, bem como o governo para criar ambiente de segurança e conforto aos visitantes. Igualmente, devam criar associações locais (agrícola, pecuárias, do artesanato e dos

pescadores) para expansão do projecto e maximização da experiência proporcionada ao cliente) conforme Lee *et al* (2008) citado na página 13 deste trabalho.

Portanto, esses actores são responsáveis para a definição das estratégias de combate a sazonalidade na praia de Tofo. Assim o governo de Inhambane tem importante papel no controlo das épocas, podendo desencadear políticas orientadas ao apoio financeiro e incentivo à actividade turística, desenvolvimento de redes de negócio e parcerias locais, atribuição de benefícios por determinados investimentos e promover a gestão participativa tal como refere Lee *et al* (2008) citado na página 13 deste trabalho.

Por um lado, os empreendimentos turísticos da praia de Tofo, têm promovido algumas estratégias voltadas ao *marketing* para a mitigação dos impactos negativos da sazonalidade, porém essas estratégias não são eficazes, visto que ainda continua haver efeitos negativos que afecta directa e indirectamente a produtividade. Entretanto, os empreendimentos deviam seguir adoptar as medidas internas referentes ao planeamento financeiro, aplicação de preços justos que vão de acordo com os diferentes segmentos da procura e desenvolvimento de serviços complementares, tal como sugere Jang (2004) citado na página 13 deste trabalho.

CAPÍTULO IV – CONCLUSÃO

3.1. Considerações Finais

Os resultados obtidos indicam que, a sazonalidade turística é o transtorno e ameaça à actividade turística na praia de Tofo e, este fenómeno é causado por fenómenos naturais e socioculturais que se traduzem na variação regular da procura de determinados bens e serviços nos empreendimentos turísticos em função das estações do ano. De entre os diversos impactos deste fenómeno, destacam-se os efeitos económicos nomeadamente: Tendência de surgir inflação (subida de preços) Redução de ganhos nos empreendimentos turísticos; incapacidade financeira para a remuneração dos trabalhadores; diminuição das receitas para o Estado; encerramento temporário de alguns empreendimentos; oferta turística limitada.

Igualmente foram constatados impactos positivos da mesma relacionadas com a possibilidade da na revitalização ambiental e cultura e requalificação da praia. Entretanto, os prejuízos não afectam apenas os empreendimentos turístico, como também interferem o ambiente da comunidade da praia de Tofo, pois os produtos locais não trazem rendimento favorável, maior parte da população que sobrevive na base do turismo fica desempregada, aumenta também a marginalidade, problemas familiares, fome e pobreza absoluta.

Como forma de minimizar os impactos negativos os empreendimentos turísticos adoptam estratégias de preços promocionais; publicidade nas *mídias* e redes sociais, criação das páginas oficiais na *Web*, *Marketing* boca-a-boca, implementação de estratégias de *marketing* para atracção de clientes; implementação das políticas de intermediação e serviços terciarizados. E na época alta tem-se verificado acções para o bom acolhimento do turista (campanha de boas vindas, bom servir e formação e capacitação de todos os profissionais da área de turismo), como forma do turista se sentir bem acolhido e sempre querer voltar ao destino.

Existe um trabalho multisectorial no planeamento e organização de eventos culturais, feiras semanais pelo sector público de Inhambane em parceria com a comunidade e sectores não governamentais. Essa realidade, apraz aceitar a hipótese que, *as estratégias adoptadas pelos empreendimentos turísticos na praia de Tofo para mitigação da sazonalidade turística em épocas baixas são: planeamento financeiro, ofertas de descontos, encerramento de serviços não usados, promoção de eventos pelas empresas privadas e criação de parcerias com as*

comunidades locais para maximização da experiência proporcionada ao cliente. E, rejeita-se a hipótese 2 que contraria a afirmação da hipótese anterior.

Através da reflexão crítica baseada na comparação dos resultados com a componente teórica, concluiu-se que, há necessidade de aprimoramento das estratégias de *marketing* distintas para as diferentes épocas. Acredita-se, que a chave para o desenvolvimento sustentável desta praia está na gestão da sazonalidade por diferenciação do mercado, produtos e do valor criado para o cliente.

3.2. Recomendações

O sector público e o sector privado devem reunir esforços para a mitigação da sazonalidade turística nos empreendimentos turísticos que se verifica na praia de Tofo.

Para os empreendimentos turísticos:

- A. A promoção e a divulgação da imagem e da marca na época baixa – Prestar serviços que transmitem confiança e qualidade através de bom atendimento, bom acolhimento e fidelização de seus clientes.
- B. Promoção interna e externa do destino para a captação de turistas na época baixa – oferta de produtos.
- C. Aposta no turismo de eventos, festas, turismo cultural, turismo desportivo – na época baixa de turismo os empreendimentos devem organizar eventos, junto com o governo e a comunidade;
- D. Aposta na gastronomia local – deve-se incluir no cardápio diário prato típico da Inhambane.
- E. Aposta na exposição cultural – todos empreendimentos turísticos devem expor os objectos artesanais e artes plásticas em local visível.
- F. Como os gostos dos clientes estão sempre a mudar, os empreendimentos devem acompanhar as tendências do mercado de modo a conseguir as oportunidades de aumentar a notoriedade do destino a nível nacional como internacional.

Para as instituições públicas:

- A. O governo deve incentivar as instituições privadas e parcerias locais no desenvolvimento da actividade turística através de criação de novos empreendimentos e associações.

- B. Criação de políticas que visam a formação e capacitação contínuos recursos humanos do sector de turismo, garantir a acessibilidade de informação em prol de maior fluxo turístico;
- C. Organização de mais festivais de turismo – na época baixa, o governo deve programar um festival de mariscos na praia de Tofo onde serão apresentadas as espécies marinhas desta praia.
- D. Promoção da actividade turística na praia de Tofo através de desenvolvimento de parcerias público privado para financiamento de actividades;
- E. Aumento da segurança pública – a nível da praia de Tofo há necessidade de criar balneários públicos de boa qualidade e limpos.
- F. Revitalização dos monumentos históricos – os monumentos devem ser bem conservados através das limpezas diárias, controlo dos malfetores que os vandalizam.
- G. Aumento de placas de sinalização –fixar as placas informativa no Cruzamento de Lindela e de Babalaza indicando os atractivos e serviços disponíveis na praia de Tofo.
- H. Estratégias de consolidação do posicionamento no mercado nacional e internacional através da promoção de pacotes de férias aos funcionários públicos e promoção de várias actividades culturais para a captação de turistas nacionais e estrangeiros fora das épocas de pico, sobre a qual incide a promoção de actividades a diferentes experiências, levada a cabo ao longo do ano.

Comunidade Local

Participar activamente nos eventos culturais locais, onde podem desenvolver actividades comerciais, exposições e degustação da gastronomia local com actuação de músicos locais;

Desenvolver parcerias com operadores turísticos para a elaboração, divulgação e venda de pacotes turísticos;

Criar associações locais (agrícola, pecuárias, do artesanato e dos pescadores) para expansão dos projectos comunitários e captação de turistas nas diferentes épocas do ano.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. ALMEIDA, A. L. de; KASTENHOLZ E. (2008). *A sazonalidade no turismo e a estratégia de diversificação da procura: O Caso do Norte de Portugal*. Conceptual Pape.
2. ALMEIDA, A. L. e KASTENHOLZ, E. (s.d.). A Sazonalidade no Turismo e a Estrategia de Diversificacao da Procura: o Caso do Norte de Portugal. Disponível em: <http://www.atsie.com/Portals/4/artigos/A%20sazonalidade%20no%20Turismo.pdf>. Acesso em 24 de Junho de 2019.
3. BARRETTO, Margarita (2003). *Planejamento e Organização em Turismo*. 9ª Ed. S. Paulo: Papirus.
4. BENI, Mário. C. (2002). *Análise estrutural do turismo*. 7ª ed. São Paulo, Brasil: SENAC.
5. BUTLER, R (1994). *Seasonality in tourism: Issues and problems*. In: *Tourism: The State of the Art*. SEATON, A. V. Chichester: Wiley, p. 332-339,
6. BUTLER, R. e MAO, B. (1996). *Seasonality in tourism: Problems and measurement*. In P. E. Murphy (Ed.), *Quality Management in Urban Tourism*(9-23). Chichester: John Wiley & Sons.
7. BUTLER; R. W. (2000). *Seasonality*. Em *Jafari, J. (Ed.) The encyclopedia of tourism* (521-522). London: Routledge.
8. CANNAS, R (2012). *An overview of tourism seasonality: Key concepts and policies*. *AlmaTourism*, 5: 40-58
9. CONNELL, J.; PAGE, S. J.; MEYER, D (2015). *Visitor Attractions and Events: Responding to Seasonality*. *Tourism Management*, v. 46, p. 283-298.
10. CONNELL, J.; PAGE, S. J.; MEYER, D. *Visitor Attractions and Events: Responding to Seasonality*. *Tourism Management*, v. 46, p. 283-298, 2015.
11. CONSELHO MUNICIPAL D CIDADE DE INHAMBANE. *Plano Estratégico do Município de Inhambane* (2009-2019). Aprovado em 2009.
12. Cunha, L. (1997). *Economia e Política do Turismo*. Lisboa: McGraw-Hill
13. CUNHA, L. (2013). *Economia e política do turismo*. 3ª ed. Lisboa: Lidel
14. CUNHA, Licínio & ABRANTES, António (2013). *Introdução ao Turismo*. 5ª ed. Lisboa: Lidel edições técnicas, Lda. 450 p.
15. ESPADA, R. R. C. (2011). *Alqueva: Roteiro para o Desenvolvimento do Turístico Sustentável* (Tese de dissertação para obtenção do grau de mestre em Turismo, ramo de

- Gestão Estratégica de Destinos Turísticos) Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Estoril.
16. GIL, A. C. (1999). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 5ª ed. São Paulo: Atlas SA.
 17. GIL, A. C. (2008). *Métodos e técnicas de pesquisa social*. 6ª ed. São Paulo: Atlas SA
 18. Hall, C. M. (2008). *Tourism planning: policies, processes and relationship*. London: Prentice Hall Harlow.
 19. HINCH, T. e JACKSON, E. (2000). *Leisure Constraints Research: Its Value as a Framework for Understanding Tourism Seasonality*. *Current Issues in Tourism*, 3(2), 87-106.
 20. JANG, Soo Cheong (2004). *Mitigating tourism seasonality – A quantitative approach*. *Annals of Tourism Research*, vol. 31, n.º 4: 819-836.
 21. KASTENHOLZ, E. e ALMEIDA, A (2008). *Seasonality in Rural Tourism – The case of north Portugal*. *Tourism Review*, Vol. 63 Iss: 2: 5-15.
 22. KRIPPENDORF, J. (1989). *Sociologia do turismo*. Para uma nova compreensão do lazer e das viagens. Rio de Janeiro: Civilização Brasileira,
 23. LAGE, H. G.; MILONE, P. C (1998). *Economia do turismo*. Campinas: Papirus.
 24. LEE, C, Bergin-Seers, S., Galloway, G., O’Mahony, B. e McMurray, A. (2008). *Seasonality in tourism industry: Impacts and strategies*. Australia: CRC – Sustainable Tourism Pty Ltd
 25. LEIPER, N (2004). *Tourism Management*. 3ª ed. Aquatic Drive: Person Education Australia.
 26. LINDON, D., Lendrevie, J., Lévy, J., Dionísio, P. e Rodrigues, J. (1999). *Mercator XXI – Teoria e Prática de Marketing*. 10ª ed. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
 27. LUNDTORP, S. (2001). *Measuring tourism seasonality*. In T. Baum e S. Lundtorp, *Seasonality in tourism* (23-48). Amsterdam: Pergamon.
 28. MABJAIA, Irma Dulce. *Contributo do Turismo no Desenvolvimento da Comunidade Local – Caso Da Praia do Tofo*. 2019. Monografia (Licenciatura em Animação Turística) – Curso de Licenciatura em Animação Turística na Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane. Moçambique. 2019.

29. MARCONI, M; LAKATOS, E. M, (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica*. 5ª ed. São Paulo. Atlas SA.
30. MARCUSSEN, C. (2011). *Seasonality in tourism – Separating the natural and institutional causes*. Apresentado na 2ª conferência internacional de gestão de turismo sustentável, Tailândia.
31. MARTIN, V. (2003). *Manual Prático de Eventos*. São Paulo: Atlas.
32. MITCHEL, L.; MURPHY, P. (1991). *Geography and tourism*. *Annals of Tourism Research*, n. 18, p. 57–70.
33. MOTA, K. C. N. (2001). *Marketing Turístico: promovendo uma actividade sazonal*. São Paulo: Atlas.
34. NEVES, H., CRUZ, A. e CORREIRA, A. (2007). *A Sazonalidade da Procura turística na Ilha de Porto Santo*. *Revista Portuguesa de Estudos Regionais*, 17, 25-44.
35. NUNES, T. M.; PLATT, A. A. *A Organização de Eventos como Estratégia de Marketing para o Turismo em Florianópolis*. *Tourism and Management Studies International Conference Algarve*, v. 1, p. 203-214, 2012.
36. OLIVEIRA, António Pereira. (2002). *Turismo e Desenvolvimento-Planejamento e organização*. 4ªed. Editoras atlas. São Paulo.
37. OLIVEIRA, Maxwell Ferreira de. (2011). *Metodologia Científica: um manual para a realização de pesquisas em administração*. Catalão: UFG.
38. ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (2001). *Introdução ao Turismo*. 1ª ed. São Paulo. Editora Roca Ltda. 371 p.
39. PEGG, S.; PATTERSON, I.; GARIDDO, P. V (2012). *The Impact of Seasonality on Tourism and Hospitality Operations in the Alpine Region of New South Wales*. Australia. *International Journal of Hospitality Management*, v. 31, p. 659-666.
40. PEGG, S.; PATTERSON, I; GARIDDO, P. V. (2012). *The Impact of Seasonality on Tourism and Hospitality Operations in the Alpine Region of New South Wales*. Australia. *International Journal of Hospitality Management*, v. 31, p. 659-666.
41. RUSCHMANN, D. (1995). *Marketing Turístico: Um enfoque promocional*. 2ª. ed.

- Campinas: Papirus.
42. RUSCHMANN, D. (2000). *Marketing turístico: um enfoque promocional*. Campinas: Papirus.
43. SEBRAE (2006). *RELATÓRIO DE INTELIGÊNCIA, TURISMO*. JUNHO/2016. Disponível em: WWW.sebrwaweewn.tseelbigreane.crija.csoemto.briral.com.br. Acesso em 24 de Junho de 2019.
44. SILVA, J. S. S. (2009). *A visão holística do Turismo Interno e a sua Modelação*, (Tese de Doutoramento em Turismo, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial). Aveiro: Universidade de Aveiro.
45. UNIVERSIDADE EDUARDO MONDLANE – ESCOLA SUPERIOR DE HOTELARIA E TURISMO DE INHAMBANE. *Regulamento de Culminação do Curso*. Inhambane. Outubro de 2016.
46. WITT, S; BROOKE, M. Z. e BUCKLEY, P. J. (1991). *The management of international tourism*. London: UnwinHyman.

Apêndices

Apêndice A – Instituições e Pessoas Contactadas Para a Realização da Entrevista durante a pesquisa

Nº	Nome do Entrevistado	Instituição	Ocupação	Data da Entrevista
01	Felisberto da Silva Machava	DPCULTURI	Técnico de Planificação	07/10/2019
02	Raquel Vaz	CMCI	Técnica de Turismo	

Apêndice B – Guião de Entrevista Para Instituições Públicas da Cidade de Inhambane



Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

Quência Maria Nhambe, estudante do 4º nível do Curso de Licenciatura em Gestão de Mercados Turísticos. A presente entrevista tem como a finalidade, a elaboração da monografia intitulada ao tema: Estratégias para a Mitigação da Sazonalidade nos Empreendimentos Turísticos da Praia de Tofo. Os dados serão utilizados apenas para fins deste trabalho, garantindo-se o sigilo. Agradece-se a vossa disponibilidade.

Data da Entrevista: _____

Nome da Instituição: _____

Nome do Entrevistado: _____

Ocupação: _____

1. Quantos empreendimentos de alojamento e de restauração, existem na praia de Tofo?
2. Além dos empreendimentos de alojamento e restauração, quais são as outras empresas que prestam serviços turísticos na praia de Tofo?
3. Quais são as actividades turísticas praticadas na praia de Tofo?
4. Qual é a época do ano, que há maior e menor entrada de turistas na praia de Tofo?
5. Quais são as causas que justificam a maior e menor entrada de turistas na praia de Tofo em determinadas épocas do ano?
6. Qual é o número de turistas que deram entrada na praia de Tofo em 2018 e no primeiro, segundo e terceiro trimestre de 2019?
7. O que o governo faz para gerir a actividade turística na praia de Tofo, na época baixa e alta do turismo?
8. Que impactos (negativos e positivos) do turismo, constatados na época baixa e de pico, na praia de Tofo, que interferem no plano de desenvolvimento do turismo na praia de Tofo?
9. Quais são as estratégias aplicadas actualmente pelo governo, para a mitigação dos impactos negativos da sazonalidade na época baixa e de pico, na praia de Tofo?
10. Qual é o plano do governo, no processo de gestão da sazonalidade nos próximos anos, de modo a melhorar a actividade turística na praia de Tofo?

Obrigado pela atenção dispensada!

Apêndice C – Questionário Aplicado aos Empreendimentos Turísticos da Praia de Tofo



Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane

Quência Maria Nhambe, estudante do 4º nível do Curso de Licenciatura em Gestão de Mercados Turísticos. O presente questionário vem no âmbito da elaboração da monografia intitulada ao tema: Estratégias para a Mitigação da Sazonalidade nos Empreendimentos Turísticos da Praia de Tofo. Os dados serão utilizados apenas para fins deste trabalho, garantindo-se o sigilo. Agradece-se a vossa disponibilidade.

Designação do estabelecimento: _____

Serviços prestados: _____

Localização: _____

1. Quais são os serviços que o estabelecimento oferece aos turistas durante a estadia?
2. Quais são os meses de maior e de menor procura turística no estabelecimento?
3. Qual é o número de turistas nacionais e estrangeiros que deram entrada no seu estabelecimento no primeiro, segundo e terceiro trimestre de 2019?
4. Entre turistas estrangeiros e nacionais, quais os que frequentam o estabelecimento na época baixa e de pico?
5. Qual é a taxa média de ocupação de quartos no estabelecimento, nos meses de alta e de baixa procura?
6. Quais são as causas que justificam a maior e menor entrada de turistas no seu estabelecimento em determinadas épocas do ano?
7. Que impactos (negativos e positivos), constatados na época alta e baixa, no consumo dos serviços do estabelecimento, que podem interferir na produção e na produtividade?
8. Quais são as dificuldades enfrentadas na prestação dos serviços na época de pico e na época baixa?
9. Quais são as estratégias aplicadas para a gestão da sazonalidade nas épocas alta e baixa?
10. Quais são as vantagens e desvantagens das actuais estratégias aplicadas na gestão da sazonalidade no seu estabelecimento?

Obrigado pela atenção dispensada!