



BOLETIM DA REPÚBLICA

PUBLICAÇÃO OFICIAL DA REPÚBLICA DE MOÇAMBIQUE

3.º SUPLEMENTO

SUMÁRIO

Conselho de Ministros:

Resolução n.º 2/95:

Aprova a Política Nacional do Turismo e a Estratégia de Desenvolvimento do Turismo para 1995/1999.

CONSELHO DE MINISTROS

Resolução n.º 2/95

de 30 de Maio

O Turismo, uma das bases do desenvolvimento económico e social, desempenha, a par de uma função essencialmente económica, funções de natureza social e cultural de grande relevo e estabelece interdependências profundas com os restantes sectores da actividade económica, cuja interligação importa coordenar de forma equilibrada e objectiva.

Dada a importância do Turismo na economia nacional, constitui uma necessidade imperiosa o estabelecimento de uma Política Nacional de Turismo bem como da Estratégia de Desenvolvimento do Turismo para os próximos cinco anos.

Nestes termos, usando da competência que lhe é atribuída pela alínea e) do n.º 1 do artigo 153 da Constituição da República, o Conselho de Ministros determina:

Único. São aprovadas a Política Nacional do Turismo e a Estratégia de Desenvolvimento do Turismo para 1995/1999, em anexo, que constituem parte integrante da presente Resolução.

Aprovada pelo Conselho de Ministros.

Publique-se.

O Primeiro-Ministro, *Pascoal Manuel Mocumbi*.

Política Nacional do Turismo

1. Introdução

1.1. Necessidade de uma Política Nacional do Turismo

Moçambique dispõe de ricos recursos naturais que podem assegurar ao país uma situação privilegiada e competitiva no mercado turístico regional e internacional

Durante o período colonial, o turismo foi uma importante fonte de divisas e de emprego para a economia de Moçambique. Neste momento, o sector apresenta uma degradação, estagnação e estrangulamento que podem, a curto prazo, comprometer o seu desejável e sustentável desenvolvimento. A elaboração da Política Nacional do Turismo, encarada como conjunto de actividades do Estado com vista a regular e influenciar o desenvolvimento do turismo e subsequentemente da respectiva estratégia, constitui assim uma necessidade básica do turismo por forma a definir um quadro de desenvolvimento sadio e ordenado.

O agravamento dos desequilíbrios que desde há muito afectam a economia moçambicana veio realçar a importância económica e social do turismo. Reconhece-se, no entanto, que o sector apresenta desequilíbrios e estrangulamentos que podem, a curto prazo, comprometer o seu desejável desenvolvimento.

O turismo foi oportunamente reconhecido como sector de vocação eminentemente privada, mas, até agora não foram totalmente estabelecidos quadros de referência globais que permitissem à iniciativa privada desenvolver as suas potencialidades e actuar em conformidade com o mais desejável desenvolvimento do turismo.

Um dos pressupostos da Política Nacional do Turismo é a definição das zonas estratégicas de desenvolvimento do turismo por forma a permitir a sua implementação sã e economicamente vantajosa, minimizando na medida do possível conflitos com outras actividades económicas e evitando o surgimento de situações adversas ao meio ambiente.

A elaboração de uma Política Nacional de Turismo constitui uma necessidade básica do turismo e tem como objectivos principais:

- a) explicitar as prioridades e políticas do governo sobre o desenvolvimento do turismo nesta importante fase de reconciliação e reconstrução nacional e de reabilitação económica e social;
- b) proteger as zonas estratégicas para o desenvolvimento de turismo por forma a que, em função das estratégias a serem definidas se maximizem de forma sustentável os benefícios do seu desenvolvimento na actividade económica do país, nos seus vários domínios;
- c) vincular o desenvolvimento do turismo na base de estratégias quinzenais a serem definidas pelo Governo;

d) confirmar que as várias atracções turísticas de Moçambique são:

- (i) as suas lindas praias;
- (ii) a flora e a fauna bravia;
- (iii) a sua multiplicidade histórica e cultural;
- (iv) as suas atracções termais.

1.2. Definições e conceitos

Dado o carácter multidisciplinar e a sua interacção com muitas outras actividades económicas, torna-se complexa a definição do Turismo. Todavia, para a presente Política Nacional de Turismo serão consideradas as seguintes definições e conceitos:

TURISMO é o conjunto de inter-relações e fenómenos resultantes da viagem e estadia dos não-residentes desde que não os leve a tomar residência permanente e não sejam ligados a qualquer actividade remunerada. Turismo é portanto o conjunto de actividades profissionais relacionadas com o transporte, alojamento, alimentação e actividades de lazer destinadas a turistas.

TURISTA é toda a pessoa que passa pelo menos uma noite num local que não seja o seu local de residência habitual e a sua deslocação não seja efectuada a fim de ir tomar um emprego ou actividade remunerada no local visitado. Por consequência, não somente os veraneantes, mas também os homens de negócios, os peregrinos, os estudantes, os desportistas, os congressistas, os membros de delegações oficiais, etc., são classificados como turistas, desde que realizem esta deslocação fora do seu local de residência e de trabalho habitual. São também tidos como turistas os viajantes em cruzeiros, que desembarquem nos portos nacionais, ainda que a sua permanência no território nacional seja inferior a vinte e quatro horas.

O Turismo pode assumir as seguintes formas:

a) de acordo com o objectivo de viagem.

Turismo recreativo, turismo de lazer, turismo cultural, turismo de saúde, turismo desportivo, turismo de congresso, etc.;

b) de acordo com o número de pessoas:

Turismo individual ou turismo de grupo;

c) de acordo com a idade:

Turismo de jovens, turismo de idade média e turismo de terceira idade;

d) de acordo com o orçamento do turista:

Turismo de luxo, turismo de classe média ou turismo de massas; e

e) de acordo com a localização geográfica:

Turismo interno ou doméstico — turismo praticado por residentes do país dentro dos seus limites geográficos;

Turismo regional — turismo praticado pelos residentes da região;

Turismo internacional — turismo praticado pelos outros residentes de fora da região.

O Turismo pode revestir-se de vários tipos que se ligam com os produtos turísticos, dos quais se destacam:

- a) Turismo de praia e sol;
- b) Turismo de aventura e/ou cinegético;
- c) Turismo histórico-cultural;

- d) Turismo de negócios, de congressos e feiras;
- e) Turismo de saúde e estâncias termais; e
- f) Eco-turismo.

Oferta Turística é constituída por todos elementos que contribuem para a satisfação das necessidades psíquicas, físicas e culturais que estão na origem das motivações dos turistas.

Oferta Turística Primária ou Original constituída pelos recursos naturais nomeadamente praias, flora, fauna e multiplicidade histórica e cultural.

Oferta Turística Derivada ou Constituída que é caracterizada a partir da primária e é constituída pelo conjunto de infra-estruturas criadas para o interesse e directamente relacionadas com o turismo.

Produto Turístico é uma mistura de produtos e serviços prestados ao turista e incluem desde o visto, o transporte, o alojamento, a alimentação, o entretenimento, as atracções e actividades que o turista adquire e faz uso.

Turismo Rural é o turismo praticado em zonas rurais.

Turismo Social é o turismo que é organizado por instituições de carácter profissional ou social destinado a pessoas ou grupos sociais de baixo rendimento económico.

Zonas Turísticas são áreas geográficas delimitadas de uma ou mais localidades ainda que de distritos diversos com aptidão potencial, para o desenvolvimento de actividades turísticas e de lazer, região onde se procedeu à instalação e exploração de serviços turísticos e que atingiu já um expressivo desenvolvimento ou que oferece vastas potencialidades para o atingir.

Política do Turismo é o conjunto de actividades que são definidas e orientadas no sentido de influenciar e dirigir o turismo e o seu desenvolvimento e de numa base sustentável obter dos seus recursos turísticos o máximo de benefícios económicos e sociais para o seu povo.

1.3. Princípios gerais da Política Nacional do Turismo

Quer considerando como uma actividade produtiva, quer tendo em conta os seus efeitos, o turismo é um sistema complexo o que obriga a que o seu planeamento deva procurar criar um conjunto de mecanismos e regras que conduzam à sua regulação e organização.

É forçoso reconhecer que, em termos de planeamento, o tratamento do turismo isoladamente dos sectores com os quais estabelece a mais estreita interdependência limita, e por vezes inibe, a actuação que vise estabelecer o desejável processo de viabilização do sistema.

Os princípios gerais visam introduzir mecanismos de mudança e de regulação possível.

Em primeiro lugar, há que recuperar e/ou modernizar o parque turístico degradado, orientando essa recuperação pela defesa da qualidade do turismo moçambicano;

Em segundo lugar, dada a escassez de recursos, há que concentrá-los nas zonas estratégicas onde poderão ser mais reprodutivos, tendo em conta que as melhores hipóteses de desenvolvimento turístico se encontrarão onde as maiores alterações e produtos turísticos mais diversificados estiverem concentrados;

Em terceiro lugar, a expansão do Turismo far-se-á de forma gradual e sustentável para minimizar os riscos e os impactos negativos e sempre que possível na base do plano de desenvolvimento de cada zona, o que pressupõe um adequado ordenamento da oferta, um grande equilíbrio no aproveitamento de espaços, uma elevada qualidade de serviços prestados a par da criação da formação profissional

e da dignificação profissional e do desenvolvimento do sentido de hospitalidade já de si nato na população moçambicana;

Em quarto lugar, o turismo é e continuará a ser uma actividade essencialmente privada que se desenvolve através de uma série de organizações de serviços e infra-estruturas fornecidas por empresas de hotelaria, agentes de viagens, operadores turísticos, transportadores, até as actividades desportivas e de lazer, aqui se incluindo as respectivas associações;

Em quinto lugar, o Plano Estratégico, a ser devidamente divulgado junto dos interessados e suas associações, constituirá um quadro de referência e orientação para o sector privado de forma a que este possa estabelecer os seus programas de investimento tendo em atenção os superiores interesses do país; e

Finalmente, estabelecem-se linhas estratégicas de actuação genérica, quer no domínio do aproveitamento equilibrado das zonas com potencialidades mais apropriadas ao desenvolvimento harmonioso do país, quer no domínio da promoção.

Ainda num momento em que internacionalmente o turismo de qualidade cada vez mais procura rotas, longe das habituais, Moçambique, com as suas atracções turísticas, poderá ser um dos pólos da nova procura e deste modo atrair vários segmentos de mercado turístico — intercontinental, regional e doméstico — em função das suas principais atracções de praia e mar, fauna bravia, cultura, baixo custo de vida, hospitalidade e clima relativamente temperado, tendo em conta a sua situação geográfica.

É neste quadro promissor, que se vislumbra uma boa perspectiva para a reafirmação do sector de turismo na economia nacional.

2. Política Nacional do Turismo

A Política Nacional do Turismo é o conjunto de actividades com vista a atrair, de forma dinâmica, os turistas nacionais e estrangeiros para usufruírem dos recursos turísticos existentes no País, os investidores nacionais ou estrangeiros para que com investimento sustentável transformem os recursos para serem competitivamente usufruídos, direccionando os utentes à melhores formas de utilização do produto turístico e oferecendo as infra-estruturas necessárias para todo este exercício.

A Política Nacional do Turismo visa:

- a) projectar no mundo uma imagem prestigiosa de Moçambique;
- b) desenvolver o turismo regional e internacional de alta qualidade;
- c) definir áreas estratégicas e consequente atribuição às mesmas do estatuto de áreas de protecção parcial;
- d) criar mais postos de emprego;
- e) obter receitas, principalmente em divisas;
- f) assegurar o envolvimento das comunidades locais de modo a garantir o desenvolvimento sustentável do sector e delas próprias;
- g) institucionalizar fundos que visem promover e incentivar o desenvolvimento de turismo, as acções de promoção turística e o desenvolvimento dos recursos humanos;
- h) promover o desenvolvimento do turismo interno e regional;
- i) Privilegiar a acção do sector privado no desenvolvimento do turismo;

- j) privilegiar e incentivar o empresariado nacional no desenvolvimento do sector;
- k) reabilitar e modernizar as infra-estruturas turísticas, hoteleiras e similares,
- l) privatizar gradualmente as unidades hoteleiras e similares.

3. Objectivos do Turismo

3.1. Objectivos e políticas gerais

Tendo em consideração que a necessidade de arranque e transformação qualitativa do turismo é condicionada pela situação económica e financeira do País e que ao turismo também deve ser dado um papel de factor estratégico para a reanimação da economia, o objectivo geral da Política Nacional do Turismo e de, numa base sustentável, obter dos recursos turísticos o máximo de benefícios sociais e económicos para o povo.

Assim, impõe-se a fixação dos seguintes objectivos a alcançar:

- a) Contribuir para a melhoria da qualidade de vida da população moçambicana;
 - Para o alcance deste objectivo dá-se prioridade ao incentivo das iniciativas de investimento que concorram para a criação de postos de trabalho;
- b) Contribuir para a atenuação dos défices cambiais;
 - Para alcançar este objectivo dá-se prioridade às medidas que visem:
 - aumentar as receitas de origem externa;
 - atenuar o crescimento da despesa turística;
 - aumentar os investimentos externos;
- c) Contribuir para o desenvolvimento harmonioso do País;

Para alcançar estes objectivos estabelecem-se:

- a criação de zonas turísticas prioritárias, adequadas à actual situação
 - implementação de medidas que reforcem o desenvolvimento regional, com base na indústria turística aí estabelecida;
 - distribuição, dos benefícios do desenvolvimento do turismo por tantas zonas do país quantas o plano o aconselhar.
- d) Contribuir para a unidade nacional e desenvolvimento do povo;
 - Para o alcance deste objectivo prioriza-se:
 - o incremento do turismo interno;
 - o fomento do turismo rural;
 - o apoio ao desenvolvimento do turismo social e juvenil.
 - e) Contribuir para a reabilitação, conservação e protecção do património natural e construído, especialmente o de valor ecológico e histórico e valorização do património cultural;
 - Esse objectivo para ser alcançado, implica:
 - organização equilibrada de espaços;
 - protecção de ambientes naturais, em particular das faixas litorais;

- definição da carga turística óptima para cada zona a desenvolver;
- protecção da arquitectura regional e dos aglomerados urbanos típicos;
- preservação dos monumentos e protecção dos espaços envolventes;
- incentivo ao desenvolvimento do artesanato e do folclore.

f) Projectar no mundo uma imagem prestigiosa de Moçambique.

3.2. Princípios orientadores

O crescimento sã e equilibrado do turismo impõe que todas as acções a desenvolver se subordinem aos seguintes princípios:

- a) o crescimento do turismo terá de ser compatível com o desenvolvimento equilibrado das estruturas de apoio e enquadramento;
- b) o turismo moçambicano assentará as bases do seu desenvolvimento na defesa da qualidade de oferta;
- c) a recuperação das áreas degradadas com potencialidades de aproveitamento, será tarefa prioritária;
- d) o desenvolvimento das áreas insuficientemente aproveitadas também será tarefa prioritária;
- e) a oferta turística, em termos de equipamento, será reorganizada e aumentará na diversificação e em melhor ordenamento;
- f) a promoção turística será orientada por forma a diversificar mercados e atrair receitas;
- g) a promoção de iniciativas que visem garantir o equilíbrio ecológico, a preservação do meio ambiente e a utilização sustentável dos recursos naturais, terá como fim a melhoria da qualidade de vida da população;
- h) o desenvolvimento da formação profissional terá de ser compatível com o crescimento da oferta turística derivada ou constituída

3.3. Áreas de intervenção prioritária

Tendo em conta a sua importância e influência no sector e os objectivos fixados, seleccionam-se as seguintes áreas como de intervenção prioritária:

a) Ordenamento turístico

— Em função de critérios estabelecidos e adoptando o conceito de região homogénea, definem-se as seguintes áreas de intervenção prioritária:

- Regiões específicas de aproveitamento turístico — constituídas por áreas onde existem condições específicas para aproveitamento turístico, nomeadamente:
 - Zona de Ponta do Ouro à zona do Cabo Santa Maria;
 - Zona do Turismo da Inhaca;
 - Zona do Pomene (e respectiva Reserva);
 - Arquipélago do Bazaruto e respectivo Parque Nacional,

- Parque Nacional da Gorongosa (incluindo a Serra da Gorongosa);
- Zona do Arquipélago das Quirimbas.

— Eixos de desenvolvimento turístico — constituídos por conjuntos direccionais de núcleos que, mercê da criação de novos equipamentos, recuperação dos existentes e lançamento de programas de promoção e animação, podem constituir elementos importantes do desenvolvimento turístico das regiões em que se inserem, nomeadamente:

- Zona da Costa entre Marracuene e Ponta Linga-Linga;
- Zona de Vilanculos a Bartolomeu Dias;
- Zona de Pemba.

— Pólos de desenvolvimento turístico — definidos por áreas onde se concentram importantes recursos e equipamentos turísticos, nomeadamente:

- Zona da Cidade de Maputo,
- Zona da Cidade da Beira

— Regiões de expansão turística — definidas como áreas que exigem protecção legal e são reserva turística nacional, nomeadamente:

- Zona de Quelimane;
- Zona de Nacala;
- Zona do Guruê e Reserva de Gilé;
- Reserva e Lago do Niassa

b) Animação

A animação, entendida quer como factor de atracção quer como factor de fixação, constitui uma componente fundamental da oferta turística e exige, por isso, uma actuação prioritária por forma a:

- aumentar o grau de satisfação dos turistas;
- atrair novos segmentos de mercado,
- aumentar a estadia média, sobretudo na época baixa;
- aumentar a despesa per capita

c) Formação profissional

- O turismo é um sector exigente no que respeita à qualificação e formação profissional, que constitui um dos elementos centrais da presente Política Nacional de Turismo;
- A falta de quadros neste sector impõe uma intervenção prioritária neste domínio.

d) Investimentos

- A importância que o turismo poderá vir a assumir na economia nacional e o facto de poder desempenhar o papel

de factor estratégico para a atenuação de alguns dos seus desequilíbrios fundamentais, justificam o acréscimo dos investimentos públicos, nomeadamente a reabilitação de estradas para as zonas estratégicas, instalação/reabilitação das linhas de transporte de energia e de comunicações, reabilitação dos aeródromos, reabilitação e ou instalação de equipamentos colectivos de praia, por forma a garantir o seu crescimento;

— Por sua vez, a nível do sector privado, a problemática do financiamento em de ser encarada na perspectiva de economia do sector e atender às suas características e exigências específicas

e) Promoção Turística

Lançamento de programas de promoção turística de acordo com uma estratégia de mercado.

4 Turismo e ambiente

O ambiente é, a par da cultura, factor básico do turismo, pelo que todo o processo de desenvolvimento turístico deverá ter como pressuposto o equilíbrio ecológico, defesa, preservação e valorização do meio ambiente.

O desenvolvimento da actividade turística no país deverá ser encarado no contexto global do ambiente e da economia, havendo necessidade de estudos de impacto ambiental nos empreendimentos turísticos situados particularmente, nas zonas definidas estratégicas de desenvolvimento do turismo.

5 Meios necessários

É necessário que as infra-estruturas e equipamentos relacionados com o turismo, e que desempenham uma posição importante na oferta turística sejam adequados à qualidade da oferta pretendida para corrigir às situações degradadas, repor o equilíbrio necessário à recuperação e desenvolvimento do turismo de modo a corresponder aos objectivos fixados.

Estas infra-estruturas e os equipamentos relacionados com o Turismo contemplam, nomeadamente:

a) Infra-estruturas básicas

- saneamento básico;
- rede ferroviária;
- rede portuária;
- rede aeroportuária;
- serviços de transportes;
- postos de fronteira;
- infra-estruturas básicas

b) Formação Profissional

Reabilitação e/ou construção de centros de formação nas principais regiões do país

c) Equipamento de animação

- novos campos de golfe;
- centros de conferências;
- apoios de praias;
- piscinas;
- recintos desportivos;
- equipamento recreativo e cultural;

- d) Protecção e recuperação de centros urbanos típicos
- e) Alojamento

- hotalaria;
- aldeamentos e apartamentos turísticos;
- estalagens;
- parques de campismo e de caravanas,
- turismo de habitação

- f) Turismo Rural
- g) Protecção de Praias

6 Estrutura organizativa do sector público do turismo

O Estado reconhece a importância da actividade turística para a economia nacional, cabendo ao Ministério que tutela o Turismo superintender toda a estrutura organizativa pública do Turismo

6.1 Direcção Nacional do Turismo

Ferir a sua função principal:

- a) orientar as actividades públicas ou particulares relacionadas com o turismo e superintender no seu exercício;
- b) formular propostas de política de turismo e de planos estratégicos de desenvolvimento e assegurar a sua execução uma vez aprovados;
- c) estudar e propor a criação de zonas turísticas e elaborar os respectivos planos directores de desenvolvimento;
- d) emitir pareceres sobre os planos urbanísticos de locais incluídos ou não em zonas ou regiões turísticas;
- e) inventariar o património turístico nacional e zelar pela sua defesa e conservação;
- f) colaborar com os órgãos competentes na inventariação dos valores turísticos necessários à elaboração de cartas turísticas do país nomeadamente:
 - (i) Etnográfica;
 - (ii) Linguística;
 - (iii) De folclore musical;
 - (iv) Cenegetica;
 - (v) Monumental;
 - (vi) Paisagística;
 - (vii) De zonas turísticas;
 - (viii) De itinerários turísticos.

- g) analisar e aprovar estudos e projectos referentes a unidades turísticas, hoteleiras e similares bem como fiscalizar as respectivas obras de reabilitação ou construção

- h) estudar tipos de estabelecimentos para equipamento hoteleiro de cada zona e itinerário turístico (hotéis, restaurantes, pensões, pousadas, estalagens, cafés, casas de chá, bot quins, albergues de passagem e outros similares), de harmonia com as características e exigências do ambiente e promover a sua construção e exploração;

- i) apoiar e facilitar as iniciativas que visem o aproveitamento dos recursos turísticos do país nomeadamente propondo isenções, reduções ou concessões de facilidades julgadas convenientes;
- j) colaborar com os órgãos que intervenham no desenvolvimento do turismo;

- k) apresentar propostas de formulação, revisão e actualização da legislação do sector;
- l) estudar e emitir pareceres sobre o regime jurídico do exercício das actividades do turismo;
- m) propor a criação de fundos especiais para assegurar o desenvolvimento do turismo;
- n) licenciar, classificar, inspeccionar e fiscalizar o exercício das actividades da indústria hoteleira e similares, das agências de turismo e viagens e dos demais operadores de turismo e aprovar e visar as suas tabelas de preços;
- o) propor a criação de escolas e centros de formação hoteleira e turística bem como estabelecer e implementar um plano de formação técnica e profissional dos quadros do sector;
- p) desenvolver e apoiar actividades de informação e promoção turística no país e no estrangeiro;
- q) coordenar a propaganda turística, qualquer que seja o modo da sua divulgação;
- r) promover o embelezamento e concorrer para a sinalização das vias de acesso às zonas e locais de turismo;
- s) cultivar e desenvolver relações de cooperação internacional com países e organizações bilaterais ou multilaterais com vista a otimizar os benefícios para um adequado desenvolvimento do turismo.

6.2. Fundo Nacional do Turismo

Órgão responsável pela promoção do produto turístico moçambicano e pelo fomento do seu desenvolvimento, e que tem as seguintes atribuições:

- a) elaborar e garantir a execução dos programas de promoção turística;
- b) apoiar a realização de estudos, reuniões, seminários e actividades de formação e outras iniciativas bem como estimular as acções que se relacionem com o turismo e que possam concorrer para a sua valorização;
- c) contribuir para o financiamento de empreendimentos de recuperação e de implantação de infra-estruturas turísticas;
- d) apoiar empreendimentos de interesse turístico que visem conservar a ecologia, a moral, a identidade e o património cultural.

6.3. Empresa Nacional do Turismo

Empresa cuja função principal é a de:

- a) ocupar-se do desenvolvimento e gestão hoteleira, aqui se incluindo a participação no capital de empresas constituídas ou a constituir;
- b) desempenhar a função motora e de instrumento executivo para a implementação das políticas do Estado no sector turístico;
- c) ser operador turístico nacional;
- d) ser gestor das participações financeiras do Estado no sector do turismo.

6.4. Comité Nacional de Facilitação Turística

Órgão interministerial cuja função principal é a de coordenar e guiar o desenvolvimento do turismo bem como estabelecer a ligação intersectorial com vista a facilitar

e incrementar o fluxo de turistas e de viajantes no país. Terá como principais tarefas:

- a) coordenar as acções dos vários Ministérios, organismos e entidades privadas intervenientes em assuntos turísticos, de modo a mais facilmente se poderem atingir os objectivos do seu desenvolvimento;
- b) recomendar a necessária legislação, regulamentos e outras medidas directa ou indirectamente relacionadas com o sector turístico;
- c) apreciar os planos directores elaborados para as zonas turísticas e submetê-los ao Conselho de Ministros para a sua aprovação;
- d) garantir e zelar pela implementação dos planos directores junto dos vários sectores governamentais e da administração central, provincial e local;
- e) estabelecer sub-comissões encarregadas de problemas específicos; e
- f) actuar como um fórum permanente para discussão de problemas do turismo entre os vários órgãos governamentais, e entre estes e o sector privado.

Estratégia para o Desenvolvimento do Turismo para 1995/1999

1. Introdução

1.1. Necessidade de uma estratégia para o desenvolvimento do turismo

O agravamento dos desequilíbrios que, desde há muito, afectam a nossa economia aliado ao movimento de turistas e viajantes veio realçar a importância económica e social do turismo.

Reconhece-se, no entanto, que o sector apresenta desequilíbrios e estrangulamentos que podem, a curto prazo, comprometer o seu desejável desenvolvimento.

A elaboração de uma estratégia para o desenvolvimento do turismo constitui, assim, uma necessidade básica do turismo, por forma a definir um quadro de desenvolvimento são e ordenado do sector.

Como indicado na Política Nacional do Turismo, quer considerando como uma mera actividade produtiva quer tendo em conta os seus efeitos, o turismo é um sistema complexo, que obriga a que o seu planeamento deva procurar criar um conjunto de mecanismos e regras que conduzam à sua regulação e organização.

É, porém, forçoso reconhecer que, em termos de planeamento o tratamento do turismo isoladamente dos sectores com os quais estabelece mais íntimas interdependências limita e por vezes inibe a actuação que visa estabelecer o desejável processo de viabilização do sistema.

Não se trata, por isso, de estabelecer o processo de estruturação do espaço de decisão referente à regulação e organização do turismo como seria desejável, mas de adoptar princípios que visem introduzir os mecanismos de mudança e da regulação possível.

Com vista à elaboração da estratégia para o desenvolvimento do turismo, o Governo solicitou o apoio e assistência técnica à Organização Mundial do Turismo — Projecto MOZ 90/009, financiado pelo Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento. É dentro deste quadro que foram concluídos e apresentados os seguintes documentos:

- Plano Estratégico para o Desenvolvimento Turístico de Moçambique;

- Resumo executivo do Plano Estratégico para o Desenvolvimento Turístico de Moçambique;
- Programa Trienal de Acções para o Desenvolvimento Turístico de Moçambique;
- Relatório Final de Marketing e Estatística; e
- Manual técnico de normas para marketing e estatística.

1.2. Objectivos da estratégia

A estratégia de desenvolvimento do turismo tem como objectivos principais:

- a) redefinir as zonas estratégicas para o desenvolvimento do turismo por forma a maximizar-se os benefícios de seu desenvolvimento na actividade económica e social do país nos seus vários domínios;
- b) vincular o desenvolvimento do turismo aos programas do Governo; e
- c) Concentrar os escassos recursos humanos, materiais e financeiros nas zonas onde poderão ser mais reprodutivos.

A opção a tomar para o desenvolvimento do turismo no País é o incentivo de oferta turística de qualidade, procurando-se obter do uso dos recursos turísticos disponíveis o máximo de benefícios económicos e sociais para a economia e o povo, e que estes recursos sejam utilizados de forma sustentável. O incentivo do turismo doméstico, por outro lado, apresenta-se como uma das prioridades do Governo.

2. Estratégia para o Desenvolvimento do Turismo

A Estratégia para o Desenvolvimento do Turismo consiste na identificação do potencial turístico do País, na formulação de directrizes que orientarão o desenvolvimento das actividades e programação estratégica do sector.

As questões mais importantes contidas na Estratégia para o Desenvolvimento Turístico de Moçambique, são as seguintes:

- Recursos Naturais;
- Alojamento Turístico;
- Zonas de Protecção Parcial para o Turismo;
- Zonas Estratégicas de Desenvolvimento Prioritário;
- Estratégia do desenvolvimento;
- Medidas estratégicas;
- Perspectivas de crescimento do sector.

2.1. Recursos naturais

As autoridades coloniais, reconhecendo a existência de recursos naturais propícios ao desenvolvimento do turismo e a necessidade de se aproveitar este sector para o desenvolvimento económico do então Estado de Moçambique, determinaram a criação de 26 zonas estratégicas de desenvolvimento do turismo (anexo I) através das Portarias n.º 20 288, de 20 de Abril de 1967, 21 182, de 20 de Abril de 1968 e 930, de 24 de Outubro de 1972 as quais ainda se mantêm em vigor.

A presente Estratégia, ao pretender incutir dinamismo e disciplina no desenvolvimento daquelas zonas, apresenta uma proposta de delimitação de áreas a considerar como prioritárias, dados os seus valiosos recursos naturais, acessibilidade e segurança, factores que determinam o seu desenvolvimento.

2.2. Alojamento turístico

Até à altura da independência existiam em Moçambique mais de oito mil camas distribuídas por hotéis, motéis e pensões. Actualmente, o País não dispõe de mais de 1200 camas em condições razoáveis para receber turistas.

A redução drástica do número de camas teve várias origens, com destaque para a degradação do parque hoteleiro devido à falta de investimento de reposição, este factor que veio a ser agravado pela transferência de pensões e residenciais para sectores e instituições que passaram a usá-las para outros fins e o isolamento das estâncias turísticas devido à guerra.

A dinâmica da tipologia de construção utilizada no turismo é responsável pela obsolescência de mais de 90% do alojamento turístico existente no País. É importante indicar como uma das prioridades a recuperação e actualização do sector de alojamento com objectivo de na sua maioria servir o turismo interno. A Estratégia sugere a criação do novo e moderno alojamento para as zonas indicadas como prioritárias, donde, as localizadas no Sul do País poderão ser de categoria média/alta para satisfazer o mercado de classe média/alta e ao Norte só serão admitidos alojamentos de alta categoria para conter a avalanche de turistas e garantir assim a preservação da qualidade dos recursos naturais ainda intactos.

2.3. Zonas de protecção parcial para o turismo

A Lei n.º 6/79, de 3 de Julho, prevê e define no seu artigo 26 as zonas de protecção parcial como sendo as áreas de terra em que os titulares do direito de uso e aproveitamento podem retirar certas utilidades, desde que não contrariem a prossecução dos fins especiais para que as mesmas foram constituídas.

Com o objectivo de garantir a correcta e sustentável utilização das zonas turísticas já estabelecidas, nos termos do artigo 28 da mesma lei, o Conselho de Ministros cria as seguintes zonas de protecção parcial para o desenvolvimento do turismo:

- a) Zona da Ponta do Ouro, que inclui a Ponta Malongane, Ponta Mamoli e a Reserva do Maputo até ao Cabo Santa Maria;
- b) Zona do Turismo da Namaacha;
- c) Zona do Maputo, que inclui Catembe, Xefinas e Marracuene;
- d) Zona do Turismo da Inhaca;
- e) Zona da Costa de Marracuene (provincia do Maputo) à Ponta da Linga Linga (provincia de Inhambane);
- f) Zona de Pomene (e respectiva Reserva);
- g) Zona de Vilanculo -- Bartolomeu Dias, incluindo o Arquipélago de Bazaruto e o Parque Nacional do mesmo nome;
- h) Zona da Beira, que inclui as praias de Sofala, da Beira, de Sungo e de Savane;
- i) Zona do Parque Nacional da Gorongosa, incluindo a Serra da Gorongosa;
- j) Zona de Quelimane, que inclui a cidade de Quelimane, costa de Quelimane até ao Lumbo;
- k) Zona do Gurué, incluindo a reserva de Gilé;
- l) Zona do Turismo de Nova Sofala;
- m) Zona de Turismo de Milange;
- n) Zona de Pemba, que se estende desde a Foz do Rio Lúrio até à Foz do Rio Rovuma incluindo o Arquipélago das Quirimbas;

- o) Zona de Nacala (inclui Lumbo, Ilha de Moçambique, Mossuril, praias da Península de Nacala e da de Pinda e da costa até a foz do Rio Lúrio);
- p) Reserva e Lago do Niassa;
- q) Zona da Albufeira de Cahora Bassa;
- r) Zona de Turismo de Manica;
- s) Zona de Corrumana.

Obs.: Sem prejuízo da legislação respectiva, os parques nacionais, as reservas e as coutadas não constantes destas zonas são também zonas de protecção parcial para o desenvolvimento do turismo.

2.4. Zonas estratégicas de desenvolvimento prioritário

A selecção das zonas a desenvolver teve como base, entre outros, os seguintes critérios:

- a) Valor das atracções em relação aos mercados previstos

A escolha predominante das zonas costeiras não foi arbitrária. As suas atracções de praias e mar são as que mais valor terão em relação aos mercados estrangeiros, dos países vizinhos, europeus e americanos. Quanto aos primeiros esta preferência é um facto, e com respeito aos segundos, a costa de Moçambique complementar a fauna bravia e outras atracções do «*hinterland*» dos países vizinhos;

- b) Possibilidades de acesso conveniente ao mercado latente

A necessidade de os visitantes chegarem aos seus destinos o mais rapidamente possível é absolutamente básica;

- c) Concentração de atracções diversas

Diferentes atracções à distância aceitável de um destino permitem a oferta de circuitos ou programas variados e interessantes. Este factor será especialmente importante para os turistas de além-mar que pretenderão uma «*experiência africana*» tão diversa quanto possível;

- d) Existência de recursos e/ou infra-estruturas

As zonas com mais recursos naturais e outros, e com maior número de infra-estruturas utilizáveis, serão as menos onerosas de desenvolver. A minimização de custos directos para desenvolvimentos turísticos será fundamental para permitir um preço de oferta que seja competitivo, especialmente em relação aos destinos concorrenciais da região austral;

- e) Capacidade para acomodar confortavelmente os níveis de desenvolvimento previstos

Os imperativos económicos, como economias de escala ou de aglomeração, foram ponderados em relação a critérios ambientais e sociais;

- f) Necessidade urgente de ordenamento

Dada a corrida para a aquisição de terras em certas zonas turísticas, com tendência a alastrar-se a outras, ou a degradação de locais já ocupados, haverá que tomar medidas urgentes para o seu ordenamento; e

- g) Custos e benefícios resultantes quer do impacto social quer do impacto económico.

Dada a escassez de recursos humanos, materiais e financeiros, há que concentrá-los nas zonas onde poderão ser mais reprodutivos, tendo em conta que as melhores hipóteses de desenvolvimento turístico se encontrarão onde as maiores atracções e produtos turísticos mais diversificados estiverem concentrados. Tendo em conta ainda que as 26 zonas estratégicas de desenvolvimento do turismo existentes, mas não coincidentes ou abrangidas por aquelas que abaixo referiremos, deverão continuar a ser devidamente salvaguardadas para que a sua ocupação prematura ou inadequada não vá impedir o seu desenvolvimento são e ordenado, assim foram identificadas 14 zonas, das quais se propõe que nove sejam desenvolvidas a curto/médio prazo e as outras cinco, embora apresentem constrangimentos a um desenvolvimento num futuro próximo, merecem atenção para salvarguardar o seu potencial.

A definição destas zonas como de desenvolvimento prioritário não impede que os agentes económicos desenvolvam infra-estruturas turísticas em qualquer outro local do País.

As zonas a desenvolver a curto/médio prazo são:

- Zona da Ponta do Ouro, que inclui a Ponta Malongane, Ponta Mamoli e a Reserva do Maputo até ao Cabo Santa Maria;
- Zona do Maputo, que inclui Catembe, Xefinas e Marracuene;
- Zona de Turismo da Inhaca;
- Zona da Costa de Marracuene (província do Maputo) à Ponta Linga-Linga (província de Inhambane);
- Zona de Pomene (e respectiva Reserva);
- Zona de Vilanculo — Bartolomeu Dias, incluindo o Arquipélago de Bazaruto e o Parque Nacional do mesmo nome;
- Zona da Beira, que inclui as praias de Sofala, da Beira, de Sengo e de Savane;
- Zona do Parque Nacional da Gorongosa, incluindo a Serra da Gorongosa;
- Zona de Pemba, que se estende desde a Foz do Rio Lúrio até à Foz do Rio Rovuma, incluindo o Arquipélago das Quirimbas.

Nota: Os Parques e Reservas não constantes destas zonas, bem como as coutadas, são definidas como zonas estratégicas a desenvolver a curto/médio prazo.

As zonas a desenvolver a médio/longo prazo são:

- Zona de Quelimane, que inclui a cidade de Quelimane, costa de Quelimane até ao Lumbo;
- Zona de Nacala (inclui Lumbo, Ilha de Moçambique, Mossuril, praia das Chocas, praias de Península de Nacala e da de Pinda e da costa até a Foz do Rio Lúrio);
- Zona do Gurué (incluindo a Reserva de Gilé);
- Reserva e Lago do Niassa; e
- Zona da Albufeira de Cahora Bassa.

2.5. Estratégia de desenvolvimento

Na base dos aspectos atrás indicados, nomeadamente sobre:

- a) Natureza e localização das atracções;
- b) Características da procura turística;
- c) Os critérios sociais, económicos e ambientais; e
- d) As oportunidades e limitações principais algumas das quais se destacam no anexo II.

Apresenta-se, assim, a estratégia de desenvolvimento do turismo.

2.5.1. Em relação as zonas conforme definido no ponto 2.4. define-se como tipo de turismo a desenvolver em cada uma das zonas o seguinte:

- a) Zona da Ponta do Ouro, que inclui a Ponta Malongane, Ponta Mamoli e a Reserva do Maputo até Cabo Santa Maria;

Esta zona terá papel de relevo na captação do segmento turístico de posses médias/altas originário dos países vizinhos, particularmente a RAS, dada a sua localização e outras características. A sua proximidade da cidade de Maputo também atrairá o mercado doméstico aqui baseado. A área costeira deverá ser desenvolvida como uma estância turística baseada em três pólos — Ponta D'Ouro, Ponta Mamoli e Ponta Malongane. Oferecerá grande variedade de atracções, infra-estruturas e serviços. Não se deverá incentivar o desenvolvimento de parques de campismo ou caravanismo. O alojamento não deverá ter um nível inferior a 2 estrelas. A concepção morfológica e tratamento arquitectónico deverão dar ênfase a espaço, paisagem e imagem arquitectónica, isto é, a baixa altura das edificações, sua integração paisagística e os materiais utilizados na sua construção serão contribuições mais importantes em estabelecer o nível de atracção do destino;

- b) Zona do Maputo, incluindo Catembe, Xefina e Marracuene

Para além da sua óbvia aptidão para o recreio e turismo dos cidadãos, esta zona deverá ter um papel de contenção dos segmentos dos países vizinhos. Recomenda-se também o desenvolvimento de infra-estruturas como parques de campismo e caravanismo para turistas de posses baixas e médias;

- c) Zona do Turismo da Inhaca

Dada a sua fragilidade ambiental e a realidade sócio-económica, o grande interesse dos sistemas naturais das Ilhas e mar que a rodeia, recomenda-se que o seu desenvolvimento seja na base do eco-turismo, pelo que terá de ser turismo de alta qualidade de modo a evitar-se o turismo de massas. Recomenda-se que o alojamento já existente seja adequado a captação de um mercado turístico de média e alta qualidade. Quanto à Ilha dos Portugueses recomenda-se a não existência de qualquer ocupação permanente;

- d) Zona da Costa de Marracuene (província do Maputo) à Ponta da Linga-Linga (província de Inhambane)

Toda esta zona com bastantes praias e lagoas abrigadas está vocacionada para férias familiares, podendo receber turistas domésticos e regionais com posses médias e altas. Recomenda-se que para esta zona o alojamento deverá ser constituído predominantemente por conjuntos turísticos. Recomenda-se ainda nas praias de maior fluxo turístico a construção de equipamentos colectivos de praias.

Nas áreas particularmente vulneráveis como Bilene não deverá ser permitida a construção de parques de campismo/caravanismo que não sejam apenas de primeira qualidade. Recomenda-se também que os parques de campismo não ultrapassem a província de Gaza. As zonas acima da província de Gaza incluindo Chidanguuele deverão privilegiar o turismo de média/alta qualidade.

Esta recomendação é válida também para a região que vai de Morrumbene até a Foz do Rio das Pedras;

- e) Zona de Pomene (e respectiva Reserva)

Recomenda-se o desenvolvimento integral desta zona, isto é, praia, mar e reserva. O tipo de turismo a ser desenvolvido nesta zona deverá ser de alta qualidade e com empresários turísticos de experiência comprovada;

- f) Zona de Vilanculo — Bartolomeu Dias, incluindo o Arquipélago de Bazaruto e o Parque Nacional de mesmo nome

Esta é a zona de desenvolvimento mais importante a curto prazo e está vocacionada para o turismo regional e intercontinental, nomeadamente via África do Sul e Zimbábue. As ilhas, praias e mar que rodeiam o Arquipélago do Bazaruto serão as suas principais atracções. Idealmente estas ilhas nunca deveriam ter sido locais de alojamento turístico mas serem apenas providas de equipamento de apoio a visitantes diurnos. Dado o facto consumado existirem ou estarem já aprovadas unidades hoteleiras em quase todas elas, não deverá ser autorizada mais nenhuma, exceptuando a possível extensão e melhoramento do empreendimento existente no Bazaruto. A expansão futura do parque hoteleiro da zona deveria toda ter lugar apenas na costa, donde poderiam partir excursões às ilhas (de barco) e eventualmente para outros pontos como o Parque Nacional do Zinave. Advoga-se que no período da estratégia este desenvolvimento tenha lugar num só pólo, em vez de disperso. Neste pólo seriam localizados todos os equipamentos e serviços embora o alojamento turístico possa estar mais disperso. A imagem urbanística e arquitectónica do futuro desenvolvimento deverá ser da mais elevada qualidade;

- g) Zona da Beira, que inclui as praias de Sofala, da Beira, de Sengo e do Savane.

Para além da sua óbvia aptidão para o recreio e turismo dos cidadãos, esta zona deverá ter um papel de contenção dos segmentos dos países vizinhos. Tal como para a zona do Maputo, recomenda-se também para esta zona o desenvolvimento de infra-estruturas como parques de campismo e caravanismo para turistas de posses baixas e médias. O seu aeroporto internacional será o principal ponto de entrada para turistas de foto-safaris e de caça à Gorongosa e às muitas coutadas existentes na província de Sofala. Recomenda-se a modernização e construção/criação de novo parque hoteleiro para todos

os níveis. Recomenda-se ainda a construção de campismo e caravanismo para a média e alta qualidade;

h) Zona do Parque Nacional da Gorongosa, incluindo a Serra da Gorongosa.

As suas potencialidades e localização garantir-lhe-ão um lugar cimeiro dentro da gama de destinos turísticos internacionais da oferta turística moçambicana. É da mais alta prioridade proceder-se à sua recuperação, cujas concepções de desenvolvimento só poderão ser estabelecidas após estudos sobre a sua situação actual. Recomenda-se ainda a criação de alojamento de alta qualidade na periferia desta zona e na Serra da Gorongosa e nesta última com uma qualidade luxuosa;

i) Zona de Pemba, que se estende desde a Foz do Rio Lúrio até à Foz do Rio Rovuma, incluindo, o Arquipélago das Quirimbas.

Esta zona poderá captar todo o mercado intercontinental, se salvaguardadas a sustentabilidade da mesma e o desenvolvimento na base do respectivo ordenamento. Recomenda-se o desenvolvimento de um turismo de média e alta qualidade e recomenda-se a curto prazo o desenvolvimento ordenado das praias de Chuiba e Wimbe;

j) Zonas a desenvolver a médio/longo prazo.

Em relação a estas zonas, recomenda-se que o seu desenvolvimento seja feito na base dos ordenamentos turísticos de cada uma delas a serem elaborados e devidamente aprovados.

2.5.2. Reabilitação/modernização do parque hoteleiro existente em particular nas zonas indicadas no ponto anterior no quadro da legislação em vigor, acelerando a dinamização do processo de privatização dos estabelecimentos hoteleiros sob gestão do Estado.

2.5.3. Criação de nova capacidade de oferta hoteleira e outras infra-estruturas turísticas para apoiar a expansão turística prevista.

2.5.4. A expansão do turismo far-se-á de forma gradual e sustentável para minimizar os riscos e impactos negativos e o seu desenvolvimento deverá ser devidamente acompanhado.

2.5.5. Promover o turismo doméstico, tanto de moçambicanos como de estrangeiros residentes, bem como o regional, estudando as motivações de novos mercados potenciais, como a classe média da população de origem africana nos territórios vizinhos, que poderá vir a constituir um mercado futuro significativo.

2.5.6. Incentivar o desenvolvimento de infra-estruturas turísticas pelo sector privado nos termos da Lei de Investimentos e do respectivo Código de Benefícios Fiscais.

2.6. Medidas estratégicas

As medidas seleccionadas referem-se em especial às áreas de intervenção prioritária, destacando-se as seguintes:

a) Ordenamento turístico.

— As regiões específicas, os pólos e os eixos de desenvolvimento turístico serão considerados zonas privilegiadas e estratégicas de desenvolvimento turístico;

— Realização de planos de desenvolvimento turístico de cada zona;

— Definição de áreas saturadas, semi-saturadas, insuficientemente aproveitadas e de reserva, com a consequente adopção de medidas visando o seu mais correcto aproveitamento;

— Definição do tipo de turismo e dos equipamentos mais adequados para cada região.

b) Animação.

— Apoio prioritário aos equipamentos que contribuam para melhorar a utilização da capacidade de alojamento e atenuar o grau de sazonalidade;

— Estímulo à realização de manifestações culturais, desportivas, gastronómicas, e, em geral àquelas, que promovam a imagem do turismo moçambicano.

c) Formação profissional.

— Criação de unidades hoteleiras escolares nas regiões centro e norte do país bem como efectivar a formação profissional básica e média em hotelaria e similar e formação básica em turismo;

— Estimular as empresas para o lançamento de programas de formação profissional interna;

— Actualizar a legislação relativa às carreiras e profissões turísticas.

d) Investimentos.

— Apoio à recuperação e modernização da oferta turística;

— Apoio à criação de novas infra-estruturas turísticas particularmente às ligadas às zonas estratégicas;

— Estímulo às iniciativas visando o estabelecimento de equipamentos colectivos;

— Utilização dos incentivos fiscais e aduaneiros previstos na Lei de Investimentos e definidos no respectivo Código de Benefícios Fiscais.

e) Promoção turística.

Lançamento de programas de promoção de acordo com uma estratégia de mercado que vise:

— a maximização das receitas turísticas;

— atenuação da sazonalidade e privilegiar a conquista de mais segmentos de mercado, nomeadamente jovens, terceira idade, etc.;

— a promoção do turismo social.

2.7. Perspectivas de crescimento do sector

2.7.1. Mercados identificados

Dos estudos de mercados efectuados, foram identificados para Moçambique os seguintes mercados potenciais:

2.7.1.1. Mercado intercontinental

Turistas que aceitariam um período em Moçambique a acrescentar às suas visitas a países vizinhos como a RAS, Botswana, Zimbabwe, Zâmbia e até Malawi. Neste caso

a viagem a Moçambique seria de ida e volta ao seu destino inicial e turistas que viriam directamente a Moçambique dos seus países de além-mar, com ênfase para os europeus.

A República da África do Sul é referida em muitos estudos como destino dominante do turismo além-mar. Dado o alto nível de desenvolvimento do sistema de transportes e comunicações, o que permite fácil e rápida ligação com a Europa/América, a RAS actua como intermediário dos países como Botswana, Lesotho e Swazilândia. Afigura-se pouco provável que Moçambique possa estar em condições de receber turistas directamente neste quinquénio.

Para poder desviar directamente para Moçambique parte dos mercados que afluem para Maurícias, Quénia, Tanzânia, Botswana e mesmo África do Sul, países que, neste momento, oferecem uma gama de atracções semelhantes às nossas, haveria que poder oferecer-lhes pelo menos, uma mesma variedade de produtos turísticos e a preços que pudessem competir com os daqueles países.

É equacionável a possibilidade de incluir Moçambique como destino alternativo aos destinos regionais que possuem como atracção principal apenas parte de qualquer um dos nossos produtos sendo desta forma possível concorrer com o Zimbabwe, Botswana (foto-safaris ou caça) e com as Seychelles, Maurícias e Comores (sol-e-praia) e captar para o país uma certa proporção. Para isso será também necessário oferecer produtos turísticos mais diversificados do que o daqueles a preços e qualidades concorrenciais.

Fazer de Moçambique um destino adicional (pacotes turísticos conjuntos) para os cerca de 500 000 turistas intercontinentais que visitam anualmente a África do Sul, Botswana, Zimbabwe, etc., sobretudo no produto de sol-e-praia, é algo que parece ser facilmente realizável nesta fase.

2.7.1.2. Mercado regional

Este é o mercado mais importante neste momento para o País, tomando-se em conta que:

- a) O primeiro destaque é dado à RAS onde cerca de 1 018 000 turistas sul africanos visitam países da região (OMT:1994). Os turistas sul africanos são, na sua maioria, caracterizados por três segmentos principais:

- com posses para se deslocar de avião em férias a destinos da região austral total ou parcialmente concorrenciais com Moçambique, nomeadamente as Ilhas do Índico;
- com menor disponibilidade financeira que o segmento acima, tem passado as suas férias em estabelecimentos hoteleiros abaixo de três estrelas, especialmente em países vizinhos e também no seu próprio país, mas poderia fazê-lo em Moçambique;
- normalmente o menos afluente destes três, com tendência a levar o seu alojamento para férias (caravanas, tendas, atrelados com barcos), e vivendo frugalmente no seu destino. Inclui também um subsegmento que se alojará nos estabelecimentos mais baratos como pensões e residenciais.

- b) A seguir destaca-se o Zimbabwe entre outros países da região.

2.7.1.3. Mercado doméstico

Este é um mercado que importa cultivar e incentivar. Neste mercado incluem-se:

- a) moçambicanos na sua maioria residentes nos centros urbanos principais. Em termos de segmentos, estes seriam muito semelhantes aos dos países vizinhos, com proporções diferentes, na medida em que o número dos indivíduos afluentes seria aqui muito menor. Poderão também ter um papel de compensação sazonal, mas principalmente em relação ao alojamento turístico mais modesto;
- b) estrangeiros residentes, que embora não sejam turistas na definição estrita do termo, trocarão divisas para pagar as suas férias e poderão desempenhar um papel de compensação sazonal em relação ao parque hoteleiro de melhor nível existente em zonas turísticas não urbanas de Moçambique.

2.7.1.4. Outros mercados

Homens de negócios, técnicos, congressistas, políticos, VAF's (visitantes a amigos e familiares), tripulações de aeronaves, etc., constituirão um mercado total importante para a viabilização do parque hoteleiro urbano, fora as outras vantagens. Alguns destes visitantes poderão fazer uma viagem turística dentro do país durante a sua estada, como por exemplo safari fotográfico ou excursão marítima.

2.7.2. Estimativas de crescimento

2.7.2.1. A reabilitação e o crescimento do parque hoteleiro baseia-se fundamentalmente nos seguintes pressupostos:

- a) segurança e estabilidade total do País;
- b) clima favorável para o investimento;
- c) facilitação turística.

2.7.2.2. Partindo do princípio de que estes pressupostos estão resolvidos, estima-se que se alcance o número de turistas e as infra-estruturas hoteleiras se desenvolvam gradualmente conforme se apresenta no quadro (anexo III) respeitante ao crescimento do sector. Em relação às infra-estruturas, recomenda-se um incremento gradual no escalonamento da oferta do alojamento e outras infra-estruturas turísticas pelas seguintes razões:

- a) permanecer confortavelmente dentro das estimativas feitas para a procura provável e assim minimizar os riscos de investimento;
- b) poder estabelecer metas para a construção de infra-estruturas em harmonia com a possibilidade de as atingir;
- c) permitir testar o mercado e rever o programa inicialmente estabelecido à luz da experiência adquirida;
- d) minimizar os impactos sócio-económicos negativos, permitindo às populações ajustarem-se gradualmente ao desenvolvimento turístico.

2.7.3. Benefícios económicos

2.7.3.1. Modelo teórico de estrutura de despesas

As receitas em divisas provenientes do sector turístico a entrar nas contas nacionais serão em função do número de visitantes, sua estadia média no País e despesas por eles feitas, subtraídas das fugas causadas pelo pagamento de importações e transferências entre sectores económicos.

Na ausência de antecedentes, é quase impossível estimar quanto poderiam os turistas dispendir diariamente acima dos custos dos seus «pacotes». Certas nacionalidades tendem a gastar pouco, fora do que já pagaram por esses pacotes, que geralmente pretendem que sejam o mais abrangente; outras preferem ser mais independentes dos operadores e pagar extra por excursões, visitas, entretenimentos, etc. As despesas dependerão do número de oportunidades existentes para as fazer e a percepção, por parte dos turistas, do valor real das compras. O artesanato, por exemplo, tende a ser sensível ao preço.

A maior parte do dinheiro gasto em férias destina-se a custos de transporte, comida e alojamento, e é nesta área que as fugas normalmente ocorrem. Porém, fora o transporte pode atingir-se um alto nível de conteúdo local nas outras áreas mencionadas, dado que quase todos os materiais de construção civil, pessoal de serviço e a comida e muitas bebidas servidas poderão ser de origem local.

O anexo IV representa um modelo teórico para as várias componentes de umas férias típicas de um turista intercontinental de escalão económico acima da média e que visita Moçambique a partir de um País vizinho, tendo o seu pacote 7 dias de estada em Moçambique.

2.7.3.2. Outros benefícios económicos

Aqui há a destacar os seguintes:

- a) Os impostos cobrados;
- b) Os benefícios económicos resultantes do efeito multiplicador;
- c) As oportunidades para pequenas actividades económicas, tais como restaurantes típicos, venda de artesanato, etc.;
- d) As oportunidades de emprego.

Emprego directo, em alojamentos turísticos;

Emprego indirecto, em actividades e serviços interligados com o turismo tais como táxis, cafés, fabrico de artesanato, restaurantes, actividades recreativas, etc. e emprego induzido, com a criação de outros empregos a partir do pessoal empregado dentro do efeito multiplicador do turismo

ANEXO I

Listagem da legislação sobre as Zonas de Turismo

1 Informação preliminar

- a) Decreto-Lei n.º 42 194, de 27 de Março de 1959, publicado no *Boletim Oficial*, n.º 15, 1.ª série, de 1 de Abril de 1959, no seu artigo 9.º incumbe ao então Centro de Informação e Turismo propor ao então Governador Geral a criação de órgãos locais de turismo e superintender, orientar, coordenar e estimular a sua acção e aprovar os seus planos de actividade e orçamentos;

- b) Diploma Legislativo n.º 2732, de 3 de Dezembro de 1966, define no seu artigo 30.º parágrafo único a criação de zonas de turismo.

2. Diplomas legais que criam as Zonas de Turismo

- a) Portaria n.º 20 288, de 20 de Abril de 1967, publicado no *Boletim Oficial*, n.º 15, 1.ª série de 20 de Abril de 1967, cria as zonas de turismo:

1. Zona de Turismo de Matutuine;
2. Zona de Turismo da Namaacha;
3. Zona de Turismo da Inhaca;
4. Zona de Turismo da Catembe;
5. Zona de Turismo de Maputo;
6. Zona de Turismo do Bilene;
7. Zona de Turismo de Xai-Xai;
8. Zona de Turismo de Inhambane;
9. Zona de Turismo de Bazaruto;
10. Zona de Turismo da Beira;
11. Zona de Turismo da Gorongosa;
12. Zona de Turismo de Chimoio;
13. Zona de Turismo de Man'ca;
14. Zona de Turismo de Tete;
15. Zona de Turismo de Quelimane;
16. Zona de Turismo da Ilha de Moçambique;
17. Zona de Turismo de Nampula;
18. Zona de Turismo de Pemba.

- b) Portaria n.º 21 182, de 20 de Abril de 1968, por força dos artigos 30.º e 32.º do Diploma Legislativo n.º 2732, de 3 de Dezembro de 1966, cria as seguintes zonas de turismo:

19. Zona de Turismo de Inharrime;
20. Zona de Turismo de Sofala;
21. Zona de Turismo de Milange;
22. Zona de Turismo do Gurúè;
23. Zona de Turismo de Pebane;
24. Zona de Turismo de Angoche;
25. Zona de Turismo de Nacala.

- c) Portaria n.º 930/72, publicada no *Boletim Oficial* n.º 124, 1.ª série, de 24 de Outubro de 1972, cria a zona de Turismo do Ibo:

26. Zona de Turismo do Ibo.

- d) Portaria n.º 385/73, que fixa as características e limites da Zona de Turismo de Inhambane estabelecida pela Portaria n.º 20 288, (*Boletim Oficial*, n.º 39, 1.ª série, de 31 de Março de 1973).

ANEXO II

Principais oportunidades e limitações para o desenvolvimento do Turismo

I. Limitações

1. Organização Institucional do Turismo

Um dos problemas básicos que o desenvolvimento turístico enfrenta em Moçambique é o de não possuir uma estrutura organizativa à altura dos desafios que o sector está enfrentando.

2. Vistos de entrada

A parte a demora e a burocracia envolvidas, as dificuldades em obter vistos de entrada para Moçambique são agravadas pelo número limitado de locais onde poderão ser obtidos. A exigência de vistos e o seu pagamento é desagradável, especialmente para quem visita um dado destino por escolha e não por necessidade. Se o País deseja começar a atrair turistas, (especialmente numa situação concorrencial intensa, deverá ponderar cuidadosamente os custos e os benefícios de tal medida.

3. Taxas de navegação aérea e de aeroporto

Comparado com a República da África do Sul, Botswana, Tanzânia e Quênia, Moçambique aplica as taxas de aterragem de passageiros mais elevadas. Tais taxas constituem um desincentivo ao desenvolvimento turístico e deverão ser revistas à luz da presente estratégia.

4. Serviços de Migração e Alfandegários

O número de pontos de controlo e do pessoal que atende nas fronteiras terrestres e aeroportos internacionais (as marítimas também terão que ser revistas), já é reduzido para o movimento presente. A atitude deste pessoal é também por vezes brusca ou mesmo inconveniente, como se estivesse em presença de visitantes indesejáveis, facto que é muito ressentido pelos turistas.

5. Alojamento, equipamento e serviços

Moçambique tem grandes carências quantitativas e qualitativas de alojamento turístico nas zonas a desenvolver, também carece de nessas zonas de equipamentos recreativos e grande número de serviços exigidos pelos turistas.

6. Outras infra-estruturas

A escassez de infra-estruturas para o desenvolvimento de recursos hídricos poderá limitar a construção de unidades hoteleiras de razoável dimensão em muitos locais, enquanto que a inexistência, exiguidade ou conciliação dos aeródromos, pistas de aterragem ou vias de acesso poderão inviabilizar o desenvolvimento de muitos deles, pelo menos neste período inicial.

7. Pessoal formado

A única escola de hotelaria existente em Moçambique está em Maputo e mal produz pessoal suficiente para as necessidades crescentes da capital, quanto mais para o resto do País, além de só formar pessoal de escalão básico para o sector hoteleiro e similar.

8. Obstáculos de mercado

O mercado internacional é muito sensível a preços, especialmente na recessão que se atravessa. Para o mercado ultramarino directo seria difícil a Moçambique presentemente competir com Quênia, e mesmo com a Tanzânia, dado o mais reduzido custo das viagens aéreas da Europa àqueles destinos e os preços muito concorrenciais por eles oferecidos devido a sobrecapacidade hoteleira ali existente. No caso deste mercado via RAS, Zimbábwe, Botswana, Zâmbia ou Malawi, haverá também que estabelecer qual o limite dos custos de uma mesma adicional em Moçambique em relação à aceitação de tal incremento

9. Problemas do sector privado

Os empresários queixam-se das dificuldades financeiras devido ao fraco nível de poupança bem como as condições de acesso ao crédito bancário. Outro problema mormente apontado, relaciona-se com os impostos que os julgam gravosos para a indústria turística e hoteleira, lutando já com taxas de ocupação bastante baixas.

10. Dispersão de atracções

Em relação ao mercado de além-mar só em poucas das zonas turísticas se encontra uma gama de atracção variada a distância aceitável do destino da estadia, para permitir excursões de um dia.

11. Política de Terras

Enquanto prevalecer a actual Lei de Uso e Aproveitamento da Terra, permanecerá a indefinição sobre os direitos de posse em relação aos investimentos. Os empresários exigirão a garantia da legitimidade dos seus direitos de ocupação e desenvolvimento antes de investirem em qualquer projecto.

12. Inexistência de planos directores

Uma dada zona turística sem plano director aprovado tem um futuro duvidoso. Qualquer investidor hesitará face a incerteza do que poderá vir a acontecer no espaço circundante ao seu empreendimento, e como tal se poderá reflectir na qualidade total deste. Além disso, a obtenção de financiamento internacional para projectos em tais circunstâncias é cada vez menos possível.

13. Imagem

A imagem que se tem projectado de Moçambique no estrangeiro é de um País de guerra e fome. A inversão dessa imagem para a de um destino de tranquilidade e abundância num luxuante ambiente tropical, não poderá ser alcançada do dia para a noite. Contudo, estudos efectuados sobre a matéria demonstraram que poucos operadores profissionais do turismo conhecem Moçambique.

14. Aprovação de projectos

Presentemente não existe um procedimento claro para aprovação de projectos turísticos. Normalmente os empresários exigem garantias crescentes sobre um dado projecto para terem segurança no aumento gradual do investimento na sua elaboração. Queixam-se também do tempo que um processo leva para ser apreciado e da burocratização excessiva envolvida, o que desincentiva os investimentos no sector. O Regulamento da Indústria Hoteleira e Similar, que rege a apreciação de pedidos para a instalação de estabelecimentos hoteleiros ou similares, foi herdado do tempo colonial e está desadaptado às realidades presentes de Moçambique.

15. Restrições diversas

Existem ainda regulamentos restritivos ou pouco claros, como a proibição de tirar fotografias em certos locais, e aplicação de taxas sobre exportação de artesanato de madeira, os quais tem um efeito negativo sobre os turistas.

II. Oportunidades

1. Qualidade de atracções

Moçambique é adoptado de atracções de qualidade tão boa ou melhor que a dos seus concorrentes africanos mais próximos, portanto com um alto valor de complementaridade em relação aos países *hinterland*. As suas praias são tão atraentes como as do Quênia, Tanzania ou Ilhas do Índico, os recursos piscatórios são aqui superiores, e o Parque Nacional da Gorongosa, por si só, uma vez reabilitado, poderá eclipsar os daqueles países.

2. Proximidade dos mercados

Para os mercados dos países vizinhos, Moçambique apresenta-se como uma oferta com bastante procura. Os segmentos de posses económicas médias e baixas, especialmente os signatários de Transvaal e Zimbabwe constituem um mercado quase cativo, da a maior proximidade das praias locais que oferecem algo de diferente e a preços que poderão ser convidativos. O mesmo se poderia dizer em relação ao mercado de além-mar que visita aqueles países

vizinhos, dado que Moçambique poderá concorrer em preço e em qualidade com os destinos do Índico acima referidos.

3. Produção local

Enquanto que muitos destinos turísticos tropicais necessitam de importar para fins turísticos, Moçambique possui nestes aspectos, uma grande auto-suficiência. Fabrica-se aqui cimento e produz-se tijolos e telha, há abundância de rochas ornamentais como mármore e granitos, e existem das melhores madeiras para marcenaria. Por outro lado os abastecimentos de carne, peixe, mariscos e produtos hortícolas e outros, poderão ser feitos a partir de zonas próximas ou à porta dos destinos turísticos. As peças artísticas e produtos artesanais para decoração e uso nos futuros alojamentos turísticos, serão também moçambicanos.

4. Hospitalidade

Não menos importante, referimo-nos a hospitalidade e afabilidade tradicionais do povo moçambicano, podendo-se aplicar para todo o país o epíteto «*Terra de Boa Gente*» e não só para Inhambane.

ANEXO III
Crescimento do Sector

Zonas	1993	1994	1995	1996	1997
Ponta D'Ouro:					
Camas	-	-	1 000	1 500	2 000
Turistas	-	-	15 000	25 000	35 000
Emprego	-	-	3 000	4 500	6 000
Cidade de Maputo e Arqu'pélago de Inhaca:					
Camas	110	210	210	460	710
Turistas	3500	4500	6000	10 000	20 000
Emprego	330	630	630	1 380	2 130
Costa da Cidade de Maputo à Zona de Inhambane:					
Camas	-	-	75	150	300
Turistas	-	-	2500	5000	10 000
Emprego	-	-	225	450	900
Arquipélago do Bazaruto ao Pomene:					
Camas	150	150	450	750	1 000
Turistas	4000	5000	17 000	29 000	40 000
Emprego	450	450	1 350	2 250	3 000
Zona da Beira:					
Camas	-	-	50	100	250
Turistas	-	-	1000	2000	4000
Emprego	-	-	150	300	750
Zona de Pemba:					
Camas	-	-	-	150	150
Turistas	-	-	-	4000	5000
Emprego	-	-	-	450	450
Total geral:					
Camas	260	360	1 785	3 110	4 410
Turistas	7500	9500	41 500	75 000	114 000
Emprego	780	1080	5 355	9 330	13 230

Obs.: O mapa refere-se ao acréscimo anual.

ANEXO IV

Modelo teórico de estrutura de despesas

(Em USD aos preços correntes, para um estrangeiro de além-mar de posses acima da média que comprou um «pacote» que inclui 7 dias de meia pensão para Moçambique)

	Despesa total (1)	Valor importado (2)	Benefício líquido (3 = 1 - 2)	Fuga % 4 = 1/2	Nota de Ref.ª
Visto e viagem aérea	400	320	80	80	a)
Alojamento (1/2 pensão) pessoal	70	-	70	-	b)
Amortização do investimento	140	80	60	57	c)
Comidas e bebidas	175	75	100	43	d)
Lucro	50	20	30	40	e)
<i>Subtotal</i>	835	495	340	59	
Transporte:					
Capital	100	100	-	100	f)
Pessoal e combustível	85	15	70	18	g)
<i>Subtotal</i>	185	115	70	62	
Despesas:					
Comidas e bebidas	70	30	40	70	h)
Artesanato	50	-	50	-	
Outros serviços	20	-	20	h)	
<i>Subtotal</i>	140	30	110	21	
<i>Grande total</i>	1160	640	520	55	

Notas:

- a) Assumindo-se uma viagem em transportadora estrangeira, os únicos benefícios seriam os do visto de entrada e de várias taxas de Aeroporto;
 b) Pessoal — assumiu-se serem todos nacionais;
 c) Amortização do investimento assumiu-se 5000 USD/cama/ano das quais 43 % iria pagar importações de equipamento e amortizar o financiamento (contrato com juros);

- d) Comidas e bebidas — uma percentagem de víveres, vinhos e b.bidas espirituosas seria importadas;
 e) Lucro — assume 40 % de propriedade estrangeira;
 f) Transporte — o capital será todo importado;
 g) Pessoal e combustível — só o combustível é que será importado;
 h) Outros serviços — tudo por pessoal nacional.

Preço — 2592,00 MT

IMPRESSORA NACIONAL DE MOÇAMBIQUE