



Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

JOAQUINA LISETE NUNES PASCOAL

**Os megaeventos desportivos como estratégia de
desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico**

O caso dos X Jogos Africanos - Maputo 2011

Estoril, Março de 2016

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Mestrado em Turismo

Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

JOAQUINA LISETE NUNES PASCOAL

**Os megaeventos desportivos como estratégia de
desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico**

O caso dos X Jogos Africanos – Maputo 2011

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do grau de Mestre em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos, realizada sobre orientação científica do Professor Doutor Nuno Gustavo e sob coorientação do Professor Doutor Fernando Completo.

Estoril, Março de 2016

AGRADECIMENTOS

De um modo geral, agradeço a todas as pessoas, amigos e familiares que tornaram possível a realização deste estudo, visto que sem o vosso apoio e cooperação teria sido bastante difícil, senão mesmo impossível a conclusão do mesmo. De modo particular, agradeço:

Aos meus Professores, orientador Professor Doutor Nuno Gustavo e coorientador Professor Fernando Completo pelo excelente profissionalismo e sapiência, leram atentamente e orientaram de forma inestimável o meu estudo.

A todos os Professores da ESHTe, em particular os que em Inhambane, com muita dedicação e sabedoria ministraram as aulas, conviveram e mostraram-me o trilha das obras científicas.

A Fundação Calouste Gulbenkian e ESHTe por todo o apoio financeiro concedido através da bolsa de estudos, mas também por terem acreditado no sonho deste projeto que se tornou realidade e que agora pertence a todos nós.

À família em geral, meus pais Álvaro Pascoal e Ana Pascoal, aos manos Mimi, Geninho, Araújo e Tânia, em particular, ao meu esposo Mário Jessen, e a minha filha Oriete Jessen, que por mais difíceis que fossem as circunstâncias e os momentos, sempre procuraram diariamente conferir-me ternura, ânimo e persistência para desenvolver a pesquisa e seguir em frente. Obrigada por terem sabido compreender sempre os meus momentos de silêncio!

Aos colegas e amigos do 1.º Curso de Formação Avançada Conducente ao Mestrado em Turismo-Gestão Estratégica de Destinos Turísticos, 2013-2014, realizado em Moçambique - Inhambane, a Mariamo Abdula, Chaida Tatia e ao Tomo Valeriano pela convivência e discussões travadas no dia a dia, durante a formação, conselhos e conversas que tantas vezes trocamos ao longo dos anos em Inhambane.

A todos os entrevistados pela cortesia e prontidão demonstrada, participando voluntariamente na pesquisa com informações fundamentais e imprescindíveis.

Muito obrigada!

RESUMO

As mudanças que se verificam no mercado turístico internacional exigem a definição de estratégias capazes de dar respostas as questões de reestruturação socioeconómica, ambiental e cultural em zonas urbanas. Moçambique que procura desenvolver o turismo com o objetivo de atrair investimento, promover o crescimento económico e o bem-estar social dos seus cidadãos, procura colocar o país na rota dos grandes eventos desportivos a nível da região austral de África, do continente e do mundo em geral. As vantagens são a melhoria e expansão de infraestruturas turísticas, desportivas e socioeconómicas das populações. Para o efeito, considerou-se a determinação de Moçambique em aceitar sediar os X Jogos Africanos Maputo 2011 após a desistência da Zâmbia. A Cidade de Maputo foi o destino escolhido para sediar o referido megaevento desportivo africano dada a sua forte componente logística; tem em quantidade e qualidade as melhores infraestruturas e os melhores recursos humanos do país.

Neste estudo o grande objetivo é perceber como é que o turismo de eventos desportivos contribui para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo enquanto destino turístico. O problema refere-se a imagem que o governo moçambicano pretende transmitir da Cidade de Maputo, promovendo um dos maiores eventos desportivos a nível do continente africano - os X Jogos Africanos. O estudo foi feito por meio de revisão bibliográfica e de recolha de dados a partir dos quais se faz uma análise numa abordagem qualitativa. Para a recolha de dados foram aplicadas as técnicas de observação direta não participante e de entrevistas padronizadas típicas para pesquisas desta natureza (estudo de caso). Como principal resultado tanto os eventos como os megaeventos desportivos que já ocorreram na Cidade de Maputo são estratégicos, pois desenvolveram e posicionaram a Cidade de Maputo como destino turístico. As principais estratégias notabilizam-se a nível social, político, dos recursos turísticos, do investimento desportivo, do entretenimento e lazer.

Palavras-chave: turismo, eventos, eventos desportivos, destino turístico, gestão estratégica.

ABSTRACT

The climate changes verified in the international tourism market require a definition of strategies able to answer issues of socioeconomic restructuring, environmental and cultural in urban areas. Mozambique, who seeks to develop tourism with the objective to attract investors, and promote economic growth and the social wellbeing of its citizens, seeks to place the country in route of the great sports events at the Southern Africa region level, of the continent and of the world in general. The advantages are the betterment and expansion of tourism and sports infrastructures, and socioeconomic of the people. To the effect, the Mozambican determination to accept to host the X African Games in Maputo in 2011, after Zambia desisted was taken into consideration. The city of Maputo was the chosen destination to host the referred mega sports African event, given its strong logistic component; it has in term of quality and quantity the best infrastructures and the best human resources in the country.

In this study, the major objective is to perceive how are the sports tourism events contribute for the development and positioning of the City of Maputo as tourism destination. The problem refers the image that the government of Mozambique intends to portray of the City of Maputo, promoting one of the greatest sports events at the level of the Africa continent – the X African Games. The study was done via bibliographic review and the collection of data from which an analysis is done in a qualitative approach. For the collection of data, direct observation techniques and non-participant were applied, and typical standardized interviews for research of this nature (case study). As the main result, as the events as the mega sports events that took place in the City of Maputo, they are strategic, thus developed the positioning of Maputo City as a tourist destination. The principal strategies were noted at social level, political, of tourist resources, of the sports investments, of entertainment and leisure.

Key Words: tourism, sports events, tourism destination, strategic management.

LISTA DE ABREVIATURAS

AAM	Associação Académica de Moçambique
AGP	Acordo Geral de Paz
ANMM	Associação Nacional dos Municípios de Moçambique
CDCS	Clube Desportos da Costa do Sol
CDEV	Clube Desportos Estrela Vermelha
CDM	Clube Desportivo de Maputo
CDMx	Clube Desportos da Maxaquene
CDZ	Complexo Desportivo do Zimpeto
CM	Cidade de Maputo
CMCM	Conselho Municipal da Cidade de Maputo
CNC	Confederação Nacional do Comércio
COJA	Comité Organizador dos Jogos Africanos
COP	Comité Olímpico de Portugal
DINADE	Direção Nacional do Desporto
ENZ	Estádio Nacional do Zimpeto
ESHTE	Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril
INE	Instituto Nacional de Estatística
JA	Jogos Africanos
LMM	Liga Muçulmana de Maputo
MITUR	Ministério do Turismo de Moçambique
OTCM	Observatório do Turismo da Cidade de Maputo
ODNP	Observação Direta Não Participante
OMT	Organização Mundial do Turismo
PEF	Portal de Educação Física
p. s/v	Número de página não visível
SADC	Southern Africa Development Community/Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral
SMS	Nome de uma empresa moçambicana de serviços de <i>catering</i>
UEM	Universidade Eduardo Mondlane
UP	Universidade Pedagógica

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	ii
RESUMO	iii
ABSTRACT	iv
LISTA DE ABREVIATURAS	v
ÍNDICE GERAL	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	ix
ÍNDICE DE TABELAS	x
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xi
INTRODUÇÃO	1
Capítulo I – Modelo de Investigação	4
1.1 Âmbito e justificação do tema	4
1.2 Problemática	7
1.3 Objetivos	9
1.3.1 Objetivo Geral	10
1.3.2 Objetivo Específico	10
1.4 Pergunta de Partida e Hipóteses	11
1.5 Procedimentos e Técnicas de Investigação	12
1.5.1 Revisão da Literatura (1ª etapa)	13
1.5.2 Análise de Fontes Secundárias (2ª etapa)	14
1.5.3 Entrevistas Estruturadas	15
1.5.4 Observação Direta Não Participante	16
Capítulo II – Turismo e <i>Glocalização</i>	19
2.1. Turismo: uma relação do local com o global	19
2.2. Evolução do turismo internacional e sua contextualização	21
2.2.1 Turismo: uma reflexão conceptual	22
2.2.2 O turismo ao longo dos tempos	26
2.2.3 O turismo internacional: a realidade	32
2.2.4 Perspetivas e tendências do turismo internacional	34
2.3 O Turismo em África	39
2.3.1 As regiões e sub-regiões turísticas do continente africano	39
2.3.2 Evolução turística no Norte de África	40
2.3.3 O turismo na África Ocidental	41
2.3.4 O desenvolvimento do turismo na África Central	42
2.3.5 A sub-região turística da África Oriental	43
2.3.6 A evolução gradual do turismo na África Austral	45
2.4 O Turismo em Moçambique	46

2.4.1 O turismo nacional no período de 1970-1992	46
2.4.2 A evolução do turismo após 1992	47
Capítulo III – Eventos, Turismo de Eventos Desportivos e Gestão Estratégica de Destinos Turísticos	50
3.1 Eventos: Aspectos conceptuais, classificação, categorias e tipologias	50
3.1.1 Eventos: Aspectos conceptuais	50
3.1.2 Classificação de eventos	54
3.1.3 Categoria e tipologia de eventos	55
3.2 O turismo de eventos desportivos	57
3.2.1 Os eventos turístico-desportivos	57
3.2.2 Os megaeventos desportivos: Jogos Olímpicos.....	60
3.2.3 Os Jogos Olímpicos na Antiguidade	61
3.2.4 Os Jogos Olímpicos na Era Moderna	62
3.2.5 A cidade, o turismo e dos equipamentos para eventos desportivos	67
3.3 Gestão Estratégica de Destinos Turísticos	68
3.3.1 Oferta turística: conceito, componentes e características	68
3.3.2 As dinâmicas do sistema turístico.....	72
3.3.3 O ciclo de vida do destino turístico.....	74
3.3.4 Destinos e políticas de desenvolvimento turístico	78
3.4 Marketing Estratégico de Destinos Turísticos	79
3.4.1 Dos princípios gerais do marketing ao marketing de destinos turísticos.	79
3.4.2 A gestão do destino turístico	81
3.4.3 Desenvolvimento de estratégias de marketing de destinos turísticos.....	83
3.4.4 As opções estratégicas	85
3.4.5 Estratégias de posicionamento de um destino turístico	87
Capítulo IV – Estudo de Caso: Os X Jogos Africanos Maputo 2011	90
4.1 Cidade de Maputo como destino turístico	90
4.1.1 O destino Cidade de Maputo em números	95
4.1.2 Os produtos turísticos da Cidade de Maputo	99
4.2 Breve caracterização do objeto de estudos: <i>Jogos Africanos Maputo 2011</i>	102
4.2.1 A história dos Jogos Africanos	102
4.2.2 Os X Jogos Africanos Maputo 2011	105
4.3 Apresentação de Resultados	109
4.3.1 Apresentação dos resultados da ODNP.....	109
4.3.2 Apresentação dos resultados das entrevistas estruturadas	115
4.3.2.1 Perfil sociodemográfico dos entrevistados	115
4.3.2.2 Opinião dos entrevistados (turismo) sobre as instalações e infraestruturura turística	116
4.3.2.3 Opinião dos entrevistados (desporto) sobre os megaeventos...	117

4.3.2.4 Opinião dos entrevistados (turismo & desporto) sobre as estratégia de desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico (CM), tendo por base os megaeventos desportivos no geral e os X JA em particular	119
4.4 Análise global dos resultados	121
Capítulo V – Considerações Finais	125
5.1 Conclusões	125
5.2 Limitações da investigação	126
5.3 Futuras linhas de investigação	127
Bibliografia	128
Anexos	140

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1.1:	Principais temáticas da investigação	7
Figura 1.2:	Estrutura geral da investigação	18
Figura 2.1:	Viajantes e elos existentes	26
Figura 2.2:	Distribuição do turismo internacional por regiões no mundo	37
Figura 3.1:	Categorias e tipologias de eventos	56
Figura 3.2:	Modelo referencial do sistema turístico	73
Figura 3.3:	Prisma da identidade da marca para destinos turísticos	86
Figura 4.1:	Território de Moçambique	91
Figura 4.2:	Província da Cidade de Maputo	91
Figura 4.3:	Província da CM, divisão administrativa por distritos municipais...	95
Figura 4.4:	Principais motivos da visita a CM 2011 (Anexo IX).....	XXVII
Figura 4.5:	Local de residência habitual do turista da CM (Anexo IX).....	XXVII
Figura 4.6:	Instalações desportivas usadas nos X JA Maputo 2011 (Anexo XI).	XXXI
Figura 4.7:	Vila Olímpica do CDZ (Anexo VIII).....	XXIII
Figura 4.8:	Piscina Olímpica do CDZ (Anexo VIII).....	XXIII
Figura 4.9:	Vista exterior do ENZ (Anexo VIII).....	XXIV
Figura 4.10:	Vista interior do ENZ (Anexo VIII).....	XXIV
Figura 4.11:	Público residente da CM (Anexo VIII).....	XXV
Figura 4.12:	Logotipo dos X JA Maputo 2011 (Anexo XIII).....	XXXIII
Figura 4.13:	Mascote dos X JA Maputo 2011 (Anexo XIII).....	XXXIII

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 2.1:	Chegada de turistas internacionais por regiões no mundo (Anexo II) ...	IX
Tabela 2.2:	Países que mais gastos efetuaram no turismo internacional entre 2013-2014 (Anexo II).....	IX
Tabela 2.3:	Chegada de turistas e receitas pelo turismo internacional: 2013 e 2014 (Anexo II).....	IX
Tabela 2.4:	Chagada de turistas internacionais no continente africano (Anexo III).....	XI
Tabela 2.5:	Chegada de turistas internacionais na África do Sul ente 2008-2013 (Anexo III)	XI
Tabela 2.6:	Chgadas de turistas internacionais e receitas pelo turismo em África (2010-2014) (Anexo III).....	XII
Tabela 2.7:	Chegadas de turistas internacionais em Moçambique (2007-2014) (Anexo III).....	XI
Tabela 3.1:	Classificação de eventos (Anexo IV).....	XIV
Tabela 3.2:	Classificação de eventos desportivos quanto ao grau de abrangência ou alcance (Anexo IV).....	XV
Tabela 3.3:	Cronologia dos Jogos Olímpicos da Era Moderna (1896-2012) (Anexo V).....	XVII
Tabela 3.4:	Classificação e caraterização de equipamentos específicos e físico desportivos (Anexo VI).....	XIX
Tabela 3.5:	As componentes da oferta turística (descrição e elementos básicos).....	7
Tabela 3.6:	Estratégias de posicionamento de um destino turístico	88
Tabela 4.1:	Estabelecimentos e alojamentos na CM (2011) (anexo VII).....	XXI
Tabela 4.2:	Número de pessoas ao serviço do turismo na CM (2011) (anexo VII).....	XXI
Tabela 4.3:	Volume de negócios pelo turismo na CM (2011) (anexo VII).....	XXI
Tabela 4.4:	Número de hóspedes na CM (2011) (anexo VII).....	XXI
Tabela 4.5:	Cronologia dos Jogos Africanos: 1965 – 2015 (Anexo X).....	XXIX
Tabela 4.6:	Designação da instalação desportiva, data e hora da ODNP.....	110
Tabela 4.7:	Equipamento desportivo: dimensões e capacidades físicas.....	114
Tabela 4.8:	Medidas estratégicas de desenvolvimento e de posicionamento da CM.	120
Tabela 4.9:	Estratégias impulsionadoras do turismo na CM.....	121

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 2.1: Crescimento do turismo internacional e perspectivas de chegadas (1950-2030)	35
Gráfico 3.1: Categoria de eventos especiais	56
Gráfico 3.2: Distribuição percentual de edições dos Jogos Olímpicos por regiões no mundo (1896-2012)	64
Gráfico 3.3: Ciclo de vida do destino turístico	76
Gráfico 4.1: Tempo de despendido por instalação desportiva nas ODNP	110
Gráfico 4.2: Ano da fundação e idade da instalação desportiva	111
Gráfico 4.3: Localização das instalações desportivas por distritos municipais da CM	112
Gráfico 4.4: Localização das instalações desportivas por bairros da CM.....	112
Gráfico 4.5: Equipamento existente nas instalações desportivas	113
Gráfico 4.6: Equipamento desportivo usadas nas competições dos X JA Maputo 2011	113
Gráfico 4.7: Equipamento desportivo: capacidade e dimensão físicas.....	114
Gráfico 4.8: Potencial de atratividade das instalações desportivas	114
Gráfico 4.9: Potencial de desenvolvimento das instalações desportivas	115

INTRODUÇÃO

Moçambique, Cidade de Maputo foi em 2011 sede dos X Jogos Africanos, um evento desportivo que apresenta semelhanças a dos Jogos Olímpicos. Pelas suas características intrínsecas, os eventos desportivos são um filão em crescimento no mundo, comparativamente a outros segmentos turísticos, *talvez porque os mesmos proporcionam inúmeros benefícios, praticamente em todos os setores da nossa cultura ... atraem verdadeiras massas populacionais, potenciam sobremaneira o desenvolvimento económico, servem para apresentar novos produtos ou serviços, melhoram a imagem de um País, cidade, ... promovem o prazer e a autoestima* (Tavares, 2007, p.3-4).

É visto como um segmento do turismo abrangente e estratégico podendo metamorfosear-se em termos de escopo geográfico à nível mundial, continental, regional, nacional ou até local. No entanto qualquer uma destas abrangências, considerando a área onde os acontecimentos se realizam, geram benefícios para o turista que é cada vez mais exigente, podendo permanecer no destino antes, durante e pós evento.

Os destinos turísticos podem ter no turismo de eventos desportivos estratégias de desenvolvimento abrangentes e inesgotáveis a vários níveis: económicos, sociais, ambientais, políticos, etc. Por exemplo, Costa (2013), aponta *as transformações urbanas relacionadas com a construção/melhoramento de instalações desportivas ou das infraestruturas gerais, ... na maior oferta de emprego* (p.162) como uma das estratégias de desenvolvimento a nível económico, daí que tornou-se quase que comum, para muitos países do mundo, hospedar megaeventos desportivos, pois acredita-se que pode ser um dos principais caminhos para o desenvolvimento.

Assim, na presente dissertação procura-se, de forma exploratória, fazer um estudo abrangente relacionando o turismo, os eventos, o turismo de eventos desportivos e a gestão estratégica de destinos turísticos. A nível estrutural o estudo está organizado em cinco capítulos seguindo uma lógica descritiva e de discussão conduzida na base de transmissão de argumentos contundentes sobre as grandes temáticas em questão.

O Capítulo I, intitulado *modelo de investigação* apresentam-se os objetivos, as hipóteses, a pergunta de partida e o tema. Discutem-se os conceitos relativos as técnicas aplicadas para a recolha, organização e apresentação dos resultados da pesquisa. Portanto, decorre-se sobre procedimentos metodológicos utilizados no desenvolvimento do presente estudo.

Os Capítulos II e III denominados *turismo e glocalização e eventos, turismo de eventos desportivos e gestão estratégica de destinos turísticos* respetivamente servem como a própria designação os denuncia, para efetuar o enquadramento teórico em relação ao turismo, ao turismo de eventos e ao dos eventos desportivos, no intuito de abordar-se deste modo o tema nuclear que é a gestão estratégica de destinos turísticos. Procura-se passar em revista as contribuições teóricas de diversos autores sobre a relação do turismo local com o global, contextualiza-se a evolução do turismo a nível internacional, de África e de Moçambique.

Os temas e conceitos que se abordam no Capítulo III são variados. Inicia-se com aspetos conceptuais, classificação, categorias e tipologias de eventos. Segue-se uma historiografia relativa aos eventos turístico-desportivos contextualizados nos Jogos Olímpicos num percurso da antiguidade a era moderna. Partilha-se ainda as polémicas em torno de alguns conceitos e abordagens incontornáveis na literatura turística: oferta turística, ciclo de vida de destino turístico, marketing de destinos turísticos. O enfoque vai ainda para o desenvolvimento de estratégias de marketing e para o posicionamento de um destino turístico.

O Capítulo IV é o do Estudo de Caso. Inicia com a caracterização da Cidade de Maputo, área de estudo. Para o efeito recorreu-se a uma variedade de fontes de informação desde anuários a brochuras, documentos municipais a imprensa e *sites online*, num exercício que implica necessariamente elencar números e cronologias.

Depois reflete-se sobre o estudo de caso, os Jogos Africanos, no geral e os que decorreram na Cidade de Maputo em 2011 em particular, sobretudo no campo das dinâmicas, evoluções e transformações ao longo do tempo. Partilha-se de seguida a apresentação e a discussão quantitativa e qualitativa dos resultados das observações diretas não participantes e das entrevistas padronizadas partindo do contributo de alguns cidadãos ligados profissional e tecnicamente ao turismo e ao desporto. O objetivo é

estudar e avaliar os megaeventos desportivos enquanto estratégias de desenvolvimento e posicionamento de destinos turísticos, no caso em apreço a Cidade de Maputo e os X Jogos Africanos.

No V e último Capítulo apresentam-se as conclusões obtidas a partir da análise dos conteúdos efetuadas no capítulo anterior, resposta a pergunta de partida e à aceitação ou não das hipóteses anunciadas no capítulo I. Este Capítulo final termina com algumas reflexões referentes aos limites da investigação e a apresentação de propostas para futuras linhas de investigação.

Capítulo I - Modelo de Investigação

No presente capítulo apresentamos o âmbito e o tema que estimulou o interesse e o desenvolvimento deste estudo, a problemática, os objetivos geral e específicos, a pergunta de partida e respetivas hipóteses e, por fim, os procedimentos e as técnicas de investigação utilizadas.

1.1 Âmbito e justificação do tema

O estudo que se pretende desenvolver procurará dar enfoque a importância crescente que a categoria dos Eventos tem vindo a ressaltar sobretudo no que diz respeito ao segmento do Turismo de Eventos Desportivos. *O número exato de eventos que ocorre anualmente é desconhecido. Estimativas precisas são difíceis, em função das complexas condições da indústria esportiva, recreativa e turística. Contudo, um cálculo geral mostra que milhões de eventos tradicionais e segmentados são organizados anualmente no mundo* (Mallen & Adams, 2015, s/p.)

Pela proeminência e relevo que Turismo de Eventos Desportivos tem vindo a manifestar, dado que *a busca por sediar os melhores Jogos de todos os tempos é uma regra não-escrita que se perpetuou até aos dias de hoje* (Preuss, 2007, p.16), considerou-se importante abordá-lo numa perspetiva teórica, através do cruzamento de vários conceitos e numa interação entre a geografia do desenvolvimento e o marketing territorial.

Ao longo dos tempos os Eventos vêm demonstrando que são um importante motivador para viagens e turismo *uma vez que atletas e espectadores viajam para o local do evento a fim de participar do espetáculo* (Mallen & Adams, 2015, s/p), por isso são atualmente integrados no planeamento estratégico dos destinos, razão pela qual o seu estudo se afigura importante e pertinente.

Para além de estimularem fluxos de visitantes para um destino, os Eventos são um importante segmento do turismo que provoca desenvolvimento, podendo gerar benefícios ou prejuízos no seio da comunidade onde o evento se realiza. Nesta perspetiva Sá & Sá (2008) afirmam que *aumentar a consciência ambiental, transformar e fazer renovação urbana, melhoria dos sistemas de transportes, mudanças de hábitos,*

práticas de reciclagem ou destruição do património ... o prestígio internacional, a promoção de investimentos ou coesão social ... aumento de receitas de impostos ou a criação de empregos são alguns dos fatores que poderão marcar de forma significativa o destino onde o evento se realiza.

Persson, (2000) citado por Marques (2005) acrescenta ainda que *construir estádios e outros equipamentos desportivos, acessibilidades e infraestruturas de transportes, centros de telecomunicações, redes de água, esgotos e saneamento, unidades de alojamento, restauração e animação, centros de saúde, sistemas de segurança...* (p.55), para acomodar organizadores, participantes, turistas e visitantes, mas que também beneficiam de forma direta a comunidade local.

Existem inúmeros estudos e conceitos referentes a Eventos e uns tantos concernentes a Eventos Desportivos (Preuss, 2007; Sá & Sá, 2008; Mallen & Lorne, 2015), porém o trabalho de investigação que se propõe aqui desenvolver alicerça-se em três temáticas principais: Turismo de Eventos (Desportivos), Gestão Estratégica de Destinos Turísticos e os X Jogos Africanos (estudo de caso).

O Turismo de Eventos Desportivos destaca-se como a área geral de estudo por ser bastante inclusivo é, *em geral aquele que atinge todas as classes de público*, (Matias, 2004, p.76). Sá & Sá (2008) reforçam a ideia e dizem que o desporto reúne *um conjunto universal de elementos fundamentais da vida: universalidade, pois está presente em todo mundo; demografia, pois é consumido por todas as idades, sexo, raça ou segmentos sociais, pois envolve todos os elementos de lazer, divertimento e recreação do indivíduo* (p.42).

Também, e como afirmam Pereira, Mascarenhas, Flores & Piris (2012, p.45) *os eventos desportivos assumem um papel de crescente relevância na estratégia de desenvolvimento das cidades e dos países*, sobretudo pelos inúmeros benefícios que a cidade-sede pode obter podendo vir a tornar-se recetora permanente de eventos, ainda que *“muito pequena que seja a competição, traz sempre consumos indiretos (estadias, refeições, comércio, ...)*, (Sá & Sá, 2008, p.70).

No que refere a área específica pretende-se estudar a gestão estratégica de destinos turísticos essencialmente ao nível dos elementos centrais necessários para o desenvolvimento e posicionamento de um destino.

Ultimamente os governos têm demonstrando maior disposição para apoiar o turismo de eventos no geral e em particular os eventos desportivos, daí que Allen *et al.* (2008) afirmam que *os governos não só investiram na criação de órgãos especializados no desenvolvimento do turismo de eventos, como muitos deles financiaram ou contribuíram significativamente para a infraestrutura específica a eventos, tais quais centros de convenção e exposição e estádios* (p.23). Deste modo pretende-se analisar a infraestrutura dos eventos desportivos enquanto estratégia viável para o desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico.

Finalmente, no que toca o estudo de caso, optou-se por escolher o destino Cidade de Maputo e os X Jogos Africanos de forma a articular as duas temáticas anteriormente referidas. *Estudo de caso é uma investigação que se assume como particularística, isto é, debruça-se deliberadamente sobre uma situação específica que se supõe ser única e especial, procurando-se descobrir o que há nela de mais especial e característico e, desse modo, contribuir para a compreensão global de um fenómeno de interesse* (De Oliveira & Ferreira, 2014, p.96).

Moçambique, embora tenha sido palco de eventos de grande e médio porte como são os casos dos X Jogos Africanos Maputo 2011 (maior evento desportivo do continente africano), Campeonatos Africanos de Basquetebol Feminino (2013) e Masculino, Corridas S. Silvestre (2010 e 2014), III e VIII Jogos Desportivos da CPLP (1997 e 2010) e vários jogos de futebol para os apuramentos dos campeonatos africanos e copas do mundo, poderá também ter optado pela mesma estratégia para mostrar a sua exuberância e dinamismo.

O potencial para o desenvolvimento de vários eventos desportivos, capacidade de realização, organização e maturidade adquiridas ao longo dos seus quase 40 anos de independência (1975-2015), poderão ter contribuído para um novo posicionamento da imagem de Moçambique, pelo desenvolvimento territorial e nível de organização que apresentou, bem como pela confirmação das fortes potencialidades turísticas que o país possui.

Fig. 1.1: Principais Temáticas da Investigação



Fonte: Produção Própria

1.2 Problemática

A enunciação de um problema de pesquisa é um passo importante para o decurso da investigação e fundamental para a fase conceptual. Segundo Quivy & Campenhoudt (1995) *a problemática é a abordagem ou a perspectiva teórica que decidimos adotar para tratarmos o problema formulado pela pergunta de partida* (p.89) e acrescentam que *na prática, construir a sua problemática equivale a formular os principais pontos de referência teóricos da sua investigação; a pergunta que estrutura finalmente o trabalho, os conceitos fundamentais e as ideias gerais que inspirarão a análise*” (p.90).

Em quase cerca de duas décadas e meia (1990-2015), a capital de Moçambique, a Cidade de Maputo, sediou competições desportivas regionais, continentais e internacionais; são exemplo as já realizadas catorze (14) edições das Corridas Pedestres S. Silvestre que teve a participação de atletas nacionais e estrangeiros (África do Sul, Etiópia e Swazilândia), os III (1997) e VIII (2010) Jogos Desportivos da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (Angola, Brasil, Cabo Verde, Guiné Bissau, Moçambique, Portugal, São Tomé, Timor Leste).

Maputo sediou ainda vários torneios regionais de natação, como por exemplo: nove (09) edições do Torneio Internacional de Natação Joaquim Chissano, cinco (05) edições dos Torneios Internacionais de Natação “Golfinhos Sprint” que sempre contaram com nadadores da região austral de África (África do Sul, Angola, Suazilândia e Zimbabwe).

Em 2012, Moçambique recebeu o Campeonato Africano de Natação, em 2013 albergou o Afrobasket Femininos tendo-se consagrado vice - campeão africano, com direito a participar no Campeonato Mundial de Basquetebol (Turquia 2015).

Em 2014 hospedou o Campeonato Africano de Voleibol e, espera-se que em 2017, uma vez cumpridas as exigências e obrigações contratuais dos organismos responsáveis pela organização, receba pela primeira vez, um mundial: o 42º Campeonato do Mundo de Hóquei Patins.

Mas, parece ter sido o evento desportivo que decorreu entre 03 e 18 de Setembro de 2011, o mais mediático das duas últimas décadas (1995 – 2015). Moçambique recebeu o maior evento olímpico de nível continental, os X Jogos Africanos, que decorreram nas Cidades de Maputo, Matola (Província de Maputo) e no Posto Administrativo de Chidenguele (Província de Gaza), tendo contado com *mais de seis mil participantes, entre atletas, treinadores, dirigentes e jornalistas que tomaram parte na Olimpíada Africana* (Caldeira, 2014, p.30), de quarenta e sete (47) países do continente africano, disputando vinte e quatro (24) modalidades.

Ao aceitar organizar e sediar eventos desportivos desta dimensão e abrangência, Moçambique expõe-se e mostra-se ao mundo, pois tanto os atletas que proporcionam diretamente o espetáculo, bem como os vários elementos que compõem as delegações desportivas, o público e os (tele) espectadores nacionais e estrangeiros (turistas) que assistem as competições “*in loco*” ou pela televisão, que para além de estarem interessados na verdadeira competição, também procuram ver o que é e como é Moçambique, isto é a identidade, a sua “fisionomia”.

Caldeira (2014) afirma que *se é verdade que atletas de países vizinhos já tinham uma ideia do que vinham encontrar, outros ficaram verdadeiramente espantados com a modernidade da nossa capital* (p.22). Por outro lado, o Governo de Moçambique procura *em tempo de paz consolidada convergir numa única direção: o desenvolvimento* (Caldeira, 2014, p.18) e deixar um legado a nível das infraestruturas desportivas e turísticas nas zonas de competições, bem como reduzir os problemas socio-económico locais.

Nesta perspetiva pretende-se estudar e avaliar os megaeventos desportivos enquanto estratégias de desenvolvimento e de posicionamento de destinos turísticos, no caso em apreço a cidade, que por causa da fraca atratividade que vem demonstrando em termos de alguns produtos turísticos, como por exemplo o de “sol e mar”, tem perdido

competitividade e pretende reforçar a sua atratividade apostando em novos produtos turísticos, procurando deste modo outras e novas formas de competir.

Neste sentido a problemática realizada consiste em perceber a capacidade em termos turísticos e desportivos que a CM tem para sediar eventos desportivos. De entre os realizados durante as últimas duas décadas e meia escolheu-se os X Jogos Africanos para análise, não só por serem equiparados aos tradicionais e modernos Jogos Olímpicos, mas também por terem sido organizados em tempo recorde (02 anos).

Em Abril de 2009, após a desistência da Zâmbia por falta de recursos financeiros, a Comissão Executiva do Conselho Superior do Desporto em África (CSSA) decidiu atribuir a Moçambique a organização dos X Jogos Africanos. Tinha-se apenas dois (02) anos para preparar um evento olímpico de nível continental. Sendo a CM um destino turístico de Moçambique e na região austral de África e uma vez que se trata de um evento de nível continental, importa contextualizar o país e o continente africano no enquadramento teórico.

1.3 Objetivos

Neste ponto expõem-se os objetivos gerais e específicos do presente estudo, decorrentes do tema e do problema, delimitando os aspetos que se aspiram a realizá-lo até ao fim. Segundo Kahlmeyer-Mertens *et al.* (2007), o objetivo de um estudo refere-se *as metas que conduzirão, passo a passo o projeto até o seu alvo* (p.45). Para Tozoni-Reis (2009) *um objetivo é um propósito, uma meta, um alvo que se pretende atingir, uma ação a ser realizada, a própria materialização de um estudo* (p.88). Assim, a definição de objetivos é vista por vários estudiosos como uma das fases de maior importância para o trabalho científico.

De acordo com Tozoni-Reis (2009, p.88) os objetivos devem ser formulados em gerais e específicos, posição também assumida por Boaventura (2007) ao afirmar que *o objetivo geral deverá explicitar ... os fins pretendidos com a pesquisa, tendo em vista o problema* (p.45), enquanto os específicos *apresentam as distintas ações que devem ser desenvolvidas* (Boaventura, 2007, p.49). Ou seja é o fim que se pretende atingir no projeto de pesquisa, devendo estar em conformidade com o tema e com o problema proposto.

Assim, espera-se que após efetuada a revisão da literatura e aplicados os procedimentos estatísticos necessários e apropriados seja possível atingir os objetivos gerais e específicos definidos.

1.3.1 Objetivo Geral

Os objetivos para além de expressarem ação, dividem-se em gerais e específicos. *O objetivo geral está ligado a uma visão global e abrangente do tema. Relaciona-se com o conteúdo intrínseco, quer dos fenômenos e eventos, quer das ideias estudadas. Vincula-se diretamente à própria significação da tese proposta pelo projeto* (Prodanov & De Freitas, 2013, p.124).

Assim o grande propósito deste estudo é compreender o turismo de eventos desportivos como uma alavanca estratégica para o desenvolvimento e posicionamento da CM enquanto destino turístico, tendo como estudo de caso os X Jogos Africanos - Maputo 2011.

1.3.2 Objetivos Específicos

Após a definição de objetivos gerais torna-se necessário a colocação dos específicos que complementam aqueles, que na visão de Prodanov & De Freitas, (2013) *apresentam um carácter mais concreto. Têm função intermediária e instrumental, permitindo, de um lado, atingir o objetivo geral e, de outro, aplicar estes a situações particulares* (p.124). Neste sentido, os objetivos específicos são:

- (i) Classificar e caraterizar as infraestruturas desportivas e turísticas usados nos X JA Maputo 2011;
- (ii) Identificar o desenvolvimento e o posicionamento que a CM apresenta face a organização de eventos desportivos em geral e dos X JA Maputo 2011 em particular;
- (iii) Aferir os benefícios que os eventos desportivos, incluindo os X JA Maputo 2011 trouxeram para as comunidades locais na CM.

1.4 Pergunta de Partida e Hipóteses

Uma vez definido o âmbito, a problemática e os objetivos é imperioso formular questões de partida, uma das etapas mais complexas de uma pesquisa desta natureza e que *consiste em procurar enunciar o projeto de investigação na forma de pergunta de partida, através da qual o investigador tenta exprimir o mais exatamente possível o que procura saber, elucidar, compreender melhor* (Quivy & Campenhoudt, 1995, p.32).

A pergunta de partida, segundo Quivy & Campenhoudt, (1995) *servirá de primeiro fio condutor da investigação* (p.44), devendo a sua construção ser efetuada de forma concisa, precisa e realista.

Assim para a formulação de uma pergunta de pesquisa, segundo Quivy & Campenhoudt, (1995, p.35-38) concorrem três critérios básicos, nomeadamente: (i) *Qualidades de clareza* (relacionada à precisão e à concisão do modo de formular a pergunta de partida); (ii) *Qualidades de exequibilidade* (dizem respeito ao caráter realista ou irrealista do trabalho que a pergunta deixa entrever); (iii) *Qualidades de pertinência* (aliada ao enquadramento da pergunta de partida), portanto ela deve ser precisa, coerente, unívoca, realista, verdadeira, funcional e compreensível.

Neste sentido, considerando-se a problemática delimitada e na tentativa de seguir os critérios básicos de qualidade enunciados por Quivy & Campenhoudt, (1995) formulou-se a seguinte pergunta de pesquisa: **Os X JA Maputo 2011 alavancaram estrategicamente o desenvolvimento e o posicionamento da CM como destino turístico?**

No que diz respeito as hipóteses caracterizada por Marconi & Lakatos (2009) como *suposta, provável e provisória resposta a um problema* (p.137), por Negra & Negra (2004) *como as possíveis soluções ou explicações que orientam o processo da investigação, mostrando o que a pesquisa pretende tratar* (p.121-122) e por Martins (2007) como *um enunciado conceptual ... trata-se de suposições idealizadas na tentativa de antecipar respostas do problema de pesquisa*” (p.41), formulou-se duas (02) hipóteses:

Hipótese 1: A CM é o espaço privilegiado, sedia a maioria dos megaeventos desportivos em Moçambique, devido a qualidade e quantidade das suas infraestruturas desportivas e turísticas. Aprimorar este aspeto será importante para perceber até que ponto a CM apresenta recursos desportivos e turísticos para receber megaeventos.

Hipótese 2: Os megaeventos desportivos, particularmente os X JA Maputo 2011 foram estratégicos para desenvolver e posicionar a CM como destino turístico. Estudos mostram a organização de eventos desportivos pode ser uma estratégia para impulsionar o desenvolvimento e o posicionamento de um destino turístico, uma vez que vários públicos ocorrem aos locais dos eventos.

1.5 Procedimento e Técnicas de Investigação

De um modo geral a metodologia de um trabalho de pesquisa resume-se ao caminho ou as etapas que se escolhem e se percorrem para que um estudo possa atingir o êxito. Magalhães (2005) afirma que a metodologia de pesquisa *é ... um refinamento daquilo que o senso comum já oferece para se investigar ... a metodologia de pesquisa permite uma análise crítica dos processos de conhecimento, seus procedimentos, valores e ideologias* (p.231), já Boaventura (2007) entende *por pesquisa a busca sistemática de solução de um problema ainda não resolvido ou resolvível* (p. 55), enquanto para Prodanov & De Freitas (2013) a metodologia científica corresponde ao *conjunto de processos ou operações mentais que devemos empregar na investigação. É a linha de raciocínio adotada no processo de pesquisa* (p.126).

Deste modo a eleição de um método de pesquisa em detrimento de outro depende sobremaneira da natureza da informação que se pretende recolher, procura-se responder os problemas e as questões que se levantaram nas diversas fases do desenvolvimento do trabalho. A definição da metodologia permite chegar a conclusões credíveis e congruentes com os propósitos inicialmente definidos.

Existem muitos métodos que podem ser utilizados para enriquecer uma investigação no campo das humanidades. Assim, no que refere aos procedimentos técnico-científicos para o trabalho que aqui se pretende desenvolver serão envolvidas basicamente duas etapas abaixo descritas, sendo que para cada uma delas será aplicada uma metodologia diferente.

1.5.1 Revisão da Literatura (1ª Etapa)

Nesta fase realizar-se-á o enquadramento teórico referente a descrição e explanação de conceitos derivados do problema exposto, podendo-se deste modo fundamentar e analisar de forma visionária o objeto de estudo definido.

Segundo Negra & Negra (2004) *a revisão da literatura tem por finalidade sintetizar, de forma clara e concisa, as várias ideias de outros autores que servirão de base para a fundamentação teórica do assunto* (p.128). Na visão de Sarmiento (2013) *“a revisão da literatura ... é baseada em vários documentos, de diversos autores, que estão em diferentes suportes* (p.20).

Trata-se, portanto, de um aspeto essencial neste processo de investigação. Assim, para a elaboração da fase de revisão da literatura serão adotadas as seguintes estratégias:

(i) Pesquisa e análise bibliográfica – para uma clara perceção do tema a desenvolver é indispensável o cruzamento de informações bibliográficas obtidas a partir de consultas a materiais já produzidos, como são os casos das obras de referência publicadas (livros, manuais, monografias, dicionários, etc.), revistas científicas (jornais, revistas, anuários, artigos científicos, entre outros), literatura académica (dissertações de mestrado, teses de doutoramento, *papers*, relatórios de pesquisa, revistas, anais de congressos, etc.) e ainda meios eletrónicos, e todos aqueles que se demonstram importantes para uma reflexão crítica do assunto a estudar.

Dada a quantidade de fontes a examinar, esta fase da investigação revela-se árdua e complexa e exige do investigador uma aturada capacidade de filtragem da informação, de forma a permitir o enquadramento e o esclarecimento de conceitos essenciais, a um melhor entendimento do assunto em análise neste estudo. Assim pesquisa-se o turismo, o turismo de eventos, o dos eventos desportivos, a gestão estratégica de destinos turísticos, o marketing estratégico de destinos turísticos bem como o posicionamento estratégico de destinos turísticos.

(ii) Pesquisa e análise estatística – para esta pesquisa utilizar-se-ão materiais conhecidos, organizados e já estruturados, como bases de dados, estatísticas oficiais, banco de dados, informações na internet, todos publicados por fontes e organismos

oficiais, como são os casos da Organização Mundial do Turismo (OMT), Ministério do Turismo de Moçambique (MITUR), Ministério da Juventude e Desportos de Moçambique (MIJUDES), Instituto Nacional de Estatística (INE), Conselho Municipal da Cidade de Maputo (CMCM), Direção Nacional do Desporto (DINADE), Direção do Turismo da Cidade de Maputo, entre outras instituições credíveis a nível nacional e internacional.

Na fase inicial da revisão da literatura (Capítulo II) converge-se simultaneamente para uma lógica baseada na oferta e procura turística, em que dá-se primazia ao turismo (reflexão concepetual), a evolução do turismo no contexto internacional, em África e em Moçambique em particular. São apresentadas cifras em termos de chegadas de turistas internacionais e também em termos de receitas, tendo em conta dados recentes disponibilizados pela OMT.

Na fase subsequente (Capítulo III) a lógica mantém-se, com o foco direcionado para a discussão de conceitos relativos aos eventos, tipologias, categorias e classificação. Dá-se destaque ao turismo de eventos desportivos com incidência para os Jogos Olímpicos, património desportivo e para a gestão estratégica de destinos turísticos.

1.5.2 Análise de fontes secundárias (2ª Etapa)

Após a realização do enquadramento conceptual é importante fazer-se o confronto da informação apresentada na revisão da literatura com os dados referentes ao estudo de caso. Tal como referenciado, escolheu-se os X JA Maputo 2011, como o estudo de caso desta pesquisa, um *método que permite o estudo aprofundado de uma entidade bem definida. A ênfase é essencialmente o “como” e o “porquê” de um determinado fenómeno. O carácter de profundidade exige frequentemente o uso de várias técnicas de recolha de dados* (De Oliveira & Ferreira, 2014, p.94).

No que diz respeito a fontes secundárias recorreu-se a recolha da informação com base uma análise *ex-post facto*, isto é um *tipo de investigação empírica na qual o pesquisador não tem controle direto sobre a(s) variável(eis) independente(s), porque suas manifestações já ocorreram, ou porque ela(s) é(são), por natureza, não manipulável(eis)* (Martins, 2007, p.39), tendo-se para o efeito usado relatórios não

publicados produzidos pela Comissão Executiva do COJA Maputo 2011 e utilizados ainda dois tipos de instrumentos científicos: (i) observação direta não participante e (ii) entrevistas (Sarmiento, 2013), podendo ser consultadas nos anexos I e II respetivamente. Com estas duas ferramentas metodológicas busca-se simultaneamente a resposta a pergunta de partida e também a confirmação ou negação das hipóteses definidas.

1.5.3 Entrevistas Estruturadas

A entrevista é caracterizada por Marconi & Lakatos (2009) como aquela que *segue um roteiro previamente estabelecido ... de tópicos relativos ao problema a ser estudado ...* (p. 279), porém Sarmiento (2013) especifica que *entrevista: é um conjunto de perguntas (designado por guião) que são respondidas necessariamente por via oral ... permite obter um conjunto de informações através de discursos individuais ou em grupo* (p.30), trata-se por isso de *uma investigação qualitativa* (p.30).

Com esta ferramenta metodológica buscam-se respostas referentes as questões das infraestruturas turísticas, dos megaeventos desportivos, e do desenvolvimento e posicionamento do destino turístico motivados pelos eventos decorridos na CM, com enfoque para os X JA Maputo 2011. Para o efeito serão realizadas entrevistas estruturadas onde *o entrevistado responde a perguntas que fazem parte de um guião cuidadosamente preparado* (Sarmiento, 2013, p.34), onde o investigador *“explora o conteúdo da investigação, ouvindo especialistas sobre o tema”* (Sarmiento, 2013, p.33) de modo individual.

Dado que se pretende compreender e aprofundar o conhecimento relativo aos megaeventos em geral e muito em particular sobre os X JA Maputo 2011, as referidas entrevistas estruturadas serão dirigidas a 05 indivíduos, selecionados aleatoriamente, que desenvolvem as suas atividades profissionais no turismo e no desporto, subdivididos em dois grupos: 02 profissionais do turismo e 03 do desporto.

Assim, para o presente estudo, as 02 entrevistas dirigidas aos profissionais do turismo um é técnico e outro é gestor hoteleiro. Para os profissionais do desporto 02 são dirigentes e um é técnico este último integrou uma das subcomissões do COJA – Maputo 2011.

A entrevista estruturada organiza-se em três blocos temáticos correspondentes a (i) instalações ou infraestruturas turísticas, (ii) os megaeventos desportivos e por fim (iii) as estratégias de desenvolvimento e de posicionamento de um destino turístico, tendo por base o turismo de eventos desportivos no geral e os X JA Maputo 2011 em particular, tal como se apresenta no anexo VII.

Seguidamente será aplicada a técnica de análise de conteúdo que *inicia pelas leituras das falas, realizadas por meio das transcrições de entrevistas, depoimentos e documentos* (Gerhardt, Ramos, Riquinho, & Santos 2009, p.84), baseada na análise qualitativa que está preocupada *com a presença ou ausência de uma característica. Foca-se no valor de um tema, na novidade, no interesse e na importância, entre outros* (Sarmiento, 2013, p.48).

Recorreu-se a a modalidade de análise de conteúdo por ser uma técnica que segundo Sarmiento (2013) *classifica e reduz o número de palavras de texto, em categorias de conteúdo, utilizando uma metodologia científica com regras de codificação* (p.53). Com base nela pretende-se retirar conclusões sobre as estratégias de desenvolvimento e posicionamento alcançado pelo destino turístico, provocado pelos impactos de sediar eventos desportivos em particular pelos X JA Maputo 2011.

1.5.4 Observação Direta Não Participante

Segundo Marconi & Lakatos, (2009) a observação consiste em recolher e registar factos basados numa realidade, já Sarmiento (2013) refere-se a observação direta caracterizando-a como aquela cujo *investigador analisa factos e experiencias* (p.27). Para De Oliveira & Ferreira (2014) *na observação direta o investigador faz uso dos seus sentidos para aprender e registar a realidade* (p.110).

O objetivo do uso desta ferramenta no presente estudo é o de dar respostas as questões relativas ao parque ou infraestrutura desportiva existente na CM, com destaque para aqueles que foram usados nos X Jogos Africanos - Maputo 2011. Assim, optou-se por uma observação direta não participante, em que *o investigador é meramente observador* (Sarmiento, 2013, p.27) e não tem necessidade de utilizar meios técnicos especiais (Marconi & Lakatos, 2009).

Deste modo, serão selecionadas, de forma aleatória, 07 instalações desportivas usadas nas diferentes competições programadas e realizadas para os X JA Maputo 2011, de um total de 14 instalações. De referir que não serão observadas as instalações desportivas existentes nas Escolas Secundárias, por estes terem sido usadas apenas para treino das diferentes equipas visitantes e nacionais.

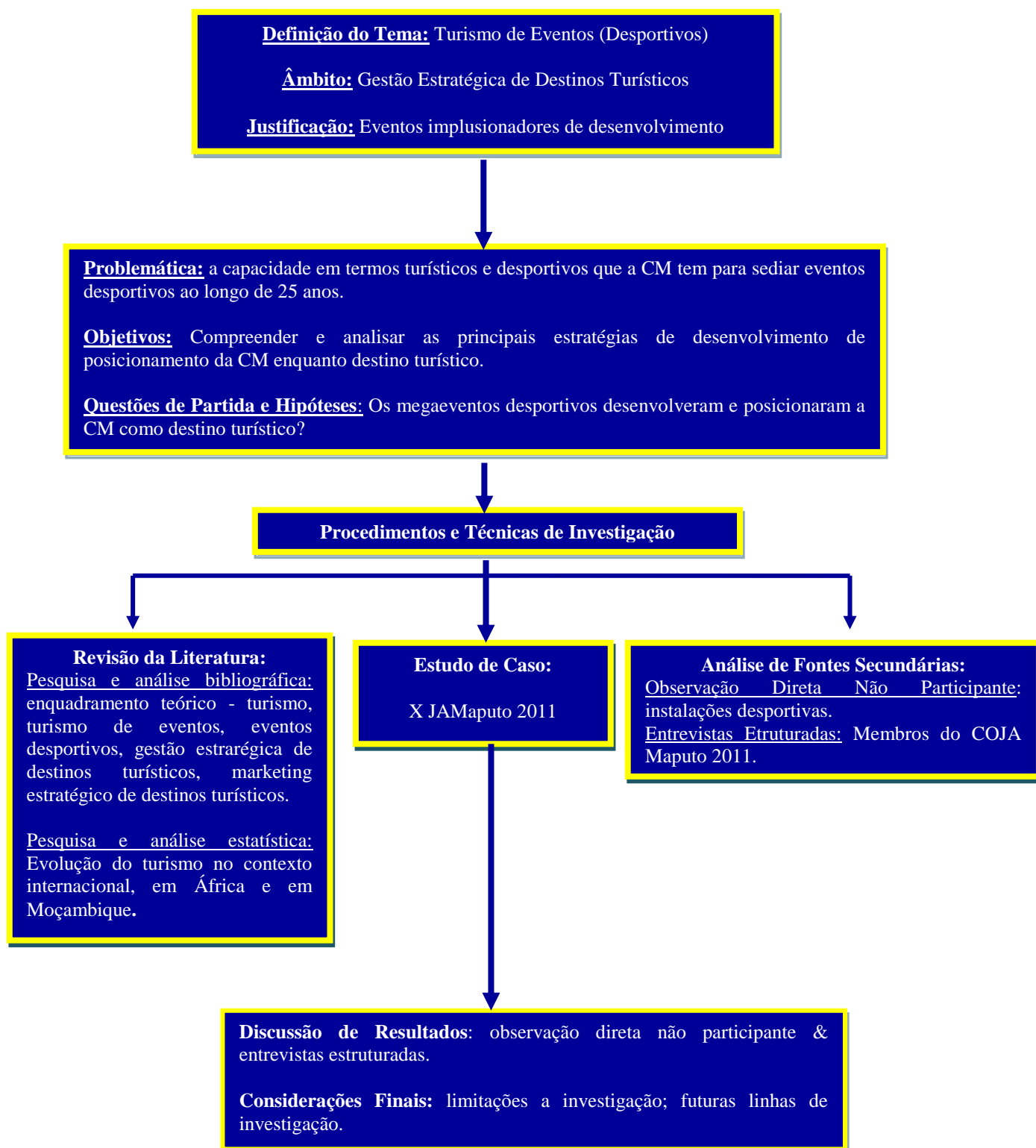
Neste contexto, a ODNP consistirá no uso de um conjunto de itens, nomeadamente: (i) designação da instalação desportiva; (ii) localização da instalação desportiva; (iii) classificação física da instalação desportiva; (iv) composição física da instalação desportiva; (v) potencial de atratividade da instalação desportiva; (vi) potencial de desenvolvimento da instalação desportiva. Alguns destes itens observados contêm variáveis, como por exemplo, inexistente, moderado ou fraco (cf. Anexo I).

Posteriormente, será então realizada uma análise preliminar dos dados, com base em medidas de estatística descritiva e quantitativa com o intuito de caracterizar e classificar as instalações desportivas usadas nas competições dos X JA Maputo 2011.

Finalmente, depois de concluídas todas as fases destes longos e aturados processos (entrevistas estruturadas e ODNP) proceder-se-á ao cruzamento dos conceitos estudados e os resultados decorrentes de ambos processos de modo a tirar-se conclusões fundamentadas e com cunho científico.

A figura 1.2, baseia-se no modelo de Yin. R. (2003), citado por De Oliveira & Ferreira (2014, p.97) e adaptado, apresenta as principais fases do delineamento da presente pesquisa.

Fig.1.2: Estrutura Geral da Investigação



Fonte: Produção própria, adaptado do modelo Yin. R. (2003), citado em De Oliveira & Ferreira, 2014, p.97

Capítulo II - Turismo e *Glocalização*¹

2.1 Turismo: uma relação do local com o global

Diferentes teóricos defendem que a globalização é um fenómeno que surgiu por volta do século XV e no momento histórico atual que o mundo vive ganha expressão. As abordagens são diversas e ocorrem nos diferentes setores da sociedade no mundo. *O fenómeno da globalização afeta cada vez mais todos os países, desenvolvidos e/ou em desenvolvimento* (Trigo, 1998, p. 23).

Inicialmente a globalização notabilizou-se na economia através de trocas comerciais de mercadorias e movimento de capitais (liberalismo económico) entre as diferentes nações no mundo, sobretudo na Europa e nos Estados Unidos, mas também esteve e está ainda hoje fortemente ligado ao turismo e ao desenvolvimento, daí que Beni (2004) vê *o turismo como o setor mais globalizado, perdendo apenas para o setor de serviços financeiros* (p.19).

Após a 2ª guerra mundial, por volta da década de 50, na sequência dos modelos de desenvolvimento adotados pelos Estados-Nação a atividade turística adquiriu novos rumos, consolidou-se e expandiu-se. *A globalização é o turismo internacional, que envolve centenas de milhões de pessoas que viajam e promovem intercâmbios culturais e económicos em vários pontos do planeta* (Trigo, 1998, p.138).

Como consequência da reabertura de fronteiras associadas ao rápido desenvolvimento das viagens aéreas, rodoviárias e marítimas, bem como a organização das viagens sob a forma de pacotes turísticos, o despertar de grandes cadeias hoteleiras principalmente nas diversas zonas do litoral no mundo, estavam criadas as bases para uma integração mundial do turismo a nível cultural e social e também económico.

A partir do momento em que o fenómeno do turismo de massas intensifica-se, por voltas das décadas de 60-70, as mais distantes regiões do mundo aproximam-se e integram-se cada vez mais *de tal maneira que os acontecimentos locais estão*

¹ *Glocalização* é um termo que resulta da amálgama entre dois vocábulos “globalização” e “localização” e significa pensar de modo global no local, isto é a dimensão da escala do turismo. Consiste fundamentalmente em interpretar de um modo dinâmico o mundo global e o mundo local, estabelecendo entre eles conexões, hibridações.

determinados por acontecimentos que ocorrem a muitos quilômetros de distância e vice-versa (Nakayama s/d.). Assim, a globalização é também responsável pelas vivências e alterações culturais e sociais num mundo cada vez mais sem fronteiras, onde *a relação do local com o global é cada vez mais evidente* (Dias & Cassar, 2005, p.116).

Os *modus vivendi* de cada comunidade no mundo permanecem vivos no seu interior através das suas manifestações etnográficas e folclóricas, revalorizando os patrimónios histórico, arquitetónico e cultural locais, no entanto ocorrem alterações evidentes a nível dos fenómenos de aculturação, dos comportamentos, das mentalidades, dos estilos de vida tanto pessoal como coletivas e até mesmo do sistema de valores, onde o local e o global interpretam-se dinamicamente e estabelecem interconexões.

Apesar das diferentes turbulências que o mundo vem sofrendo derivadas das crises financeiras, instabilidades políticas, como terrorismo, guerras e criminalidades, os desastres naturais, as doenças atípicas, o turismo apresenta-se como um setor possível de construir uma aldeia global. *Uma sociedade sem fronteiras definidas, de fluxos e de interações globais*, voltada para *a intensificação de fluxos turísticos internacionais e a queda das fronteiras culturais promovidas pelo encontro entre o visitante e o visitado* (Soares, 2007, p.64).

Neste sentido, muitos países no mundo elegeram o turismo como sua principal força de afirmação no contexto internacional e numa perspetiva de globalização procuram cada vez mais eliminar um conjunto de barreiras construindo-se gradualmente como um dos setores económicos e sociais mais globalizados e desenvolvidos do mundo.

No entanto, a deslocação de pessoas provocado pelo turismo não ocorre apenas a nível de fronteiras internacionais, uma vez que dentro dos limites geográficos de cada país, verificam-se também a gestão, aproximação e interligações de diferentes pessoas resultantes de movimentos turísticos, daí que De Pieri & Netto, (2015) afirmam que *fazer a gestão local do turismo é de extrema importância, pois é no destino, no município, na localidade que de facto o turismo ocorre* (p.22), por isso nenhum país e nenhuma sociedade podem atualmente passar à margem de um fenómeno tão rico, global e local como é o turismo.

Para Beni (2004) atualmente o turismo é encarado como globalização e resulta sobretudo de fatores como *aumento da liberalização do comércio mundial, incorporação de novas tecnologias como a informática e as telecomunicações, integração horizontal e vertical das empresas de turismo, difusão territorial do consumo e flexibilização do trabalho nos diversos setores produtivos, incluindo o próprio setor do turismo* (p.19).

2.2 A evolução do turismo internacional e sua contextualização

Vários autores (Beni, 2003; Molina, 2003; Dias & Cassar, 2005; Petrocchi, 2009; Figueira & Dias, 2011;) parecem reconhecer o turismo como um dos setores de atividade económica e de desenvolvimento social no mundo. A OMT (2012) bem como Lobianco & Ramos (2004) chegam mesmo a afirmar que *no plano internacional, o turismo é a atividade econômica mais importante em volume de recursos movimentados, logo após a indústria petrolífera e a indústria bélica* (p.5).

Como atividade turística solidifica-se a partir da revolução industrial (Ruschman, 2004; Dias & Cassar, 2005; Barretto, 2008; Figueira & Dias, 2011), mas é *no século XIX, que situaremos o início da atividade turística organizada – fruto desse desenvolvimento tecnológico, que tanto facilitou o deslocamento das pessoas* (Dias & Cassar, 2005, p.61), e vem sendo considerado atualmente *como ... um fator determinante nos rumos do desenvolvimento* (Figueira & Dias, 2011, p.4).

Cunha & Abrantes (2013) afirmam que, *pelas suas características, o turismo é um fenómeno que estabelece relações não só com todas as atividades humanas como também com o ambiente físico* (p.103), podendo ser, por isso, reconhecido como apresentando *várias faces - social, geográfica, económica, cultural, ambiental* (Figueira & Dias, 2011, p.4) entre outras, daí ser indispensável o seu conhecimento e análise prospetiva no que respeita a sua estrutura e evolução, alicerçada a informação estatística com base em dados fidedignos que permitirão e apoiarão depois, a definição e adoção de políticas e estratégias para o desenvolvimento do turismo que tanto se almeja no mundo.

2.2.1 Turismo: uma reflexão conceptual

O termo turismo tem mudado e sofrido alteações e evolução significativa ao longo dos tempos (Cunha & Abrantes, 2013), em função das épocas, necessidades e dos contextos, reduzindo-se em muitos casos ao significado de viagem ou deslocação, isto é ir de um lugar para outro e voltar novamente a esse lugar.

Efetivamente turismo implica viagem e muito mais, envolve pelo menos a existência de recursos dos mais variados (financeiros, tempo, transporte, etc.), mas também infraestruturas (estradas, alojamentos, restaurantes, comunicações, etc.).

A bibliografia que procura discutir as origens da palavra “turismo” recorre na maioria dos casos a sua etimologia, posteriormente transposto para várias línguas, tendo evoluído até aos tempos contemporâneos. *O termo francês “Tourisme” disseminou-se nos mais diversos idiomas como se vê no vocábulo inglês Tourism. Seu primeiro registro em português, no século XX, já designava bem mais do que “uma viagem de ida e volta”* (Confederação Nacional do Comércio, 2005, p.9).

Na visão de Barretto (2008) *a palavra touré de origem francesa, ... tour quer dizer volta e tem o seu equivalente no inglês turn e no latim tornare* (p.43), recorrendo também a sua etimologia.

Por exemplo, Arthur Haulot, um pesquisador suíço, discute a origem do vocábulo turismo com base em fonte religiosa, acreditando que *a origem da palavra está no hebraico Tur que aparece na Bíblia com o significado de “viagem de reconhecimento* (Barretto, 2008, p.43).

Tal como Barretto no seu trabalho de (2003) e de (2008), a Confederação Nacional do Comércio (2005) vai as origens da vocábulo turismo defendendo que se trata de uma *palavra francesa tour, raiz do atual conceito de turismo, provem do substantivo latino tornus (“volta”) ou o verbo tornare (voltar)* (p.9), e alarga a sua discussão para o nível semântico, clarificando que no início o termo *significava “movimento circular”* e com o passar do tempo este evoluiu e passou a ser visto também como *viagem de recreio e excursão*.

Já Ruschmann (2004) defende que a palavra “turismo” surgiu no século XIX, porém, a atividade estende suas raízes pela história. Certas formas de turismo existem desde as mais antigas civilizações, mas foi a partir do século XX e mais precisamente após a Segunda Guerra Mundial, que ele evoluiu... (p.13). Assim, o substantivo turismo é um neologismo que expressa a ação de um determinado verbo, to tour, que significa dar uma volta (Barretto, 2008, p.15).

O conceito “turismo” tem mudado e sofrido evolução considerável ao longo dos tempos em função das épocas, necessidades e dos contextos tendo estendido os seus domínios a escala mundial. Assim, e considerando as várias etapas do seu desenvolvimento, este foi sendo definido sobre diversas perspectivas. Para Dias & Cassar, (2005) há inúmeras definições de turismo que se diferenciam, basicamente, em relação ao tipo de abordagem e à ótica destacada pelo autor, o qual pode adotar um viés económico, antropológico, sociológico, geográfico, etc. (p.56).

Assim, para Barretto (2008), em 1911, surge a primeira definição de turismo pertencente ao economista austríaco Hermann von Schullern zu Schattenhofen escrevia que o turismo é o conceito que compreende todos os processos, especialmente os económicos, que manifestam na chegada, na permanência e na saída do turista de determinado município, país ou estado (p.9), colocando deste modo uma visão economista do turismo.

Mais tarde, em 1929, ocorre a definição do alemão de Robert Glücksmann. O turismo é um vencimento de espaço por pessoas que vão para um local no qual não têm residência fixa (Barretto, 2008, p. 9). Em 1939, Robert Glücksmann interpreta o turismo numa perspectiva social, de relações entre alienígena e autóctones. Turismo é a soma das relações existentes entre as pessoas que se encontram temporariamente num lugar e os naturais desse lugar (Barretto, 2008, p. 10).

Surgiram depois, vindas de Escolas e pessoas singulares, outras tantas definições, colocando enfoques nas várias vertentes em que o turismo atua, que vão dos transportes ao alojamento, passando pelos comerciais, pelo lazer, pelas relações interpessoais, as questões de saúde e descanso, entre muitas outras. Em 1942, dois suíços, professores da Universidade de Berna, Walter Hunziker e KurtKrapf, definiram o turismo como o conjunto das relações e dos fenómenos produzidos pelo deslocamento

e permanência de pessoas fora do seu local de domicílio, sempre que ditos deslocamentos e permanência não estejam motivados por uma atividade lucrativa (Barretto, 2008, p.11).

Dos diversos conceitos ocorridos até então verifica-se a existência de um elemento comum: em todos eles há movimento de pessoas para fora das suas residências habituais.

A partir da década de 50, e na sequência dos modelos de desenvolvimento adotados pelos diversos países, como a reabertura de fronteiras associadas ao rápido desenvolvimento das viagens aéreas, rodoviárias e marítimas, a organização das viagens sob a forma de pacotes turísticos, o despertar de grandes cadeias hoteleiras, entre outros serviços, o turismo adquire novos rumos, consolida-se e expande-se pelo mundo, conseqüentemente, o conceito de turismo de Walter Hunziker & Kurt Krapf fragiliza-se dando lugar a novos conceitos.

Assim, na década de 70 surgem outros estudiosos a discutir o conceito de turismo: o espanhol Luís Fernández Fúster (1973), o americano Donald Lundberg (1974) e o espanhol J. I. Arrillaga (1976).

A partir do momento em que o fenômeno do turismo de massas intensifica-se, por volta da década de 80, as mais distantes regiões do mundo aproximam-se e integram-se cada vez mais. São turistas que vão para as áreas rurais, urbanas e até ecológicas, *vão desde o Ártico ao Antártico, das florestas húmidas da Amazônia ao Sul do Sahara, das praias do Havai as montanhas dos Himalaias ... que se inserem neste circuito global do turismo* (Figueira & Dias, 2011, p.6), modificando a vida das pessoas, há mais uma vez necessidade de reformular o conceito de turismo.

Deste modo e segundo Mathieson Y Wall (1982) citado por OMT (2011) turismo passa a ser visto como *o movimento provisório das pessoas, por períodos inferiores a um ano, para destinos fora do lugar de residência e de trabalho, as atividades empreendidas durante a estada e as facilidades são criadas para satisfazer as necessidades dos turistas* (p.38).

Dos conceitos até então desenvolvidos, muito embora apresentem ainda lacunas, ocorrem pontos comuns e positivos, referindo-se a ideia de movimento de pessoas para fora do lugar de domicílio e a ausência de labuta em troca de valores monetários, entretanto qualquer um dos anteriores conceitos correspondem ao desenvolvimento que o turismo estava a ter nas diferentes épocas.

Assim, volvidos mais de uma década e aproveitando os pontos positivos das definições que foram ocorrendo ao longo do tempo, em 2011, o organismo mundial responsável pelo turismo - Organização Mundial do Turismo (OMT) - decide formalizar e divulgar um novo conceito de turismo, mais abrangente, característico do desenvolvimento moderno e contemporâneo que este demonstrava. Turismo ficou definido como *as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes ao seu entorno habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócio ou outra* (OMT, 2011, p.38).

Tal como nos anteriores, este conceito também apresenta um leque de aspetos comuns, porém é mais dinâmico e tem suas próprias particularidades, que na perspectiva Dias & Cassar, (2005, p.59) resumem-se ao seguinte: *não há turismo sem transporte ou deslocamento de pessoas; o turismo não se restringe unicamente a viagens de prazer ou motivado pelas férias; o essencial é o deslocamento e a permanência por tempo limitado; o alojamento no destino não é uma condição necessária para que haja turismo; e as atividades de lazer e recreativas são componentes fundamentais, individualmente, no turismo.*

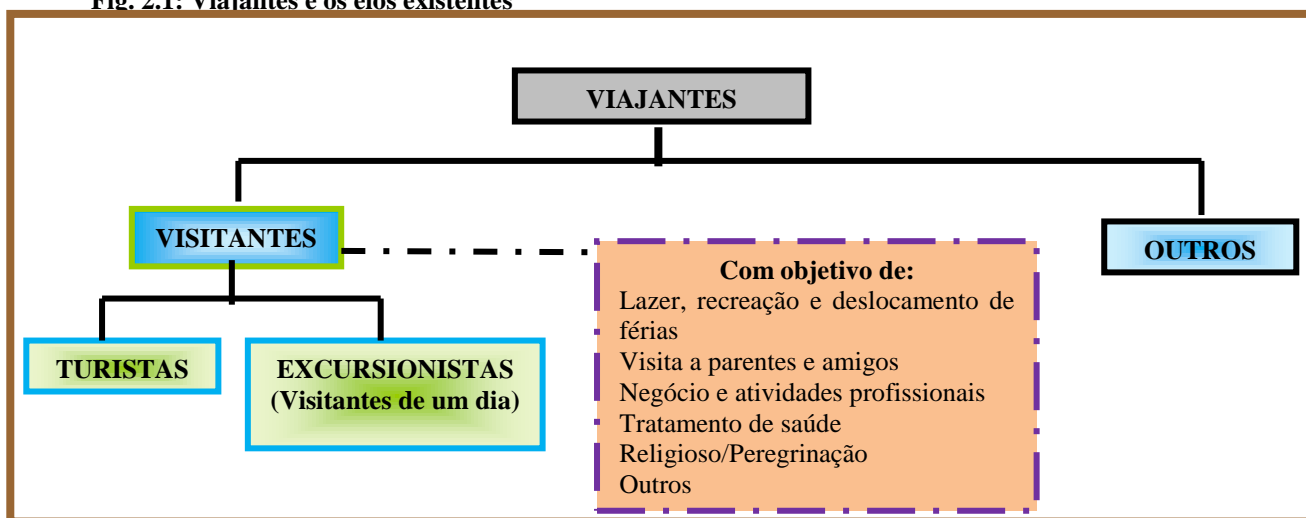
Após o conceito de turismo da OMT, os teóricos continuaram a discussão. Por exemplo, para o mexicano Oscar de La Torre (1992) apud Barretto (2008) *turismo é um fenómeno social que consiste no deslocamento voluntário e temporário de indivíduos ou grupo de pessoas que fundamentalmente por motivos de recreação, descanso, cultura ou saúde, saem do seu local de residência habitual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância social, económica e cultural* (p.13).

Dias & Cassar (2005, p.58) que concordam com a OMT (2011, p.39) consideram como sendo aspetos comuns a todos os conceitos, os seguintes: *existe um movimento físico dos turistas que, por definição, são os que se deslocam para fora de*

seu lugar de residência; a estada no destino deve ser durante um determinado período não permanente; o turismo compreende tanto a viagem até ao destino como as atividades realizadas durante a estada; qualquer que seja o motivo da viagem, o turismo inclui os serviços e produtos criados para satisfazer as necessidades dos turistas.

Dos conceitos descritos percebe-se a ocorrência de diferentes termos que referem-se a visitantes, turistas ou ainda a excursionista, daí que em 1995, a OMT estabeleceu que *visitante* era toda pessoa que viaja para um lugar diferente do seu ambiente habitual por menos de 12 meses consecutivos e cujo objetivo principal de viagem não é trabalhar remuneradamente no lugar visitado (OMT, 2003, p.19). *Turista* é o visitante que desfruta pelo menos uma pernoita em alojamento coletivo ou particular no lugar visitado (OMT, 2003, p.18), e *excursionista* ou *visitante de um dia* é aquele que não pernoita em alojamento coletivo ou particular no lugar visitado (OMT, 2003, p.19). A figura 2.1, realça a ligação existente entre os termos discutidos.

Fig. 2.1: Viajantes e os elos existentes



Fonte: Produção própria a partir da OMT, 2003, p.19

2.2.2 O turismo ao longo dos tempos

Estudos mostram que a história do turismo está associado a história da existência do mundo e do Homem dada a intensidade e as ligações que se estabelecem entre as várias dimensões, épocas e componentes de destinos turísticos, mas sobretudo pelo facto do conceito “viagem” ser tão antigo quanto a própria civilização (OMT, 2003).

Molina (2003) lembra que o *turismo têm experimentado diversas etapas em seu processo evolutivo, entre as quais é possível identificar três grandes: o pré-turismo (o grand tour), o turismo (as concepções industriais) e o pós-turismo (p.22).*

Matias (2004, p.3) defende que *anterior ao surgimento da palavra turismo, os homens haviam descoberto que existia um grande espaço no seu entorno e que nele poderiam deslocar-se pelos mais diversos motivos* muito embora no início do mundo as viagens não tivessem como finalidade o lazer ou negócios como acontece hoje.

O Homem deslocava-se por razões de sobrevivência, conforto e segurança, em busca de alimentos e climas amenos (OMT, 2003). Para Barretto (2008) que concorda com a posição da OMT (2003), efetivamente, o Homem primitivo migrava para lugares que lhe dessem melhores condições para o seu sustento, sem qualquer intenção de retornar ao seu lugar inicial. Mas *há quem acredite que um turismo embrionário era praticado por povos primitivos ainda na pré-história* (CNC, 2005, p.7) e que três milênios antes da era cristã, os fenícios já efetuavam longas viagens pelo mar (CNC, 2005).

Matias (2004) relembra que desde as Antigas Civilizações que ocorrem *deslocamentos de pessoas de uma localidade para outra, em que se reuniam para tratar de assuntos de interesse de todos* (p.3), enquanto a CNC (2005) aponta como *um dos marcos iniciais do turismo na Antiguidade a viagem da rainha de Sabá, que no século X a.C. deixou seu palácio a sudoeste da Arábia para fazer uma visita ao Rei Salomão, em Jerusalém* (p.7).

Mas há autores que recuam ainda mais, por exemplo Barretto (2008) descreve que *se fosse realizada uma pesquisa em tempos anteriores, e em outras culturas, além da greco-romana, encontrar-se-iam antecedentes ainda remotos, chegando-se a supor que o homem sempre viajou, seja definitivamente (migrando), seja temporariamente (retornando)* (p.44).

Segundo Leahey (1985) citado por Barretto (2008) *as pesquisas arqueológicas revelam, por exemplo, que há 13 mil anos atrás, os grupos humanos habitantes da Caverna de Mas-d’Azil, nos Pireneus franceses viajavam até ao mar e retornavam* (p.44). Os romanos também tiveram bons motivos para viajarem *as conquistas*

territoriais fizeram surgir intenso intercâmbio comercial, dando origem as viagens de lazer, em que não faltavam atrações como espetáculos circenses e lutas de gladiadores (CNC, 2005, p.8).

Parece ser consensual entre os diferentes estudiosos (Matias, 2004; Barretto, 2008; Molina, 2003, Masterman, 2004), que os eventos desportivos que ocorriam na Grécia, na Cidade de Olímpia no século VII a.C. atraindo atletas e espectadores, motivaram as primeiras viagens de lazer (CNC, 2005). Os gregos, por exemplo, viajavam por prazer, visitando outras cidades do seu Estado, como é o caso de Atenas (OMT, 2003), mas também com a finalidade de participar em grandes festas religiosas ou em eventos desportivos, como os Jogos Olímpicos que ocorriam de quatro em quatro anos na Cidade de Olímpia e *que se tornaram importantes a ponto de se fazer trégua nas guerras para salvaguardar os viajantes* (CNC, 2005, p.7-8).

A classe dominante romana, os abastados e os patrícios também viajavam por lazer dentro do seu próprio Estado para assistir eventos atléticos e religiosos, e para fora dele com destaques para a Grécia e para o Egito. Viajavam até Alexandria que era um destino turístico por excelência, sobretudo pelos fatores de atratividade naturais e socioculturais que oferecia: um clima agradável (sol, quente e seco) e também de encontro de turistas de diversas nacionalidades (gregos, judeus, indianos, etíopes, sírios, entre outros), (OMT, 2003).

Na idade antiga e durante cerca de dois séculos, os romanos através do seu império, dominaram um grande território mundial *que ia da Inglaterra até a Mesopotâmia, incluindo metade de Europa, grande parte do Médio Oriente e do Norte de África* (CNC, 2005, p.9).

Segundo Barretto (2008) no reinado do Império Romano construíram-se muitas estradas *o que foi determinante para que os seus cidadãos viajassem, entre o século II a.C. e o século II d.C. (...) De Roma saíam contingentes importantes para o campo, o mar, as águas termais, os templos e os festivais* (p.45), pressupondo-se que *os romanos teriam sido os primeiros a viajar por prazer* (p.45). Ainda na linha de Barretto (2008), registos mostram que *os romanos iam a praia e aos spas, buscando nas primeiras, divertimento (há registos pictóricos de moças usando biquíni, jogando bola na praia), e nos segundos, cura* (p.45).

Quando a relação política, económica e social do Império Romano degrada-se, o comércio, as viagens e o prazer extinguem-se, as estradas deterioram-se completamente e dá-se o seu declínio. Surge então um novo e longo período histórico, o da Idade Média que vigorou entre os séculos V-XIV, onde a Igreja Católica assume o poder de forma hegemónica, expandindo o cristianismo pelo mundo. Este período foi sobretudo *marcado por uma série de eventos religiosos e comerciais, que causaram o deslocamento de um grande número de pessoas, como membros do clero, mercadores e outros* (Matias, 2004, p.5).

Foi também uma época cujo motivo da viagem era fundamentalmente a participação em concílios, peregrinações cristãs e em representações teatrais com viagens para destinos de culto de grande importância religiosa como Jerusalém e Roma e um pouco pelas restantes partes do mundo (OMT, 2003). Estimulou-se *viagens propagando mosteiros. Monges e sacerdotes encorajavam o povo a fazer peregrinações e, por volta do século XIV, elas eram um fenómeno de massas organizado* (OMT, 2003, p.21).

Na ótica da CNC (2005) *as viagens de carácter religioso intensificaram-se entre os séculos VII e IX* (p.10), chegando mesmo a desenvolverem-se itinerários religiosos que até hoje ainda são seguidos por muitos turistas, como é o caso do *Caminho de Santiago de Compostela*. Para criar facilidades de deslocação para destinos religiosos foi introduzido, no séc. XV um pacote de viagem que fazia o percurso entre Veneza (Itália) até a Terra Santa (Jerusalém) e vice-versa. O referido pacote garantia ao turista *passagem, refeições, alojamento, corridas de jumentos e o dinheiro de suborno, necessário para evitar formalidades burocráticas* (OMT, 2003, p.22).

A partir do século XIII, ... as relações entre o Comércio e o Turismo tornaram-se mais sólidas (CNC, 2005, p.10), dificultando a separação entre ambas. As viagens para além do religioso, passam a ter também o motivo comercial. Os comerciantes colocavam os seus produtos em feiras e *nos mercados da França, dos Países Baixos e do Vale do Reno em contacto com os de Provença, Espanha, Itália, África e Oriente* (Matias, 2004, p.10), o que terá sedimentado as bases para o desenvolvimento do turismo de eventos (Matias, 2004).

Com o Renascimento (século XVI) fortalece-se o espírito do turismo de eventos, porém, o móbil da deslocação era o conhecimento, a ciência, experiência e a investigação proporcionada pelas lideranças das nações (reis e rainhas), que aprovavam *viagens para preparar futuros diplomatas ... os filhos de famílias abastadas viajavam a determinados países para visitar ruínas e sítios históricos, bem como para estudar arte, arquitetura e história* (OMT, 2003, p.22).

Denota-se neste período o cruzamento entre turismo de eventos e o turismo cultural bem como de um marcante desenvolvimento humano. *Viajar passou a ser uma ambição cultural, uma oportunidade para acumular conhecimento, aprender línguas e desfrutar aventuras* (CNC, 2005, p.11), em viagens realizadas *por jovens acompanhados de seu professor particular (...) e com a duração aproximada de três anos* (Barretto, 2008, p.47).

Muitas viagens foram implementadas por artistas, artesãos, músicos e poetas que viajavam para mostrar o seu trabalho, adquirir experiência profissional e também conhecer outras localidades (Matias, 2004, p. 5-6). Evidencia-se nesta fase algumas das principais categorias de dimensão cultural que compõem a plateia de um destino turístico, enquanto locais de cultura e de conhecimento. *Alguns países se destacavam como centros de efervescência cultural ... Florença e Roma destacaram-se como destinos culturais* (CNC, 2005, p.11).

Foi também no período do Renascimento que surgiu pela primeira vez o passaporte e os cheques de viagem e ainda o *Grand Tour* pela Europa, muito associado ao turismo que viera depois a desenvolver-se (OMT, 2003). No século XVI, na senda do bom momento comercial que se vivia, surge, na Cidade do Cairo, Egito, o primeiro hotel do mundo, o *Wikalet-Al-Ghury*, para atender mercadores (Barretto, 2008), enquanto o século XVII vê um desenvolvimento a ocorrer ao nível dos transportes, encurtando o tempo de duração no percurso das viagens.

Molina, (2003), enquadra esta época no pré-turismo e partilha a ideia afirmando que neste período as viagens eram *realizadas pelos filhos mais velhos de famílias nobres e de ricos comerciantes, com a finalidade de melhorar sua educação e de estabelecer contactos diplomáticos e de negócios nas mais importantes cidades da Europa: Madrid, Paris, Roma e Londres* (p.22).

O século XVIII marca o início da Revolução Industrial, na Inglaterra, que gradualmente se refletiu a nível mundial provocando grandes transformações no turismo em função da passagem de uma economia manual para mecanizada. *O trabalho humano ou animal foi substituído por outros tipos de energia, como a máquina a vapor* (Matias, 2004, p.6).

Assiste-se a inovações como a descoberta do telégrafo, do telefone, o alargamento da rede viária e caminhos-de-ferro, assim como o desenvolvimento industrial, o que alterou fortemente o modo de vida (Figueira & Dias, 2011, p.9).

Estavam, assim, criadas as bases para o desenvolvimento de um turismo de lazer e moderno, cuja motivação para viajar é verdadeiramente o ócio. *Podemos assinalar o início do turismo moderno na primeira metade do século XIX, quando Thomas Cook organizou uma viagem para 570 pessoas participarem de um congresso em Longborough, Inglaterra* (Dias & Cassar, 2005, p.7).

Na sequência desta iniciativa, Cook organizou outras tantas viagens com base em pacote de viagens, principalmente para a classe média inglesa, mas também para outros setores sociais da época. *Como consequência, houve um aumento do fluxo de pessoas que viajavam sem ter outro interesse senão descansar, divertir-se e ampliar o seu horizonte cultural* (Dias & Cassar, 2005, p.7).

Para Molina (2003) entra-se na fase do turismo industrial onde *mostra o surgimento dos primeiros hotéis urbanos, o grande desenvolvimento dos balneários costeiros no mar Mediterrâneo e o surgimento dos primeiros destinos turísticos da América Latina, a expansão do transporte de superfície, a criação dos escritórios governamentais do turismo entre outras manifestações* (p.23).

Na segunda metade do século XIX, fruto de transformações económicas, políticas, culturais e sociais ocorridas em benefício dos trabalhadores, expansão de uma nova classe média, aumento do tempo livre, atribuição de férias anuais e aumento da renda, *muitas pessoas passaram a frequentar estações de águas e regiões litorâneas em suas férias, o que fixou as bases do moderno turismo de lazer* (OMT, 2003, p.22) e que na perspetiva de Molina (2003) é visto como um *Turismo Industrial Maduro* (p.24).

A classe média passa a ter um maior poder aquisitivo o que lhes permite visitar destinos até então frequentados por pessoas elitizadas, abastadas e célebres. Estes destinos passam naturalmente por um crescimento em função do aumento vertiginoso do número de turistas e das suas exigências visto terem já algum poder aquisitivo, ao mesmo tempo que vão surgindo novos destinos turísticos. Regista-se por estas alturas um grande desenvolvimento a nível da hotelaria e da restauração. Assim, *na segunda metade do século XX, o turismo já se caracterizava como um dos fenómenos de massa da história, provocando mudanças culturais, sociais e económicas onde ocorria com mais intensidade, contribuindo para a balança comercial de muitos países* (Dias & Cassar, 2005, p.7).

No limiar do século XX a Revolução Industrial vai gradualmente cedendo o seu lugar a uma nova revolução, a da *tecnologia de alta eficiência* ou do *pós-turismo* (Molina, 2003, p.27), onde se assiste a um turista mais informado, mais exigente, mais sofisticado, que domina a internet e as tecnologias de informação e comunicação e que coloca ênfase na qualidade. *O século XX trouxe novas tecnologias, tais como aviões mais velozes e confortáveis, computadores, robôs e comunicações por satélite, que transformaram o modo das pessoas viverem, trabalharem e se divertirem* (OMT, 2003, p.23).

Como se pode depreender, ao longo dos tempos o Turismo foi-se desenvolvendo acompanhando a evolução do Homem e da sociedade, em função das épocas, dos interesses, dos objetivos, desejos e necessidades que vão desde os políticos, religiosos, comerciais, culturais, desportivos, científicos passando pelo artístico, lazer até ao tecnológico, procurando sempre proporcionar e transmitir aos públicos e as regiões onde se realizam experiências e conhecimentos novos e modernos.

2.2.3 O turismo internacional: a realidade

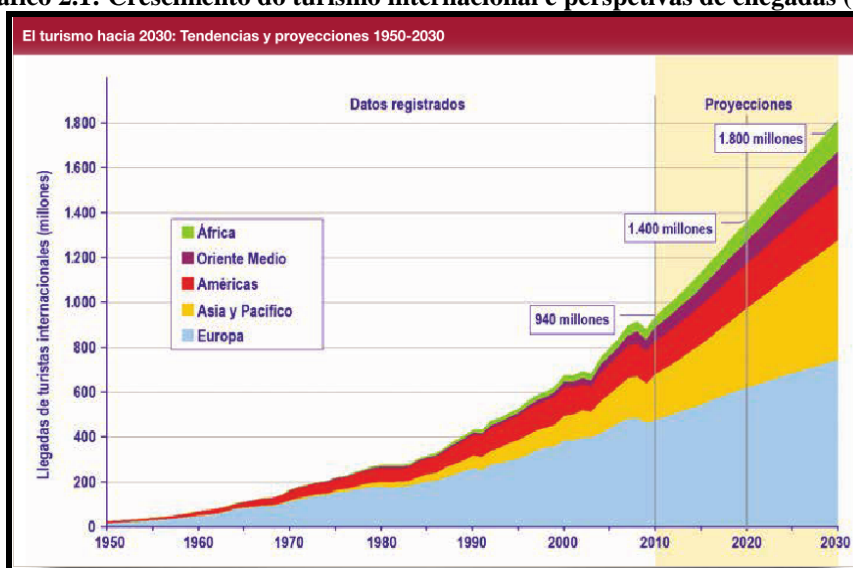
Ao longo dos tempos, mais concretamente a partir da década de 50, o turismo regista um crescimento importante a nível da matriz económica e social, estando a assinalar um crescimento ininterrupto em termos da procura turística internacional que apresenta cifras concludentes.

Na visão da OMT (2015), o turismo vem experimentando uma contínua expansão e diversificação, convertendo-se num dos setores económicos de maior envergadura e crescimento no mundo. Se no passado fazer turismo cingia-se a uma elite que dispunha de tempo e de dinheiro para fazer viagens, hoje a realidade é bem diferente *a maioria das pessoas dos países desenvolvidos, e um número significativo de pessoas dos países em desenvolvimento, têm realizado viagens turísticas uma ou várias vezes ao ano* (Ruschmann, 2004, p.13). Deste modo aos destinos favoritos, privilegiados e tradicionais da Europa e da América do Norte foram-se juntando muitos outros.

O turismo deixou de ser uma prática elitista, *de alguns cidadãos privilegiados; sua existência é aceite e constitui parte integrante do estilo de vida para um número crescente de pessoas em todo o mundo* (Ruschmann, 2004, p.13), porém o maior movimento de turistas que ocorre é dos países com economias avançadas (Reino Unido, Alemanha, França, Estados Unidos) que têm como destinos os países com economias emergentes (Brasil, Rússia, Índia, China, África do Sul).

Tal como se tem verificado desde 1950, o turismo internacional continuará nos próximos 15 anos a assinalar um rápido crescimento. As previsões da OMT (2015) indicam que em 2020 o número de turistas internacionais poderá superar a cifra dos 1.4 mil milhões, e que em 2030 a demanda turística internacional poderá alcançar os 1.8 mil milhões de turistas.

Gráfico 2.1: Crescimento do turismo internacional e perspectivas de chegadas (1950-2030)



Fonte: OMT, 2015, p.14

O gráfico 2.1 mostra claramente o crescimento do turismo internacional entre 1950-2030, onde se apreende que *os números absolutos de turistas internacionais têm crescido continuamente* (Molina, 2003, p.29) e continuarão a crescer até 2030.

O aumento da procura turística internacional decorre sobretudo das profundas transformações ocorridas ao longo dos anos em diversos países e continentes a nível social, político e económico. Na década de 50 o turismo internacional apresentava-se num único padrão, com produtos e serviços bastante associados ao ócio e a destinos de sol e mar, muito centrados na Europa e na América.

Hoje o cenário é completamente diferente. O turismo manifesta-se um pouco por todo o mundo, com novos perfis socioeconómicos e demográficos *caracterizado por uma tendência para a diminuição da taxa de natalidade, para o aumento da esperança de vida, para alteração do conceito de família, para a crescente urbanização e para a singular e convivência de quatro gerações Tradicionalists, Beyb Boomers, Generations Xers, Millennials*) (Gustavo, 2012, p.672).

A Europa, embora continue a manter a sua posição de detentora da maioria absoluta de chegadas de turistas internacionais, o continente tem vindo a sofrer uma redução gradual em termos de chegadas de turistas internacionais, dando lugar a outras regiões no mundo, como são os casos da subida da Ásia e Pacífico, tal como se observano gráfico 2.1.

2.2.4 Perspetivas e tendências do turismo internacional

Há 65 anos atrás (1950) a demanda turística atingia os 25 milhões de turistas. Trinta anos depois, as chegadas internacionais as escalas mundiais cifraram-se em 2,78 milhões, em 1990 limitaram-se aos 4,35 milhões, 1995 abrangeu os 5,27 milhões de turistas, em 2000 foram 6,74 milhões de turistas internacionais, sendo que 2012 superou a quota de mil milhões de chegadas internacionais, atingindo a cifra de 1.035 mil milhões de turistas (OMT, 2013). Em 2013 as chegadas foram de 1.087 milhões de turistas, sendo que *as chegadas de turistas internacionais (visitantes que pernoitam) aumentaram 4,3% em 2014 alcançando-se a cifra recorde de 1.133 milhões de chegadas* (OMT, 2015, p. 3).

Neste movimento de turistas, a Europa apesar de estar a procura de ultrapassar uma das piores crises económicas da sua história, continua a ser a região mais visitada no mundo com mais de metade das chegadas internacionais, (5,82 milhões - cerca de 51% da quota de mercado mundial), sendo que os gastos situam-se nos 41%.

O crescimento foi impulsionado sobretudo pelos países da sub-região da Europa Meridional e Mediterrânea (+7%) e da Europa do Norte (+6%). Destinos como Grécia (+23%), Espanha (+7%), Portugal (+12%), Islândia (+24%) e Reino Unido (+5%) terão contribuído para este crescimento.

A sub-região da Europa Ocidental (+2%) teve um crescimento mais lento, enquanto as sub-regiões da Europa Central e Oriental (-5%) sofreram uma redução em relação às chegadas de turistas internacionais no ano de 2014. A Ucrânia (-48%) devido aos conflitos armados, foi o destino que mais contribuiu para esta redução. O maior destino da sub-região, a Federação Russa contribuiu com (+5%) de chegadas internacionais.

A segunda região mais visitada no mundo em 2014, foi a Ásia e Pacífico que recebeu 26,3 milhões de turistas internacionais, correspondendo a 23%, obtendo assim 37,7 milhões de dólares em termos de receitas internacionais (30%). As sub-regiões do nordeste asiático e da Ásia Meridional (+7%) foram aquelas que registaram um forte crescimento. Os dois maiores destinos da região, nomeadamente Índia (+11%) e Sri Lanka (+20%) contribuíram fortemente para as chegadas. As Maldivas (+7%) e o sudoeste asiático (+3%) registaram cifras mais modestas.

A região das Américas (+8%) registou o maior crescimento relativo de todas as regiões do mundo em 2014, recebendo 13 milhões mais de turistas internacionais, e elevando a 181 milhões do total de chegadas. Os ingressos pelo turismo internacional na região chegaram aos 274.000 milhões de dólares americanos. A região incrementou a sua cota de chegadas mundiais em 16%, enquanto que a sua cota de ingressos ascendeu os 22% (OMT, 2015, p.7). A tabela 2.1 (cf. Anexo II) mostra claramente, em termos numéricos e percentuais de chegadas de turistas internacionais em todo o mundo.

A sub-região da América do Norte (+9%) foi a que recebeu mais turistas. Os destinos como México (+20%) e Estados Unidos (+7%) foram os que mais se destacaram na sub-região em relação a chegadas de turistas internacionais. A sub-região da América Central (+6%) registou um sólido crescimento, Guatemala e Belize (ambas com +9%) registaram as maiores chegadas. Na sub-região da América do Sul o aumento foi apenas de 5% em 2014, tendo contribuído para este crescimento os destinos do Equador (+14%), da Argentina (+13%) e da Colômbia (+12%).

O continente africano registou no ano de 2014, como habitualmente, um fraco crescimento, quer em termos de chegadas internacionais, quer em termos de receitas pelo turismo. *Em termos absolutos, a região recebeu um total de 56 mil milhões de turistas internacionais. Os ingressos pelo turismo internacional (+3%) aumentaram em 1.000 milhões de dólares americanos, alcançando a cifra de 36.000 mil milhões de dólares ... A região manteve a cota dos 5% das chegadas mundiais e de 3% de ingressos pelo turismo* (OMT, 2015, p.12).

O principal destino turístico foi a sub-região do norte de África (+1%). Marrocos registou um crescimento (+2%) e a Tunísia uma redução de (+3%). Na sub-região de África Subsaariana (+3%), o fraco crescimento poderá ter sido influenciado por dificuldades geopolíticas, económicas e sanitárias típicas desta região africana. Entretanto a África do Sul manteve a quota em 2014 (0%). Destinos como Costa do Marfim (+24%), Madagáscar (+14%), Maurícias (+5%), Zimbábwe (+3%) e Seychelles (+1%) registaram reduções.

O Médio Oriente, em 2014, também ficou apenas pelos 5% correspondentes a 5,1 milhões de chegadas internacionais, muito embora esteja a mostrar alguma recuperação com relação aos anos anteriores. As receitas pelo turismo foram de 4,9 milhões de dólares relativos a 4%, sendo que os principais destinos responsáveis por este crescimento foram Arábia Saudita (+13%) e o Qatar (+8%). O Líbano, embora em menor escala, também teve uma participação positiva (+6%). A Palestina (+2%) e a Jordânia (+1%) tiveram um crescimento moderado. A figura 2.2, expõe dados da distribuição do turismo internacional, em termos de chegadas e receitas, referentes ao ano de 2014, nas cinco regiões mundiais.

Fig. 2.2: Distribuição do turismo internacional por regiões no mundo



Fonte: OMT, 2015, p.3

África, apesar de ter recebido menor número de turistas em relação ao mundo inteiro superou em termos globais o Médio Oriente com a cifra de 5,6 milhões de chegadas internacionais (OMT, 2015). A perturbação da lógica de crescimento nestas duas regiões do mundo está sobretudo associada as questões de terrorismo internacional. No caso particular da Nigéria este tem sido perpetrado pelo grupo islâmico Boko Haram. Acresce ainda a insegurança que se regista um pouco por todo o continente, como são exemplos os raptos, assassinatos, guerras tribais, políticas e religiosas, conflitos étnicos, entre outras ações que inibem o desenvolvimento do turismo. Por outro lado importa ainda destacar, a também já mencionada e recente epidemia do Ébola, que se viveu de forma intensa na zona central do continente africano.

Impulsionados pelo aumento de renda disponível, maiores facilidades para viajar, a China vem demonstrando na última década um crescimento exponencial. Desde 2012 tem sido o maior mercado emissor e também o país que mais gastos efetuaram no turismo internacional. Em 2014, bateram o recorde, gastando no estrangeiro cerca de 165.000 mil milhões de dólares, constituindo num incremento exponencial de 27% comparativamente ao ano de 2013, cujos gastos foram na ordem dos 36.000 mil milhões de dólares (OMT, 2015, p.13).

A China domina atualmente o mercado emissor do turismo, com cerca de 13% das receitas mundiais, especialmente para os mercados da Ásia e Pacífico (OMT, 2015, p.13). Outro país que mais consumo realizou no turismo, em 2014, foi os Estados Unidos da América, 111.000 mil milhões de dólares, com um incremento de 6% em relação a 2013. A Alemanha ocupou a terceira posição no ranking dos países que mais gastos efetuam no turismo, subindo apenas 1% em relação a 2013, tendo a cifra fixado-se nos 92.000 mil milhões de dólares.

A Federação Russa (-4%), o Canadá (-1%) e a Austrália (-2%) foram os países que registaram ligeiras reduções em termos de gastos pelo turismo internacional entre os anos de 2013 e 2014. Na tabela 2.2, (cf. Anexo II) evidenciam-se os países que mais gastos efetuaram no turismo internacional nos anos de 2013 e 2014.

Segundo a OMT (2015, p.13) para além dos dez mercados emissores do turismo mundial, existem outros que também registaram desembolsos num crescimento na ordem dos dois dígitos, nomeadamente a Arábia Saudita, Noruega, Suécia, Espanha, Índia, Taiwan, Filipinas, Qatar, Tailândia, República Checa e a Colômbia.

França, Estados Unidos, Espanha e China tem vindo nos últimos cinco anos (2010-2014) a ser destinos mundiais que recebem mais turistas, disputando entre si os dez primeiros lugares no ranking de chegadas de turistas internacionais. Semelhante cenário pode ser encontrado nos ingressos por turismo internacional.

Tal como sucedeu em 2010 e em 2014, a França liderou o grupo com cerca de 84 mil milhões de chegadas internacionais e ocupou a 4ª posição em termos de receitas do turismo internacional com 55 mil milhões de dólares. O México que integrou o grupo pela primeira vez, ocupou, em 2014, a 10ª e última posição do ranking recebendo cerca de 29 mil milhões de turistas internacionais (OMT, 2015).

Já no que refere as receitas, a disputada é feita entre países com economias avançadas (EUA, França, Espanha) e os de economias imergentes (China, Tailândia), que vão alternando as suas posições no decorrer dos anos. Entre 2010 e 2014 os EUA vêm liderando o ranking de recitas do turismo internacional com 103.5 mil milhões de dólares, 116.3 mil milhões de dólares, 172,9 mil milhões de dólares e 177.2 mil milhões

de dólares respetivamente e ocupava a 2ª posição em termos de chegadas de turistas internacionais em 2014.

A China que tem sido praticamente, desde 2010 o maior mercado emissor de turistas do mundo, conta com um total de gastos na ordem dos 57 mil milhões de dólares, em 2014 (OMT, 2015). Se em 2010 e 2011 a China ocupava a 3ª posição no ranking de chegadas internacionais, em 2014, retrocedeu passando para a 4ª posição, recebendo cerca de 56 mil milhões de turistas internacionais.

Outro país que mais gastos efetivou com o turismo foi a Espanha, com 65 mil milhões de dólares, ocupando por isso a 2ª posição no ranking de receitas no turismo internacional. Em contra partida ocupa a 3ª posição em termos de chegadas de turistas internacionais (6,5 milhões). Na tabela 2.3 (cf. Anexo II) espelha-se a situação das chegadas de turistas e das receitas pelo turismo internacional referentes ao ano de 2014.

Dos dados ora apresentados depreender-se que a volta do mundo há um grande movimento e deslocação de pessoas provocado pelo turismo. *É interessante observar que ao mesmo tempo em que diferentes questões tornam certos destinos inconstantes do ponto de vista da receção de turistas internacionais, outros países acabam por se tornarem recetivos dessa demanda, demonstrando certa elasticidade e sazonalidade de fluxos voltados a determinados destinos instáveis* (Pieri & Netto, 2015, p.139).

2.3 O Turismo em África

2.3.1 As regiões e sub-regiões turísticas do continente africano

Teóricos como Lew, Hall, & Timothy (2008), bem como a OMT decompõem o continente africano em duas grandes regiões e em cinco sub-regiões turísticas. Quando a fragmentação é efetuada em termos de regiões, em África destacam-se apenas duas, sendo o Norte de África, com destaque para os países banhados pelo mar Mediterrâneo e integram apenas cinco países do continente: *Argélia, Egito, Líbia, Marrocos e Tunísia* (Lew, Hall, & Timothy, 2008, p.144).

A outra região é a Subsaariana, que agrega todos os restantes países que se localizam geograficamente a sul do deserto do Sahara e considerada por Lew, Hall, &

Timothy (2008) a mais pobre do mundo, com destinos mais remotos e exóticos para turistas de países com economias avançadas da América do Norte, Europa e do Japão.

Referindo-se as sub-regiões, a OMT combina turisticamente o continente africano em cinco (05) sub-regiões, nomeadamente: Norte de África, África Ocidental, África Central, África Oriental e África Austral ou Sul de África.

Qualquer uma destas nações-Estado que integram estas sub-regiões oferece *uma grande variedade de atrações e destinos turísticos* (Amaral, 2005, p.13) e têm vindo nestas últimas décadas a efetuar progressos notáveis no capítulo do turismo, como a abolição de vistos de entrada, abertura do espaço aéreo e de novas rotas, desregulamentação das companhias aéreas, embaratecimento do transporte aéreo principalmente para destinos mais longínquos como são os casos da Europa, América do Sul e da Ásia, mas é sobretudo no capítulo de chegadas de turistas internacionais que tem vindo há já alguns anos a registar um crescimento positivo, porém tal como afirma Amaral (2005) *uma indústria de turismo viável ainda não surgiu na maioria dos países africanos* (p.13). A tabela 2.4 (cf. Anexo III) traduz as chegadas internacionais e as receitas ocorridas no continente africano num período entre 2008-2014.

2.3.2 Evolução turística no Norte de África

Considerando o tipo de turismo que a demanda internacional ainda procura em maior escala no continente - lazer e recreação -, a sub-região do Norte de África leva vantagem comparativamente a outras sub-regiões de África dada a sua proximidade geográfica com a Europa, sobretudo dos países banhados pelo Mar Mediterrâneo *e cujos patrimônios natural, destacando-se praias, e cultural têm surgido como principal mote da mobilização de fluxos turísticos internacionais* (Sansolo & Cruz, 2011, p.172).

Considera-se também como uma sub-região bem estabelecida em termos de turismo de eventos que se distribuem pelas categorias dos congressos e dos espetáculos. Por exemplo, a Argélia (Argel) sediou os III e os IX Jogos Africanos, em 1978 e 2007 respetivamente. Em 1991, na Cidade do Cairo, Egito, realizaram-se os V Jogos Africanos. Em 2001 a Líbia foi o país responsável por organizar e sediar mais uma Conferência da Organização (da Unidade) Africana.

Dados da OMT indicam que no ano 2013, o norte de África registou um forte crescimento em termos de chegadas de turistas internacionais, (+6%). Marrocos com (+7%), foi o destino mais procurado pelo turismo internacional superando a cota dos 10 mil milhões de chegadas. A Tunísia foi o segundo destino mais procurado na região norte de África com (+6%), seguido pela Argélia que obteve (+4%).

2.3.3 O turismo na África Ocidental

A sub-região da África Ocidental é composta por dezasseis (16) países². É uma das sub-regiões *mais carentes do continente africano, não se trata de uma região recetora de destaque* (Sansolo & Cruz, 2011, p.180).

A maioria dos países desta sub-região é banhado pelo Oceano Atlântico e *apresentada como áreas de grande valor cultural e ambiental ... possuem alguma estrutura para receber turistas, embora bastante incipiente. ... Em direção ao interior, as demais regiões são destacadas pela paisagem exótica ... observa-se uma nítida escassez de estruturas para receber turistas* (Sansolo & Cruz, 2011, p.180).

Entretanto nos últimos anos, para os países desta sub-região que gozam de uma certa estabilidade política e até social, as suas estatísticas têm vindo a crescer de modo gradual, em termos de chegadas de turistas internacionais: são os casos da Serra Leoa que foi em 2013 o destino mais procurado (+36%), seguido da Gâmbia (+9%).

Porém, desde 2014 esta sub-região tem vindo a ser assolada pelo vírus do Ébola, sendo que os países mais afetados são a Serra Leoa (-46,2%), Libéria e a Guiné Conacri. Esta situação para além de provocar uma forte redução em termos de atividade económica na sub-região, afeta consequentemente pela negativa o fomento do turismo.

Cabo Verde, nação insular, pelas características naturais que apresenta, típicas para o turismo balnear, em 2013, sofreu uma queda significativa (-4%) em termos de chegada de turistas internacionais quando comparada aos anos anteriores (2008: 285 mil; 2009: 287 mil; 2010: 336 mil). Em 2014 recebeu apenas 494 mil turistas correspondendo a (-1,8%) das chegadas internacionais.

²Países da sub-região da África Ocidental: Benin, Burkina Fasso, Cabo Verde, Costa do Marfim, Gâmbia, Ghana, Guiné, Guiné Bissau, Libéria, Mali, Mauritânia, Níger, Nigéria, Senegal, Serra Leoa, Togo.

A Nigéria que é o país mais rico da sub-região devido as suas grandes reservas de petróleo e o mais populoso de África, já sediou por duas vezes os Jogos Africanos: os II em 1973 na Cidade de Lagos e os VIII na Cidade de Abuja, em 2003. Em 2010 recebeu 160 mil turistas internacionais e em 2011 sofreu uma forte redução para menos 840 mil, tendo as chegadas internacionais, sido nesse ano apenas de 715 mil turistas. Em 2012 as chegadas atingiram os 486 mil turistas e em 2013 foi de 600 mil turistas.

Alguns países desta sub-região a semelhança de muitos outros países do continente não apresentam qualquer dado informativo sobre o turismo internacional, no que refere ao ano de 2014 e anteriores ou se os apresenta são na sua grande maioria ainda incompletos e irregulares. A nível do continente africano os países que geralmente aparecem a apresentar dados com regularidade são o Egito, Marrocos, a Tunísia e África do Sul.

2.3.4 O desenvolvimento do turismo na África Central

A África Central é a sub-região que turisticamente compõe-se de nove (09) países³, dos quais Angola, Camarões, Congo, Gabão e São Tomé e Príncipe têm os seus litorais banhados pelo oceano Atlântico. Apesar de existirem indicadores que apontam para a chegada de turistas internacionais na região do litoral, estes estão muito aquém das chegadas de turistas quando comparadas com outras sub-regiões africanas.

A sub-região possui potencial natural para o desenvolvimento do turismo de sol e mar, e possui uma riqueza em termos de biodiversidade de florestas tropicais incluindo espécies de animais raras, porém os conflitos e instabilidades políticas causados pela existência e descoberta de petróleo e de recursos minerais, associadas à *precariedade generalizada de infraestruturas tanto de circulação como básicas, problemas de saúde pública, entre os quais focos de doenças como malária, AIDS, dengue etc. além de um sem número de conflitos étnicos e religiosos bem como conflitos por território e pela exploração de riquezas minerais como o diamante e o ouro* (Sansolo & Cruz, 2011, p.175), há pouco espaço para o desenvolvimento do turismo.

³Países da sub-região Central: Angola, Camarões, Republica Centro Africana, Chad, Congo, República Democrática do Congo, Guiné Equatorial, Gabão, São Tomé e Príncipe.

Estima-se que 34,3 milhões de pessoas no mundo estavam infectadas com AIDS até ao ano 2000, deste total, 24,5 milhões de pessoas viviam na região de África Subsaariana e deste 19 milhões já morreram, sendo que ¼ destas mortes eram crianças com menos de 15 anos de idade (Lew, Hall, & Timothy, 2008, p.171). Perante este cenário os países desta sub-região não registam grandes índices em termos de chegadas de turistas internacionais.

Os registos da OMT são referentes aos anos de 2010 a 2014. Entretanto alguns países desta sub-região já sediaram importantes eventos desportivos de nível continental e internacional. O Congo, por exemplo, já sediou duas competições dos Jogos Africanos, a I edição em 1965, e a XI edição em 2015. Angola hospedou o Campeonato Mundial de Hóquei Patins em 2013, sendo que nesse ano as chegadas de turistas internacionais foram de 6,5 milhões; e pelo menos três vezes o Afrobasket (Campeonato Africano de Basquetebol): 1989, 1999 e 2007; a Guiné Equatorial albergou em 2014 o Campeonato de Futebol das Nações Africanas.

2.3.5 A sub-região turística da África Oriental

A sub-região da África Oriental, também conhecida por “Corno de África” comporta maior de número de países⁴ (18) de todas sub-regiões do continente. Seis destes países tem potencial natural, atrações e possuem alguma infraestrutura e serviços básicos para o desenvolvimento do turismo junto ao litoral por serem banhados pelo Oceano Índico: Djibuti, Eritreia, Quênia, Moçambique, Tanzâniae Somália.

Esta sub-região tal como a sub-região da África Central enfrentam ainda alguns obstáculos sobretudo em termos de estabilidade política e social, embora continue a registar algum movimento de turistas internacionais. É uma sub-região que conta com o maior número de nações insulares africanas no Oceano Índico: cinco e que se destacam em termos de fluxos turísticos mundiais.

Madagáscar que é a quarta maior ilha do mundo e a maior do continente africano sofreu em 2013 uma queda significativa em termos de chegadas de turistas internacionais (-23%), quando comparada aos anos anteriores de 2011 (+15%) e 2012

⁴Países da sub-região Oriental: Burundi, Ilhas Comores, Djibuti, Eritreia, Etiópia, Quênia, Madagáscar, Malawi, Maurícias, Moçambique, Ilhas Reunião, Ruanda, Seychelles, Tanzânia, Uganda, Zâmbia, Zimbabwe.

(+14%). Em 2014 recebeu 2,2 milhões de turistas internacionais correspondentes a (+13%); e também as outras Ilhas da região, tendo nos anos em que o país apresentava estabilidade política e social sediado eventos desportivos de nível continental.

Maurícias, outra região insular, teve um crescimento de (+3%) de chegadas internacionais, em 2013 e em 2012. Em 2014 as chegadas internacionais atingiram 1 milhão de turistas, portanto um crescimento positivo (+5%) comparativamente aos anos anteriores.

A Seychelles que é um destino popular em termos de turismo de sol e praia. É a segunda maior fonte de divisas do país, *conhecidas por suas praias paradisíacas bem como pelo exotismo de sua natureza tropical. Naturalmente, o turismo internacional tem um forte impacto sobre esses lugares, marcados pela excecionalidade geográfica e ambiental* (Sansolo & Cruz, 2011, p.180). Tem sido um destino mais procurado, regista ligeiras subidas desde o ano de 2010, com 1,7 milhões de chegadas de turistas internacionais. Em 2012 recebeu 2 milhões de turistas, em 2013 e 2014 foram 2,3 milhões de turistas.

O Quénia apresenta características turísticas próprias para o turismo de safari. É neste destino onde habitam grandes animais de caça como os *Big Five* (Leão, Elefante Africano, Búfalo Africano, Leopardo e Rinoceronte Preto). Em 2010 recebeu apenas 1,4 milhões chegadas de turistas internacionais (-8%), em 2011 os registos indicam uma subida (+19%), porém em 2012 e 2013 sofreu reduções em termos de chegadas de turistas: (1,6 milhões→8%) e (1,4 milhões de turistas) respetivamente. No que refere a eventos desportivos de nível continental, o Quénia (Nairobi) em 1978, foi sede dos IV Jogos Africanos.

O Zimbabwe foi o país desta sub-região a alojar um evento desportivo de nível continental, VI Jogos Africanos, em 1995, na capital Harare. Participaram mais de seis mil atletas (Caldeira, 2014). Os registos da OMT indicam que o país recebeu no período que vai de 2007 à 2013, 14,7 milhões de turistas internacionais. Em 2014 as chegadas de turistas internacionais foi de 1,8 milhões de turistas.

2.3.6 A evolução gradual do turismo na África Austral

A sub-região do Sul de África ou da África Austral é um destino composto por apenas cinco (05) países: Botswana, Lesotho, Namíbia, África do Sul e Suazilândia. É o segundo maior polo em termos de chegadas de turistas internacionais depois do norte de África.

Esta sub-região é inteiramente dominada pela África do Sul considerada *potência industrial dominante do Sul de África, é o país mais rico do continente africano*, (Lew, Hall, & Timothy, 2008, p.86). No global, recebeu entre 2007-2014 mais turistas internacionais do que qualquer uma da sub-região de África Subsaariana, cerca de 70,3 milhões de turistas internacionais. A tabela 2.5 (cf. Anexo III) mostra com detalhe as chegadas de turistas internacionais, na África do Sul, no período de oito (08) anos (2007-2014).

A África do Sul tem um litoral como espaço turístico simultaneamente embebido pelos oceanos Atlântico e Índico, *é um país que pode ser considerado em sua plenitude como destino de longa distância para os principais centros emissores de turistas do mundo* (Campos, 2006, p.3). Fruto da sua relevância económica e estabilidade política vivida nas duas últimas décadas, sobretudo após o fim do regime da Apartheid, foi o único país africano a organizar dois dos maiores eventos desportivos de nível mundial: em 1995 alojou o mundial de Rugby e em 2010 o Campeonato Mundial de Futebol, sendo que nesse ano as chegadas internacionais atingira a cifra de 8 mil milhões de turistas (OMT, 2012; 2015), porém não superando as cifras de 2008 que foram de 9,5 mil milhões de chegadas internacionais.

Em 1999, hospedou os VII Jogos Africanos no qual participaram cinquenta e um (51) países do continente. Para Lew, Hall, & Timothy (2008) *South Africa is probably the most diverse country in Sub-Saharan Africa, both culturally and environmentally. It has snow-capped winter peaks, the Atlantic, Antarctic and Indian Oceans, subtropical forests and grasslands, and high plateaus* (p.187).

Em 2012, destinos pequenos como a Suazilândia e o Lesotho registaram crescimentos em termos de chegadas de turistas internacionais quando comparados ao ano de 2011. A Suazilândia recebeu 1 milhão de turistas internacionais em 2012, contra

os 880 mil turistas no ano de 2011, enquanto o Lesotho recebeu 317 mil turistas em 2012, 320 mil em 2013, contra os 398 mil turistas internacionais em 2011.

Embora haja ainda muito por fazer, e perante todas as vicissitudes, de entre elas a limitações estatísticas em termos de números de turistas internacionais que visitam África, há que reconhecer que ao longo dos anos o continente africano tem vindo a registar um crescimento gradual em termos de chegadas de turistas internacionais (cf. tabela 2.6, anexo III).

2.4 O Turismo em Moçambique

2.4.1 O turismo nacional no período entre 1970 - 1992

Moçambique tem uma superfície de 799.380 km² (INE, 2013, p.13), sendo 786.380 km² de terra firme e 13.000 km² de águas interior (INE, 2013, p.13) e está dividido em três regiões geográficas: *o norte, constituído pelas províncias de Cabo Delgado, Nampula e Niassa, o centro, com as províncias de Sofala, Manica, Tete e Zambézia e o sul, com Maputo-Cidade, províncias de Maputo, Gaza e Inhambane. As características geofísicas, o desenvolvimento socioeconómico e os perfis turísticos diferem bastante entre as três regiões e as distâncias entre elas são significativas* (MITUR, 2004, p.19).

Moçambique era considerado um dos destinos turísticos de primeira classe em África e este setor jogava um papel importante na economia do país (MITUR, 2004, p.19). No início da década de 70' antes da independência nacional (1975), o país recebeu cerca de 400 mil turistas provenientes principalmente dos países vizinhos como a África do Sul e o Zimbabwe, mas também da Europa e em particular da potência colonizadora – Portugal (MITUR, 2004, p.19).

Logo após os primeiros anos de independência nacional, concretamente em finais da década de 70', começam a surgir no país os primeiros sinais de instabilidade política e insegurança tendo atingido um cenário de guerra civil no início da década de 80' afetando de forma drástica todos os recursos e estrutura produtiva do país, lesando drasticamente o turismo tendo provocado um *rápido declínio do desempenho do setor. As infraestruturas turísticas degradaram-se devido à guerra e os recursos faunísticos,*

com destaque para os grandes mamíferos foram virtualmente dizimados (MITUR, 2004, p.19).

A situação de guerra que Moçambique viveu até 1992 arrasou completamente o país impedindo a sua expansão em todos os aspetos, inclusive a captação e a realização de qualquer tipo de eventos nos seus mais diversos segmentos tanto a nível nacional como internacional. O país deixou de ser um dos primeiros destinos turísticos preferencial em África e no mundo, tendo conseqüentemente sofrido uma drástica redução termos de chegadas de turistas internacionais.

2.4.2 A evolução turística após 1992

Após a assinatura do AGP (1992) o país começa a dar os primeiros sinais da sua revitalização em termos económicos e sociais, tendo no período correspondente a 1998-2000 *respondido com 16% de aplicações de investimentos totais (MITUR, 2004, p.14).*

No ano de 2000, o Governo de Moçambique cria o Ministério do Turismo, e no decorrer dessa década (2000-2010) o setor do turismo gradualmente revigora-se com enfoque para a infraestrutura hoteleira e de restauração, mas também no melhoramento dos seus principais produtos turísticos. *Em 2001, Moçambique recebeu através das fronteiras do sul cerca de 400.000 turistas, aproximadamente o equivalente aos números recordes registrados no tempo colonial (MITUR, 2004, p.19).*

Em 2002 o país *atraiu cerca de 900 mil turistas, maioritariamente dos países vizinhos. O turismo contribuiu com 1.2% para o PIB (Ministério do Plano e Finanças) e representou 0.9 por cento do total de receitas registadas (MITUR, 2004, p.14).* Apesar de o país estar a atravessar alguma destabilização política e social, é impressionante ver como o turismo tem crescido, embora de modo irregular, nos últimos anos.

Ao analisar-se o período temporal que decorreu entre 2007-2013 verifica-se que o turismo internacional foi registando um crescimento moderado, embora nos anos 2007 e 2010 tenha sofrido alguma redução quando comparados a outros anos. Entretanto o melhor ano em termos de chegadas de turistas internacionais a Moçambique foi o de

2009, tal como se pode ver na tabela 2.7 (cf. Anexo III), cuja informação detalhada refere-se a chegadas internacionais ocorridas em Moçambique no período 2007-2014.

De acordo com dados OMT (2015), Moçambique já ultrapassou a quota dos dois milhões de turistas, tendo recebido 2,1 mil milhões de turistas internacionais em 2012, mais 211 mil que em 2011 e mais 395 mil que em 2010, no entanto estes números revelam-se insignificantes quando comparados aos fluxos que ocorrem a nível internacional.

As receitas pelo turismo internacional também registam um crescimento sucessivo, embora pouco significativo e com tendências tímidas. Em 2010 as receitas internacionais foram de 1,9 milhões de dólares. Em 2011 aumentaram mais 34 milhões, tendo atingido 2,3 milhões de dólares, em 2012 ascenderam os 2,5 milhões de dólares, e em 2013 sofreram uma redução para 2,4 milhões de dólares (OMT, 2015, p.11), muito provavelmente por fatores sociopolíticos como o aumento da insegurança, raptos, ameaças de retorno a guerra, conflitos políticos, flutuações constantes da moeda com tendências cada vez maiores para a desvalorização do Metical face ao Dólar, doenças, pobreza, entre outros.

Apesar do Governo de Moçambique já se ter apercebido da contribuição que o turismo vem dando a economia nacional, o país como destino turístico internacional, encontra-se ainda numa fase primária do seu desenvolvimento e a sua base de produto potencial permanece largamente subdesenvolvido, tanto no que refere ao turismo de massas tradicionalmente caracterizado como de *sol e mar* dada a sua extensão e rico litoral (Bazaruto, Quirimbas, Inhaca), como no que diz respeito a um turismo de interior focado para as atividades ligadas a natureza, onde destacam-se as cadeias montanhosas do centro do país (Monte Binga, Serra da Gorongosa), o espaço natural, selvagem e protegido (Parque Nacional da Gorongosa, Reserva do Niassa, Reserva do Gilé), onde o turista pode desfrutar plenamente da fauna e flora, dos parques e reservas nacionais propícios para a prática de diversas atividades de lazer.

Outros recursos turísticos importantes existentes em Moçambique são os culturais, ambientais, patrimoniais entre outros, porém a grande maioria dos recursos turísticos deverão passar ainda por um processo de melhoria sobre os mais diversos aspetos de modo a torná-los mais atrativos e facilitar o seu consumo por parte dos

viajantes e turistas. Há necessidade de melhorar as infraestruturas de acesso, de recreação e informação, de alojamento e fundamentalmente garantir a estabilidade política, social e económica do país.

Capítulo III – Eventos, Turismo de Eventos Desportivos e Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

3.1 Eventos: aspetos conceptuais, classificação, categorias e tipologias

3.1.1 Eventos: aspetos conceptuais

Eventos é um dos segmentos do turismo que se vêm desenvolvendo ao longo dos tempos, daí que Giacaglia (2006) afirma que *tem-se notícias da realização de eventos e da sua importância tanto nas atuais sociedades como nas mais antigas* (p.3).

Quem comunga também desta ideia é Campos *et al.* (2000) ao sustentar que *evento existe desde que o mundo é mundo, acompanhando toda a história dos homens, em cada época com um objetivo diferente* (p.11).

Matias (2013) também adere as ideias de Giacaglia (2006) e de Campos *et al.* (2000) ao defender que *eventos ... possuem suas origens na Antiguidade e que atravessaram diversos períodos da história da civilização humana, atingindo os dias atuais* (p. 4).

Nas últimas décadas este segmento do turismo encontram-se em franco crescimento no mundo e independentemente da sua natureza, dimensão, abrangência ou finalidade, eles *reúnem grupos de pessoas em torno de um mesmo objetivo e muito ajudam a desenvolver o turismo. Afinal, atraem pessoas de outras cidades ou regiões, incentivam a economia e enriquecem a vida cultural da cidade onde são realizados* (Campos, *et al.* 2000, p.4).

Embora evento seja um vocábulo que se tenha popularizado entre nós *não só em diversidade como em quantidade* (Pedro, Caetano, Christiani & Rasquilha, 2012, p.19), há que ter em conta que ele tem sido empregue muitas vezes de forma banal e até corriqueira. O comum é muitos usar-se o termo “evento” independentemente da sua dimensão, natureza ou dos seus objetivos. Eventos tem significado abrangente, eles servem para *marcar etapas históricas, ... políticas, ... culturais ou religiosas* (Sanchez, 2007, p.7).

Goldblatt (2002) citado por Koh & Jackson (2007) explicam que a palavra “evento” é de proveniência latina “*e-venire*” e que significa *resultado* (p.20), enquanto Campos *et al.* (2000) aclara que *um dos significados da palavra evento é acontecimento. Sua origem vem do termo eventual, o mesmo que casual* (p.11).

Entretanto Giacaglia (2006) e tal como é indicado no Dicionário Aurélio, parece adicionar mais um sinónimo a evento, que para além de *acontecimento* é também *sucesso* (p.3), caracterizando-o como *uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o “tema” principal do evento e justifica a sua realização* (p.3).

Watt (2004) sustenta que *o dicionário define eventos como sendo “qualquer coisa que aconteça, diferentemente de qualquer coisa que exista ou uma ocorrência, especialmente de grande importância* (p.15).

Teóricos como Carneiro & Fontes (1997), Campos *et al.*, (2000), Tenan, (2002); Matias, (2004); Watt, (2004), Marques (2005); Koh & Jackson (2007), Allen *et al.*, (2008); Pedro *et al.* (2012), Junior (2014) entre outros; discutem o conceito de eventos sobre as mais diferenciadas vertentes *sem que se tenha alcançado um conceito abrangente. As formulações propostas permitem, todavia, identificar alguns pontos comuns* (Cunha & Abrantes, 2013, p.275).

Para Britto & Fontes (2002) evento é resultado da *soma de esforços e ações planejadas com o objetivo de alcançar resultados definidos junto ao seu público-alvo* (p.14). Por exemplo, Marques (2005, p.39) considera que *eventos são algo de extremamente dinâmico, cuja definição e significado pode variar ao longo do tempo, de acordo com as mudanças e alterações registadas na sociedade, na cultura e, mesmo no âmbito do próprio evento.*

Cesca (2008) coloca enfoque no organizador e nas relações públicas, afirmando que *evento é facto que desperte atenção, podendo ser notícia e, com isso, divulgar o organizador. Para as relações públicas, o evento é a execução do projeto devidamente planejado de um acontecimento, com o objetivo de manter, elevar ou recuperar o conceito de uma organização em seu público de interesse* (p.20).

Pérez & Sánchez (2004) ampliam-no e adicionam novos itens como segurança, previsão e perfeição. Deste modo, evento é *um facto que vai acontecer, que se espera que suceda com as máximas garantias de sucesso e com a segurança de que seremos capazes de prever todas as circunstâncias que o envolvem para que se desenvolva o mais perfeito possível* (p.7).

Carneiro & Fontes (1997) conceptualizam-no como *todos os acontecimentos previamente planeados, organizados e coordenados de forma a contemplar o maior número de pessoas em um mesmo espaço físico e temporal, com informações, medidas e projetos sobre uma ideia, ação ou produto, apresentando os diagnósticos de resultados e os meios mais eficazes para se atingir determinado objetivo* (p.66).

Ainda sobre o prisma de acontecimento, Poit (2004) *apud* Pais (2009) afirma que evento é visto como sendo *um acontecimento previamente planeado com objetivos claramente definidos. Tem um perfil marcante: desportivo, social, cultural, filantrópico, religioso entre outros* (p.25), sendo que para Giacaglia (2006) evento *tem como característica principal propiciar uma ocasião extraordinária ao encontro de pessoas, com finalidade específica, a qual constitui o “tema” principal do evento e justifica a sua realização* (p.3).

Teóricos como Britto & Fontes (2002), Ignarra (2007), Fortes & Silva (2011) procuram conceptualizar evento colocando enfoque numa perspectiva profissional, empresarial, comunicativa e de marketing. *Evento é uma estratégia de comunicação que atinge o público de interesse, divulga a marca de uma empresa, promove seus produtos, potencializa suas vendas e contribui para a expansão comercial e conquista de novos lugares* (Fortes & Silva, 2011, p.34).

Pedro *et al.* (2012) que concorda com Tenan (2002) defende ainda que evento *têm nome, local determinado e espaço de tempo predefinido* (p.13-14).

Para Allen *et al.* (2008) os eventos têm uma forte componente social. *As pessoas sentem necessidade de marcar as ocasiões importantes de suas vidas e de festejar os principais momentos* (p.4) e emprega a expressão *eventos especiais para descrever rituais, apresentações ou celebrações específicas que tenham sido deliberadamente planejadas e criadas para marcar ocasiões especiais ou para atingir metas ou*

objetivos específicos de cunho social, cultural ou corporativo. Dentre os eventos especiais incluem-se os feriados e as festividades nacionais, importantes ocasiões cívicas, performances culturais exclusivas, competições esportivas importantes, funções corporativas, promoções comerciais e lançamento de produtos (p.4).

Na ótica de Getz (1997) apud Allen *et al.* (2008, p.4) os eventos especiais definem-se melhor segundo o seu contexto. Do ponto de vista do organizador *é todo evento excepcional ou raro que aconteça fora dos programas ou atividades normais do grupo patrocinador ou organizador (p.4)*. Do ponto de vista do consumidor ou visitante, *é uma oportunidade para uma atividade social, cultural ou de lazer fora do âmbito normal de escolhas ou além da vivência quotidiana.*

Entretanto para Goldblatt (2002, p.6) citado por Koh & Jackson (2007) evento especial *é unique moments in time celebrated with ceremony and ritual to satisfy specific needs*⁵ (p. 20).

A discussão a volta desta expressão é também interminável levando a que os teóricos umas vezes concordem com umas posições ou com partes de conceitos, e outras vezes o discordem. Assim, Jago & Shaw (1998) citados por Koh & Jackson (2007) preferem caracterizar eventos especiais com base em seis (06) atributos essenciais nomeadamente: *atração de turistas ou desenvolvimento do turismo; ser de duração limitada; ser um único ou de ocorrência rara; a sensibilização, imagem ou perfil de uma região; oferecendo uma experiência social; e estar fora do comum (p.21).*

Como se pode depreender as discussões a volta do conceito de evento são amplas, complexas, inesgotáveis, mas também bastante dinâmicas admitindo múltiplas e diferentes aceções daí que deve *ser flexível para adequar-se a situações diferentes (Watt, 2004, p.15).*

Analisando as diversas opções percebe-se que *um evento implica uma conceção e obedece a um planeamento, a uma organização e a uma gestão (Cunha & Abrantes, 2013, p.276)*. Trata-se de um acontecimento importante e que em princípio deve estar programado relacionado a aspetos bastante significativos que atravessam fundamentalmente o social, o cultural, o comercial, o científico, o técnico e também o

⁵ "Momentos únicos no tempo comemorado com cerimónia e ritual para satisfazer necessidades específicas."

humano, e que parecem transmitir algum consenso entre os autores. Getz (1997) citado por Koh & Jackson (2007, p.20) alertam para o facto de ser quase impossível chegar-se a uma definição padronizada ou universal sobre eventos.

Deste modo, Eventos privilegiam o encontro de pessoas de diferentes lugares e de culturas distintas, daí que SENAC (2000), apud Santos, Chehade & Rocha (2010) afirmam *que Evento no geral, é caracterizado como qualquer acontecimento que foge à rotina, sempre programado para reunir grupo de pessoas ... ou seja, tudo que acontece, seja o que for e que envolve pessoas ou ambientes em que as pessoas estão inseridas, é um evento (s/p)*, mas também pode ser, segundo Wilkinson citado por Watt (2004) *atividades estabelecidas para envolver a população local em uma experiência compartilhada, visando seu benefício mútuo* (p.15).

3.1.2 Classificação de eventos

Depois de analisado os vários conceitos relativos a eventos, é fundamental conhecer a sua classificação para que se perceba a sua dinâmica. *São variados os critérios que têm sido propostos para estabelecer uma classificação dos eventos. Alguns autores sugerem o critério da dimensão do evento, outros apontam para o seu âmbito, enquanto outros preferem atender à periodicidade da sua realização e a natureza do promotor do evento* (Cunha & Abrantes, 2013, p.277).

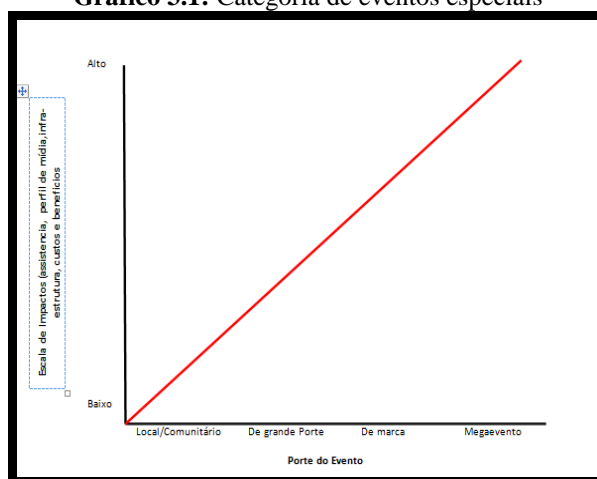
Allen *et al.* (2008) assegura que *existem muitas maneiras diferentes de classificar ou agrupar os eventos, incluindo tamanho, forma e conteúdo* (p.4). Cesca (2008), por exemplo classifica eventos *do ponto de vista das organizações em institucionais e promocionais (comerciais)* (p.22) e acrescenta que estes se podem circunscrever em *folclóricos, cívicos, religiosos, políticos, religiosos, sociais, artísticos, científicos, culturais, desportivos, técnicos, etc.* (p.22).

Embora não exista entre os especialistas e teóricos (Campos *et al.* 2000; Britto & Fontes, 2002; Matias, 2004 e 2010; Tenan, 2004, Watt, 2004; Giacaglia, 2006, Cesca, 2008; Allen *et al.*, 2008; Pedro, *et al.*, 2012) um consenso sobre os critérios utilizados para a classificação de eventos, em muitos casos, ocorrem semelhanças no que refere as terminologias, designações e caracterizações usadas, tal como se apresenta na tabela 3.1, (cf. Anexo IV).

Da rápida análise que se faz a tabela 3.1 (cf. Anexo IV) constata-se que *alguns autores sugerem o critério dimensão do evento, outros apontam para o seu âmbito, enquanto outros preferem atender à periodicidade da sua realização e à natureza do promotor do evento* (Cunha & Abrantes, 2013, p.277).

Allen *et al.* (2008, p.4) refere-se ainda aos eventos especiais que são classificados segundo o seu porte e escala, *as categorias comuns são megaeventos, eventos de marca, eventos de grande porte e eventos locais/comunitários* (p.4), tal como pode ser visto no gráfico 3.1.

Gráfico 3.1: Categoria de eventos especiais



Fonte: Produção própria retirado de Allen *et al.*, 2008, p.6

Segundo Cunha & Abrantes (2013) *no âmbito das competições desportivas, a tipologia com maior proximidade com o turismo são os megaeventos ... reúnem também um conjunto importante de características como sejam, o grande poder de atração e a elevada notoriedade internacional*” (p.285), dos quais se destacam, por exemplo: os jogos olímpicos, os mundiais de futebol, o campeonato de futebol europeu, e que contam sempre com a participação e apoio de entidades públicas e privadas.

3.1.3 Categorias e tipologias de eventos

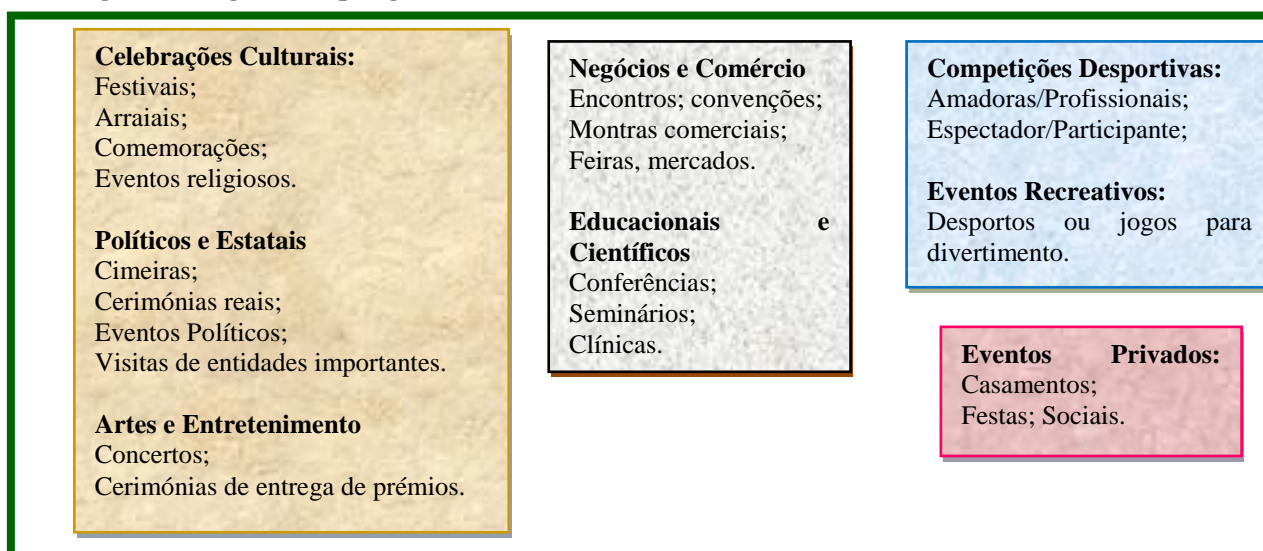
Existe bibliografia relevante que apresenta a categoria e tipologia de eventos. Segundo Giacaglia (2006) *existem hoje inúmeras possibilidades e tipos de eventos capazes de atender a cada um dos objetivos mais específicos e complexos de qualquer empresa, independentemente de seu porte, verba disponível, produto/serviço comercializado, estrutura de marketing e outras características* (p.39).

Esta posição é também partilhada por Pedro *et al.* (2012) que vê os eventos tão populares tanto na diversidade como na quantidade, *sendo capazes de atingir os objetivos específicos de qualquer empresa, independentemente da sua dimensão, dos produtos ou dos serviços que comercializam ou da verba disponível* (p.19).

Sanchez (2007, p.7) afirma que evento é uma palavra de âmbito internacional e aplicada a realização de diversas reuniões públicas e privadas. Deste modo denominam genericamente as feiras, congressos, exposições, jornadas, seminários, apresentação de livros, lançamento de livros, conferência de imprensa, desfile de modas, *workshops*, *show rooms*, vernissages, receções sociais, recitais musicais, festas folclóricas, ritos de coletividades e atos culturais.

Watt (2004) explica que *nos campos do lazer, turismo e outras áreas relacionadas, os eventos são extremamente diversificados* (p.16), por isso buscou-se subsídios em vários autores (Matias, 2004; Watt, 2004; Tenan, 2004; Giacaglia, 2006, Cunha & Abrantes, 2013), de forma a identificar tal diversidade categorial e tipológica dos eventos.

Fig. 3.1: Categorias e tipologia dos eventos



Fonte: Getz (2005) citado por Cunha & Abrantes, 2013, p.279

Cunha & Abrantes (2013) citando Getz (2005), propuseram a categorização de eventos designando-os por *eventos planeados, que são fenómenos caracterizados por um espaço-tempo e que os torna únicos, porque, obedece a um conceito e programa*

estabelecidos, prosseguem um determinado propósito. Estes eventos podem ser agregados em quatro grupos de categorias, que se configuram basicamente à volta de uma mesma forma” (p.279). A figura 3.1 apresenta com maior detalhe a categorização e tipologia dos eventos.

Importa destacar que *“o primeiro grupo de categorias é constituído basicamente por tipologias de eventos sociais e culturais, ao passo que o segundo grupo é formado por eventos de natureza essencialmente organizacional. Os eventos de lazer, com preponderância dos desportivos, determinam o terceiro grupo de categorias, enquanto a última categoria é formada por eventos sociais, mas de dimensão familiar”* (Cunha & Abrantes, 2013, p.279).

3.2 O turismo de eventos desportivos

3.2.1 Os eventos turístico-desportivos

Existem poucas dúvidas de que entre o turismo e os eventos desportivos existe um vínculo muito forte e até certo ponto revelam alguma sobreposição. Aliás Carvalho e Lourenço (2009) afirmam que para além de existir entre o turismo e o desporto *um conjunto de atividades que são simultaneamente turísticas e desportivas* (p.6), subsiste uma evolução paralela em termos de *atividades, contextos e práticas comuns aos dois setores de atividades* (p.3).

Segundo Cunha & Abrantes (2013), *o desporto inclui-se, na atualidade, entre as principais razões da deslocação de pessoas, seja para assistir a espetáculos desportivos, seja para a prática de uma atividade de carácter desportivo* (p.267).

Ishiy (1998) atesta que *a prática de desportos, seja apenas nos finais de semana, seja em disputas de competições, pode ser considerada como turismo quando os praticantes deslocam-se de seus locais de residência fixa para os lugares onde ocorrerão as atividades desportivas* (p.49).

A história dos eventos turístico-desportivos mostra que desde há muitos séculos atrás e até mesmo a.C. pessoas viajam para um destino com objetivos diferentes. *As motivações desportivas respeitam a camadas cada vez mais vastas das populações de todas as idades e todos os estratos sociais, quer para assistir a manifestações*

desportivas, ... ou para praticar as mais variadas atividades desportivas (Cunha & Abrantes, 2013, p.36).

Na mesma perspetiva, Sá & Sá (2008) afirmam que *a nossa participação e envolvimento no desporto pode assumir uma postura mais ativa, quando praticamos determinada modalidade, ou mais passiva, quando somos espectadores de um evento* (p.34).

Assim, para aqueles cuja motivação é assistir os eventos desportivos, *o desporto surge como um espetáculo em relação ao qual os viajantes assumem atitude passiva* (Cunha & Abrantes, 2013, p.36), vistos portanto como meros espectadores e dispendo de tempo livre para visitar o destino onde decorre o evento. Estes podem então com mais facilidade *efetuar gastos que beneficiem os prestadores de serviços dos núcleos recetores, como restaurantes, lojas, hotéis, etc., e à comunidade residente* (Ishiy, 1998, p.49).

Para outros a deslocação até ao destino visa fundamentalmente praticar e participar ativamente numa atividade desportiva, sendo por isso escasso o tempo de que dispõe para passear pelo destino (Carvalho & Lourenço, 2009).

Outros ainda deslocam-se com outros intuitos, como por exemplo, as equipas médicas e de massagistas, o pessoal das equipas técnicas da organização e da gestão dos eventos, técnicos de som, de luz, coreógrafos, motoristas, pessoal de limpeza, os elementos associados à comunicação social com os jornalistas que através dos múltiplos canais audiovisuais (televisão), escritos (jornais, revistas, magazines, entre outros), auditivos (rádio), hipermédia (internet) encontram com facilidade grandes espaços para noticiar e cobrir os grandes eventos desportivos mundiais (Jogos Olímpicos, Campeonatos Mundiais de Futebol, de Basquetebol, de Atletismo, etc.), entre tantos outros.

Ishiy (1998) chega mesmo a afirmar que *o público frequentador de eventos esportivos em geral é composto tanto por espetadores aficionados como por participantes (amadores ou profissionais) de diversas modalidades, além de membros de comissões técnicas e dirigentes de entidades desportivas* (p.49).

Quando o desporto motiva deslocações para assistir a um espetáculo dá origem a correntes turísticas, mas não permite que os destinos se estruturam com base nele. Pelo contrário, quando o motivo é a participação desportiva pode dar origem a destinos turísticos estruturados com base no desporto (Cunha & Abrantes, 2013, p.36-37).

Deste modo, Carvalho & Lourenço (2009, p.8) sustentam que a participação de turistas em eventos desportivos obedece a seguinte tipologia: (i) *Turismo de prática desportiva (TPD)*; (ii) *Turismo de espetáculo desportivo (TED)* e (iii) *Outros contextos turístico-desportivos*.

Efetivamente desde a retomada dos Jogos Olímpicos da Era Moderna em 1896 o fenómeno desporto cresceu num sentido que fez com que o desporto tivesse necessidade de recorrer aos serviços e aos conhecimentos do turismo. O inverso também acontece, o turismo cresceu num sentido que torna útil a utilização dos serviços e dos conhecimentos do desporto no âmbito da atividade turística (Carvalho & Lourenço, 2009, p.6).

A história dos eventos desportivos, como os Jogos Olímpicos (1896-2012) em geral e os Africanos (1965-2015) em particular constituem uma evidencia relevante para a perceção do laço existente entre o turismo e o desporto avaliar pela oferta desportiva e turística que requerem. *O evento constitui-se, assim, num elemento catalisador de novas competências e aquisição de novos processos que poderão ser, inclusivamente, úteis no exercício de outras atividades (Cunha & Abrantes, 2013, p.284).*

Gunn (1988) e Rejowski (1996) citados por Ishiy (1998) descrevem como um dos exemplos do efeito catalisador dos megaeventos a *melhoria dos equipamentos turísticos (ex: os meios de hospedagem) e da infraestrutura de apoio (sistemas de transporte e comunicação, redes de água e de esgoto, etc.) e de lazer (estádios, ginásios, centros de treinamento, parques, etc.)* (p.50).

Ishiy (1998) chega mesmo a afirmar que tal como *outros segmentos do turismo, o de eventos esportivos exerce impactos na economia, na sociedade e no ambiente dos locais que os sediam. Esses impactos serão mais acentuados quanto maior for a importância da competição em termos de público*” (p.50).

Tal como se denota na categoria e tipologia apresentada anteriormente, os eventos assumem variação a nível da sua dimensão e complexidade. Considerando a temática e os objetivos do presente estudo, importa discorrer sobre a abrangência em que se enquadra os eventos desportivos.

A tabela 3.2 (cf. Anexo IV) evidência a distinção efetuada por Ishiy (1998), afirmando que *o segmento de turismo de eventos desportivos, principalmente os de carácter internacional, é um dos que têm mais crescido em todo o mundo* (p.48) e define-os como *acontecimentos festivos que envolvam exposições de uma modalidade desportiva ou de um conjunto delas* (p.48) e distingue-os tendo como base o grau de abrangência ou o seu alcance em locais, regionais, nacionais e internacionais.

Ishiy (1998) que cita Getz (1993) *considera os eventos desportivos como a maior categoria dos chamados eventos especiais, que não fazem parte da programação normal de atividades de uma cidade, região ou país. Geralmente ocorrem com pouca frequência ou apenas uma vez* (p.48).

3.2.2 Os megaeventos desportivos: Jogos Olímpicos

Qualquer megaevento (musical, cultural, cinematográfico, desportivo) tem uma importância relevante para o setor do turismo, mas são certamente os megaeventos desportivos *os de maior popularidade e os mais disputados pelas nações* (Ishiy, 1998, p.51). São os que têm *dimensões significativas, que possuem uma duração breve e determinada, se organizam numa cidade ou país, atraem um importante número de participantes e espectadores* (Junior, 2014, p.1).

Carreras (1996) citado por Ishiy (1998), por exemplo, vê os megaeventos desportivos num ângulo mais amplo, como *acontecimentos diversos que requerem grandes investimentos, marketing internacional, uma extensa difusão através dos meios de comunicação e a atração do turismo de massas* (p.51), enquanto Getz (1993), descreve-os como *aqueles que geram grande parte da demanda turística ou que mais contribuem para criar uma imagem positiva do destino* (p.51).

Segundo Ishiy (1998), para além dos benefícios económicos, existe uma série de motivações que levam um país a hospedar megaeventos desportivos, como por

exemplo, *projetar a cidade ou o país internacionalmente, ... reconhecimento político ou econômico internacional para o Estado* (p.51) ou ainda o de popularizar uma modalidade desportiva específica, como aconteceu com o Mundial de 1994, nos Estados Unidos. As várias edições dos Jogos Olímpicos já decorridas quer na Antiguidade, quer na Era Moderna evidenciam os investimentos efetuados pelas nações hospedeiras, bem como os fluxos turísticos ocorridos nos destinos turísticos onde os eventos se realizaram.

3.2.3 Jogos Olímpicos na Antiguidade

Masterman (2004) defende que os primórdios dos eventos desportivos de forma organizada podem ter as suas origens entre os povos gregos, chineses e egípcios, dado que achados arqueológicos com cerca de 4.000 anos mostram pessoas praticando desporto. Desenhos em monumentos faraónicos no Egito, com cerca de 2000 anos exibem competições desportivas como cabo-de-guerra, natação, boxe e outras modalidades.

Há consenso entre os teóricos Masterman (2004), Matias (2004), COP (2004), Chalkley & Essex (1999), no que refere as origens de um evento desportivo organizado na Antiguidade, apontando 776 a.C, como o ano dos primeiros Jogos Olímpicos realizados em Olímpia, na Grécia.

O COP (2004) afirma que *a Grécia antiga atribuiu particular importância à cultura física* (p.8) e que os jogos desportivos foram crescendo pelo império grego, porém os que se realizavam em Olímpia eram distintos dos restantes pelo facto de estes por um lado designarem-se *Jogos Olímpicos* e por outro, por durante o período em que estes decorriam, que era de cinco (05) dias, os problemas eram esquecidos e as guerras suspensas, permitindo deste modo que todos os povos da Grécia e do Império Romano, sem exceção, se deslocassem a Olímpia para assistir o evento que tinha carácter desportivo e religioso.

Masterman (2004) acrescenta ainda que durante dez ou nove séculos os Jogos Olímpicos realizaram-se sempre em Olímpia, de quatro em quatro anos, sendo que a cada ano era adicionada uma nova modalidade desportiva ao leque das já existentes,

tendo envolvido cerca de 40 mil pessoas e que, entre os intervalos dos Jogos de Olímpia, nas cidades de Delphi, Corinto e Nemea ocorriam também festivais desportivos de periodicidade trienal e bienal, isto em comemoração ao Deus Apolo, Poseiden e Zeus.

Com todo este movimento de atletas e espectadores em torno dos destinos onde se realizavam os eventos desportivos, pode-se concluir que o conjunto da atividade turística nas suas mais diversas formas esteve sempre presente quer no desenvolvimento das viagens, quer durante a estadia no destino.

Masterman (2004) refere ainda que os egípcios selecionavam os seus atletas, criavam regras para as suas competições e atribuíam prémios aos vencedores dos jogos. Na era dos Jogos Olímpicos da Antiguidade, em Olímpia, a situação era semelhante. Por exemplo, um desportista devia ter como requisitos liberdade e ser filho legítimo, deviam prestar juramento em frente a estátua de Zeus, pelo respeito aos regulamentos e a competição leal.

Para o caso de desportistas vencedores e de acordo com o COP (2004) *o criador do Jogos, Efitos, instituiu como prémio para os vencedores uma coroa de louros silvestres, que utilizavam ramos cortados no bosque sagrado de Olímpia. Os vencedores ouviam cânticos triunfais, antes de regressarem à sua cidade natal, em carros puxados por quatro cavalos brancos. Os seus nomes eram gravados no mármore do templo de Zeus* (p.8).

Os Jogos Olímpicos de Olímpia foram abolidos pelo imperador hispano-romano Teodósio I no ano de 394 da nossa era, depois de se terem realizado cerca de 293 edições.

3.2.4 Jogos Olímpicos na Era Moderna

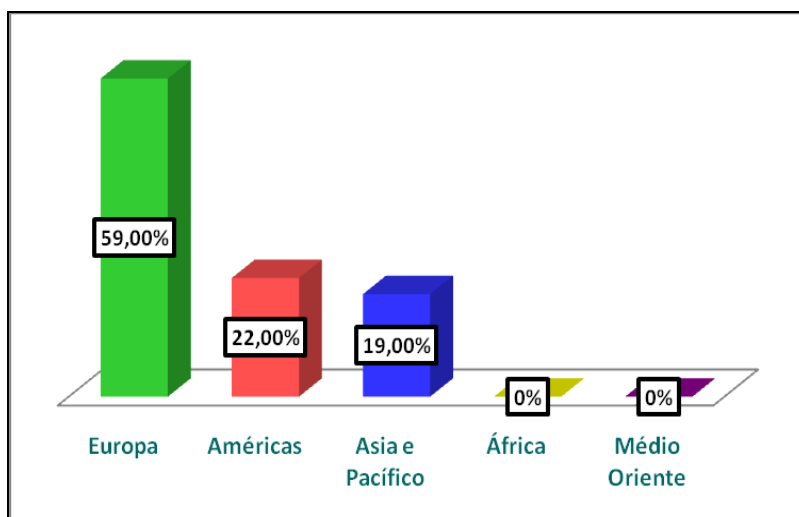
Os Jogos Olímpicos ressurgiram 1503 anos após terem sido abolidos. Entretanto, antes deste grandioso evento em 1894, assiste-se em Paris a criação do Comité Olímpico Internacional, organismo responsável pela organização e gestão dos Jogos Olímpicos até a atualidade.

Entre 1896-2012 os Jogos sofreram duas interrupções devido as duas grandes guerras mundiais. Efetivamente concretizaram-se 27 edições, sendo que 25 delas realizaram-se no Hemisfério Norte (92,5%) e apenas dois ocorreram no Hemisfério Sul (7,5%), na região da Ásia e Pacífico. *Melbourne foi a primeira cidade do Hemisfério Sul a organizar os Jogos* (COP, 2004, p.103) e Sydney (2000).

A edição do ano de 1916 (Berlim), não se realizou pelo facto do mundo estar a viver a 1ª Guerra Mundial (1914-1918), nem ocorreram as edições dos anos de 1940 (Japão - Tóquio) e a de 1944 (Inglaterra - Londres), devido a ocorrência da 2ª Guerra Mundial (1939-1945) que ceifou a vida a mais de 60 milhões de pessoas em todo mundo, tendo destruído grande parte de infraestruturas até então edificadas.

Das edições concretizadas, a região da Europa foi aquela que realizou maior número 16 (59,2%), seguida da região das Américas com 6 (22,3%), e da Ásia e Pacífico com 5 (18,5%). As regiões do Médio Oriente e de África nunca acolheram qualquer evento desta natureza, nem na Antiguidade nem na Era Moderna. O gráfico 3.2 apresenta a distribuição percentual das edições dos Jogos Olímpicos já realizadas em diversas regiões no mundo entre 1896-2012.

Gráfico 3.2: Distribuição percentual de edições dos Jogos Olímpicos por regiões no mundo (1896-2012)



Fonte: Produção própria

Desde o seu relançamento em 1896, os Jogos Olímpicos da Era Moderna sofreram várias modificações quer positivas como negativas, que vão desde o seu modelo organizacional, as infraestruturas turísticas erguidas, as instalações e

equipamentos desportivos edificados, interdições e proibições, discriminação racial, tecnologias de comunicação introduzidas, passando pelos simbolismos, imagens e logotipos que cada cidade organizadora criava e apresentava.

O primeiro continente a receber os Jogos Olímpicos da Era Moderna foi a Europa, Grécia, cidade de Atenas. *Quarenta mil pessoas assistiram em ambiente de festa, ao desfile de 311 atletas entre os quais encontravam-se 230 gregos ... nenhuma mulher e nenhum negro... Nove modalidades ... preencheram, durante 10 dias o programa olímpico de 1896* (COP, 2004, p.7). Cerca de um século depois, em 2004 3,9 bilhões de pessoas em todo o mundo acompanharam as competições por mais de trezentos canais de televisão, um recorde na história olímpica, (PEF, 2012).

Os franceses acolheram por duas vezes este gigantesco evento e procuraram melhorar consideravelmente os seus equipamentos e instalações desportivas. *Pela primeira vez na história dos Jogos, os atletas participantes foram alojados numa aldeia olímpica, construída de raiz para o efeito* (COP, 2004, p.55). Também foi nos Jogos Olímpicos de Paris *que pela primeira vez ... as três bandeiras olímpicas, do país anfitrião e do próximo país a receber os Jogos, foram hasteadas lado a lado na cerimónia de encerramento* (PEF, 2012).

A Alemanha viria então a acolher, até agora, duas edições dos Jogos Olímpicos. O governo chefiado por Adolfo Hitler assumiu financeira e politicamente os Jogos Olímpicos de 1936, em Berlim, e conseguiu vencer estes Jogos, arrecadando o maior número de medalhas 89⁶, posicionando-se em primeiro lugar. Os símbolos destes Jogos foram, evidentemente, as cruzes suásticas e a saudação nazi, embora alguns atletas, não a tenham aderido. *A título experimental foram os primeiros cobertos pela televisão e igualmente os primeiros integralmente registados em filme* (COP, 2004, p.79).

Os Jogos de 1972 foram completamente diferentes. Alemanha investiu cerca de seiscentos milhões de dólares americanos construindo um *Estádio Olímpico, com capacidade para 80 mil pessoas, uma piscina para 8 mil espectadores, ginásio de 10 mil lugares e uma excelente vila olímpica. No complexo Oberwiesenfels estavam praticamente todos os locais de competição, próximo à vila olímpica e locais de treinamento, facilitando muito a locomoção durante os Jogos* (PEF, 2012).

⁶Ouro: 33; Prata: 26 e Bronze: 33

Estes jogos trouxeram muitas inovações e sinais fortes da entrada das tecnologias sobretudo no campo da eletrônica. Os resultados passaram a ser informatizados, *photo finish* coloridos, *as medições dos lançamentos, arremessos e saltos foram feitos com um refletor prismático que, com um telescópio e dois aparelhos instalados na cabine de comando, em apenas 1 segundo dava a informação da distância do salto ou arremesso* (PEF, 2012).

A Inglaterra é o único país da Europa que já sediou por três vezes os Jogos Olímpicos (1908, 1948, 2012), sempre na mesma cidade - Londres. No conjunto destas edições procurou recuperar a imagem e a dignidade dos Jogos. Escolheu espaços estratégicos, como lugares novos e existentes, entre instalações provisórias e zonas de interesse histórico e construiu complexos olímpicos, ergueu parques e estádios olímpicos de grandes dimensões e passíveis de transformações, mas sobretudo úteis para depois dos Jogos, de tal modo que a população pudesse usufruir, valorizou a mulher e ainda, fixou a distância a percorrer na Maratona em 42km e 195m.

Os Estados Unidos da América (EUA), foi a nação que acolheu o maior número de realizações dos Jogos Olímpicos em todo mundo: quatro edições, nomeadamente a III em St. Louis (1904), as X (1932), as XXIII (1984) ambas em Los Angeles e as XXVI em Atlanta (1996). Em todas as suas edições, os americanos procuraram sempre melhorar a sua organização em todos os aspetos: construíram uma vila olímpica onde *havia 40 cozinhas, correio, cineteatro e um hospital nas dependências da Vila* (Portal de Educação Física, 2012). Introduziram inovações tecnológicas como *a medição automática oficial dos tempos nas provas de pista* (PEF, 2012).

Na transição de milénio (2000) a Austrália mostrou novamente ao mundo a sua capacidade para alojar eventos desportivos. Construiu em três anos (1996-1999) o maior recinto desportivo, o Estádio Olímpico de Sydney, com capacidade para 110.000 pessoas, local onde decorreram as cerimónias de abertura e de encerramento dos Jogos e alojou ainda as provas de atletismo e a final de futebol em masculinos.

No final dos Jogos este Estádio foi redimensionado *a pista de atletismo foi retirada e a capacidade foi reduzida para 83.500 torcedores em jogos de futebol e 81.500 em jogos de críquete e futebol australiano* (PEF, 2012). De realçar que foi nestas

olimpíadas que Moçambique ganha pela primeira vez, em Jogos Olímpicos, uma medalha de ouro. O feito foi conseguido pela moçambicana Maria de Lurdes Mutola, na modalidade de atletismo, na prova dos 800m.

Suécia (Estocolmo -1912), Bélgica (Antuérpia -1920), Holanda (Amesterdão -1928), Finlândia (Helsínquia -1952), Itália (Roma -1960), Japão (Tóquio -1964), México (Cidade de México -1968), Canadá (Montreal -1976), Rússia (Moscovo -1980), Coreia do Sul (Seul -1988), Espanha (Barcelona -1992) e China (Pequim -2008) acolheram uma única vez o megaevento, sendo que muitos deles também se destacaram pelos investimentos financeiros e políticos efetuados, pelas construções edificadas, reconstruídas e renovadas, pela perspicácia da sua organização, pelo marketing desenvolvidos, pelas novas tecnologias implementadas, pelas relações públicas, entre outras.

Muitas cidades receberam os Jogos Olímpicos desde o seu regresso em 1896 até ao ano de 2012, que acabaram por trazer um conjunto de benefícios as cidades sede e também transformaram por completo os locais que em muitos casos eram espaços despovoados e sombrios. A XXXI edição decorrerá no Brasil, na cidade do Rio de Janeiro, em 2016 e a XXXII, no Japão, na cidade de Tóquio, em 2020. (cf. tabela 3.3, anexo V), que ilustra cronologicamente os países e as cidades que já sediaram Jogos Olímpicos).

Como se pode depreender, muitas cidades que sediaram Jogos Olímpicos, tornaram-se conhecidas no mundo, ganharam prestígio e por isso são visitadas por muitos turistas. *Os ganhos obtidos pelas cidades que sediaram uma Olimpíada são incontestáveis. As cidades que organizam não só se tornam o centro das atenções do mundo todo, aumentando os fluxos turísticos antes e depois do acontecimento, com reflexos diretos no produto interno bruto* (Besen & Neto, 2005).

Os eventos devem, assim, ser encarados como uma nova atração turística em complemento das já existentes, com potencial para gerar novos fluxos turísticos, incrementar a estada média no destino, proporcionar a vivência de novas experiências e aumentar os níveis de satisfação dos visitantes (Cunha & Abrantes, 2013, p.283).

3.2.5 A cidade, o turismo e os equipamentos para eventos desportivos

As cidades são paisagens artificiais construídas pelo Homem e que despertam a curiosidade de qualquer ser humano. *A urbanização intensificou-se, associada ao fenómeno do êxodo do campo para a cidade* (Azevedo, Magalhães & Pereira, 2010, p.32).

Buhalis (2000) certifica que a relação entre o turismo e os destinos urbanos é antiga, isto é, existem desde os primeiros anos da civilização, pois *people used to travel to cities and towns to meet politicians and business associates. Sports organisations, such as the Olympic Games in ancient Greece also generated tourism activity in main cities* (p.102).

Entretanto a relação entre o turismo e as cidades nem sempre foi igual e nem sempre é a mesma, visto estarem também dependentes de vários fatores. *O destino turístico “cidade” deve conter um rol de atrativos que atenda os diversos segmentos que se pretende atrair ... Em muitas cidades, seja pelo seu clima, pela sua natureza exuberante, ou por outros fatores, é vulgar que se atenda a mais do que um segmento* (Figueira & Dias, 2011, p.15).

Muitos governos procuram meios para tornar as cidades um território com uma multiplicidade de segmentos turísticos, podendo de entre outros optar pelo segmento de eventos desportivos que *são catalisadores e indutores de um desenvolvimento local, regional e até nacional podendo ser instrumentos de políticas de desenvolvimento* (Cosenza & Barros, 2007, p.104).

O segmento de eventos desportivos pode ser uma opção estratégica que se torna relevante para a cidade, devido às instalações, equipamentos desportivos e turísticos que oferece, bem como aos fluxos turísticos que pode gerar, *produzem o incremento do turismo local e trazem cobertura extensiva da media, como também têm efeito a longo prazo na promoção de projetos a longo prazo* (Sánchez, 2007, p.33).

Uma cidade circunscrita junto ao litoral (mar, lagos, rios) poderá optar por desenvolver equipamentos turísticos e desportivos confinantes a água, mas também poderá eleger equipamentos turísticos de âmbito físico-desportivo adjacentes aos eventos desportivos apostando em *aspetos físicos estéticos e dimensões proporcionais*

aos locais geográficos em que se encontram, como também agradar aos olhos de quem os utiliza, inspirando confiança (Stucchi, 1997, p.112).

Os equipamentos de âmbito físico desportivos, segundo Stucchi, (1997, p.113-116), quanto a sua dimensão física de espaço e finalidades programáticas classificam-se em *Específicos* e em *Não-específicos*. Por uma questão metodológica no presente estudo dar-se-á ênfase apenas a classificação e caracterização dos equipamentos específicos e físico-desportivos tal como se apresenta na tabela 3.4 (cf. Anexo VI).

O uso frequente das instalações e equipamentos específicos por parte da demanda turística bem como da população local está dependente das facilidades ou dificuldades de acesso a esses equipamentos que *podem estar no perímetro urbano, mais próximos da população, que não dependeria de transportes para chegar a eles, ou podem estar situados na zona rural, próximos ou distantes da cidade, exigindo algum tipo de transporte para as pessoas que gostariam de frequentá-los, dificultando-se então seu acesso para boa parte de população* (Stucchi, 1997,p.114).

Stucchi (1997) adianta ainda que *antes de construir devemos pensar que tipo de equipamentos específicos queremos, para nele desenvolver a programação, ou que equipamento a comunidade exige, solicita ou sugere, ou no caso de uma decisão já tomada por algum dirigente público ou por algum empreendedor privado, como pode ou deve ser este equipamento* (p.116).

3.3 Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

3.3.1 Oferta turística: conceito, componentes e características

Porque a oferta turística é de importância fundamental e considerados como os alicerces ou suportes para o desenvolvimento de um destino turístico, muitos investigadores têm-se debruçado sobre o seu estudo. Kotler (2002), Cassar & Dias (2005), Madeira (2010), Cunha & Abrantes (2013), entre outros, de forma bastante semelhante, com ligeiras diferenciações em termos de terminologia, procuram categorizar as componentes da oferta turística.

O sucesso de um destino turístico depende fortemente da oferta turística que se oferece aos visitantes. Dias & Cassar (2005) descrevem *a oferta como tudo que pode*

ser oferecido ao turista, quer sejam elementos naturais, artificiais ou diretamente relacionados com uma atividade humana, tais como hospitalidade e serviços (p.115).

Por sua vez, Brito, (2009) explica que esta compõe-se basicamente de três elementos *os atrativos, as facilidades e o acesso (p.8)*, caracterizando os atrativos como sendo *os responsáveis por atrair turistas ao núcleo recetor (NR) ou cidade turística; as facilidades farão com que os turistas permaneçam no NR, ou seja, se hospedem, se alimentam, tenham informação adequada, etc. O acesso é responsável por facilitar o deslocamento entre o núcleo emissor e recetor (p.8).*

No mesmo contexto, De Oliveira (2012, p.55) classifica os atrativos turísticos em *Naturais, Culturais, Realizações Técnicas e Científicas, Eventos Programados*; enquanto Cunha (2007) define oferta turística numa perspetiva mais ampla *como sendo o conjunto de todas as facilidades, bens e serviços adquiridos ou utilizados pelos visitantes bem como todos aqueles que foram criados com o fim de satisfazer as suas necessidades e postos à sua disposição e ainda os elementos naturais ou culturais que concorrem para a sua deslocação (p.175).*

Cunha & Abrantes (2013) acrescentam ainda que *a oferta turística de um destino ... é sempre constituída por um vasto conjunto de elementos, mais ou menos diversificados. A diversidade de elementos que a constituem depende do seu grau de integração, do desenvolvimento alcançado e das potencialidades oferecidas pelo destino(p.164).*

A diversidade de elementos que constituem a oferta turística, como por exemplo, os elementos naturais que integram clima agradável, localização geográfica favorável, paisagens de beleza estonteante, mar de cor de esmeralda, bem como os elementos artificiais como a hospitalidade, riqueza cultural, histórica e ambiental, artesanato, gastronomia, riquezas singulares não são suficientes para atrair turistas para um destino, eles deverão ser singulares, estar próximo dos centros urbanos e dispor de fácil acesso (Cunha & Abrantes, 2013).

A paisagem está, geralmente, associada por um lado, a ideia de algo natural, e por outro a de algo belo e até artificial. A fisiografia e o clima terão então uma dimensão óbvia do que existe no destino, num horizonte intangível.

Embora a questão do clima possa ser visto numa perspectiva intangível uma vez que é quase impossível modifica-lo, todavia a questão da fisiografia parece ser muito mais delicada dada que dificilmente não existem lugares no mundo que não tenham sofrido a influência humana e pelo facto de raramente uma paisagem poder por si só ser tão acolhedora para o turismo. Há, por isso, que contar com o apoio de infraestruturas de desenvolvimento ao turismo que têm um papel basilar em termos de capacidade atrativa de um destino turístico.

Importa ressaltar que a primeira necessidade que o turista procura satisfazer no destino são o de alojamento e alimentação e só depois procura outros serviços no vasto conjunto de elementos naturais e artificiais que o destino pode oferecer. Deste modo que a OMT (2011) acredita que *os turistas motivados por uma série de atrativos naturais ou artificiais se deslocam de sua região de origem – por algum meio de transporte - até o destino, onde o alojamento se converte em base, tanto física como psicológica, até que os mesmos entrem em contacto com as demais atividades e serviços existentes (p.79).*

Tabela 3.5: As componentes da Oferta Turística: descrição e elementos básicos

Componentes da Oferta Turística	Descrição	Elementos Básicos
Recursos Turísticos	Constituído pelo conjunto de elementos naturais e artificiais - recursos criados pelo homem - que provocam atração turística e constitui a componente fundamental da oferta.	Clima, flora, fauna, paisagem, montanhas, praias, arte, monumentos, história, parques temáticos, jardins, florestas, fontes, lagos, rios, dunas, ilhas
Infraestruturas	Consistem nas construções subterrâneas e de superfície. São fundamentais para o sucesso e equilíbrio do desenvolvimento do turismo mas exigem investimentos vultuosos.	Sistemas de abastecimento de águas, sistemas de esgoto, gás e eletricidade, sistemas de transporte.
Equipamentos	Constituído pelos equipamentos que satisfazem diretamente as necessidades da procura turística.	Alojamento, restaurantes, entretenimento e diversões, estabelecimentos comerciais,
Acessibilidades e Transportes	Constituído pelas vias de acesso bem como pelos meios de transporte e sua organização	Rotas aéreas e marítimas, canais, entradas e caminhos, vias férreas, parques de estacionamento, estações de autocarros, aeroportos, marinas e portos de recreio, automóveis, autocarros, comboios, barcos, aviões.
Hospitalidade e Acolhimento	O desenvolvimento da hospitalidade é um dos mais importantes fatores do turismo e que tornam um destino mais atrativo. A atitude favorável em relação aos visitantes pode ser criada e desenvolvida mediante programas de informação pública e de propaganda	Espírito de hospitalidade, a cortesia, a deferência, o desejo de bem servir, a atmosfera, a limpeza, a informação, receber bem os visitantes

Fonte: Produção própria a partir de Cunha & Abrantes, 2013, p.164, Cassar & Dias, 2005, p.115-116

A hospitalidade é uma componente importante da oferta turística e refere-se a maneira como são recebidas as pessoas que vêm de fora. É uma componente intangível

do destino turístico e que se reflete na razão de ser do serviço, engloba aspetos de acolhimento, receção, acompanhamento e animação e interpretação (Valls, 2006, p.39).

No fundo, depreende-se que oferta turística é tudo que se pode oferecer ao turista. De uma forma resumida os investigadores apontam para no mínimo de cinco (5), o número de categorias das componentes da oferta turística que um destino deverá ter para satisfazer o turista no destino. Na tabela 3.5 indicam-se as componentes da oferta turística, a sua descrição bem como os elementos básicos referentes a cada uma das componentes.

Assim, a oferta turística é tudo aquilo que pode ser oferecido para o consumo de visitantes e turistas, que vai do natural ao artificial, *sendo composta dos diversos produtos turísticos de uma localidade, devendo estar organizado para ser oferecido e gerar experiências positivas para um visitante com demandas específicas* (Brasil-Ministério do Turismo, 2010, p.28).

Neste sentido é recomendável que se efetue um estudo *da oferta turística de uma região, cidade ou localidade para que se possa entender as possibilidades de composição de diferentes produtos para os diferentes perfis de visitantes que se deseja atender* (Brasil-Ministério do Turismo, 2010, p.29).

A oferta turística contém um conjunto de características específicas que o diferenciam de qualquer outra atividade. Rodrigues (2014) aponta como uma das características da oferta turística a imobilidade, isto é *ela não pode ser transportada para outro local, daí que caracteriza profundamente um destino, como força motriz da procura turística* (p.50). Mas, esta não é a única característica, Cunha & Abrantes (2014, p.163), para além daquela acrescentam as seguintes:

Os bens produzidos não podem ser armazenados. Todos os bens e serviços turísticos são produzidos para o momento em que são consumidos não podendo ser armazenadas para momento posterior. ... Em turismo ... se num dado momento não existe procura também não pode haver produção;

O consumo turístico é condicionado pela presença do cliente. Para haver produção é preciso que o cliente se desloque ao local onde ela se realiza, havendo uma

íntima relação entre o consumo e a presença do cliente. É este que se desloca para onde os bens e serviços turísticos são produzidos e não o contrário;

Simultaneidade da produção e do consumo. A produção e o consumo ocorrem no mesmo local e ao mesmo tempo, o que tem como consequência que só há produção turística quando há consumo;

O produto turístico é compósito. Qualquer viagem comporta necessariamente um conjunto mínimo de bens e serviços: deslocação (transporte), alojamento e alimentação, pelo menos. Deste modo existe uma complementaridade entre os diversos componentes de um produto e se um deles não funcionar bem os outros são afetados.

Intangibilidade. Os produtos turísticos são imateriais apenas podendo ser observados e experimentados no ato de consumo não podendo ser testados, nem observados, a não ser por fotografia, antes da decisão da compra”.

3.3.2 As dinâmicas do sistema turístico

Sistema é um termo muito utilizado em qualquer área científica e o seu conceito foi evoluindo ao longo dos tempos. A ideia central que o termo transmite, de um modo geral, é de ligação, interligação e de coordenação entre elementos, de tal modo que, se um dos elementos se altera, todos os outros elementos a ele ligados também sofrem alterações.

Embora o turismo seja muitas vezes referido como um campo de viagens e de lazer, há que ter em conta que há lugar para incorporação de outros campos que podem ser interligados. Inskip (1991) citado por Petrocchi (2009) afirma que o sistema turístico assenta as suas bases em ambientes natural, cultural e socioeconômico aos quais são agregados diversos agentes, públicos e privados, que interagem em uma rede de serviços voltados à hospitalidade (p.8).

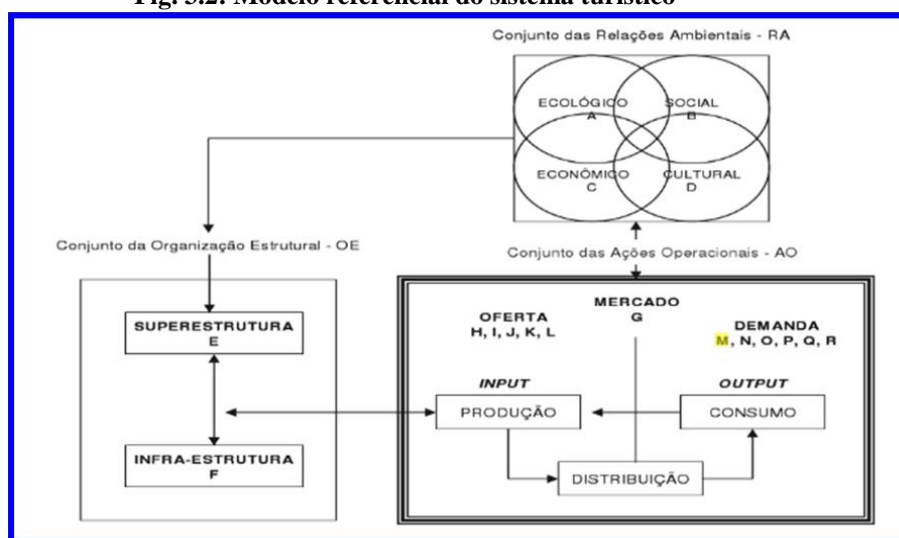
Nesta perspectiva parece valorizar-se apenas alguns elementos do sistema e no caso em particular a hospitalidade, induzindo ao erro o funcionamento do sistema turístico. *Impõe-se, por isso, que o turismo seja objeto de uma análise sistemática que se define como sendo o estudo do complexo que constitui o turismo e das inter-relações*

dos elementos que o compõem, em oposição ao estudo separado dos seus elementos individualizados (Cunha & Abrantes, 2013, p.99).

A visão turística numa perspetiva sistémica é um tema que vem sendo estudado e desenvolvido desde finais da década de 80' por diferentes turismólogos, sendo de destacar Boullón (1985), Kaspar (1998) e Beni (1990), *que muitas vezes se diferenciam de acordo com o ponto de vista em que se coloca o autor. Todos eles porém, evidenciam as íntimas relações que se estabelecem entre os elementos constituintes do turismo e os efeitos do comportamento de um deles sobre os restantes* (Cunha & Abrantes, 2013, p.99).

No entanto qualquer um dos modelos do sistema turístico desenvolvidos por estes teóricos apresentam semelhanças, sendo que o modelo de Beni (1990), por ser mais abrangente e procurar agregar de modo mais estruturante as componentes do sistema turístico, é o mais estudado e talvez o mais aceite entre os teóricos. Na figura 3.2 apresenta-se o modelo referencial do sistema turístico desenvolvido por Beni (1988).

Fig. 3.2: Modelo referencial do sistema turístico



Fonte: Sakata, 2002, p.20, a partir de Beni, 1988

Como se pode depreender, o modelo do sistema turístico (SISTUR) de Beni (1988) assenta em três grandes conjuntos que se interligam entre si atuando conjuntamente:

o conjunto das relações ambientais que contempla quatro subsistemas - ecológico, social, econômico e cultural, onde se procura *mostrar a influência e a importância (positivas ou negativas) que a cultura, a economia, o meio ambiente e a sociedade têm no desenvolvimento do turismo* (Do Nascimento, 2012, p. s/v);

o conjunto da organização estrutural que agrega dois subsistema – superestrutura e infraestrutura. *No cenário da superestrutura localizam-se as organizações públicas e privadas e agentes do terceiro setor, responsáveis pelas estratégias e ações de desenvolvimento do setor à infraestrutura localizando custos, investimentos e necessidades, como saneamento, organização espacial, etc.* (Do Nascimento, 2012, p. s/v);

o conjunto das ações operacionais com dois subsistemas – oferta (input) e demanda (output) onde se evidencia *em suas análises e operacionalidade o mercado, a demanda, a oferta e os processos de produção, distribuição e consumo em turismo* (Do Nascimento, 2012, p. s/v).

Assim, o turismo *apresenta-se como um sistema, isto é como um conjunto de elementos que estabelecem conexões interdependentes entre si de caráter funcional e especial, como sejam as zonas de proveniência dos visitantes (emissoras), as zonas de destino (recetoras), as rotas de trânsito e todas as atividades que produzem os bens e serviços turísticos (atividade turística)* (Cunha & Abrantes, 2013, p.97).

3.3.3 O ciclo de vida do destino turístico

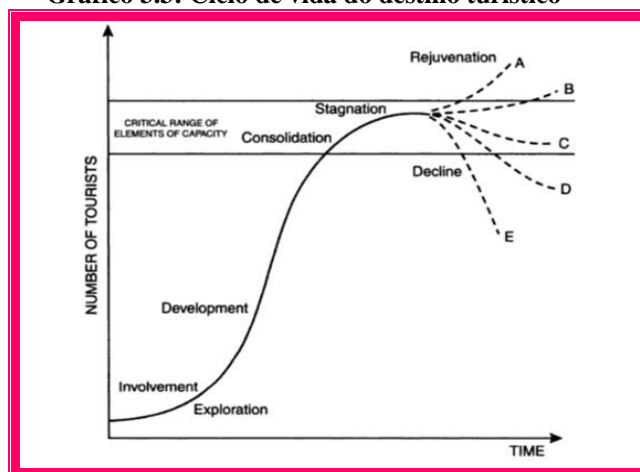
Um destino turístico não surge do nada, há um conjunto de fatores entre naturais, ambientais, culturais, sociais e económicos, a qualidade das infraestruturas, os turistas num determinado lugar, que são importantes e que influenciam significativamente a vida de destino turístico. Consequentemente o destino turístico é um espaço dinâmico e pode evoluir para diferentes estágios com o passar do tempo.

Por vezes a perceção que se tem da vida de um destino é que este atravessa estágios duráveis e intermináveis ou até eternos, pois regista com frequência um crescimento em termos de chegadas de turistas e a oferta turística apresenta-se com padrões de qualidade sempre apetecíveis.

Alvares & Lourenço (2010) afirmam que *nos anos 80, do século XX, Butler adotou os modelos de ciclo de vida do produto para o turismo e consolidou o Ciclo de Vida da Área Turística (TALC)* (p.2), procurando deste modo explicar e descrever a evolução que um destino vai agregando ao longo da sua existência.

Para Butler (2006) a venda de um produto é lenta no início, depois experimenta uma fase de crescimento rápido, entra para o estágio de estabilização e subsequentemente declina, fazendo deste modo uma curva assintótica, que constitui o seu ciclo de vida. O destino turístico apresenta uma trajetória semelhante à do produto turístico, porém com especificidades próprias. O modelo do ciclo de vida do destino turístico desenvolvido por Butler é apresentado no gráfico 3.3.

Gráfico 3.3: Ciclo de vida do destino turístico



Fonte: Butler, 2006, p.5

Este modelo do ciclo de vida do destino turístico desenvolvido por Butler continua ainda hoje a ser muito explorado pelos diferentes turismólogos, detendo uma curva semelhante a letra “S” e sustentado por um gráfico que contém duas variáveis que estabelecem uma relação entre o número de turistas e o tempo de vida do destino turístico.

De referir que o presente modelo contém seis (06) fases nomeadamente: **(i)** Exploração, **(ii)** Envolvimento; **(iii)** Desenvolvimento; **(iv)** Consolidação; **(v)** Estagnação; **(vi)** Declínio ou Rejuvenescimento, porém nem sempre os destinos turísticos passam regularmente por todas as fases. Cada uma das fases tem duração variável, portanto não fixa, e ocorre geralmente associado a impactos específicos podendo ser econômico, social, cultural, ambiental, etc.

A fase da **Exploração** corresponde ao estágio inicial de vida do destino que ainda não apresenta infraestrutura específica para o turismo. *Começa com uma localidade pouco ou nada conhecida do mercado* (Pires & Dias, 2009 p.5). Os grandes atrativos são a natureza e a cultura. Caracterizado pela presença reduzida do número de turistas, sobretudo amantes da natureza e da aventura, que viajam individualmente e de forma irregular (Butler, 2006). Ocorrem ligeiros contatos com os residentes locais, no entanto a região não sofre alterações de ordem social ou económica com a entrada e saída de turistas.

A fase do **Envolvimento** o número de turistas cresce, assumindo alguma regularidade. Alguns residentes locais percebem que a presença de turistas no destino pode trazer algum benefício, principalmente de ordem financeira e envolvem-se, começando exclusiva e principalmente por fornecer instalações para acomodação e alimentação para turistas (Butler, 2006).

Na sequência da divulgação que vai sendo feita do lugar, sobretudo o de boca a boca efetuada pelos primeiros turistas que descobriram o destino (Pires & Dias, 2009), a demanda turística cresce rapidamente chegando em períodos de época alta a ultrapassar a sua própria capacidade de carga, e conseqüentemente a oferta turística também.

O destino apresenta mudanças em termos atrativos, de vida social e económica, há novas infraestruturas e a paisagem sofre grandes modificações em virtude do surgimento de novas instalações que vão sendo construídas a medida que os investidores vão chegando em massa. Tanto os atrativos naturais como os culturais estruturam-se nesta fase do Desenvolvimento.

Na sequência do grande movimento de turistas para o destino este consolida-se como produto. Na fase da **Consolidação** a taxa de crescimento do número de turista e visitantes sofrem um ligeiro declínio, embora o número não ultrapasse o dos residentes locais, isto é, ainda é alta, podendo chegar a criar problemas como congestionamento, danos no meio ambiente, entre outros. Efetivamente *o controle sobre o destino transfere-se para as mãos dos empreendedores externos que veem a destinação como um excelente negócio* (Pires & Dias, 2009, p.5). O marketing de destino passa a ser efetuado pelos próprios operadores turísticos que desenvolvem o negócio. É também

nesta fase que o destino turístico ganha importância econômica uma vez que *chegam ao destino todos aqueles que desejam obter ou expandir a sua fatia de mercado* (Valls, 2006, p.44).

A fase da **Estagnação** segundo Teixeira, *et al.*, (2012) ocorre sobretudo quando *o número máximo de visitantes é alcançado e apesar de possuir uma imagem bem estabelecida o destino não está mais na moda* (p.5). O destino começa então a perder a sua capacidade para atrair turistas, conseqüentemente há uma forte necessidade de promovê-lo introduzindo novos produtos turísticos, que sejam mais atrativos e de maior qualidade.

É uma fase também caracterizada pelo antagonismo que passa a existir entre o turista e a população residente, que em fases anteriores era a receptora. O destino vai também sofrer alterações a nível econômico, pois o dinheiro que outrora permanecia no destino e era controlado pela população residente passa a ser controlado pelos investidores estrangeiros.

Quando a procura pelo destino turístico diminui consideravelmente e fica *fora de moda para um viajante moderno* (Kotler *et al.* 2011, p. 669), este atinge uma fase bastante crítica podendo ocorrer situações de Estabilização, Rejuvenescimento ou Declínio.

A situação de **Estabilização** decorre da manutenção do número de turistas no destino e de toda a oferta turística. O **Rejuvenescimento** dá-se com a revitalização do destino, podendo levá-lo a realizar um novo ciclo de vida (Pires & Dias, 2009, p.5). O destino procura posicionar-se novamente no mercado turístico oferecendo novos e diferentes produtos turísticos comparativamente aos anteriormente oferecidos. Deste modo *urge investir na recuperação das paisagens, dos acessos, dos monumentos, das fachadas, etc. ... impõe-se a reestruturação de subsectores, de infraestruturas e de partes importantes do destino, para buscar novo posicionamento* (Valls, 2006, p.45).

A situação de **Declínio** ocorre quando o destino perde completamente a sua atratividade e a capacidade de competir provocando um grande desinteresse na demanda turística e dos investidores que procuram outros locais para aplicar os seus investimentos. Valls (2006) chega mesmo a afirmar que os *agentes retiram seus*

investimentos, a planta imobiliária, tanto a hoteleira quanto a de apartamentos, degradada pelo uso intensivo nas fases anteriores, evidencia claros sinais de envelhecimento e perde o seu valor (p.44-45). Portanto não é possível manter o número de turistas e parte dos recursos existentes são muitas vezes transformados para outros fins, por exemplo, um hotel transforma-se em condomínio. Perante esta situação o destino pode desaparecer.

Importa realçar que o modelo do Ciclo de Vida do Destino Turístico (TALC) se por um lado pode ser visto como vantajoso, na medida em que constitui uma forma de compreender as mudanças que vão ocorrendo nos destinos e apoia na efetivação de previsões, por outro lado apresenta desvantagens uma vez que analisa o destino turístico como um produto único. No entanto não deve ser ignorado quando se pretende fazer o diagnóstico estratégico de uma determinada situação.

3.3.4 Destinos e políticas para o desenvolvimento turístico

As políticas de turismo encontram no destino a unidade básica de gestão (Valles, 2006, p.15), por isso a definição clara de uma política de desenvolvimento do turismo é importante para a sustentabilidade dum destino turístico.

Durante várias décadas a definição de políticas para o desenvolvimento do turismo estiveram única e exclusivamente sobre a alçada e responsabilidade dos governos locais e nacionais, porém *atualmente essa é uma prática que está mudando em muitos países ... cada vez mais o setor privado espera participar do processo de formulação de políticas... tendência marcada pela capacidade de ação do setor privado em oferecer grande parte dos serviços relacionados à oferta para a prática do turismo* (Teles, 2009, p.113).

Mas estes não são certamente os únicos intervenientes interessados em participar na definição das políticas para o desenvolvimento do turismo, *os habitantes do destino são os primeiros interessados em conhecer a nova situação e em decidir sobre o desenvolvimento turístico da área assumindo os benefícios e as desvantagens que ele traz* (Valles, 2006, p.25).

Neste sentido, *o interesse do Estado em promover o interesse nacional e regional da atividade tem apontado novos caminhos para equilibrar os interesses relacionados ao desenvolvimento do turismo. Atualmente, em muitos países, o governo tende a oferecer o que é chamado de “ambiente propício”, o mecanismo pelo qual o governo oferece o apoio legal e a infraestrutura para estimular as atividades comerciais na promoção das atividades* (Teles, 2009, p.113).

Vários teóricos apontam que *as atuais discussões relacionadas ao desenvolvimento do turismo indicam as ações que buscam resguardar os valores culturais, ambientais e sociais, elementos estes que devem ser a tônica das políticas públicas do turismo* (Teles, 2009, p.113-114), e que sirvam tanto os turistas como a comunidade local, que deve em princípio ser o maior beneficiário.

As políticas de desenvolvimento do turismo que não se definem com base em vontades e nem de decisões isoladas, mas a partir de um contexto de decisões múltiplas envolvendo todos os intervenientes que atuam no destino, porém as comunidades devem no entanto controlar os processos de decisão no que diz respeito ao desenvolvimento do turismo.

3.4 Marketing estratégico de destino turístico

3.4.1 Do marketing ao marketing de destinos turísticos

Marketing é um conceito que surgiu *a partir da evolução das relações sociais, políticas e culturais, bem como as novas práticas empresariais* (Dias & Cassar, 2005, p.49) e foi evoluindo segundo a época e a sociedade.

Muitos teóricos têm desenvolvido estudos na área do marketing nas mais diversas modalidades e orientações que vão desde *encontrar consumidores para produtos pré-confecionados* (Dias & Cassar, 2005, p.49) ou confeccionados no momento, como é o caso do turismo, passando pela *interação da organização cliente* (Dias & Cassar, 2005, p.49).

O termo *Marketing* é, na atual era moderna, um vocábulo empregue por muitos cidadãos independentemente da sua profissão ou *status* social. Segundo Bigné *et al.*

(2000) o termo é usado de forma inadequada, pois *quando aparece a palavra marketing, muitas pessoas identificam como conseguir vender mais* (p.25).

Constata-se que o conceito de marketing evoluiu de um sentido erróneo virado para vendas e publicidade para sentidos mais amplos e complexos como o marketing turístico e estratégico com enfoque para o destino turístico.

Se no passado *o marketing de destinos turísticos tinha como finalidade incrementar o número de visitas, considerando o turismo como qualquer outro produto* (Bigné, Font & Andreu, 2000, p.32), hoje, é visto como *um processo no qual a estrutura da procura turística é antecipada e satisfeita através da conceção de um produto – ou serviço -, a distribuição física, a fixação de um valor de troca, a comunicação entre a organização e o seu mercado, no interesse máximo da empresa e dos consumidores* (Tocquer & Zins, 1999, p.13).

Kastenholz (2006) que cita Healh & Wall (1992) afirma que *no âmbito do turismo, o marketing pode efetivamente, ser aplicado tanto ao domínio de produtos e serviços singulares, como no do “produto global” oferecido por um destino* (p.34), sendo que para Bigné *et al.* (2000), marketing turístico quando aplicado aos destinos turísticos, *vender equivaleria a conseguir um maior número de turistas que visitam o destino* (p.25).

Marques (2005) caracteriza o marketing turístico numa perspectiva de gestão e satisfação do turista maior que a dos seus concorrentes. *Como uma forma de gestão que, partindo do conhecimento das necessidades e das aspirações dos turistas, procura satisfazê-las, oferecendo um valor aos clientes superior àquele que é oferecido pela concorrência* (p.111).

Já Kastenholz (2006) que cita Lundberg (1990) vê marketing de destinos turísticos na linha de produto e do mercado alvo, mas também na satisfação e fidelização do turista, *como o esforço global de identificar o que o destino tem de oferecer (o produto), que grupo de pessoas têm o tempo, o dinheiro e o desejo de viajar ... para o destino (mercado-alvo), e qual a melhor forma de os contactar e convencer a viajar para o destino ... e qual a melhor forma de os satisfazer e de os fidelizar e garantir o passa a palavra positivo* (p.34).

O turismo como um setor de serviços alberga presentemente um elevado número de organizações que desenvolvem os seus negócios vendendo produtos, serviços e destinos turísticos para os seus clientes, de tal modo que *a comercialização de um destino turístico está assentada em múltiplas atividades que são oferecidas ao cliente*” (Petrocchi, 2009, p.16).

3.4.2 A gestão do destino turístico

Fazer a gestão de um destino turístico é complexo. Trata-se de fazer uma gestão de influências, isto é, pode-se até ser proprietário de um destino, mas não se ser o “senhor” das infraestruturas que estão no destino. *Se a maioria dos membros de uma sociedade não é favorável à orientação ao turismo de seu território, o processo gerará conflitos e disfunções a curto ou a longo prazo* (Valles, 2006, p.25).

O produto destino não pode ser constantemente modificado, ao sabor dos gostos do mercado, já que existem componentes fixos e por preservar (Kastenholz, 2006, p.34), daí que a melhor estratégia para fazer a gestão de um destino é encontrar o equilíbrio entre todas as partes: habitantes, visitantes, turistas, gestores e proprietários do destino.

No mundo existem muitos lugares e territórios que se podem tornar destinos turísticos, sendo que para tal deverão atrair turistas, que *procura no destino algo intangível, que é o prazer de uma viagem muitas vezes tão sonhada*” (Petrocchi, 2009, p.75).

Mas o que será então destino turístico? A partida depreende-se que é um conceito central do turismo e de outros estudos e talvez, por isso, conceituá-lo seja complexo e problemático visto existirem diferentes abordagens apresentadas pelos distintos teóricos e estudiosos.

Porém, alguns deles (Metelka, 1990; Medlik, 1993; Hall, 2008; Bigné; Font & Andreu, 2000; Valls, 2006; Papatheodorou, 2006; Petrocchi, 2009) parecem reunir consenso, pois tomam em consideração que o destino turístico refere-se a um lugar, espaço, território geográfico, isto é que tem existência física. Metelka (1990) citado por

Hall (2008) chega mesmo a afirmar que destino turístico é *geographic location to which a person is traveling* (p.191).

Petrocchi (2009) adianta que *destino do turismo é uma área que atrai visitantes, possui limites físicos e políticos e é percebida pelo mercado* (p.2), sendo que na mesma direção a OMT (2011) que cita Bull (1994) especifica que o destino turístico é *um país, região ou cidade para onde se dirigem os visitantes, tendo-os como principal objetivo* (p.47).

Do mesmo modo Bigné *et al.* (2000) aferem que *os destinos são combinações de produtos turísticos que oferecem uma experiência integrada aos turistas. Tradicionalmente, os destinos se consideram como uma zona bem definida geograficamente, como um país, uma ilha ou uma cidade* (p.30), colocando ênfase no espaço e no território, mas também no turista, na organização e administração do lugar.

Por sua vez, Figueira & Dias (2011) que cita Cooper *et al.* (2001, p.136) avançam a ideia de que *destino é onde ocorrem os elementos mais significativos do sistema de turismo. E onde a indústria que lida com o afluxo de turismo esta localizada: ou seja onde se encontram as atrações e todas as outras instalações de apoio que o visitante necessita* (p.135) realçando aspetos referentes ao sistema turístico, as atrações e as instalações de apoio, isto é nos recursos turísticos primários e secundários.

Já Valls (2006) procura definir destino turístico de país, região ou estado, cidade ou lugar com base num conjunto de características, de tal modo que o destino turístico é *um espaço geográfico determinado, com características de clima, raízes, infraestruturas e serviços próprios; com certa capacidade administrativa para desenvolver instrumentos comuns de planeamento; que adquire centralidade atraindo turistas mediante produtos perfeitamente estruturados e adaptados às satisfações buscadas, graças à valorização e ordenação dos atrativos disponíveis; dotados de uma marca e que se comercializa tendo em conta o seu carácter integral* (p.16).

Neste âmbito percebe-se que destino turístico é uma zona, um espaço, um território geográfico cujo sucesso esáa dependente do tipo de recursos que oferece,

podendo ser primários (por exemplo: clima, vegetação) ou secundários (por exemplo: infraestruturas e serviços).

Outros estudiosos interpretam o destino turístico ainda como a *concentração de instalações e serviços planejados para satisfazer as necessidades dos turistas* (OMT, 2011, p.47 citando Cooper *et.al.*, 1993). Hall (2008) citando Papatheodorou (2006: xv) define destino turístico como a *geographical area of variable territorial scale, where tourism is a predominant activity both from a demand-side (i.e. tourists) and a supply-side (i.e. infrastructure and employment) perspective* (p.191).

Davidson & Maitland (1997) apud Hall (2008) explicam que destino turístico é a *single district, town or city, or a clearly defined and contained rural, coastal or mountain area* (p.192) e acrescentam um conjunto de características a ele inerentes, como: presença de um setor privado ativo, planeamento e gestão do turismo desenvolvido pelo setor público, uma comunidade residente acolhedora.

Bigné *et.al.* (2000) avançam ainda a ideia de que *a definição de destino dentro de uma região depende do número de recursos concentrados, o posicionamento (a imagem a respeito de outros destinos competitivos), assim como o comportamento dos turistas* (p.31).

Deste modo percebe-se que destino turístico é uma zona, um espaço, um território que implica a partida a existência de um conjunto de características humanas, geográficas e políticas, detentores de recursos atrativos (instalações, serviços, infraestruturas turísticas, fisiografia, clima, topografia, atrações, acessibilidades) que de forma organizada e estruturada despertem o gosto nos indivíduos, nos turistas para que estes se desloquem para esses espaços geográficos.

3.4.3 O desenvolvimento de estratégia de marketing de destinos turísticos

Segundo Bigné *et al.* (2000, p.39) o desenvolvimento de uma estratégia de marketing para os destinos turísticos é um processo complexo visto que os destinos não podem ser geridos ou comercializados como empresas. *Os destinos são produtos turísticos difíceis de controlar e de comercializar, devido a complexidade das relações*

das comunidades locais, e a diversidade de interesses implicados no desenvolvimento e produção de produtos turísticos (p.32).

No entanto, há que reconhecer que diariamente as pessoas estão expostas a milhares de mensagens publicitárias referentes aos destinos turísticos atrativos e que estão disponíveis a receber turistas. *O marketing turístico pode influenciar positivamente toda a comunidade e transformar socialmente a população. A modalidade consiste não somente em atrair consumidores ... mas também em transformar a qualidade de vida de uma população* (Kuazaqui & Kanaane, 2004, p.59).

É fundamental perceber que o sucesso de um destino turístico depende tanto da estratégia de marketing que se adota, como do marketing que se faz desse lugar. *Cidades, estados, regiões e inclusive países inteiros competem para atrair turistas, ... Hoje em dia quase todas as cidades, estados e países fazem marketing dos seus atrativos turísticos* (Kotler & Armstrong, 2003, p.285).

O produto turístico é também um elemento fundamental do destino. Se não se tem um bom produto turístico ou um bom destino, por mais que se tenha a melhor estratégia de marketing, esta não causará qualquer efeito. *Só se vende aquilo que temos; a nossa oferta e os nossos destinos são compostos por um rico e diversificado património cultural, natural e ambiental, entre outros recursos, combinados com serviços qualificados de hotelaria, de transportes, de animação e restauração, administrativos e organizativos, entre outros* (Madeira, 2010, p.5).

Neste sentido qualquer organização que pretende montar o seu negócio e ter sucesso deve conhecer muito bem o mercado e o ambiente onde vai atuar e estabelecer-se, norteando-se por uma estratégia de marketing que integra um conjunto de etapas que visam *analisar o mercado e o seu ambiente; em identificar os problemas e as oportunidades, em definir objetivos de marketing; em selecionar mercados alvo; em escolher um posicionamento; em definir um programa de marketing (marketing mix); em pôr em funcionamento o programa de marketing; em controlar resultados* (Tocquer & Zins, 1999, p.26).

Na perspectiva de Kastenholtz (2006), o marketing de destinos turísticos está preocupado com o bem-estar e mais abrangente e de longo prazo com a comunidade residente na área do destino e de todos os stakeholders interessados no destino (p.35).

Análise estratégica de um destino que abarca as envolventes internas e externas, as oportunidades e ameaças, a segmentação e o posicionamento, entre outros aspetos, devem ser consideradas no processo de planeamento e operacionalização do destino turístico. *Para atrair turistas ... todos os lugares e negócio turístico devem ser competitivos em custos, minimizar os riscos e maximizar as conveniências e comodidades que oferecem* (Kotler, et.al., 2007, p.273).

3.4.4 As opções estratégicas

Segmentação, *targeting*, posicionamento e identidade da marca constituem a base para o desenvolvimento de uma estratégia de marketing de um destino, de um produto turístico, ou de uma organização.

No turismo quanto mais o destino estiver segmentado e fracionado melhor, pois permitem que se dê destaque fluxos turísticos. Assim, os destinos podem ser segmentado com base em inúmeras e diferentes variáveis podendo atuar de modo combinado ou isolado, o importante é que se devem encontrar as melhores formas de atuar no destino.

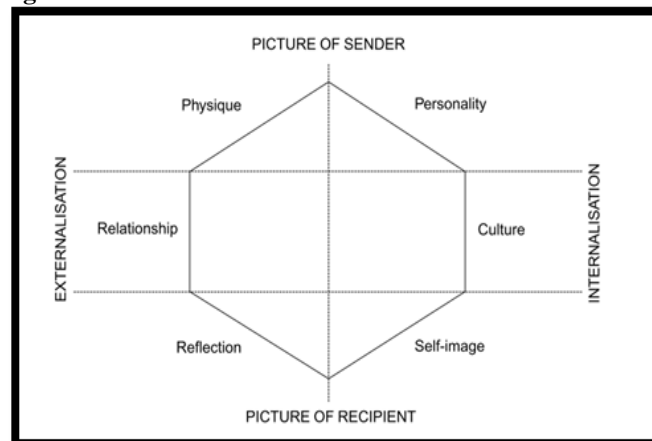
O posicionamento tem uma forte ligação com a marca pois *é a forma como a marca é conhecida* (Lindon et al. 2004, p.175), *é uma técnica mediante a qual se procura criar, desenvolver e manter uma imagem ou identidade para um produto, bem ou serviço, marca ou empresa* (Oliveira-Brochado, et al., 2013, p.131). *O posicionamento é o conceito estratégico mais forte, simples e poderoso do universo da comunicação* (Brasil-Ministério do Turismo, s/d, p.38).

Vários teóricos (Lindon et al. 2004; Kotler, 2009; Kapeferer, 2008) abordam e discutem questões referentes a marca, a imagem da marca, ao *branding*, que *é um nome, termo, sinal, símbolo ou combinação dos mesmos que tem o propósito de identificar bens ou serviços de um vendedor ou grupo de vendedores e diferencia-los de concorrentes* (Kotler, 2009, p.393).

A imagem é um conjunto simplificado e relativamente estável de percepções mentais ligadas a um produto, uma empresa, um indivíduo, etc. (Lindon *et al.* 2004, p.180), para o caso dos destinos turísticos, por exemplo a imagem da Cidade de Paris é a Torre Eiffel, de Nova Iorque é a estátua da Liberdade. Uma marca deve ser facilmente visível e reconhecida pelo público, por isso deve compor-se, segundo Lindon *et al.* (2004) de um *logotipo, símbolo, jingle, símbolo da marca, slogan, grafismo da marca* (p.177-178).

Tanto Kapeferer (2008), como Kotler (2009) defendem que a identidade de uma marca deve apoiar-se pelo menos em seis (06) pilares ou significados. Para Kotler (2009) quantos mais significados possuir uma marca melhor, porque permite promover benefícios, evitar desvalorização de atributos e afastar concorrentes que possam copiar os atributos da marca.

Fig. 3.3: Prisma da identidade da marca de destinos turísticos



Fonte: Kapeferer, 2008, p.83

Os níveis de significado de uma marca segundo Kotler (2009) são: *atributos, benefícios, valores, cultura, personalidade e usuário* (p. 394), caso ela não possa ter a totalidade dos seus significados, deverá pelo menos conter três níveis de significados fundamentais que definem a sua essência: *valores, cultura e personalidade* (Kotler, 2009, p.394). Para Kapeferer (2008, p.182-187), as marcas não podem ser fúteis e nem vazias, elas devem ter uma inspiração interior profunda.

Assim, o desenvolvimento da identidade de marca denominada “*prisma da identidade da marca*”, apoia-se num prisma hexagonal composto por seis (06) quinas, nomeadamente: *físico, personalidade, cultura, relacionamento, reflexo,*

autoimagem/autorreconhecimento. Na figura 3.3 apresenta-se o prisma da identidade da marca para destinos turísticos e as suas respectivas componentes.

3.4.5 Estratégias de posicionamento de um destino turístico

Posicionar um destino turístico de forma diferenciada, competitiva e atrativa depende fundamentalmente da oferta turística que esse destino encerra considerando que são a principal força que provoca a deslocação do turista. *A localidade deve definir como quer ser percebida individualmente, com o objetivo de diferenciar-se de outros lugares que competem na mesma faixa* (Dias & Cassar, 2005, p.243).

Na atual era em que as tecnologias de informação e comunicação são facilitadas os turistas têm acesso *a todo o tipo de informação veiculado pelos jornais, revistas, televisão e outros meios de difusão* (p.163), podendo até mesmo *incluir aí o boca-a-boca realizado pelas pessoas nas suas relações diárias e que manifestam sua opinião sobre o local* (Dias & Cassar, 2005, p.163) que certamente influenciam na escolha do destino turístico.

Dias & Cassar, (2005) acrescentam ainda que a informação que circula referente aos diferentes destinos turísticos são dos mais diversos tipos, *pode se referir ao clima, ao grau de insegurança, à receptividade de seus habitantes, ... a existência de epidemias, violência ou má qualidade ambiental* (p.163), levando o turista a perceber ou a construir uma imagem positiva ou negativa desses destinos. *Construir uma imagem significa desenvolver no consumidor uma percepção diferenciada e favorável em relação ao produto que se deseja oferecer* (Dias & Cassar, 2005, p.162).

Numa sociedade globalizada onde ocorrem rápidas e constantes transformações e antes mesmo que o destino *se posicione de forma espontânea e incontrolável na mente dos consumidores* (Lindon, et al., 1999, p.155), estes devem procurar orientar o seu posicionamento de forma estratégica. *Uma estratégia de posicionamento de sucesso em uma localidade baseia-se na criação de uma imagem que transmite os benefícios e os atributos exclusivos que fazem com que a localidade se destaque das outras* (Dias & Cassar, 2005, p.243).

Dada a importância que o posicionamento de um destino pode ter na mente dos consumidores (turistas), sendo *definido por uma simples frase ou compreensão* (Brasil-Ministério do Turismo, s/d, p.38), muitos investigadores decidiram estudá-lo sobre as mais diversas abordagens, sendo que alguns deles estão direcionados para as estratégias de posicionamento.

Como tal, o conceito de posicionamento de um destino tornou-se familiar, tanto no campo de marketing como no do turismo, tendo por isso, sido alvo de diferentes definições. Numa visão turística, o posicionamento refere-se *ao lugar que ocupa um produto na mente dos consumidores com relação a outros produtos com os quais compete* (Kotler *et al.* 2011, p.270).

Os destinos turísticos competem em um mercado com a presença crescente de concorrentes em ofertas generalistas, especializadas ou diversificadas (Valls, 2006, p.59), daí que deverá adotar uma ou várias estratégias de posicionamento.

Tabela 3.6: Estratégias de posicionamento de um destino turístico

Atributos do serviço	Posiciona o destino através de um atributo único ou diferenciador. Ex. O maior “São João” do mundo.
Benefícios oferecidos	Baseia-se no benefício oferecido pelo destino. Ex. São Paulo: o maior centro médico da América Latina.
Ocasão de uso	Associa um destino a uma ocasião de uso específica. Ex.: Cuiabá – cidade-sede da Copa do Mundo 2014.
Classes de usuários	Raça, idade, sexo, classe social. Ex. Agências de turismo focadas no público da melhor idade, hotéis para casais, cidades voltadas ao consumo de turismo de alto luxo.
Contra um competidor	Faz comparações diretas contra a concorrência. Ex.: Taiti? Caribe? Nada disso. Esse é o Brasil que não deve nada pra ninguém.
Afastando-se de um competidor	Posiciona-se como único e de alguma forma de maior valor. Ex. Não vá para um parque de diversões artificial. Vá para um parque de diversões natural. Austrália.
Por endosso de personalidade	Ex.: Três Corações: a cidade do Pelé.
Por endosso de especialista	Ex.: Campos do Jordão: recomendado pelos pneumologistas.
Posicionamento por popularidade	Nokia: todo mundo só fala nele.
Posicionamento por país de origem	Ex: Restaurante francês, italiano etc.
Posicionamento por empatia	Ex: Nestlé: “Nossa vida tem você”.
Posicionamento por tradição	Ex: Casa Granado: desde 1903.

Fonte: Produção própria a partir do Ministério do Turismo do Brasil, s/d, p.39

Segundo Kotler *et.al.*, (2011), no marketing existem inúmeras estratégias de posicionamento. Garcia & Sinclair (2012), por exemplo, listam um conjunto de oito estratégias de posicionamento para produtos turísticos, no entanto, o Ministério do

Turismo do Brasil apresenta um conjunto de doze estratégias de posicionamento mais comuns, usadas no turismo em geral e em particular nos destinos turísticos. A tabela 3.6 apresenta as estratégias de posicionamento de um destino turístico.

O posicionamento é um conceito que se constrói ao longo do tempo, pois fixa-se na mente do turista pela repetição de uma mesma mensagem durante anos e até décadas (Brasil-Ministério do Turismo, s/d). No caso particular de Moçambique procura-se o posicionamento com base na seguinte mensagem “*Moçambique, a pérola do Indico*”, afastando-se de vários destinos que competem no Indico do lado africano. Para o caso da Cidade de Maputo a estratégia de posicionamento adotada é pelos benefícios oferecidos “*Maputo, a Cidade das Acácias*”. Nos X Jogos Africanos Maputo 2011 a mensagem de posicionamento foi baseada na estratégia de Ocasão de Uso: “*No nosso melhor*”.

CAPITULO IV – Estudo de Caso: X Jogos Africanos Maputo 2011

4.1 Cidade de Maputo como destino turístico

De acordo com o levantamento efetuado a partir de fontes escritas bibliográficas e documentadas, pesquisas *online* e também de fontes orais foi possível obter dados que caracterizam e identificam a CM, que é a área de estudo da presente pesquisa. De acordo com Ventura, (2010) *o conhecimento das realidades locais e apreensão das dinâmicas e singularidades de um território é fundamental para a construção de modelos de desenvolvimento adaptados às necessidades reais* (p.59).

Besen & Neto (2005) recordam que *as localidades precisam definir os segmentos de turistas que desejam captar. Essas escolhas, geralmente, são limitadas pelo clima, topografia, recursos, história, cultura e instalações. Através desse conjunto de elementos, um destino pode definir os mercados-alvo que desejam atender, e quais produtos, serviços e programas são adequados para fazê-lo* (p. s/v).

Desta forma procura-se identificar e descrever os recursos, atrações e elementos de suporte divididos em duas componentes: (i) os fatores de suporte⁷ e (ii) a matéria-prima fundamental do turismo⁸ existentes na CM, uma vez que constituem os alicerces do sistema turístico e contribuem significativamente para a competitividade do destino turístico. *Um território (como um município) é competitivo quando apresenta capacidade de produzir bens e serviços que atinjam padrões exigidos pelo mercado e portanto possam competir favoravelmente com outros territórios* (Figueira & Dias 2011, p.39).

Desde a sua existência, Maputo teve já vários nomes. De acordo com o MAE (2002) a região do Maputo denominava-se *ka-ñfumo que em ronga [língua bantu falada em Maputo] significa Centro Administrativo. Os portugueses passaram a chamar de Baía da Lagoa, transformada depois pelos ingleses para Delagoa Bay. No século, XIX D. João III determinou que o local passasse a designar-se Lourenço Marques* (p.11). A

⁷ Fatores de Suporte: infraestrutura e serviços básicos, permeabilidade do destino, recursos de apoio, hospitalidade, empreendedorismo e espírito empresarial, vontade política.

⁸ Matéria-prima fundamental do turismo: Fisiografia, clima, cultura e sociedade, *mix* de atividades, eventos que fazem a diferença, entretenimento, superestrutura turística, laços de mercado.

sul do país e é um destino turístico que *possui as características ideais para o incremento da realização de eventos empresariais e institucionais ao longo do ano* (Observatório da Cidade de Maputo, 2011, p.3).

A CM, também conhecida como a Cidade das Acácias *em referência às acácias comumente encontradas ao longo das suas avenidas* (Portal do Porto de Maputo), localiza-se na margem oriental da baía de Maputo, astronomicamente entre as latitudes 25°49'09" N e 26°05'23" S e longitudes 30°00'00" E; 32°26'15"E (INE, 2014, p.14), sendo limitado a Oeste pelo Vale do Infulene, que o separa do Município da Matola, a Este, pelo Oceano Índico, a Sul, pelo Distrito de Matutuíne e, a Norte, pelo Distrito de Marracuene (CMCM, 2007, p. II).

Com uma extensão territorial de 347 km² (INE, 2011, p.9), a CM tem uma densidade populacional média de 3.397.4 hab/km² (INE, 2011, p.9) e uma costa banhada pelo Oceano Índico com *95 quilómetros de extensão e 30 quilómetros de largura* (Portal do Porto de Maputo). Esta estrutura-se sobre dois primas diferenciados e designadas por Araújo (1999) por "*Cidade de Cimento*" correspondente ao espaço da área urbana e "*Cidade de Caniço*" que *constitui aquilo que são considerados os bairros suburbanos, e mais recentemente periurbanos* (Araújo, 1999, p.176), e que revela *contrastos evidentes quer do ponto de vista da organização e edificações urbanas quer das características demográficas e sociais dos seus moradores* (Araújo, 1999, p.175).

São nitidamente duas áreas desiguais que proporcionam condições atraentes para o desenvolvimento de um leque diversificado e diferenciado de atividades. Não obstante a importância das duas áreas, foi a *Cidade de Cimento* cuja *paisagem é constituída basicamente por acácias e jacarandás* (MAE, 2002, p.11), *composta por bairros organizados numa planta ortogonal nítida, de avenidas e ruas amplas, com edifícios de diversos pisos, (o prédio mais alto da cidade tem 33 andares), bairros de vivendas, comércio especializado, diversos e variados serviços e infraestruturas sociais e de abastecimento e saneamento* (Araújo, 1999, p.176).

A CM possui ainda *as melhores infraestruturas e serviços em Moçambique, é dotada de uma rede de estradas e caminhos-de-ferro que a ligam aos principais centros urbanos do país, possui um porto com um enorme potencial para servir vários países do "interland". Tem o maior aeroporto do país, tem um largo potencial para o turismo,*

é banhada por uma vasta costa marítima e possui uma excelente rede de serviços bancários, empresas seguradoras e serviços de telecomunicações (Ventura, et.al, p.24), que faz com que a CM se torne um destino apetecível para turistas nacionais e estrangeiros.

Em redor da cidade de cimento, ergue-se a cidade de caniço onde instalaram-se diversos bairros de população mais pobre atraída pela possibilidade de trabalho na “cidade de cimento”. Crescem sem qualquer plano de ordenamento, de forma espontânea, sem infraestruturas adequadas, com uma rede viária que é uma teia de ruas estreitas e tortuosas, caminhos e vielas e onde predominam as casas de caniço ... A “cidade de cimento” faz-se à custa de espaço que é alienado ao “caniço”, ... sendo a população desta obrigada a procurar outros espaços para reedificar um novo local de residência (Araújo, 1999, p.176).

No que refere as suas atividades económicas e perante uma cidade onde co-habitam simultaneamente indivíduos urbanos e rurais, a população residente no destino CM, segundo Ventura, *et al.*, (2013, p.24), dedica-se a várias atividades com ênfase para os setores: (i) Transporte e Comunicação (16.7%), (ii) Comércio e Serviços a Empresas (16.7%), (iii) Comércio (15.7%), (vi) Serviços Financeiros (14.9%), (v) Indústria Transformadora (12.7%), (vi) Social Obrigatória (4%), (vii) Outros (entre 0.1 – 2%).

A atividade económica deste destino parece depender fundamentalmente de vários setores, sendo que *o setor informal ocupa a maior força de trabalho com 64,4% do total da população ocupada, seguido do setor privado formal com 19,7% da população ocupada (Ventura, et al., 2013, p.24).*

A CM reconhecida a nível nacional e regional como um destino que apresenta um desenvolvimento para um turismo de negócios e eventos, contribui significativamente para o crescimento com cerca de *20,2% do PIB Nacional (Ventura, et al., 2013, p.24).*

Em jeito de contextualização, foi sensivelmente a partir de meados da década de 90 que a atividade turística, na CM, recomeça a evidenciar-se principalmente no campo das infraestruturas, bens e serviços turísticos e de investimento estrangeiro.

Porém a atividade turística intensificou-se após profundas reabilitações efetuadas ao Aeroporto Internacional de Maputo, quando novas e modernas terminais internacionais e domésticas de passageiros entraram em funcionamento em 2010 e em 2012 a nova torre de controlo. Regista-se também um notável incremento em termos de expansão e modernização da rede hoteleira e de restauração, com enfoque para categorias de hotéis de 4 e 5 estrelas, bem como de agências de viagem e turismo.

No entanto, os momentos de sucesso que poderiam colocar a CM na rota dos principais mercados emissores e recetores do turismo são ainda marcados por uma série de insuficiências que comprometem o desenvolvimento do turismo e contribuem para a perda de competitividade desta região.

A desregulamentação dos transportes e outros serviços ligados ao turismo, a liberalização do espaço aéreo nacional, a aposta em tecnologias modernas para os transportes, o aumento da competitividade nos voos nacionais e internacionais com a introdução de companhias *low-cost*, a remoção de obstáculos e procedimentos inerentes as viagens internacionais e aduaneiras (vistos), garantias de segurança a nível social, de saúde (malária, HIV-SIDA), de crises económicas e financeiras, diminuição ou até afastamento de ondas e *gangs* do crime organizado, das máfias, dos raptos, do terrorismo e outros distúrbios sociais como as violências urbanas, drogas e também controlo das calamidades naturais (cheias, secas, erupções vulcânicas) são aspetos importantes e que deverão ser vistos como estratégicos no desenvolvimento do destino.

A CM parece ter já despertado para a nova era do turismo e, a pouco e pouco, faz um esforço para conquistar um lugar privilegiado no mercado internacional. Percebeu também que o turismo, se bem explorado, pode ser uma via para sair da pobreza desesperada que vem enfrentando há já longos anos.

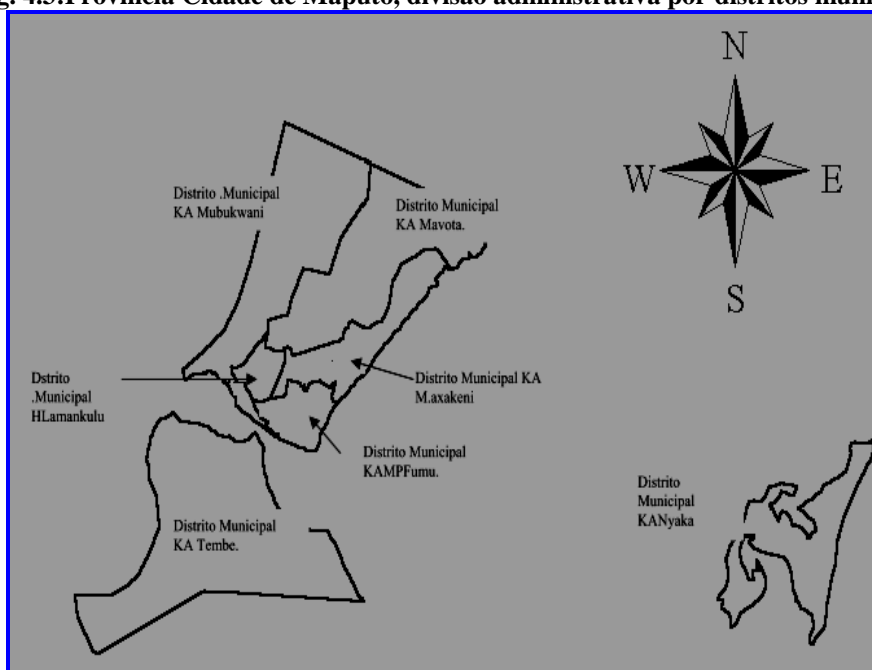
As organizações que operam no setor do turismo devem investir seriamente no capital humano (formar, capacitar e treinar) para uma melhor prestação de serviços, nos mais avançados recursos tecnológicos, dispor de eficientes canais de comercialização e distribuição dos produtos turísticos, oferecendo máxima qualidade nos serviços e praticando preços justos para a fidelização de clientes.

4.1.1 O destino Cidade de Maputo em números

Após uma breve descrição do território e do seu crescimento, é pertinente analisar alguns indicadores relativos ao seu crescimento. Sempre que possível procura-se apresentar dados relativos a 2011, pois trata-se do ano de realização dos X JA decorridos na CM.

Segundo dados do INE (2010), a cidade *apresenta a maior densidade populacional entre as províncias do país* (p.5), 1.178.116 (INE, 2011, p.9) habitantes e encontra-se distribuída de forma desigual pelos sete (07) distritos municipais e sessenta e três (63) bairros em que a urbe se organiza administrativamente: Kampfumu, Nlhamankulu, Kamaxakeni, Kamavota, kamubukuwana, Katembe, Kanyaca, tal como se apresenta na figura 4.3. *Nela concentra-se cerca de 40% de toda a população urbana de Moçambique e produz-se 20,2% do PIB Nacional* (Ventura, et al., 2013, p.24).

Fig. 4.3: Província Cidade de Maputo, divisão administrativa por distritos municipais



Fonte: INE, 2014, p.15

No período de quatro (04) anos (2007-2011) a população da CM cresceu em 5.6%., de 1.111.638 para 1.178.116 habitantes (INE, 2011, p.10). Quanto a distribuição por sexo verifica-se um relativo desequilíbrio, com algum ascendente para a população feminina composta por 608.569 mulheres (51,7%) e a masculina por 569.547 homens (48,3%) (INE, 2011, p.10). Ainda segundo a mesma fonte, relativamente a idade dos

seus habitantes, a população é maioritariamente jovem-adulta cuja faixa etária situa-se entre os 15-64 anos de idade (61,2%), infantoadolescente pertencente ao escalão etário dos 00-14 anos de idade (36,5%), enquanto a de 3ª idade, com mais de 65 anos corresponde apenas a 2,3%.

Segundo o INE (2011) ainda no mesmo período (2007-2011) verificou-se também um crescimento noutras variáveis, nomeadamente na educação com o número de Escolas, (primárias e secundárias) a alargar de 444 em 2007 para 524 em 2011 (+15.3%). Nas finanças e investimento com o número de instituições bancárias que operam na CM a multiplicar de 122 em 2007 para 154 em 2011 (+20.7%) e para 186 (+17,2%) em 2013 (BES, 2013, p.12).

Nos transportes segundo INE, (2012, p.78-79), o número de viaturas disparou de 13.145 em 2010 para 17.779 em 2011 (+ 8,2%). Ainda em 2011, a rede de estradas era composta por 1.596 km das quais 485 km (30,3%) eram revestidas e 1.111 km (69,6%) terraplanadas. Deste total 322 km (20,1%) eram estradas classificadas, 171 km (10,8%) eram estradas principais, 568 km (35,5%) eram secundárias e 535 km (33,6%) eram vicinais (INE, 2012, p.80).

De acordo com dados disponibilizados pelo INE (2012, p.85) a CM é, tal como nos anos anteriores, o território com maior capacidade de alojamento⁹ disponível (61→22.7% no total). Também registou em 2011, o maior número de pessoas ao serviço do turismo (3.787→47,8%)¹⁰ e produziu o maior volume de negócio (2.410.214.75MT→73,8%)¹¹ mantendo, deste modo, as tendências dos anos anteriores.

Quanto às motivações, e tal como era expetável que a CM registasse, em 2011 o maior número de hóspedes¹² (352.881→63,4%) comparativamente a 2010 (321.041→61,4%) e maior número de dormidas (801.965→67,1%), em realção a 2010 (658.371→63,5%) e a todo o país, (INE, 2012, p.85-86), geradas pelos mais diversos motivos. *São os negócios que trazem mais estrangeiros à cidade de Maputo (36% face a 17% dos nacionais), ao passo que os moçambicanos visitam mais a capital motivados*

⁹ Confira Tab. 4.1, anexo VII: Estabelecimentos e Alojamentos na CM (2011).

¹⁰ Confira Tab. 4.2, anexo VII: Número de Pessoas ao Serviço do Turismo na CM(2001).

¹¹ Confira tab. 4.3, anexo VII: Volume de negócios pelo turismo na CM (2011).

¹² Confira tabela 4.4, anexo VII - Volume de hóspedes na CM (2010-2011).

pelas visitas a familiares e amigos (34% contra 17% dos estrangeiros), (OTCM, 2011, p.3), tal como se pode observar na figura 4.4 (cf. Anexo IX).

O crescimento da CM contou fortemente com a presença de turistas estrangeiros, sobretudo os provenientes da África do Sul (19%) e de outros países africanos (14%). O mercado português é representado por (9%), muito provavelmente pela inequívoca proximidade cultural (OTCM, 2011, p.2). A figura 4.5 (cf. Anexo IX) é esclarecedora quanto ao local de residência habitual do turista da CM.

No que concerne aos indicadores culturais, também importantes no processo de tomada de decisões de um destino, verifica-se que nela coexistem conjuntamente duas principais culturas, uma bantu e outra ocidental portuguesa, uma vez que Moçambique foi colónia de Portugal durante cerca de cinco (05) séculos, no entanto possui também influências das culturas árabes e chinesa. De acordo com o INE (2013, p.24-26) a língua oficial do país é o português, dominada e falada por 42,9% da população da CM, embora haja ocorrência de outras línguas nacionais faladas por um número considerado de cidadãos, como são os casos do Xi-changane (31,5%) e do Xi-rhonga (9,7%). *Mais de metade da população jovem (58.4%), com idades entre 5 e 19 anos tem o Português como sua língua materna* (INE, 2013, p.24).

Maputo foi desde o período colonial e na pós-independência nacional (1975) um território onde se implantaram bens imóveis para o desenvolvimento do turismo, daí que possui um acervo cultural e patrimonial com alguma riqueza (cemitérios, igrejas, mesquitas, museus, locais de culto, recintos desportivos, entre outros), embora parte deles não estejam a ser devidamente explorados para o turismo.

Segundo o INE (2014) a CM conta com 05 museus¹³, 01 jardim zoológico, 04 salas de cinema, 02 cemitérios¹⁴, 06 igrejas, das quais se destacam pelas suas arquiteturas. A Catedral de Maputo (1936), a Igreja Santo António da Polana e a Igreja

¹³ Museu Nacional da Moeda, Museu de História Natural, Museu de História Natural de Inhaca, Museu Nacional de Arte e Museu Nacional de Geologia, Museu da Revolução (INE, 2013).

¹⁴ Cemitério São Francisco Xavier localizado no Distrito Municipal Kampfumo e encerrado; Cemitério de São José de Lhanguene circunscrito ao distrito municipal Kamavota parcialmente aberto, mas com perspectivas de encerramento para breve.

Ortodoxa Grega. Tem ainda várias mesquitas, das quais 02 evidenciam-se, *Jumma*¹⁵ (Mesquita da Baixa) e a *Taqwa* recentemente edificada (1990). Há 01 Sinagoga e 01 templo, este pertencente ao grupo Aga Khane. Qualquer um destes imóveis de culto destaca-se pela sua beleza arquitetónica. Há ainda bibliotecas, sendo que 02 delas evidenciam-se a Nacional e a da Assembleia da República ambas localizadas no distrito municipal Kampfumu. Ainda neste distrito municipal sobressaem 03 centros culturais: Franco - Moçambicano (antes Hotel Clube), o Brasil – Moçambique e o Português.

Quanto aos recintos desportivos disponíveis, e de acordo com fontes do CMCM (2009), a CM reúne alguma oferta em termos de recintos destinados a realização de espetáculos desportivos, espalhados pelos seus distritos municipais. De entre eles destacam-se: o CDZ (2011), Clube Naval de Maputo (1913), Clube Marítimo (1913), 01 Campo de Golfe (1915), Centro Hípico de Maputo (1928), Automóvel Clube de Moçambique (1928), Aero clube de Moçambique (1938), Velhos Colonos (1950). Alguns clubes desportivos como: Desportivo de Maputo (1921), Maxaquene (1920), Costa do Sol, Clube Ferroviário de Maputo (1942) e o Estrela Vermelha (1900-1950).

Os indicadores de bem-estar são também muito importantes para a competitividade de um destino turístico. Dados do INE (2010, p.45) baseados no último Censo realizado em 2007, mostram que na CM, 85,2% da sua população vive em casas com paredes de cimento e tijolo, na sua grande maioria cobertas de zinco (79,1%) e pavimentadas com cimento (79,3%). Embora seja uma cidade com poucos recursos hídricos, pois nenhum dos distritos municipais possui qualquer rio, a maioria dos agregados familiares tem água potável e canalizada em suas casas (55,1%), proveniente do rio Umbeluzo, que pertence à Província de Maputo (INE, 2010, p.45) e energia elétrica (63,1%) fornecida pela empresa pública Eletricidade de Moçambique, porém 36,9% usam outras fontes alternativas¹⁶.

No campo da saúde, o INE (2012, p.33-36), assegura que em 2011, a cidade tinha um total de 36 unidades sanitárias compostas por 02 Hospitais Centrais, 03 Hospitais Rurais e 31 Centros de Saúde. Todo este aparelho sanitário é composto por

¹⁵ 1ª Mesquita construída na então Cidade de Lourenço Marques, hoje Maputo, Distrito Municipal Kampfumo.

¹⁶ Para superar a falta de energia elétrica, particularmente nos bairros suburbanos e periurbanos, os residentes recorrem ao uso de petróleo/parafina/querosene (29,4%), de velas (6,9%), de geradores e placas solares (0,2%), de baterias (0,2%) e de outras fontes (0,2%). (INE, 2010).

um total de 2.598 camas, das quais 589 (22,6%) estavam destinadas as maternidades e 2.009 (77,4%) foram distribuídas pelas restantes enfermarias. No total, estas unidades sanitárias empregam 5.660 técnicos, entre os quais 558 têm nível superior (9,9%), 946 possuem nível médio (16,7%), 1.381 nível básico (24,3%), 124 são de nível elementar (2,2%) e 2.651 dão apoio geral (46,9%).

Estes números de pessoal ligado a saúde são ainda reduzidos a julgar pelo número de pacientes que necessitam de cuidados de saúde diário e a quantidade de doenças que enfermam esta cidade, com destaque para a Malária, HIV-SIDA, doenças cardiovasculares, diabetes, cancros, entre outras.

4.1.2 Os produtos turísticos da Cidade de Maputo

Apesar de todas as dificuldades e problemas que a CM ainda enfrenta para se considerar um destino turístico relevante a nível internacional, torna-se importante diversificar o território, aproveitando todos os recursos disponíveis, isto é os naturais e os artificiais, criando cada vez mais valor acrescentado. Deste modo e tendo em linha de conta os seus recursos, a CM contempla na sua oferta os seguintes produtos turísticos:

- Turismo de Negócios e Eventos – é o principal produto turístico da região devido a infraestrutura existente. A cidade possui uma panóplia de espaços próprios e de edifícios típicos para a realização de congressos, conferências, reuniões de negócios, *workshops*, exposições, seminários, feiras, eventos sociais (lançamento de produtos, atribuição de prémios, casamentos, aniversários e outras comemorações), eventos desportivos e culturais. São exemplos desses espaços o Centro Internacional de Conferências Joaquim Chissano, o CDZ, Clube Desportos da Maxaquene. Oferece ainda locais de hospedagem e de restauração de elevada qualidade e associados aos melhores serviços que proporcionam experiências diversificadas e de luxo, como por exemplo o Hotel Polana, Hotel Cardoso, Radisson Hotel, Hotel Avenida, Girassol Baía, Vila Olímpica, etc.

- Sol e Mar – Devido as condições das suas praias, que se encontram ainda numa fase de exploração, muitas delas virgens com águas quentes e bordejadas de verdes-liso, areias brancas e de beleza paisagística ímpar constituem uma

motivação para visitar a CM. Presentemente a sua longa marginal, com cerca de 14 km de extensão, esta a passar por um processo de transformação, requalificação e reordenamento de modo a tornar-se mais atrativa, concorrendo assim para aumento de fluxos turísticos amantes de sol e mar.

- Turismo Cultural – a região oferece como uma das suas principais atrações o artesanato e produtos típicos, espaços e instituições culturais (museus, fortalezas, casas de cultura) e a gastronomia características (camarão tigre).
- Turismo Político – devido a sazonalidade que a caracteriza, o turismo político constitui uma forte aposta no turismo com a participação e organização em acontecimentos ou reuniões políticas. Embora seja considerado ainda um nicho de dimensão reduzida em termos de procura. São exemplos deste produto turístico as tomadas de posse de estadistas moçambicanos, Reuniões da SADC, Reuniões Africanas da Juventude, entre outras.
- Turismo Urbano – A CM é um espaço privilegiado e dotado de infraestruturas, equipamentos e serviços estratégicos para catalisar riqueza e ocupação por parte dos turistas. A tendência atual da CM proporciona o desenvolvimento do turismo urbano voltado para a regeneração da paisagem urbana, da sua imagem e atratividade sobretudo as que vêm ocorrendo nas zonas de serviços e comércio mais antigos (baixa da CM) e em zonas periurbanas com referência para as vias de acesso, pela emergência de uma nova cidade pós-moderna.

Para além dos produtos turísticos referidos, a CM beneficiou desde as suas origens de uma diversidade de recursos, equipamentos e serviços turísticos espalhadas um pouco por toda a cidade. Os registos referem-se a existência de um leque de recursos paisagísticos, patrimoniais e de lazer que possibilitam uma oferta de qualidade. São exemplos os hotéis, restaurantes, cafés, pastelarias e discotecas bem fornecidas e famosas capazes de atender a demanda turística que ocorre a este destino.

No que refere aos recursos patrimoniais por exemplo, a Igreja Santo António da Polana possui uma arquitetura única no mundo em forma de “espremedor de laranja”; o edifício da Estação Ferroviária de Maputo foi eleita a sétima estação mais bela do

mundo, o Museu de História Natural, com mais de um século de existência, tem a sua arquitetura inspirada no estilo manuelino.

A região ainda se demarca pelo conjunto de equipamentos desportivos que complementam a oferta. As pesquisas revelam que *o desporto, nas suas mais diversas manifestações desenvolveu-se em Maputo, desde praticamente o século XX, em geral trazido e desenvolvido por comunidades estrangeiras que, pelas mais diversos motivos afluíram à cidade e aqui instalaram os seus clubes e associações, multifacetadas, mas onde a prática desportiva tinha destaque* (CMCM, 2009, p.118).

O turismo de negócios e eventos é o produto turístico mais procurado e encontra-se ainda numa fase de crescimento, no entanto convém associar urgentemente outros produtos, principalmente o de “sol e mar” dada a qualidade e potencialidade das praias que circundam a capital (Praia da Catembe, Praia da Costa do Sol, Praia do Triunfo, Praia da Miramar), algumas das quais ainda pouco habitadas (Praia da Inhaca, da Ilha Xifina¹⁷, Ilha dos Pescadores), atribuindo assim ao destino uma posição mais competitiva no mercado regional.

A CM é também conhecida pela sua segurança, hospitalidade, gente simpática e sorridente e ainda por gerar um leque de atividades de diversão e entretenimento diurno e noturno. Apesar de todo este conjunto de recursos de qualidade que a região oferece, conclui-se que a mesma tem ainda um longo caminho por percorrer para se posicionar como um destino de eleição na região subsaariana e no mundo.

Há que reforçar as estratégias de comunicação e de promoção não apenas para o mercado sul-africano e português, mas também para outros mercados emissores a nível regional (Zâmbia, Tanzânia, Suazilândia, Zimbábue) e internacional (europeu, sul-americano, asiático).

Tendo em conta toda a conjuntura social e económica que Moçambique vive no geral e em particular a CM ainda com altos índices de pobreza e de desenvolvimento humano muito baixos, a capital procura lentamente afirmar-se como um destino turístico de excelência que oferece serviços de qualidade aos seus visitantes e turistas.

¹⁷ Esta Praia oferece grande oportunidade para o desenvolvimento turístico. No passado serviu de ponto para a comercialização de marfim, já funcionou como hospital de leprosos e como prisão.

4.2 Breve caracterização do objeto de estudo: Os *Jogos Africanos*

4.2.1 A história dos Jogos Africanos

Os Jogos Africanos, também conhecidos por Jogos Pan-Africanos foram inspirados nos Jogos Olímpicos, por isso são também eventos multidesportivos que ocorrem de quatro em quatro anos.

É de conhecimento geral que eventos desportivos atraem turistas para o local onde se realizam daí que é necessário e importante desenvolver uma estratégia focada para as necessidades dos atletas e dos turistas de modo a fazer com que estes permaneçam mais tempo no destino. A cultura pela captação de megaeventos desportivos pode ser um dos meios para se atingir esse objetivo.

A história dos Jogos Africanos têm o seu marco antes do ano de 1920 e foram fundados pelo mesmo cidadão dos Jogos Olímpicos, o francês Pierre de Coubertin. *Contudo, os poderes coloniais que governavam a África naquele tempo temeram a idéia, suspeitando que o aspeto de unificação do esporte entre a gente africana pudesse causar conflitos e afirmar a sua independência dos colonizadores* (OPLOP, 2011).

Decorridos que foram cerca de 30 anos, os países francófonos africanos lançam um evento desportivo denominado “Jogos da Amizade”. A I edição desses Jogos (1960) decorreu em Madagáscar, em 1961, a II edição foi na Costa do Marfim e a III edição que envolvia também, já países de expressão inglesa africanos, realizou-se no Senegal em 1962. É neste âmbito que se retomam os Jogos Africanos, desta vez, pela iniciativa do Comité Olímpico Internacional que reconhecendo a existencia dos “Jogos da Amizade” rebatizou-os como Jogos Pan-Africanos.

Desde 1965, os Jogos Africanos decorrem a cada quatro anos, entre as várias nações africanas, nas mais diversas modalidades. Os países anfitriões vão mudando a cada edição dos Jogos, cabendo ao Conselho Superior de Desporto em África atribuir o país organizador. Este evento multidesportivo, de duração quinzenal, não tem datas fixa para a sua realização, devendo cada país anfitrião responsabilizar-se por indicar o período do ano que considera viável para a sua realização.

Entre a I e a IV edição os jogos africanos sofreram várias interrupções devido a guerras civis, conflitos e desentendimentos internos, problemas técnicos relativos ao próprio evento, como por exemplo, a não conclusão das obras para acomodar os jogos e os atletas são algumas das razões que poderão estar na origem das interrupções, adiamentos e até de cancelamentos de alguns dos Jogos.

Assim, entre a I e a II edição transcorreram cerca de oito (08) anos, é que em 1969, *Bamako, capital do Mali, havia sido indicada para acolher os Jogos Pan-Africanos, mas acabaram não se realizando por motivos políticos, uma vez que o país havia sofrido um golpe de Estado* (Caldeira, 2014, p.41).

Entre a II e a III edição, a interrupção foi de cinco anos e entre a III e a IV foi de quase dez (10) anos. A tabela 4.5 (cf. Anexo X) ilustra com algum detalhe as edições dos Jogos Africanos realizados no período temporal de 50 anos (1965-2015).

Trata-se de eventos desportivos criados, por um lado para valorizar os atletas africanos e, por outro lado para estimular o desenvolvimento turismo nas cidades sede onde se realizam, dotando-as de um conjunto de infraestruturas e equipamentos desportivos, culturais e de entretenimento contribuindo deste modo para reforçar os recursos de atração já existentes no destino e oferecer um turismo mais qualificado.

Numa época em que a competitividade entre dos destinos turísticos é cada vez mais evidente, sobretudo no que diz respeito a diversificação, qualidade e inovação dos seus recursos, os *Jogos Africanos* foram delineados com objetivo de acrescentar valor aos países do Continente, tornando-os mais competitivos, mostrando que em África o turismo para além de sol e mar, vida selvagem, safaris, parques naturais, comidas exóticas, é também um conjunto de outras atividades como as desportivas e culturais, as de entretenimento, diferenciadas e colocadas a disposição qualquer visitante.

Atualmente os turistas procuram destinos de qualidade que proporcionem vivências e experiências inesquecíveis e que lhes permite uma aproximação à cultura e aos valores das populações locais. Assim, os *Jogos Africanos* procuraram unir o desporto as capitais políticas e económicas que evidenciam a história, as tradições e o desenvolvimento dos seus Estados, promovendo ao mesmo tempo a geração de

empregos, rendas e a criação de infraestruturas que beneficiam não só o turista como a população local.

No decorrer dos *Jogos Africanos* constata-se uma sucessão e abrangente número de atividades que vão desde o desporto, passando pela música tradicional a moderna, das numerosas artes culturais, as coreografias típicas, animação com sons e luzes coloridas tipicamente africanas, comidas e bebidas, passeios a locais de interesse, a centros comerciais e a locais de entretenimento.

Foi para satisfazer atletas, personalidades nacionais e estrangeiras, agentes desportivos, visitantes e turistas cada vez mais exigentes que os organizadores dos *Jogos Africanos* criaram uma programação de eventos diversificada.

Fazendo um curto balanço das onze edições realizadas nos últimos cinquenta anos constata-se que houve uma adesão crescente de países participantes aos *Jogos Africanos*, que passou de 30 para 53, situação semelhante verifica-se também em relação ao número de modalidades envolvidas que transitou de 10 para 27.

Por outro lado os *Jogos Africanos* movimentaram para além de atletas, um elevado número de profissionais que durante a sua realização provocaram um grande movimento nas cidades sede, gerando vários benefícios, como por exemplo a melhoria da imagem das cidades sedes do evento e das infraestruturas com impacto para o desenvolvimento turístico.

Moçambique participou pela primeira vez, na IV edição dos Jogos Africanos, em 1987, no Quênia, Nairobi. Em 2011, na X edição, os *Jogos Africanos* realizaram-se em Moçambique, na CM, um passo importante para a afirmação do turismo na região a avaliar pelo número de países (43) e de participantes no evento (5.262 atletas), volume investimento aplicado e pelo nível de infraestruturas que foram reabilitadas e erguidas de raiz.

Presentemente os *Jogos Africanos* têm um desafio pela frente, na corrida pela rotatividade das nações e diferenciação das cidades sede. Alguns países africanos já tiveram a oportunidade de captar este evento mais de uma vez (Congo e Argélia), outros já sediaram pelo menos uma vez e outros ainda nunca tiveram esta oportunidade. As

próximas cidades sedes terão que inovar e satisfazer as exigências e necessidades atuais dos atletas e turistas que são mais ativos e exigentes.

4.2.2 Os X Jogos Africanos Maputo 2011

A realização dos X JA Maputo 2011 decorreu de 03 a 18 de Setembro de 2011 e muito contribuiu politicamente para a *projeção da imagem do país* (Mabunda, 2012). A capital de Moçambique, Cidade de Maputo, projetou-se também como destino turístico regional e internacional ao registar um número significativo de participantes e presença de jornalistas *o Centro de Imprensa albergou mais de dois mil jornalistas, operadores de câmaras e repórteres fotográficos* (Caldeira, 2014, p.165).

Moçambique esteve na rota do maior acontecimento desportivo africano. O país apareceu aos olhos do Mundo como Nação que acreditou no seu potencial e que foi capaz de ocupar um honroso lugar no pódio dos organizadores das grandes provas mundiais (Caldeira, 2014, p.19).

Em Abril de 2009, quando Maputo foi escolhido como a sede dos X Jogos Africanos, *erguemos o “facho” para nos afirmarmos como Nação com capacidade organizativa para organizar os X Jogos da Zona VI* (Caldeira, 2014, p.19).

A 01 de Julho do mesmo ano, o Conselho de Ministros através do Decreto 32/2009 criou o *Comité Organizador dos X Jogos Africanos - Maputo 2011, abreviadamente designado COJA - Maputo 2011, subordinado ao Conselho de Ministros* (Boletim da República, 2009, p.162), cujas atribuições foram entre outras *garantir o cumprimento do disposto nos Estatutos e Regulamentos do Conselho Supremo dos Desportos de África, nomeadamente, quanto as condições de alojamento, alimentação, transporte local, protocolo, segurança, e outros aspetos conducentes a que o evento obedeça à prática desportiva, segundo os preceitos das Federações Desportivas Internacionais* (Boletim da República, 2009, p.162) e ainda *acompanhar e fiscalizar as obras dos locais de realização das provas e outras infraestruturas complementares e de apoio e toda a organização logística do evento* (Boletim da República, 2009, p.162).

Assim, com um indicativo orçamental reduzido de cerca 250 milhões de dólares americanos (correspondentes a cerca de 7,5 biliões de maticais), (Mabunda, 2012), desencadeou-se um amplo programa de reestruturação e incremento da área urbana de Maputo a todos os níveis. Era necessário transformá-la na rota do maior acontecimento desportivo africano de todos os tempos.

Muitas das infraestruturas desportivas existentes nas CM, Matola e na localidade sede de Chidenguele (Província de Gaza), foram reestruturadas e modernizadas por forma a acolher um evento de nível internacional. A figura 4.6 (cf. Anexo XI) indica as instalações desportivas que foram usadas para acomodar os X JA Maputo 2011 e que foram alvo de reabilitação, bem como as modalidades desportivas realizadas nesses recintos desportivos.

As infraestruturas de alojamento, de transportes, as vias de acesso, as componentes de segurança, de marketing e de divulgação do evento entre outras, envolvendo a participação de diversos setores governamentais em articulação com a iniciativa privada precisavam também de ser reestruturadas. *Os X Jogos Africanos foram uma oportunidade para muita gente fazer negócio, desde os informais aos formais, tendo sido necessário o fornecimento de serviços de vária ordem* (Caldeira, 2014, p.22).

Numa área de 26 hectares foi construído de raiz o CDZ, com diversas infraestruturas: uma vila olímpica (cf. fig. 4.7, anexo VIII) composta por *um total de 854 apartamentos do tipo-3* (Caldeira, 2014, p.57), 02 piscinas olímpicas, sendo uma para competições, com dimensões internacionais (50 metros de comprimento e 20 de largura) e totalmente aquecida (cf. figura 4.8, anexo VIII) e outra para aquecimento, e um estádio de futebol com pista de atletismo (cf. figuras 4.9 & 4.10, anexo VIII), podendo deste modo melhorar a qualidade de acomodação de atletas, do público nas bancadas, dos dirigentes de confederações desportivas nacionais e internacionais e dos jornalistas para a cobertura dos jogos, bem como a competição entre os atletas nas diversas modalidades.

Debaixo de um ritmo frenético, com gente de várias origens e estratos sociais, Maputo foi-se transformando com marcas significativas antes, durante e pós evento. *Engalanada, revigorada, “desportista”, a Pérola do Índico “tchunou-se” e recebeu*

como digna representante de todo o país, os visitantes africanos e do resto do planeta (Caldeira, 2014, 26). Evidenciou-se essencialmente o orgulho cívico e a autoestima nacional elevada ao seu mais alto nível (cf. figura 4.11, anexo VIII), visível sobretudo nos residentes da capital do país, Maputo, e um pouco por todo o país.

A quando da cerimónia de abertura dos Jogos, (03/Setembro/2011), uma moldura humana que esgotou por completo o ENZ, com capacidade para 42.000 espectadores sentados que cantou em uníssono o hino nacional. *O dia da abertura da festa africana, com coreografias preparadas ao mínimo detalhe, foi intenso, variado e multifacetado* (Caldeira, 2014, p.21).

Foram dezasseis dias de intensa atividade. Em cada participação de Moçambique nas diferentes modalidades o público ostentava, quer envergando camisetas, cachecóis, lenços, bonés, entre outras peças de vestuário, quer com autocolantes, mochilas, ou outras bijutarias coladas nas suas viaturas, as cores da bandeira nacional, em sinal de apoio a participação de Moçambique quer nas modalidades individuais, quer nas de conjunto sobretudo nos jogos da seleção de basquetebol feminino, modalidade rainha destes X Jogos Africanos.

Estes gestos criaram uma imagem de um país unido, forte, determinado e ajudou na criação de uma imagem positiva enquanto destino turístico. Moçambique procurou fazer jus a marca dos jogos “*No Nosso Melhor*”, proporcionando a quem viesse os X Jogos Africanos (visitantes e turistas) uma experiência memorável que os fizesse regressar ou recomendar a terceiros. *Os abraços e apertos de mão aconteceram um pouco por todo o lado a desconhecidos e a recém-conhecidos* (Caldeira, 2014, p.74).

Participaram nestes X Jogos Africanos 43 países nomeadamente: Angola, Argélia, África do Sul, Benin, Botswana, Burkina Faso, Cabo Verde, Camarões, Congo Brazaville, Costa do Marfim, Djibouti, Egito, Eritreia, Etiópia, Gabão, Gana, Quênia, Líbia, Libéria, Lesotho, Madagáscar, Mali, Maurícias, Mauritânia, Namíbia, Nigéria, Níger, República Democrática do Congo, Ruanda, Senegal, Seicheles, Serra Leoa, Somália, S. Tomé e Príncipe, Sudão, Suazilândia, Tanzânia, Togo, Tunísia, Uganda, Zâmbia, Zimbabwé e Moçambique (Caldeira, 2014).

A Vila Olímpica albergou 5.262 atletas. Serviram-se diariamente 24 mil refeições preparadas pela empresa moçambicana SMS, que eram distribuídas por três tendas gigantes instaladas nas proximidades da Vila Olímpica com capacidades para 1300, 850 e 450 pessoas respetivamente (Caldeira, 2014).

Estiveram em disputa 20 modalidades desportivas, nomeadamente: *andebol, atletismo, badminton, basquetebol, boxe, ciclismo, futebol, karaté, judo, natação, ténis, ténis de mesa, voleibol de praia, vela, netbol, voleibol, taekwondo, canoagem, triatlo e xadrez e ainda atletismo e natação para deficientes* (Caldeira, 2014, p.65).

Moçambique conquistou quatro medalhas de prata e oito de bronze nos X Jogos Africanos, falhando o objetivo de alcançar o ouro nas competições que foram dominadas pela África do Sul (Caldeira, 2014, p.66). As medalhas de prata foram atribuídas as modalidades de *karaté*. Por equipas, a seleção nacional de basquetebol masculina, ao atletismo nos 400 metros barreiras e a natação nos 50 metros bruços. As medalhas de bronze foram para o *karaté*, boxe (52Kg), xadrez, taekwondo, atletismo paraolímpicos e ainda para a canoagem e vela.

Moçambique participou na X Edição com maior contingente de sempre, sendo representado por 477 atletas numa delegação de 493 elementos que constituíram a Missão Moçambique, entre treinadores, equipa médica, atletas e pessoal de apoio (Caldeira, 2014, p.72) tendo-se posicionado no 24º lugar. O 1º lugar foi ocupado pela África do Sul que conquistou um total de 156 medalhas: 61 de ouro, 55 de prata e 40 de bronze. O Egito ficou na 2ª posição com um total de 66 medalhas (32 de ouro, 14 de prata e 20 de bronze), e na 3ª posição ficou a Nigéria com 31 medalhas de ouro, 28 de prata e 39 de bronze (total: 98).

Os X JA tinham também um hino, um logotipo e uma mascote. A mascote dos Jogos foi carinhosamente batizado como “*o Cojito*”. O logotipo que exalta as cores da bandeira de Moçambique e a imagem do continente africano é um pássaro, o pardal, que abunda na CM e que desperta os seus cidadãos todas as manhãs, pulando pelas acácias que povoam a capital do país. Nas figuras 4.12 e 4.13 (cf. Anexo XIII) apresentam-se o logotipo e a mascote dos X JA Maputo 2011.

Os X JA Maputo 2011 encerraram no dia 18 de Setembro de 2011, entre abraços concretizados por vencedores e vencidos, sorrisos, alegrias, lágrimas e tristezas de adeus. Para Moçambique particularmente para além de ter ficado a lição de organizar um evento de envergadura africana, ficou ainda o gigantesco investimento aplicado que *tem várias vertentes, umas imediatas e outras de médio e longo prazos ...: um legado de instalações de nível internacional; melhoria do estatuto das nossas estrelas junto da sociedade; ... são infraestruturas sociais, como apartamentos, estabelecimentos comerciais e áreas de serviço que servirão para melhorar as condições de vida milhares e milhares de cidadãos* (Caldeira, 2014 p.168).

4.3 Apresentação dos resultados

4.3.1 Apresentação dos resultados da Observação Direta Não Participante

Durante dezoito dias, entre 12 a 30 do mês de Outubro de 2015, na CM, visitou-se um total de 07 instalações desportivas, com objetivo de efetuar observações diretas não participantes. Para tal, o investigador posicionou-se no interior das instalações desportivas, sentou-se nas bancadas em dias em que não decorriam quaisquer atividades desportivas; e no exterior, num local que permitisse obter todo o panorama geral e particular da infraestrutura desportiva de forma captar a informação para posterior análise.

Os dados resultados da ODNP estão organizados de forma esquemática em dois grupos e apresentadas em quadros e gráficos, numa análise descritiva e quantitativa. O primeiro grupo (A) comporta informações referentes a: (i) designação da instalação desportiva usadas nos X JA Maputo 2011, as respetivas datas e horas de observação e (ii) ano de fundação da instalação desportiva. O segundo grupo (B) que comporta informação referentes a (i) localização da instalação desportiva; (ii) composição física da instalação desportiva; (iii) equipamento desportivo usado nos X JA; (iv) dimensão e capacidade física dos equipamentos desportivos usados nos X JA; (v) potencial de atratividade da instalação desportiva; e (vi) potencial de desenvolvimento da instalação desportiva.

Grupo A

(i) Nome das instalações desportivas, data e tempo da ODNP

As denominações das instalações desportivas, bem como as datas e horas das ODNP estão indicadas a tabela 4.6. As mesmas ocorreram às 2^{as}, 4^{as} e 6^{as} feiras, entre as 9h:30m e às 16:40h, totalizando 520 minutos.

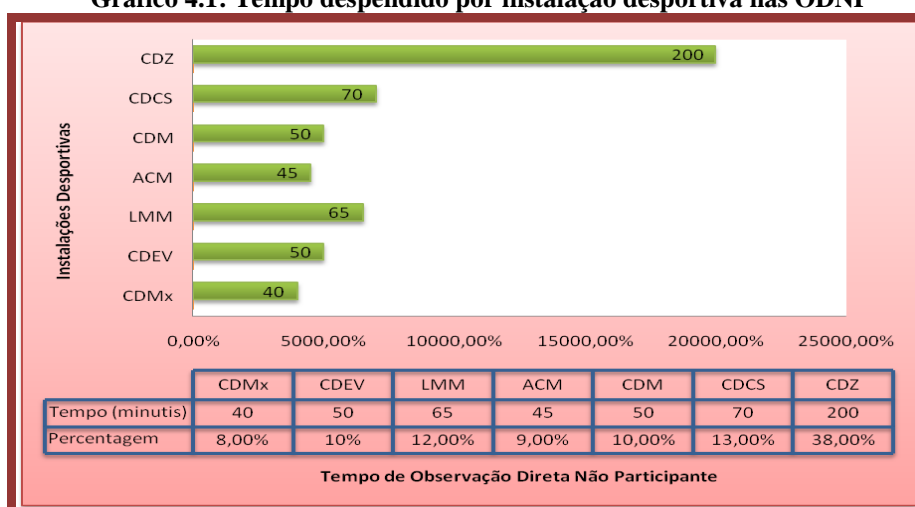
Tabela 4.6: Designação da instalação desportiva, data e hora da ODNP

Nome da instalação desportiva	Datas		Hora		
	Dia de Semana	Dia do mês	Início	Fim	Total
Clube Desportos da Maxaquene	2ª feira	12/Out./2015	09:30	10:10	40m
Clube Desportos Estrela Vermelha			14:30	15:20	50m
Liga Muçulmana de Maputo	4ª feira	14/Out./2015	09:30	10:35	65m
Associação Académica de Moçambique			15:00	15:45	45m
Clube Desportivo de Maputo	6ª feira	16/Out./2015	09:30	10:20	50m
Clube Desportos da Costa do Sol			15:30	16:40	70m
Complexo Desportivo do Zimpeto		30/Out./2015	09:30	12:50	200m
TOTAL					520m

Fonte: Produção Própria

O CDZ foi a instalação desportiva que consumiu maior tempo no decorrer da ODNP (38%) dada a área ocupada (26 hectares) e também pela forma dispersa como estão dispostos os equipamentos desportivos, enquanto o menor tempo foi despendido na observação para o Clube Desportos da Maxaquene (8%) dado o reduzido espaço de que dispõe e a proximidade os seus equipamentos. O gráfico 4.1 espelha com detalhe o tempo gasto nas visitas as diferentes instalações desportivas e respetivas percentagens.

Gráfico 4.1: Tempo despendido por instalação desportiva nas ODNP

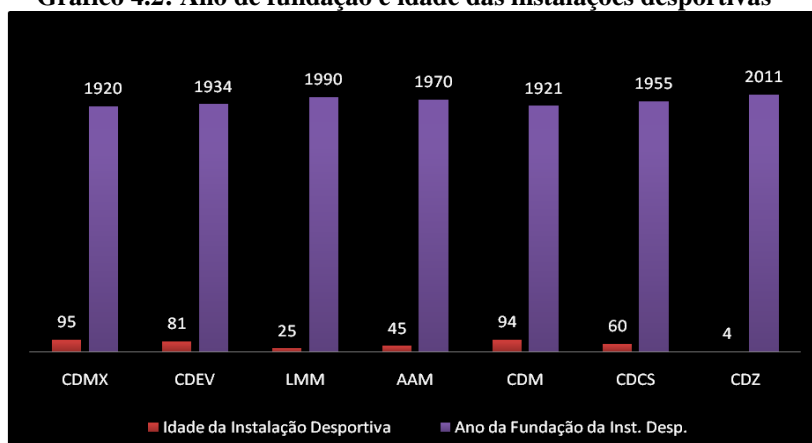


Fonte: Produção Própria

(ii) Ano de fundação da instalação desportiva

Um segundo dado que julgamos ter sido pertinente obter no âmbito das observações é aquele que diz respeito a idade das instalações desportivas. Procurou-se verificar a existência de placas que indicassem a idade das mesmas. Em alguns caso foi possível visualizar, noutros casos, teve-se que recorrer a outras estratégias para poder-se obter tal informação. Dos dados obtidos constatou-se que 71% das infraestruturas desportivas usadas nos X JA Maputo 2011 têm idade igual ou superior a 45 ano, sendo que a mais antiga é o Clube Desportos da Maxaquene que conta já com 95 anos. A instalação desportiva mais recente, o CDZ tem apenas 4 anos de existência.

Gráfico 4.2: Ano de fundação e idade das instalações desportivas



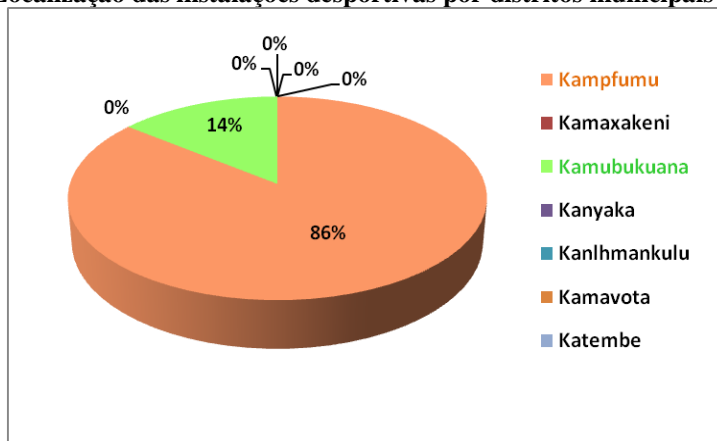
Fonte: Produção Própria

Grupo B

- (i) Localização, por distritos municipais, das instalações desportivas usadas nos X JA Maputo 2011.

Dos sete (07) distritos municipais que CM possui, 86% das instalações desportivas usadas nos X JA estão concentradas no distrito municipal Kampfumu e 14% encontra-se no distrito municipal Kamubukuane. Os restantes 5 distritos municipais não possuem qualquer instalação desportiva usada no referido evento.

Gráfico 4.3: Localização das instalações desportivas por distritos municipais da CM

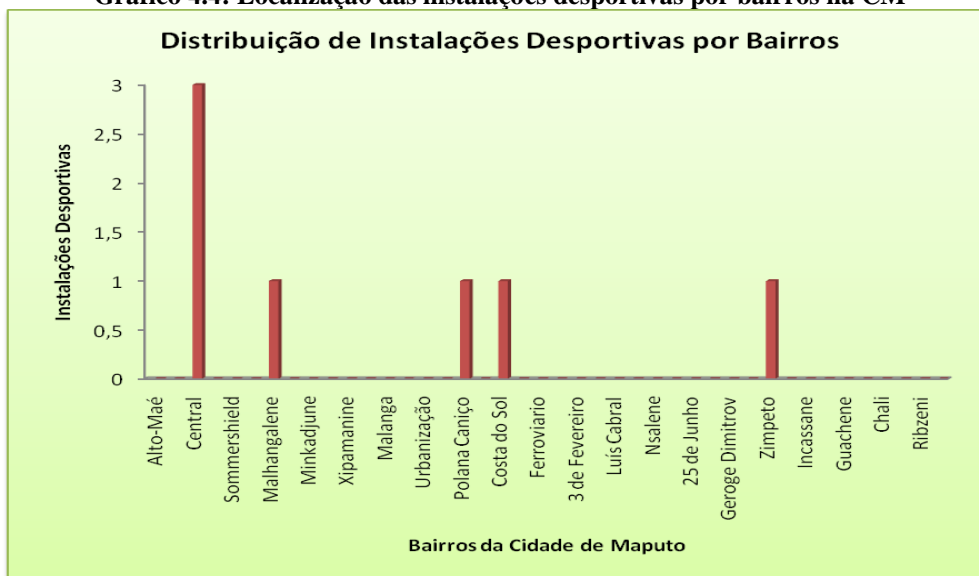


Fonte: Produção Própria

(ii) Localização das instalações desportivas por Bairros

Dum total de 63 Bairros existentes na CM, 88% não tem instalações desportivas e 12% tem instalações desportivas usadas nos X JA Maputo 2011, sendo que o Central é aquele que alberga o maior número de instalações desportivas (03).

Gráfico 4.4: Localização das instalações desportivas por bairros na CM



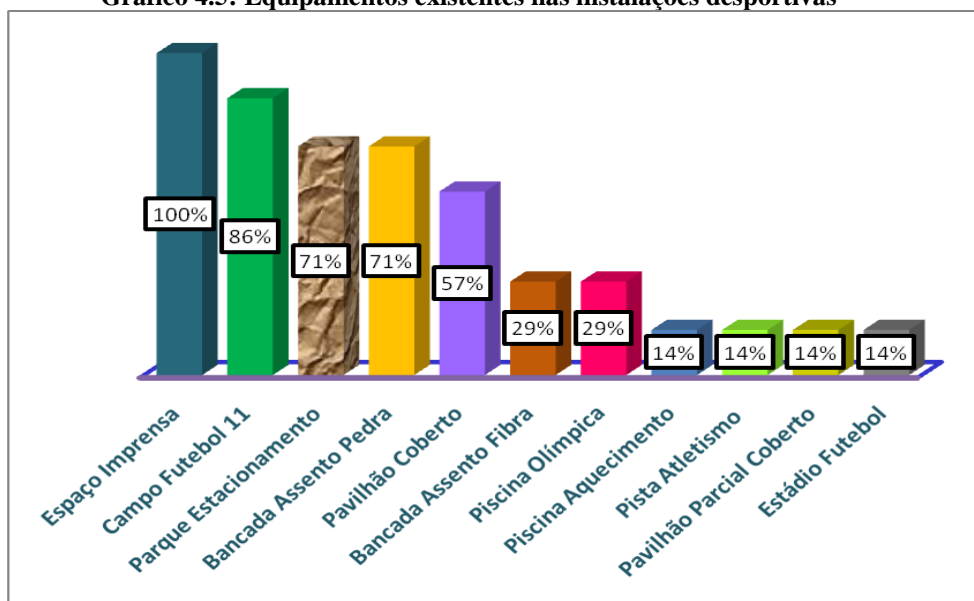
Fonte: Produção Própria

(iii) Composição física da instalação desportiva usada nos X JÁ Maputo 2011

O COJA optou por seleccionar parte dos equipamentos desportivos existentes nas diferentes instituições desportivas da CM que melhor pudessem servir o evento nas suas mais diversas modalidades. Dos dados colhidos constata-se que as instalações

desportivas usadas nos X JA decorridos na CM apresentam-se composição diversificada em termos de equipamentos desportivos.

Gráfico 4.5: Equipamentos existentes nas instalações desportivas

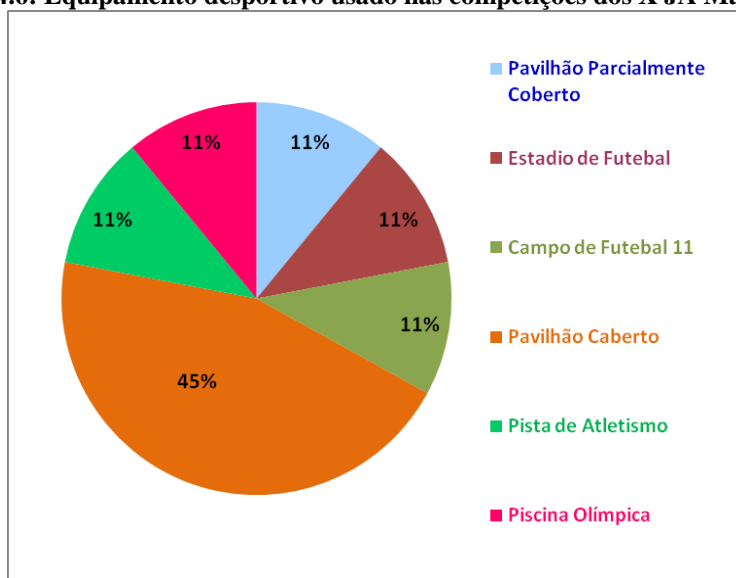


Fonte: Produção Própria

(iv) Equipamento desportivo usado para a competição dos X JA segundo a instalação desportiva

O equipamento desportivo mais usado neste evento foi o pavilhão coberto (45%) existentes nas diferentes instalações desportivas, sobretudo por todos eles oferecerem condições para multiusos. Os restantes equipamentos ocorreram foram usados em 11%.

Gráfico 4.6: Equipamento desportivo usado nas competições dos X JA Maputo 2011



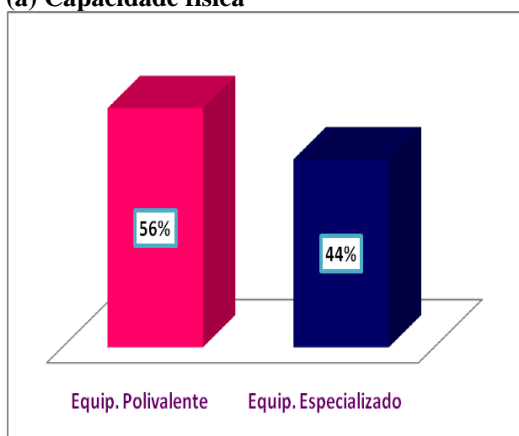
Fonte: Produção Própria

(v) Dimensões e capacidades físicas dos equipamentos

Os dados mostram que no decorrer dos X JA foram utilizados equipamentos polivalentes (56%) e equipamentos especializados (44%) e de dimensão grande (75%), média pequena (85%) e pequena (40%).

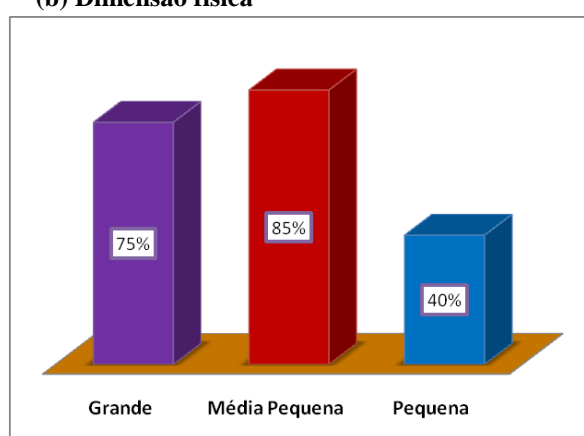
Gráficos 4.7: Equipamentos Desportivos

(a) Capacidade física



Fonte: Produção Própria

(b) Dimensão física

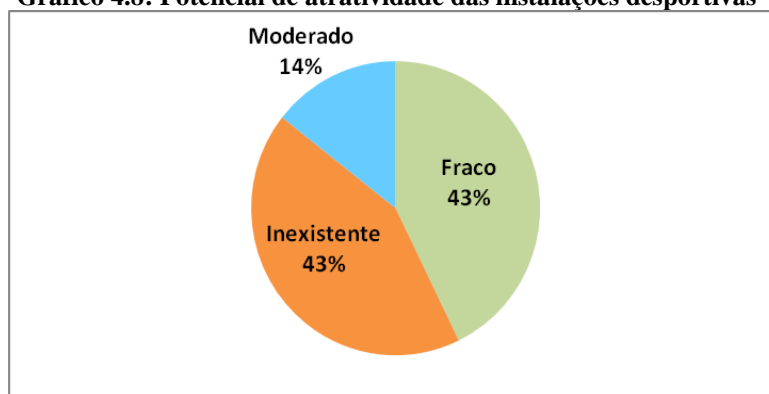


Fonte: Produção Própria

(vi) Potencial de atratividade da instalação desportiva

As instalações desportivos usados nos X JA apresentam um potencial de atratividade fraco (43%), moderado (43%) e moderado (43%). Nenhuma das instalações desportivas apresentam-se com atratividade forte ou muito forte (0%), tal como se pode observar no gráfico 4.7.

Gráfico 4.8: Potencial de atratividade das instalações desportivas

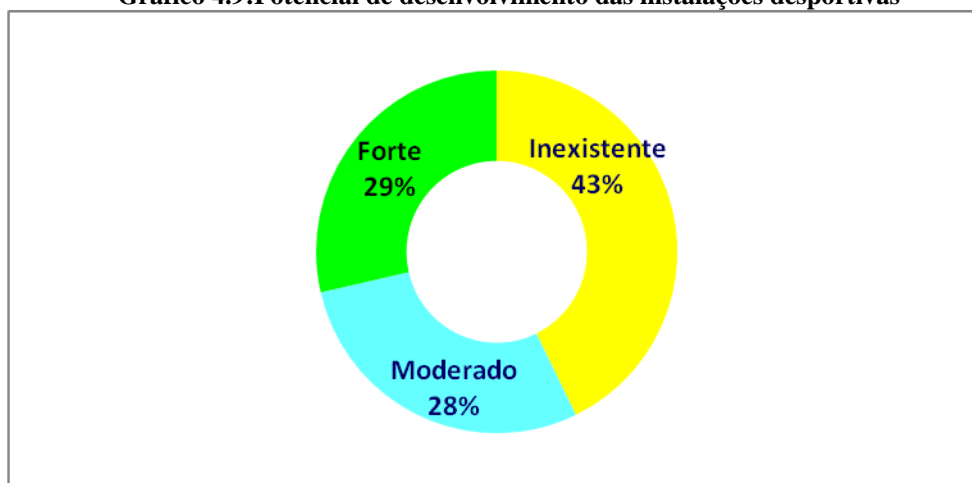


Fonte: Produção Própria

(vii) Potencial de desenvolvimento da instalação desportiva

A tendência do potencial de desenvolvimento das instalações desportivas é para o inexistente (43%), sendo que para as variáveis forte é de 29% e para o moderado é de 28%, o que significa que no espaço onde ergueram-se estas instalações, há ainda lugares para construção de novas instalações e melhoramento das atualmente existentes.

Gráfico 4.9: Potencial de desenvolvimento das instalações desportivas



Fonte: Produção Própria

4.3.2 Apresentação de resultados das entrevistas estruturadas

Segue-se em primeiro lugar a análise do perfil sociodemográfico dos entrevistados, depois o conteúdo das entrevistas referentes as instalações e infraestruturas turísticas, segue-se a análise sobre os megaeventos desportivos e por fim a do conteúdo das entrevistas referentes as estratégias de desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico (CM), tendo por base os megaeventos desportivos no geral e os X Jogos Africanos em particular.

4.3.2.1 Perfil sociodemográfico dos entrevistados

No concernente ao perfil sociodemográfico dos entrevistados verifica-se que nos dois grupos dos entrevistados em análise (Desporto & Turismo) as características apresentam algumas semelhanças, dado que 100% são funcionários do Estado, e residentes na CM. 60% ocupam cargos de direção e chefia.

No entanto, o grupo de entrevistados do Turismo é mais homogéneo. Não existe predominância de nenhum dos géneros, a média de idades situa-se em torno dos 49 anos e todos possuem o nível superior (mestrado). O grupo de entrevistados do Desporto tende a ser mais heterogéneo, com a média de idades a situar-se nos 56 anos, a predominância do género é para o masculino (67%) e o nível de escolaridade apresenta superioridade para o nível médio (67%) e superior (33%) (licenciatura).

As diferenças ao nível de escolaridade, idades e género, bem como os locais onde desenvolvem as suas atividades profissionais poderão ter influências na forma como os entrevistados emitiram as suas opiniões, expressando certezas, dúvidas, conhecimentos e desconhecimentos acerca dos eventos desportivos, instalações desportivas e turísticas e sobre as estratégias de desenvolvimento e posicionamento da CM enquanto destino turístico.

4.3.2.2 Opinião dos entrevistados (turismo) sobre instalações ou infraestruturas turísticas

Quando questionados sobre que infraestruturas turísticas foram usadas no âmbito dos eventos desportivos continentais e internacionais ocorridos na CM entre 1992-2014, 100% referiu-se as de **alojamento** *desde 1992 até hoje é grande e variada a oferta do parque hoteleiro que é oferecido ao mercado. As pessoas hospedam-se em hotéis, pensões, guest houses, residenciais e também em casas de amigos e familiares para o caso particular dos moçambicanos que vem de outras províncias* (Entrevistado 3), as de **restauração** como restaurantes, bares, pastelarias, as de **animação** como discotecas, museus, feiras e a **outras complementares** como lojas, bancos, casas de câmbio, cabeleireiros, mercados formais e informais (Entrevistados 5 e 6).

Quanto às características destas infraestruturas 100% dos entrevistados referiu que os alojamentos são quartos simples, duplos ou *suites*, com ar condicionado, guarda-fatos e casa de banho privativa (Entrevistado 5 e 6); a componente de restauração integra restaurantes que *são de tipologia diversa sendo alguns de comida típica; outros de cozinha internacional e outros ainda de fast food*” (Entrevistado 5). Em termos de animação referiram-se as discotecas onde *“ouvem-se música típica nacional, africana e internacional”* (Entrevistado 6).

Quando questionados sobre a existência na CM de infraestrutura turística para acolher eventos desportivos de dimensão continental e mundial, 100% respondeu afirmativamente. Segundo o Entrevistado 5 a CM possui *infraestrutura turística e até uma grande capacidade organizacional para receber eventos desportivos de dimensão continental e mundial*, caracterizadas pelo Entrevistado 6 como *modernas e de padrão internacional*.

4.3.2.3 Opinião dos entrevistados (desporto) sobre megaeventos desportivos

Quando questionados sobre as motivações de Moçambique ao candidatar-se para sediar megaeventos desportivos de nível continental ou mundial, os entrevistados apontam um conjunto de motivações: 100% refere as motivações técnicas-desportivas como afirma o Entrevistado 3 *a motivação desportiva inserida no contexto preparação de equipas e atletas (individualmente) para a obtenção de resultados que permitam a presença de Moçambique em competições do ciclo olímpico e dos campeonatos mundiais, continentais e regionais, das diversas modalidades*, mas também por motivos socioeconómicos associados ao desenvolvimento (100%), tal como refere o Entrevistado 1 a partir do Decreto nº 9/2014 que prescreve como um dos objetivos a organização de competições internacionais de caráter oficial *é participar na melhoria das condições económicas e sociais do país e possibilitar ao público a assistência à manifestação desportiva de elevada qualidade*.

67% referem-se as motivações de ordem político-internacionais relacionadas com *a imagem de Moçambique além fronteiras, o nome e a bandeira além fronteiras* (Entrevistado 1). O Entrevistado 3 acrescenta que *a organização desses megaeventos desportivos, quando devidamente preparados podem alavancar acordos desportivos e/ou de outra natureza, quer com parceiros desportivos, quer a nível de cooperação bilateral com outros países* (Entrevistado 3), mas também as motivações sobre as infraestruturas desportivas (67%) tal como afirma o Entrevistado 2: *Moçambique sabia que era uma oportunidade para crescer em termos de infraestruturas desportivas e não só*.

Sobre o facto da CM ser única província do país que tem vindo a sediar megaeventos desportivos de nível nacional, regional e continental, 100% dos entrevistados disseram que a CM é o espaço onde se encontram concentradas as

melhores infraestruturas desportivas e que todas as outras províncias não oferecem condições para sediar megaeventos desportivos. O Entrevistado 1 chegou mesmo a afirmar que *os requisitos logísticos (transportes, alojamento, restauração, comunicações, segurança, ...) bem como a qualidade das infraestruturas desportivas exigidas para o desenvolvimento da atividade desportiva, sobretudo de alta competição estão concentradas na CM. Embora se reconheça que muitas das nossas províncias possuem o fator natural para potenciar o turismo e o desporto, elas pecam pela falta da componente logística.* 67% dos entrevistados disseram ainda que os recursos humanos existente nas províncias são fracos em termos de conhecimentos técnicos para receber um evento internacional e outros 67% afirmam que realizar eventos desportivos fora da CM é bastante oneroso dada a escassez de todos os recursos inerentes a realização de um evento desportivo.

Relativamente aos recursos financeiros e os parceiros que apoiam os eventos desportivos da CM que já ocorreram, 100% dos nossos entrevistados referiram por um lado que o Estado *é o parceiro que injeta a maior parte dos recursos financeiros, na verdade é o maior financiador do desporto* (Entrevistado 2), e por outro lado que *há várias organizações que investem no desporto* (Entrevistado 1) como as privadas e as públicas-privadas, embora *a participação financeira das organizações ou das empresas privadas seja fraca, por que elas esperam resultados positivos e muitas vezes não se conseguem* (Entrevistado 2).

Em relação aos benefícios que os megaeventos desportivos ocorridos em Maputo trouxeram para as comunidades locais decorridos que foram quase 25 anos, os entrevistados referiram-se a vários, abrangendo sobretudo os jovens (33%), o trabalho voluntario (33%), casamentos (33%), desenvolvimento territorial (33%), a participação da mulher no desporto (33%), o emprego (67%), a melhoria da habitação (67%) e o legado desportivo (67%). Neste contexto, o Entrevistado 1 afirma que *as comunidades locais beneficiaram de um reassentamento em locais com habitação melhorada, com água canalizada e energia, com vias de acesso e com introdução de novas rotas de transportes semicolectivos, melhoria das suas rendas dado que muita da mão-de-obra que foi empregue na construção e reabilitação do património desportivo da CM veio do comunidade local, muitos deles até fixaram o emprego e acrescenta ainda que o desenvolvimento territorial verifica-se ao nível do crescimento que a zona regista, onde*

antes era mato e locais de crime, agora são bairros novos e estruturados, com habitação de melhor qualidade e algumas até consideradas de luxo.

O Entrevistado 2 comenta que *no passado eram apenas homens os beneficiários, os que participavam nos eventos desportivos, hoje porém vê-se a participação da mulher com maior intensidade. ... pessoas da comunidade foram integradas em equipas de preparação da alimentação para os participantes nos Jogos, limpezas dos recintos desportivos, de espaços comuns, dos apartamentos na vila olímpica.*

Questionados sobre o desenvolvimento urbano que a CM atualmente apresenta, 100% dos entrevistados afirmam que o desenvolvimento urbano que Maputo apresenta é em parte atribuído a realização de megaeventos desportivos e muito em particular os X JA Maputo 2011, com enfoque para crescimento de zonas periféricas da CM no caso o Zimpeto, no Distrito Urbano Ka Mubukuane. O Entrevistado 1 afirmou que *a cara dos Jogos Africanos é o Zimpeto, que provocou uma explosão urbana no Distrito Municipal Kamubukwane*, principalmente no que diz respeito as infraestruturas e aos equipamentos desportivos. Para o Entrevistado 2 para além dos eventos desportivos, houve outros *como as reuniões, conferencias, congressos a nível da região, e do continente africano que gradualmente foram obrigando a CM a apresentar um aspeto diferente em vários campos.*

4.3.2.4 Opinião dos entrevistados (turismo & desporto) sobre a estratégia de desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico (CM), tendo por base os megaeventos desportivos no geral e os X JA em particular

A preocupação de qualquer ser humano, quando se desloca do seu local habitual de residência, é o de encontrar um lugar seguro para o seu repouso. 40% dos entrevistados afirmara que as chegadas de turistas a Maputo cuja motivação é assistir eventos desportivos é bastante reduzida. Geralmente os que chegam a Maputo são as delegações desportivas constituídas por atletas, dirigentes desportivos, treinadores, etc.

Assim, sobre os locais de acomodação das pessoas que se deslocaram a Maputo com o propósito de assistir e participar nos eventos no período de 1992-2014, 100% afirmou que os atletas dos X JA ficaram alojados na Vila Olímpica, enquanto dirigentes desportivos e turistas alojam-se no parque hoteleiro existente na CM (hotéis, pensões, residenciais, *guest houses*, casas de familiares e amigos) e 20% acrescentou ainda que

as residências estudantis como da UEM, UP também serviram para alojar atletas (Entrevistado 2).

Dos entrevistados, 80% responderam afirmativamente a questão sobre os eventos desportivos continentais serem uma estratégia viável para o desenvolvimento e posicionamento da CM enquanto destino turístico, 20% acreditam que os eventos desportivos ainda não constituem uma estratégia muito embora a Cidade esteja a crescer, mas não a desenvolver-se e 60% afirma que o posicionamento não é visível. Questionados em que medida os eventos desportivos são estratégicos, estes apontaram vários, tal como se apresenta na tabela 4.8.

Tab. 4.8: Medidas estratégicas de desenvolvimento e posicionamento da CM

Medidas estratégicas de desenvolvimento e de posicionamento da CM enquanto destino turístico	%	Observação
Reabilitação e abertura de vias de acesso	40	Entrevistados 1 e 3
Melhorar a sinalização	20	Entrevistado 1
Segurança	40	Entrevistados 1 e 3
Saúde	20	Entrevistado 1
Elevar a imagem de Moçambique em geral e da CM em particular sobretudo pelo estilo de vida que a cidade oferece: Cidade limpa, funcional e hospitaleiro	40	Entrevistado 1 e 3
Reabilitação e modernização do património desportivo da CM	20	Entrevistado 1
A indústria hoteleira eleva a sua fasquia em termos de serviços, entretenimento e atividades de lazer	20	Entrevistado 1
Circulação de muitos atletas estrangeiros. Trânsito condicionado para permitir a deslocação tranquila dos atletas aos locais dos jogos e provas	60	Entrevistados 1, 2 e 5
Outras infraestruturas (água, saneamento, eletricidade, mercados, transporte, etc.).	40	Entrevistado 3 e 5

Fonte: Produção Própria

Relativamente a questão das estratégias que o governo definiu para desenvolver e posicionar a CM como destino turístico internacional, 80% acredita que há um conjunto de estratégias, 20% acha que a estratégia para impulsionar o turismo na CM não é pela via dos eventos desportivos, pois *os nossos equipamentos desportivos, isto é os nossos estádios, pavilhões, salões de jogos, locais para a prática do desporto não são atrativos, nem modernos, isto é a sua arquitetura não é nenhum chamariz de turistas. Muitos deles são muito antigos não têm visibilidade exterior nem interior, ainda que muitos deles tenham beneficiado de reabilitação por ocasião da realização dos X JA* (Entrevistado 6).

Os entrevistados apontam para a existência de outros produtos turísticos e um conjunto de estratégias para a CM que o Governo poderá ter definido para impulsionar a capital Maputo como destino turístico internacional, tal como se apresentam na tabela 4.9.

Não há incremento em termos de chegadas de turistas na CM por ocasião de megaeventos desportivos disseram 40% dos entrevistados quando questionados sobre o assunto. Porém, 60% afirmou que não sabia se tinha havido ou não incremento de chegadas de turistas, entanto verifica-se a presença de cidadãos estrangeiros nos nossos recintos desportivos quando se realizam jogos entre seleções ou entre clubes estrangeiros.

Tab.4.9: Estratégias impulssionadoras do turismo na CM

Designação das Estratégias	%
Estratégias Sociais através do <i>“fomento do desporto no país alargando a oferta da rede desportiva a todos os cidadãos”</i> (Entrevistado 1);	20
Estratégias Políticas visto que <i>“a questão da integração regional é importante e Maputo como capital deverá saber tirar benefícios”</i> (Entrevistado 5);	20
Estratégias de Investimento Desportivo dado haver <i>“necessidade de assegurar o financiamento das atividades desportivas a todos os níveis. O Governo criou o Fundo de Promoção Desportiva que tem como principal atividade promover a mobilização e fazer a gestão dos meios financeiros para o desenvolvimento do desporto no país”</i> (Entrevistado 1)	20
Estratégias de Entretenimento e Lazer <i>“Organizar viagens de familiarização com jornalistas internacionais para melhor conhecimento da CM, incluindo a gastronomia local e a animação noturna, visita aos bairros históricos e promoção do património cultural são aspetos fundamentais a ter em conta num posicionamento de um destino turístico”</i> (Entrevistado 5).	20
Recursos Turísticos , como por exemplo <i>“as relacionadas com produtos turísticos ligados ao património natural como são os casos das nossas praias, o património cultural virado para a componente artesanal, mas também a renovação e requalificação da cidade em si que está agora muito mais apetecida”</i> (Entrevistado 6).	40

Fonte: Produção Própria.

4.4 Análise global dos resultados

Depois da apresentação e discussão dos resultados é possível verificar o cumprimento dos objetivos geral e específicos definidos, responder a pergunta de partida e confirmar ou não as hipóteses delineadas no Capítulo 1.

O **objetivo geral** descrito no Capítulo I do presente estudo foi alcançado. Apesar de se reconhecer que há ainda carências a nível de instalações e dos equipamento desportivos e turísticos, o facto do país ter sediado os X JA Maputo 2011, um evento

desportivo de nível continental, significa que estrategicamente terá contribuído em parte para o desenvolvimento e para o posicionamento da CM enquanto destino turístico.

Os **objetivos específicos** também foram alcançados. Com base em descrição da análise das observações as instalações e aos equipamentos desportivos, das opiniões dos entrevistados relativamente as instalações turísticas, aos megaeventos desportivos e por fim sobre as estratégias de desenvolvimento e de posicionamento de um destino turístico (CM), tendo por base os megaeventos desportivos no geral e os X JA Maputo 2011 em particular, que se resumem no seguinte:

- A CM tem infraestrutura turística para acolher eventos desportivos de dimensão continental e mundial que se situam a nível dos meios de hospedagem, restauração, animação e complementares.
- As infraestruturas desportivas são arcaicas, mas em termos de composição física mostram-se ricas e heterogéneas.
- Quase todas infraestruturas desportivas localizam-se num único distrito municipal (KaMpfumo) e num bairro residencial (Central), sendo que o seu potencial de atratividade é fraco e inexistente.
- A maioria são equipamentos polivalentes de dimensão e capacidade média pequena, com um potencial de desenvolvimento inexistente.
- O equipamento mais usado nos eventos desportivos é o Pavilhão Coberto.
- CM concentra em quantidade e em qualidade as melhores infraestruturas desportivas do país;
- Candidata-se a organização de megaeventos desportivos por motivações: técnico-desportivas e socioeconómicas associadas ao desenvolvimento;
- As comunidades locais tiram maiores benefícios a nível do emprego, do legado desportivo e da melhoria da habitação;

- Recursos financeiros são provenientes do Estado e também de Organizações Públicas e Público-privadas;
- As grandes motivações que levam Moçambique a candidatar-se à organização de megaeventos desportivos registam-se com maior intensidade a nível das técnico-desportivas e das socioeconómicas associadas ao desenvolvimento, sendo que as de menor intensidade registam-se ao nível das motivações político-internacionais e de infraestruturas desportivas.
- Os megaeventos desportivos associados aos recursos turísticos (naturais e artificiais) são estratégicos para desenvolver e posicionar a CM como destino turístico, embora não incrementem o fluxo de turistas. Em contrapartida verifica-se a presença de atletas estrangeiros o que obriga a um trânsito condicionado.
- Os recursos turísticos naturais (praias) e artificiais (artesanato) são a grande aposta do Governo de Moçambique para potenciar e desenvolver a CM destino turístico internacional, porém estas deverão estar associadas a outras estratégias nomeadamente: as sociais, políticas, ao entretenimento e lazer e por fim ao investimento desportivo.

Por fim é ainda possível responder a **pergunta de partida** e **as hipóteses** (dirigidas aos entrevistados tanto os do desporto como os do turismo), através das seguintes conclusões:

- Globalmente, os entrevistados acreditam que os megaeventos desportivos e particularmente os X JA Maputo 2011 desenvolveram e posicionaram a CM como destino turístico uma vez que referenciaram com alguma ênfase as questões associadas as componentes da oferta turística como as infraestruturas (sistemas de abastecimento de água, eletricidade, saneamento, sinalização), aos equipamentos (alojamentos, entretenimento e diversão, parque desportivo) e as acessibilidades e transportes (novas rotas rodoviárias, estradas, trânsito), pese embora sobressaia o facto do posicionamento não ser ainda visível.

- Os entrevistados de ambos grupos concordaram que grande parte dos megaeventos desportivos realizam-se praticamente na CM por causa da sua forte componente logística; tem em quantidade e qualidade as melhores infraestruturas e os melhores recursos humanos do país.

- Os entrevistados reconhecem que não há incremento em termos de turistas nacionais e estrangeiros para assistência a megaeventos desportivos, muito embora se verifique a presença de cidadãos estrangeiros nos recintos desportivos quando se realizam competições desportivas. Pressupõe-se que estes cidadãos são residentes em Moçambique, logo não turistas.

Capítulo V – Considerações Finais

Neste capítulo final da dissertação com os resultados obtidos e respondidas as questões colocadas no início do presente estudo, pretende-se apresentar as conclusões referentes á problemática formulada relacionando de forma breve e relevante com o enquadramento teórico e a análise dos pressupostos retirados do estudo de caso. É possível apresentar as limitações inerentes ao mesmo e indicar algumas linhas para investigações futuras.

5.1 Conclusão

Com o presente estudo, é possível compreender que megaeventos desportivos são acontecimentos que assumem um papel estratégico no desenvolvimento e na regeneração urbana, mas também a nível político, social, económico e desportivo.

Através dos vários estudos, conclui-se que geralmente este tipo de eventos aumenta os fluxos turísticos durante e após o evento. Contrariamente a esta teoria, na CM isto não se verificou, dado que não houve incremento em termos de chegadas de turistas por motivação no evento desportivo: X JA Maputo 2011.

Uma estratégia para atrair turistas para um destino turístico não se consegue desenvolver em tempos curtos. É necessário tempos mais longos para incrementar progressivamente o número de turistas. Houve um desaproveitamento desta oportunidade, principalmente o de tornar a CM mais conhecida e num ótimo destino turístico.

As instalações e os equipamentos desportivos de que se dispõe são aspetos fundamentais para atrair turistas. Presentemente a CM não tem instalações desportivas atraentes, nem em termos arquitetónicos, nem para albergar um elevado número de espetadores. Dispõe de instalações polivalentes com capacidade de média-pequena sendo que muitos dos seus equipamentos não conferem segurança, conforto, entre outros elementos que desencadeiam um papel estratégico na atração de turistas. *Se as pessoas se deslocam de automóvel para o recinto e na manhã seguinte denunciam à polícia o desaparecimento do autorádio, dificilmente irão voltar (Sá & Sá, s/d, p.105), mas por outro lado, assistir um jogo num recinto desportivo com assentos cómodos,*

bar, ecrã gigante, etc... fará com que as pessoas se sintam bem e tenham vontade de voltar (Sá & Sá, s/d, p. 105).

Os megaeventos desportivos desenvolveram e posicionaram a CM como destino turístico, no entanto há que reconhecer que ainda há muito para se realizar em diversos campos.

5.2 Limitações da investigação

O presente estudo, à semelhança de outros da mesma natureza, não está isento de limitações pese embora, no essencial, tenham sido cumpridos os seus objetivos.

Uma das fortes limitações encontradas no desenvolvimento do presente estudo diz respeito às limitações em Moçambique no acesso a bibliografia sobre o turismo, os eventos e os eventos desportivos. A situação agrava-se ainda mais quando se procura aprofundar temáticas como gestão estratégica de destinos turísticos incluindo o seu desenvolvimento e posicionamento. Esta realidade traduz-se em diversas lacunas e/ou aspetos menos desenvolvidos face aos objetivos inicialmente traçados.

Outra limitação é referente às personalidades inicialmente aprovadas para as entrevistas. O facto de não ter sido possível entrevistar algumas destas personalidades, por se terem mostrado frequentemente indisponíveis e em alguns casos até incomunicáveis e inacessíveis ao longo da presente investigação, nomeadamente as envolvidas nos X JA (Membros do COJA), forçou a substituição dos mesmos por outros atores no processo. Assim, recorreu-se a outras personalidades das áreas do desporto e do turismo, o que certamente influenciou a qualidade das informações e do estudo, fazendo com que este se tornasse menos abrangente e expressivo.

Pese embora o constrangimento ocorrido, as ODNP e as entrevistas padronizadas possíveis e realizadas aos técnicos e dirigentes do turismo e do desporto em Moçambique, contribuíram de forma significativa para chegar a conclusões valiosas e relevantes, embora em alguns casos os entrevistados selecionados tivessem demonstrado limitações no acesso a informação relevante. Este facto impediu que as respostas fossem mais desenvolvidas e elaboradas, limitando certamente a obtenção de uma maior riqueza nas conclusões.

Uma outra limitação esta relacionada a estrutura normativa definida para estudos da presente natureza. O número páginas estipulado para o seu desenvolvimento forçou a uma rigorosa seleção dos pontos a discutir tendo para o efeito obrigado a abortar conteúdos relevantes para a pesquisa, elaborando deste modo a sua análise de modo breve e menos aprofundado.

5.3 Futuras linhas de investigação

Apesar de existência de limitações, o presente estudo pode contribuir para futuras linhas de investigação e no caso específico de Moçambique o campo é fértil. Neste âmbito seria pertinente que a investigação em futuros trabalhos permitisse por exemplo a nível do marketing estudar as estratégias de comunicação aplicadas aos eventos desportivos em Moçambique tendo como estudo de caso os X JA Maputo 2011.

O turismo de eventos desportivos é um segmento do mercado que tem sido cada vez mais estudado nas academias e que procura construir um referencial teórico. Seria interessante explorar as especificidades do segmento do turismo desportivo a partir do qualificativo desportivo, apresentando e discutindo aspetos como conceitos, origens e fontes de crescimento, importância, principais características e divisão do mercado do turismo de eventos desportivos.

Muitas das instalações desportivas da Cidade de Maputo enfrentam dificuldades para produzir rendimentos que lhes permitam fazer a manutenção periódica das suas infraestruturas desportivas. Discutir as estratégias que poderão ser exploradas e implementadas em Moçambique que visem produzir uma renda satisfatória para a manutenção das instalações desportivas pode ser um contributo valioso para os gestores desportivos. Para além de conservar, pode ainda servir para valorizar o património desportivo atraindo o turismo para o destino.

Dada a pouca investigação sobre os eventos em Moçambique, desenvolver um estudo que consistisse no levantamento de todos os eventos que já se realizaram no país e enquadrá-lo por tipologias, por épocas; áreas de interesse; objetivos, características estruturais, localização, frequência, etc. fazendo uma complementaridade com o turismo, seria benéfico para apoiar estudantes dos cursos de turismo que pudessem então ter uma dimensão global dos eventos em Moçambique.

Bibliografia

Allen, J.; O'Toole, W.; McDonnell, I. & Harris, R. (2008). *Organização e gestão de eventos*. Rio de Janeiro, Brasil: Elsevier.

Alvares, D. & Lourenço, J. (2010). *O modelo de análise do processo turístico: uma aplicação aos destinos turísticos de Ouro Preto e de Salvador – Brasil*. Pluris. Retirado de: <http://pluris2010.civil.uminho.pt/Atas/PDF/Paper572.pdf>.

Amaral, M. (2005). *Turismo internacional e posicionamento do turismo português: Turismo internacional por grandes regiões (classificação da OMT)*. Retirado de: <http://www.estig.ipbeja.pt/~mica/Sebenta%20Turismo%20Internacional%20Analise%20por%20Regioes>

Azevedo, A.; Magalhães, D. & Pereira, J. (2010). *City marketing – My place in XXI: Gestão estratégica e Marketing de Cidade*. Porto, Portugal: Vida Económica.

Banco Espírito Santo (2013). *Research sectorial: Moçambique junho de 2013*. Retirado de: <http://www.bes.pt/sitebes/cms.aspx?plg=a8dbbb67-5300-4ad1-b71f-147a22dec501>

Barreto, M. (2003). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. (13ª ed. rev & atual.) Campinas, São Paulo, Brasil: Papirus.

Barretto, M. (2008). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. (17ª ed). Campinas, São Paulo, Brasil: Papirus.

Beni, M. (2004). *Globalização do turismo: Megatendências do setor e a realidade brasileira*. (2ª ed., ampl e atual.). São Paulo, Brasil: Aleph.

Besen, F. & Neto, L. (2005). *Turismo de eventos desportivos - avaliação para a contribuição da economia da cadeia produtiva turística: um estudo de caso do Ironman Brasil 2005*. São Paulo, Brasil: XII Simpep-Bauru. Retirado de: http://wwwsimpep.feb.unesp.br/anais/anais_12/copiar.php?arquivo=BESEN_F_TURISMO%20DE%20EVENTOS%20ESPORTIVOS.pdf

Bigné, J.; Font, X. & Andreu, L. (2000). *Marketing de destinos turísticos: Análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid, Espanha: Editorial.

Boaventura, E. (2007). *Metodologia da pesquisa: monografia, dissertação, tese*. São Paulo, Brasil: Atlas.

Boletim da República (2009). *Decreto nº 32/2009 de 1 de julho*. I Série, nº 26, Quarta-feira, 1 de julho de 2009. Moçambique. Imprensa Nacional de Moçambique, E.P.

Boletim da República (2014). *Regulamento sobre a candidatura das federações desportivas à organização de competições desportivas internacionais*. I Série, nº 22, Sexta-feira, 14 de março de 2014. Moçambique. Imprensa Nacional de Moçambique, E.P.

Brito, T. (2009). *Multimodalidade turística*. Curitiba, Brasil: IESDE.

Britto, J. & Fontes, N. (2002). *Estratégias para eventos: Uma ótica do marketing e do turismo*. São Paulo, Brasil: Aleph.

Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. Tourism Management, v. 21.

Butler, R. (2006). The concept of a tourist area cycle of evolution: implications for management of resources. In Butler, R. (Ed.), *The tourism area life cycle, vol. 1: Applications and Modifications*, pp. 3-12. Clevedon, Buffalo, Toronto: Channel View Publications.

Caldeira, R. (2014). *X Jogos Africanos, Maputo 2011: 16 dias mágicos*. Maputo, Moçambique: O Matolense.

Campos, L.; Wyse, N. & Silva Araújo, M. (2000). *Eventos: Oportunidade de novos negócios*. Rio de Janeiro, Brasil: SENAC Nacional.

Campos, M. (2006). Análise da demanda turística do Brasil: um enfoque comparativo com África do Sul, Arábia Saudita, Austrália, Egito e Turquia. *Diálogos & Ciências. Revista Eletrônica da Faculdade de Tecnologia e Ciências. Ano IV (7)*, junho, pp. 1-13. Retirado de: http://www.ftc.br/revistafsa/upload/12-07-2006_14-18-09_demanda_tur.pdf

Carneiro, J. & Fontes, N. (1997). Turismo e Eventos: Instrumento de Promoção e Estratégia de Marketing. *Revista Turismo em Análise*, 8(1), pp. 65-74. Retirado de: <http://www.turismoemanalise.org.br/turismoemanalise/article/wiew/645>

Carvalho, P. & Lourenço, R. (2009). Turismo de prática desportiva: um segmento do mercado do turismo desportivo. *Revista Portuguesa de Ciências do Desporto*, 9(2), pp. 122-132. Retirado de http://www.cd.ubi.pt/artigos/Guedes,P_apogesd2008.pdf.

Cesca, C. (2008). *Organização de eventos: manual para planeamento e execução*. (9ª ed. rev. e atual.). São Paulo, Brasil: Summus.

Chalkley, B. & Essex, S. (1999). Urban development through hosting international events: a history of the Olympic Games. *Planning Perspectives*, 14(4), 369-394. Retirado de: <http://dx.doi.org/10.1080/026654399364184>

Comité Olímpico de Portugal. (2004). *A grande história dos Jogos Olímpicos: 1896 – Atenas - 2004*. Lisboa, Portugal: Quidnavi.

Confederação Nacional do Comércio. (2005). *Breve história do turismo e da hotelaria*. Rio de Janeiro, Brasil: Senac Nacional. Retirado de: <https://docente.ifrn.edu.br/anelasque/disciplinas/breve-historico-do-turismo-e-da-hotelaria-cnc>

Conselho Municipal da Cidade de Maputo. (2009). *Maputo: Cidade das Acácias*. Maputo, Moçambique: Alcance Editores.

Conselho Municipal de Maputo. (2011). *Perfil estatístico do município de Maputo 2004-2007*. Retirado de: http://www.aucplp.net/uploads/5/6/3/9/5639534/perfil_estatistico_do_municipio_de_maputo.pdf

Cooper, C. & Hall, C. (2008). *Contemporary tourism: an international approach*. Oxford, Inglaterra: Elsevier. Butterworth-Heinemann.

Cosenza, C. & Barros, C. (2007). Usando lógica fuzzy em megaeventos de esporte: um sistema de avaliação de impactos. In: Kamel, J. (Org.). *II congresso de engenharia do entretenimento: rio o ano todo*, pp 93-122, Rio de Janeiro, Brasil: E-papers.

Costa, G. (2013). Sediare megaeventos esportivos vale à pena? *O Social em questão*, XVI(29), 159-178. Retirado de: <http://osocialemquestao.ser.puc-rio.br/media/7artigo29.pdf>

Cunha, L. & Abrantes, A. (2013). *Introdução ao Turismo*. (5ª ed., atual e ampl). Lisboa, Portugal: Lidel - Edições Técnicas.

Cunha, L. (2007). *Introdução ao Turismo*. (3ª ed.). Lisboa, Portugal, São Paulo, Brasil: Editorial Verbo.

De Araújo, M. (1999). Cidade de Maputo: Espaços Contrastantes: Do urbano ao rural. *Finesterra*, 34(67-68), 175-190. Retirado de: http://www.ceg.ul.pt/finisterra/numeros/1999-6768/6768_16.pdf

De Oliveira, E. & Ferreira, P. (2014). *Métodos de pesquisa: Da investigação à descoberta científica*. Porto, Portugal: Vida Económica Editoria SA.

De Oliveira, F. (2012). Circuitos turísticos de Minas Gerais: espaços de diálogo, educação e cidadania. In De Santana, N. (Org.). *Turismo entre diálogos: interpretações sobre gestão, política, cultura e sociedade* (pp.49-64) Rio de Janeiro, Brasil: E-papers.

Dias, R. & Cassar, M. (2005). *Fundamentos do marketing turístico*. São Paulo, Brasil: Pearson Prentice Hall.

Do Nascimento, R. (2012). Reflexões sobre planeamento turístico regional no Sístur. In

Beni, M. (Org.), *Turismo: Planeamento estratégico e capacidade de gestão*. (pp. 45-68). São Paulo, Brasil: Manole.

Figueira, V. & Dias, R. (2011). *A responsabilidade social no turismo*. Lisboa, Portugal: Escolar Editora.

Fortes, W. & Silva, M. (2011). *Eventos: Estratégias de planeamento e execução*. São Paulo, Brasil: Summus Editorial.

García, C. & Sinclair, P. (2012). *Marketing Turístico*. Madrid, Espanha: Paraninfo.

Gerhardt, T., Ramos, I., Riquinho, D. & Santos, D. (2009). Estrutura do projeto de pesquisa. In: Gerhardt, T. & Silveira, D. (Org.), *Métodos de Pesquisa* (pp. 65-88). Porto Alegre, Brasil: Editora da UFRGS.

Giacaglia, M. (2006). *Organização de Eventos: Teorias e Práticas*. São Paulo, Brasil: Thomson Learning.

Gustavo, N. (2012). Modelos e processos de gestão em negócios turísticos: Tendências num contexto de mudanças. *Turismo e desenvolvimento*, 17-18, pp. 671-685. Retirado de: http://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/2538/1/2012.01.002_.pdf

Hall, C. (2008). *Tourism planning: policies, processes and relationships*. (2ªed.). Eglan: Pearson.

Ignarra, L. (2007). *Dinâmica de eventos turísticos e seus impactos na hotelaria paulistana* (Tese de Doutorado). Universidade de São Paulo, São Paulo, Brasil.

Instituto Nacional de Estatística - Gabinete Central de Recenseamento (2007). *Recenseamento geral da população e habitação 2007: Indicadores sócio-demográficos, Maputo Cidade*. Retirado de: <http://www.ine.gov.mz/operacoes-estatisticas/censos/censo-2007/rgph2007/indicadores-socio-demograficos-maputo-cidade2007.pdf/view>

Instituto Nacional de Estatística (2011). *Estatísticas do distrito da Cidade de Maputo - 2011*. Maputo, Moçambique: INE. Retirado de: <http://www.ine.gov.mz/estatisticas/estatisticas-territorias-distritais/maputo-cidade/2011/estatisticas-do-distrito-cidade-de-maputo2011.pdf/view>

Instituto Nacional de Estatística (2012). *Anuário Estatístico 2011 – Moçambique*. Maputo, Moçambique: INE. Retirado de: <http://www.ine.gov.mz/estatisticas/publicacoes/anuario/nacionais/anuario-estatistico-statistical-yearbook2011/view>

Instituto Nacional de Estatística (2012). *O perfil de desenvolvimento humano no interior de Moçambique, 1997-2011*. Maputo, Moçambique: INE.

Instituto Nacional de Estatística (2014). *Anuário Estatístico 2013 – Moçambique*. Maputo, Moçambique: INE. Retirado de: http://www.ine.gov.mz/estatisticas/publicacoes/anuario/nacionais/anuario_2013.pdf/view

Instituto Nacional de Estatística (2014). *Anuário Estatístico, Cidade de Maputo 2008 - 2012*. Maputo, Moçambique: INE. Retirado de: http://www.ine.gov.mz/estatisticas/publicacoes/anuario/cidade-de-maputo/anuario-2012_cidade-de-maputo.pdf/view Consultado a: 19/março/2016.

Ishiy, M. (1998). Turismo e megaeventos desportivos. *Turismo em Análise*. São Paulo, 9(2), 47-61. Retirado de: <http://www.revistas.usp.br/rta/article/view/63442>

Jornal Desportivo de Moçambique. (2010, setembro 17). *Cojito é a mascote do Jogos Africanos* [Blog post]. Retirado de: <http://desportodemocambique.blogspot.com/2010/09/cojito-e-mascote-dos-jogos-africanos.html>

Junior, A. (2014). *El legado de los megaeventos deportivos: El caso de la copa del mundo 2014*. VI Congreso, Universidad y Cooperación al Desarrollo. 1-8. Retirado de: http://www.sextocongresocud.es/wpcontent/uploads/2013/03/vicongresocud2013_submision_49.pdf

Kahlmeyer-Mertens, R., Fumanga, M., Toffano, C. & Siqueira, F. (2007). *Como elaborar um projeto de pesquisa: linguagem e método*. Rio de Janeiro, Brasil: Editora FGV.

Kapferer, J. (2008). *New strategic brand management: creating and sustaining brand equity long term*. (4ª ed.). London & Philadelphia: Kogan Page.

Kastenholtz, E. (2006). *O marketing de destinos turísticos – o seu significado potencial, ilustrado para um destino rural*. Revista Turismo e Desenvolvimento, nº 6 pp 31-34. Retirado de: <http://www.ua.pt/ReadObject.aspx?obj=30116>

Koh, K. & Jackson, A. (2007). Special Events Marketing. *Journal of Convention & Event Tourism*, 8(2), 19-44. Retirado de http://dx.doi.org/10.1300/J452v08n02_02

Kotler, P. & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. (6ª ed). São Paulo, Brasil: Pearson.

Kotler, P. & Keller, K. (2013). *Marketing essencial: Conceitos, estratégias e casos*. (5ª ed.). São Paulo, Brasil: Pearson.

Kotler, P. (2001). *Marketing para o século XXI*. (2ª ed.). Lisboa, Portugal: Editorial Presença.

Kotler, P. (2009). *Administração de marketing: Análise, planejamento, implementação e controle*. (5ª ed.). São Paulo, Brasil: Atlas S.A.

Kotler, P., Miranda, J., Zamora, J., Bowen, J. & Makens, J. (2011). *Marketing Turístico*. (5ª ed.). Madrid, Espanha: Pearson.

Kotler, P., Wong, V., Saunders, J., Armstrong, G. (2005). *Principles of marketing*. (4ª ed): Pearson Education.

Kotler, P.; Gertner, D. Rein, I.; & Haider, D. (2007). *Marketing internacional de lugares y destinos: Estratégias para la atracción de clientes y negócios em Latino américa*. México: Pearson.

Kuzaqui, E. & Kanaane, R. (2004). *Marketing e desenvolvimento de competências*. São Paulo, Brasil: AMPUB/Nobel.

- Lew, A; Hall, C. & Timothy, D. (2008). *World geography of travel and tourism: A regional approach*. Elsevier. Butterworth-Heinemann.
- Lindon, D., Lendrevie, J., Rodrigues, J. & Dionísio, P. (2004). *Mercator XXI: Teoria e prática do marketing*. (10ª ed.). Lisboa, Portugal: Dom Quixote.
- Lobianco, M. & Ramos, A. (2004). Gestão da Informação: Uso da internet no setor de hotelaria de Recife-PE. *RAE- Eletrônica*, 3(2), 1-19. Retirado de: www.scielo.br/pdf/raeel/v3n2/v3n2a09 Acesso a 17/março/2016
- Mabunda, L. (2012, julho 30). O que se ganhou com Jogos Africanos? *O País: A Verdade como notícia*. Retirado de: <http://opais.sapo.mz/index.php/desporto/74-desporto/21361-o-que-se-ganhou-com-jogos-africanos.html>
- Madeira, N. (2010). *Marketing e comercialização de produtos e destinos*. Porto, Portugal: Sociedade Portuguesa de Inovação.
- Madia de Sousa, E. (2007). *O grande livro do Marketing*. São Paulo, Brasil: Mbook do Brasil Ltda.
- Magalhães, G. (2005). *Introdução à metodologia científica: caminhos da ciência e tecnologia*. São Paulo, Brasil: Ática.
- Mallen, C. & Adams, L. (2015). *Gestão de eventos esportivos, recreativos e turísticos: Dimensões teóricas e práticas*. São Paulo, Brasil: Malone.
- Marconi, M. & Lakatos, E. (2009). *Metodologia científica*. (5ª ed., rev. & ampl.). São Paulo, Brasil: Atlas.
- Marques, P. (2005). *A importância dos grandes eventos na promoção da imagem e consolidação de destinos turístico: o Euro 2004 em Portugal*. (Dissertação de Mestrado, Universidade de Aveiro, Aveiro, Portugal). Retirado de: <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/4301/1/951.pdf>.
- Martins, G. (2007). *Manual para elaboração de monografias e dissertações*. (3ª ed.). São Paulo, Brasil: Atlas.
- Masterman, G. (2004). *Strategic sports event management: An international approach*. Elsevier Butterworth-Heinemann.
- Matelka, C. (1990). *The dictionary of hospitality, travel and tourism*. (3ª ed.). Delmar Publishers.
- Matias, M. (2004). *Organização de eventos: Procedimentos e técnicas*. (3ª ed). São Paulo, Brasil: Monole.
- Matias, M. (2013). *Organização de eventos: Procedimentos e técnicas* (6ª ed., rev. & amp). São Paulo, Brasil: Manole.

Medlik, S. (2003). *Dictionary of travel, tourism and hospitality*. London & New York: Routledge.

Ministério da Administração Estatal/Direção Nacional de Desenvolvimento Autárquico. (2002). *Folha Informativa dos Municípios II*. Maputo, Moçambique: MAE/DNDA.

Ministério da Juventude e Desportos. (2005). *Estratégia de Revitalização do Desporto*. Maputo. Moçambique. Retirado de http://www.portaldogoverno.gov.mz/docs_gov/estrategia/juvenDesport/Estrateg_Revitalizacao_Desporto.pdf

Ministério do Turismo - Brasil. (2010). *Segmentação do turismo e o mercado*. Brasília, Brasil.

Ministério do Turismo - Brasil. (2010). *Turismo de negócios e eventos: orientações básicas*. (2ª ed.). Brasília, Brasil.

Ministério do Turismo - Brasil. (s/d). *Marketing de destinos turísticos*. Brasil.

Ministério do Turismo - Moçambique. (2004). *Plano estratégico para o desenvolvimento do turismo em Moçambique (2004-2013)*. Maputo, Moçambique.

Molina, S. (2003). *O pós-turismo*. (2ª ed). São Paulo, Brasil: Aleph.

Nakayama, J. *O direito internacional como vetor do turismo sustentado*. pp 1-14 Retirado de: http://www.estig.ipbeja.pt/~ac_direito/Juliana.pdf.

Negra, C. & Negra, E. (2004). *Manual de trabalhos monográficos de graduação, especialização, mestrado e doutoramento*. (2ª ed). São Paulo, Brasil: Atlas.

Observatório do Turismo da Cidade de Maputo. (2011). (2), novembro. Maputo. Retirado de: http://www.hitt-initiative.org/wp/wp-content/uploads/2011/12/observatorio_novembro_2011.pdf

Observatório dos Países de Língua Oficial Portuguesa. (2011). *Jogos Africanos Maputo 2011*. 29/agosto/2011. Retirado de: <http://www.oplop.uff.br/boletim/300/jogos-africanos-maputo2011>

Oliveira-Brochedo, A., Caetano, J., Cobra, J., Fonseca, J., Portugal, M., Varela, M., Brandão, N., Fontan, O., Cruz, R. & Miranda, S. (2013). *Marketing e comunicação desafios da globalização: marketing, comunicação, ética, socialização e responsabilidade social dos media*. Lisboa, Portugal: Escolar Editora.

Organização Mundial do Turismo (2003). *Turismo internacional: Uma perspectiva global*. (2 ed.), Gee, C. & Fayos-Solá, E. (Org.). Porto Alegre, Brasil: Bookman.

Organização Mundial do Turismo (2010). *Panorama OMT del turismo internacional: edición 2010*. Retirado de: <http://pt.scribd.com/doc/47891407/Panorama-OMT-del-turismo-internacional-Edicion2010#>.

Organização Mundial do Turismo (2011). *Introdução ao Turismo*. São Paulo, Brasil: Roca.

Organização Mundial do Turismo (2012). *Panorama OMT del Turismo Internacional: Edición 2011*. Retirado de http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights11sphr_1.pdf

Organização Mundial do Turismo (2012). *Panorama OMT del Turismo Internacional: Edición 2010*. Retirado de <http://mkt.unwto.org/sites/all/files/docpdf/unwtohighlights10splr.pdf>

Organização Mundial do Turismo (2014). *Panorama OMT del turismo internacional: edición 2014*. Retirado de: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp_hr.pdf.

Organização Mundial do Turismo (2014). *Panorama OMT del Turismo Internacional: Edición 2014*. Retirado de: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp_hr.pdf.

Organização Mundial do Turismo (2015). *Las exportaciones generadas por el turismo internacional llegan a 1,5 billones de dólares de los EE.UU. en 2014*. [Comunicado de prensa]. Retirado de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-04-15/las-exportaciones-generadas-por-el-turismo-internacional-llegan15-billones>.

Organização Mundial do Turismo (2015). *Llegadas de turistas internacionales 2014:1.138 millones*. Retirado de: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/ita_2014_nominal_jan_2015_es.pdf.

Organização Mundial do Turismo (2015). *Los países del mundo que más gastan en turismo: Gastos por turismo internacional 2014*. Retirado de: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/top_spenders_es_15_april.pdf.

Organização Mundial do Turismo (2015). *Más de 1.100 millones de turistas viajaron al extranjero en 2014* [Comunicado de prensa]. Retirado de: <http://media.unwto.org/es/press-release/2015-01-27/mas-de1100-millones-de-turistas-viajaron-al-extranjero-en2014>.

Organização Mundial do Turismo (2015). *Panorama OMT del turismo internacional: edición 2015*. Retirado de: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416875>

Organização Mundial do Turismo (2015). *Panorama OMT del Turismo Internacional: Edición 2014*. Retirado de: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/unwto_highlights14_sp_hr.pdf

Organização Mundial do Turismo (2015). *Turismo Internacional 2014*. Retirado de: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/int_tourism_es_15_april.pdf.

Organização Mundial do Turismo. (2015). Retirado de: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/top_spenders_es_15_april.pdf

Pais, S. (2009). Planeamento, realização e avaliação de um evento desportivo para deficientes intelectuais. Dissertação de Mestrado, Universidade do Porto, Porto, Portugal). Retirado de: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/19896/2/1926.pdf>

Papatheodoru, A. (2006). Corporate rivalry and market power: competition issues in the tourism industry: an introduction. In: Papatheodorou, A. (Ed.), *Corporate rivalry and market power: competition issues in the tourism industry* (pp.1-19). Londres, Inglaterra: I.B. Tauris & Co. Ltd.

Pedro, F; Caetano, J., Christiani, K. & Rasquilha, L. (2012). *Gestão de Eventos*. Lisboa, Portugal: Escolar Editora.

Pereira, E.; Mascarenhas, M. & Pires, G. (2012). Estudos dos eventos desportivos: Da análise histórica dos impactos à perspetiva da alavancagem estratégica. *Materiales para la Historia del Deporte*. 10, 1-11, ISSN 1887-9586. Retirado de http://www.upo.es/revistas/index.php/materiales_historia_deporte/article/download/537/686

Pérez, D. & Sánchez, E. (2004). *Organización de eventos deportivos*. Barcelona, Espanha: INDE.

Petrocchi, M. (2009). *Turismo: Planejamento e gestão*. (2ª ed.). São Paulo, Brasil: Pearson Prentice Hall.

Pieri, V. & Netto, A. (2015). *O turismo internacional: fluxos, destinos e integração regional*. Boa Vista, Brasil: Editora UFRR.

Piris, E. & Dias, R. (2009). Aplicações do modelo do ciclo de vida a destinação ao caso de Monte Verde, Sul de Minas Gerais, Brasil. *Observatório de Inovação do Turismo – Revista Académica*. IV(2), pp. 1-12. ISSN 1980-6965. Retirado de: <http://bibliotecadigital.fgv.br/ojs/index.php/oit/article/view/5742>

Portal da Educação Física - Jogos Olímpicos (2012). *VIII Jogos Olímpicos da Era Moderna: Paris 1924*. Retirado de: <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/viii-jogos-olimpicos-da-era-moderna-paris1924/>

Portal da Educação Física - Jogos Olímpicos (2012). *X Jogos Olímpicos da Era Moderna: Los Angeles 1932*. Retirado de: <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/x-jogos-olimpicos-da-era-moderna-los-angeles1932/>

Portal da Educação Física – Jogos Olímpicos (2012). *XX Jogos Olímpicos da Era Moderna: Munique 1972*. Retirado de: <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/xx-jogos-olimpicos-da-era-moderna-munique1972/>

Portal da Educação Física - Jogos Olímpicos (2012). *XXVII Jogos Olímpicos da Era Moderna: Sydney 2000*. Retirado de <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/xxvii-jogos-olimpicos-da-era-moderna-sydney2000/>

Portal da Educação Física – Jogos Olímpicos. (2012). *XXVIII Jogos Olímpicos da Era Moderna: Atenas 2004*. Retirado de <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/xxviii-jogos-olimpicos-da-era-moderna-atenas2004/>

Portal de Educação Física. Jogos Olímpicos (2012). *II Jogos Olímpicos da Era Moderna: Paris 1900*. Retirado de: <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/ii-jogos-olimpicos-da-era-moderna-paris/>

Portal de Educação Física. Jogos Olímpicos (2012). *IV Jogos Olímpicos da Era Moderna: Londres 1908*. Reirado de: <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/iv-jogos-olimpicos-da-era-moderna-londres1908/>

Portal de Educação Física. Jogos Olímpicos (2012). *XIV Jogos Olímpicos da Era Moderna: Londres 1948*. Retirado de: <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/xiv-jogos-olimpicos-da-era-moderna-londres1948/>

Portal de Educação Física. Jogos Olímpicos (2012). *XXIII Jogos Olímpicos da Era Moderna: Los Angeles 1984*. Retirado de <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/xxiii-jogos-olimpicos-da-era-modernalos-angeles1984/>

Portal de Educação Física. Jogos Olímpicos (2012). *XXVI Jogos Olímpicos da Era Moderna: Atlanta 1996*. Retirado de: <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/xxvi-jogos-olimpicos-da-era-moderna-atlanta1996/>

Portal de Educação Física. Jogos Olímpicos (2014). *III Jogos Olímpicos da Era Moderna: Saint Louis 1904*. Retirado de: <http://www.educacaofisica.com.br/esportes/jogos-olimpicos2/iii-jogos-olimpicos-da-era-moderna-saint-louis1904/>.

Porto de Maputo. *A cidade de Maputo*. Retirado de: <http://www.portmaputo.com/pt-pt/a-cidade-de-maputo/>

Preuss, H. (2007). Aspectos sociais dos megaeventos esportivos. In Rubio, K. *Megaeventos desportivos, legado e responsabilidade social*, pp.13-35. São Paulo, Brasil: Casa do Psicólogo.

Prodanov, C. & De Freitas, E. (2013). *Metodologia de trabalho científico: Métodos e técnicas de pesquisa e do trabalho acadêmico*. (2ª ed.). Novo Hamburgo - Rio Grande do Sul, Brasil: Universidade FEEVALE.

Quivy, R. & Campenhoudt, L. (1995). *Manual de investigação em ciências sociais*. (4ª ed). Paris, França: Gradiva.

Rodrigues, E. (2014). Turismo no espaço rural e património: As casas de campo na Ilha da Madeira. (Tese de Doutoramento, Universidad d Salamanca, Salamanca, Espanha). Retirado de: <http://gredos.usal.es/xmlui/handle/10366/125964>

Ruschmann, D. (2004). *Turismo e planeamento sustentável: A proteção do meio ambiente*. (11ª ed). São Paulo, Brasil: Papirus.

Sá, D. & Sá, C. (2008). *Sports marketing: as novas regras do jogo*. Porto, Portugal: Edições IPAM.

Sakata, M. (2002). *Tendências metodológicas da pesquisa acadêmica em turismo*. São Paulo, Brasil: Biblioteca 24 horas.

Sameer-Creative e Designer (2010, janeiro 31). *X Jogos Africanos Maputo 2011 já tem logotipo* [Blog post]. Retirado de: <http://sameerdesigner.blogspot.com/2010/02/logotipo-x-jogos-africanos-maputo2011.html>

Sanchez, R. (2007). *Eventos: Cómo organizarlos con éxito*. Buenos Aires, Argentina: Nobuko.

Sansolo, D. & Cruz, R. (2011). Geografias do turismo no vasto continente africano. *Espaço e Tempo*. (29), pp. 171-186. Retirado de: <http://citrus.uspnet.usp.br/geousp/ojs2.2.4/index.php/geousp/article/view/392/220>

Santos, R., Chehadade, M.; & Rocha, G. (2010). A importância da compreensão do conceito de eventos à execução do planejamento, perante as etapas pré, durante e pós evento. *Revista Científica Eletrônica do Turismo*, VII(12), s/p. Retirado de http://faef.revista.inf.br/imagens_arquivos/arquivos_destaque/NvB7q3QfdezDVli_2013-5-23-11-59-58.pdf

Sarmiento, M. (2013). *Metodologia científica para a elaboração, escrita e apresentação de teses*. Lisboa, Portugal: Universidade Lusíada Editora.

Soares, L. (2007). Turismo e globalização: algumas perspectivas. *Revista Gerenciais*, 06(1), pp. 63-70. Retirado de: <http://www.revistaiberoamericana.org/ojs/index.php/ibero/article/view/1224>

Stucchi, S. (1997). Espaços e equipamentos de recreação e lazer. In: Bruhns, H. (Org.), *Introdução aos estudos do lazer*, pp. 105-120. São Paulo, Campinas, Brasil: Unicamp.

Tavares, A. (2007). Gestão da qualidade e da excelência nos eventos desportivos: o modelo MEDE como ferramenta de gestão de eventos desportivos. (Dissertação de Mestrado. Universidade do Porto. Porto, Portugal). Retirado de: https://sigarra.up.pt/flup/pt/pub_geral.show_file?pi_gdoc_id=281

Teixeira, F.; Silveira, C. & Medaglia, J. (2012). *Aplicação da teoria do ciclo de vida das destinações turísticas em Diamantina/MG*. 5º Congresso Latino-Americano de Investigação Turística. Retirado de: http://gtci.com.br/congressos/congresso/2012/pdf/eixo/Teixeira_Silveira_Medaglia.pdf.

- Teles, R. (2009). *Fundamentos geográficos do turismo*. Rio de Janeiro, Brasil: Elsevier.
- Tenan, I. (2004). *Eventos*. (2ªed.). São Paulo, Brasil: Aleph.
- Tocquer, G. & Zins, M. (1999). *Marketing do Turismo*. Lisboa, Portugal: Instituto Piaget.
- Tozoni-Reis, M. (2009). *Metodologia de pesquisa*. (2ª edição), Curitiba, Brasil: IESDE Brasil S.A.
- Trigo, L. (1998). *A sociedade pós-industrial e o profissional do turismo*. Campinas, São Paulo: Papirus.
- Valls, J. (2006). *Gestão integral de destinos turísticos sustentáveis*. Rio de Janeiro, Brasil: Editora FGV.
- Ventura, A.; Pazero, R.; Hoeflich, S.; Bennaton, A. & Llop, J. (2013). *Perfil dos dados básicos das cidades de Moçambique (Edição Preliminar): Projeto de melhora das capacidades institucionais em gestão do desenvolvimento e da consolidação de Autoridades Locais e redes de AL do Brasil e Moçambique, como atores de cooperação descentralizada* [Brochura]. II Encontro do Municípios com o Desenvolvimento Sustentável. Brasília, Brasil. Retirado de: <http://asfes.org/files/descargas/PUBdefinitiva.pdf>
- Ventura, S. (2010). Góis: Base para um plano estratégico de desenvolvimento do turismo. (Dissertação de Mestrado. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. Estoril, Portugal). Retirado de: <http://hdl.handle.net/10400.26/2407>
- Watt, D. (2004). *Gestão de eventos em lazer e turismo*. Porto Alegre, Brasil: Bookman.
- Wikipédia. (2015). *Jogos Olímpicos de verão de 2012*. Retirado de https://pt.wikipedia.org/wiki/Jogos_Ol%C3%ADmpicos_de_Ver%C3%A3o_de_2012
- X Jogos Africanos Maputo 2011. (2011). *Saiba onde estão a decorrer os jogos*. Retirado de: <http://jogosaffricanos.sapo.mz/locais/>

Anexos




Índice de Anexos

Anexo I:	Grelha de ODNP para as instalações e equipamentos desportivos utilizados nos X JA Maputo 2011.....	III
Anexo II:	Perspetivas e tendências do turismo internacional	VIII
	Tabela 2.1: Chegadas de turistas internacionais por regiões, no mundo.....	IX
	Tabela 2.2: Países que mais gastos efetuaram no turismo internacional entre 2013 e 2014.....	IX
	Tabela 2.3: Chegada de turistas e receitas pelo turismo internacional referente aos anos 2013 e 2014.....	IX
Anexo III:	O Turismo em África	X
	Tabela 2.4: Chegadas de turistas internacionais no continente africano.....	XI
	Tabela 2.5: Chegadas de turistas internacionais na África do Sul entre 2008-2013.....	XI
	Tabela 2.6: Chegadas de turistas e receitas internacionais do Turismo em África (2010-2014).....	XII
	Tabela 2.7: Chegadas de turistas internacionais em Moçambique (2007-2014).....	XI
Anexo IV	Classificação de eventos	XIII
	Tabela 3.1: Classificação de eventos.....	XIV
	Tabela 3.2: Classificação de eventos desportivos quanto ao grau de abrangência ou alcance.....	XV
Anexo V	Cronologia dos Jogos Olímpicos.....	XVI
	Tabela 3.3 Cronologia de países e cidades que sediaram Jogos Olímpicos no período 1896 – 2012.....	XVII
Anexo VI	Classificação e caracterização de equipamentos específicos e físico-desportivos.....	XVIII
	Tabela 3.4: Classificação e caracterização de equipamentos específicos e físico-desportivos.....	XIX
Anexo VII	A Cidade de Maputo em Números.....	XX
	Tabela 4.1: Estabelecimentos e alojamentos na CM (2011)...	XXI
	Tabela 4.2: Número de pessoas as serviço na CM (2011)...	XXI
	Tabela 4.3: Volume de negócio na CM (2011).....	XXI
	Tabela 4.4: Número de hóspedes na CM (2010-2011).....	XXI
Anexo VIII	Imagens Fotográficas do Complexo Desportivo do Zimpeto.....	XXII

	Figura 4.7: Vila Olímpica do CDZ.....	XXIII
	Figura 4.8: Piscina Olímpica do CDZ.....	XXIII
	Figura 4.9: Vista Exterior do ENZ.....	XXIV
	Figura 4.10: Vista Interior do ENZ.....	XXIV
	Figura 4.11: Público residente na CM.....	XXV
Anexo IX	Figura 4.4: Principais motivos de visita a CM.....	XXVI
	Figura 4.5: Locais de residência habitual do turista na CM...	XXVI
Anexo X	Cronologia dos Jogos Africanos: 1965-2015.....	XXVIII
	Tabela 4.5 Cronologia dos Jogos Africanos: 1965-2015.....	XXIX
Anexo XI	Instalações desportivas usadas nos X JA Maputo 2011.....	XXX
	Figura 4.6: Instalações desportivas usadas nos X JA Maputo 2011.....	XXXI
Anexo XII	Logotipo e Mascote dos X Jogos Africanos Maputo 2011.....	XXXII
	Figura 4.12: Logotipo dos X JA Maputo 2011.....	XXXIII
	Figura 4.13: Mascote dos X JA Maputo 2011.....	XXXIII
Anexo XIII	Ano de fundação das instalações desportivas.....	XXXIV
	Tabela 4.3: Ano de fundação das instalações desportivas.....	XXXV
Anexo XIV	Guião de Entrevistas Padronizadas.....	XXXVI
	Turismo.....	XXXVII
	Desporto.....	XXXIX
Anexo XV	Transcrição das Entrevistas Padronizadas – Turismo.....	XLII
	Entrevistado 5 – Mestre Martinho Muatxiwa.....	XLIII
	Entrevistada 6 – Mestre Maria dos Anjos.....	XLVIII
Anexo XVI	Transcrição das Entrevistas Padronizadas – Desporto.....	LIII
	Entrevistado 1 – Sr. José Pereira.....	LIV
	Entrevistada 2 – Sra. Alcinda Cuamba.....	LXIII
	Entrevistado 3 – Eng.º Altenor Pereira.....	LXIX
Anexo XVII	Ferramentas de análise final do conteúdo das entrevistas padronizadas: Turismo e Desporto.....	LXXIV

ANEXO - I

Grelha de Observação Direta Não Participante
das Instalações e dos Equipamentos Desportivos
Utilizados nos X Jogos Africanos Maputo 2011

Nome da instalação desportiva		Complexo Desportivo do Zimpeto			
Data da Observação	Dia: 30/10/2015	Dia de Semana: 6ª feira			
Hora da Observação	Início: 09:30	Fim: 12h:50m			
Ano de Fundação	2010				
Localização da instalação desportiva usada nos X JA	Distrito Municipal: Ka Mubukwane	Bairro: Zimpeto			
Composição física da instalação desportiva usada nos X JA	Estádio de Futebol com bancadas de cadeiras de fibra (Estádio Nacional do Zimpeto) Piscina Olímpica (10 pistas; 1500 lugares para espetadores) Piscina para aquecimento Campo de Futebol para treino e aquecimento Pista de Atletismo Vila Olímpica Espaço para imprensa Parque de estacionamento (300 autocarros)				
Equipamento desportivo usado nas competições desportivas dos X JA	Estádio de Futebol; piscina olímpica; piscina para aquecimento; campo de futebol para aquecimento; pista de atletismo; espaço para a imprensa; Vila Olímpica; parque de estacionamento, bancada com assento de plástico.				
Dimensões e capacidade física dos equipamentos desportivos usados nos X JA	Equipamento Polivalente				
	Pequena	Média-Pequena	Grande		
					
Potencial de atratividade da instalação desportiva	Inexistente	Fraco	Moderado	Forte	Muito Forte
					
Potencial de desenvolvimento da instalação desportiva	Inexistente	Moderado	Forte		
					

Nome da Instalação Desportiva		Clube Desportos da Maxaquene			
Data da Observação	Dia: 12/10/2015	Dia de Semana: 2ª feira			
Hora da Observação	Início: 09:30	Fim: 10:10			
Ano de Fundação	1920				
Localização da instalação desportiva usada nos X JA	Distrito KaMfpumo	Municipal:	Bairro: Central		
Composição física da instalação desportiva usada nos X JA	Campo de Futebol 11 Pavilhão Coberto Multiusos Espaço para imprensa Bancadas com assento de pedra				
Equipamento desportivo usado nas competições desportivas dos X JA	Pavilhão Coberto Multiusos				
Dimensões e capacidade física do equipamento desportivo usado nos X JA	Equipamento Polivalente				
	Pequena	Média-Pequena	Grande		
Potencial de atratividade da instalação desportiva	Inexistente	Fraco	Moderado	Forte	Muito Forte
Potencial de desenvolvimento da instalação desportiva	Inexistente	Moderado	Forte		

Nome da Instalação Desportiva		Clube Desportivo Estrela Vermelha			
Data da Observação	Dia: 12/10/2015	Dia de Semana: 2ª feira			
Hora da Observação	Início: 14:30	Fim: 15:20			
Ano de Fundação	1934				
Localização da instalação desportiva usada nos X JA	Distrito Municipal: KaMfpumo	Bairro: Malhangalene			
Composição física da instalação desportiva usada nos X JA	Campo de Futebol 11 Pavilhão Coberto Multiusos Espaço para imprensa Bancadas com assento de pedra				
Equipamento desportivo usado nas competições desportivas dos X JA	Pavilhão Coberto Multiusos				
Dimensões e capacidade física do equipamento desportivo usado nos X JA	Equipamento Polivalente				
	Pequena	Média-Pequena	Grande		
Potencial de atratividade da instalação desportiva	Inexistente	Fraco	Moderado	Forte	Muito Forte
Potencial de desenvolvimento da instalação desportiva	Inexistente	Moderado	Forte		

Nome da Instalação Desportiva		Liga Muçulmana de Maputo			
Data da Observação	Dia: 14/10/2015	Dia de Semana: 4ª feira			
Hora da Observação	Início: 09:30	Fim: 10:35			
Ano de Fundação	1990				
Localização da instalação desportiva usada nos X JA	Distrito Municipal: KaMfpumo		Bairro: Central		
Composição física da instalação desportiva usada nos X JA	Campo de Futebol 11 Pavilhão Coberto Multiusos Espaço para imprensa Bancadas com assento de pedra				
Equipamento desportivo usado nas competições desportivas dos X JA	Pavilhão Coberto Multiusos				
Dimensões e capacidade física do equipamento desportivo usado nos X JA	Equipamento Polivalente				
	Pequena	Média-Pequena		Grande	
Potencial de atratividade da instalação desportiva	Inexistente	Fraco	Moderado	Forte	Muito Forte
Potencial de desenvolvimento da instalação desportiva	Inexistente	Moderado	Forte		

Nome da Instalação Desportiva		Associação Académica de Moçambique			
Data da Observação	Dia: 14/10/2015	Dia de Semana: 4ª feira			
Hora da Observação	Início: 15:00	Fim: 15:45			
Ano de Fundação	1970				
Localização da instalação desportiva usada nos X JA	Distrito Municipal: KaMfpumo		Bairro: Polana-Caniço		
Composição física da instalação desportiva usada nos X JA	Campo de Futebol 11 Pavilhão Coberto Multiusos Espaço para imprensa Bancadas com assento de plástico Parque de estacionamento				
Equipamento desportivo usado nas competições desportivas dos X JA	Pavilhão Coberto Multiusos				
Dimensões e capacidade física do equipamento desportivo usado nos X JA	Equipamento Polivalente				
	Pequena	Média-Pequena		Grande	
Potencial de atratividade da instalação desportiva	Inexistente	Fraco	Moderado	Forte	Muito Forte
Potencial de desenvolvimento da instalação desportiva	Inexistente	Moderado	Forte		

Nome da Instalação Desportiva	Clube Desportivo de Maputo				
Data da Observação	Dia: 16/10/2015		Dia de Semana: 6ª feira		
Hora da Observação	Início: 09:30		Fim: 10:20		
Ano de Fundação	1921				
Localização da instalação desportiva usada nos X JA	Distrito Municipal: KaMfpumo			Bairro: Central	
Composição física da instalação desportiva usada nos X JA	Campo de Futebol 11 Pavilhão Parcialmente Coberto Multiusos Piscina Olímpica Espaço para imprensa Bancadas com assento de pedra Parque de estacionamento				
Equipamento desportivo usado nas competições desportivas dos X JA	Pavilhão Parcialmente Coberto Multiusos				
Dimensões e capacidade física do equipamento desportivo usado nos X JA	Equipamento Polivalente				
	Pequena	Média-Pequena		Grande	
	☺				
Potencial de atratividade da instalação desportiva	Inexistente	Fraco	Moderado	Forte	Muito Forte
		⊘			
Potencial de desenvolvimento da instalação desportiva	Inexistente	Moderado	Forte		
		⬢			

Nome da Instalação Desportiva	Clube Desportos da Costa do Sol				
Data da Observação	Dia: 16/10/2015		Dia de Semana: 6ª feira		
Hora da Observação	Início: 15:30		Fim: 16:40		
Ano de Fundação	1955				
Localização da instalação desportiva usada nos X JA	Distrito Municipal: KaMfpumo			Bairro: Costa do Sol	
Composição física da instalação desportiva usada nos X JA	Campo de Futebol 11 Arena Espaço para imprensa Bancadas com assento de pedra				
Equipamento desportivo usado nas competições desportivas dos X JA	Pavilhão Parcialmente Coberto Multiusos				
Dimensões e capacidade física do equipamento desportivo usado nos X JA	Equipamento Especializado				
	Pequena	Média-Pequena	Grande		
		☺			
Potencial de atratividade da instalação desportiva	Inexistente	Fraco	Moderado	Forte	Muito Forte
		⊘			
Potencial de desenvolvimento da instalação desportiva	Inexistente	Moderado	Forte		
		⬢			

Anexo – II

Perspetivas e tendencias do turismo internacional

Tabela 2.1: Chegadas de turistas internacionais por regiões, no mundo.

Tabela 2.2: Países que mais gastos efetuaram no turismo internacional entre 2013 e 2014.

Tabela 2.3: Chegada de turistas e receitas pelo turismo internacional referente aos anos 2013 e 2014.

Tabela 2.1: Chegadas de turistas internacionais por regiões, no mundo

	Llegadas de turistas internacionales (millones)							Cuota de mercado (%)	Variación (%)		Crecimiento medio anual (%)
	1990	1995	2000	2005	2010	2013	2014*		2014*	13/12	
Mundo	435	527	674	809	949	1.087	1.133	100	4,6	4,3	3,8
Origen:											
Europa	250,7	304,0	390,1	452,2	497,4	559,8	575,0	50,8	4,1	2,7	2,7
Asia y el Pacífico	58,7	86,3	114,1	152,9	206,0	253,5	267,9	23,7	7,0	5,7	6,4
Américas	99,3	108,2	130,8	136,7	156,3	176,4	189,2	16,7	3,1	7,2	3,7
Oriente Medio	8,2	8,6	12,8	21,0	33,3	35,2	37,0	3,3	11,1	5,2	6,5
África	9,8	11,5	14,9	19,3	28,1	32,1	33,2	2,9	2,3	3,4	6,2
Origen no especificado ¹	7,8	8,8	10,8	26,7	27,3	29,6	30,4	2,7			
Misma región	349,1	423,1	532,6	631,7	729,5	839,2	875,0	77,2	4,8	4,3	3,7
Otras regiones	77,6	95,4	130,0	150,4	191,7	217,7	227,4	20,1	4,5	4,4	4,7

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) © (Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, mayo de 2015)

Fonte: OMT, 2015, p.13

Tabela 2.2: Países que mais gastos efetuaram no turismo internacional entre 2013 e 2014

Rango	Gastos por turismo internacional (miles de millones \$EEUU)		Monedas locales variación (%)		Cuota de mercado (%)	Población (millones)	Gasto per cápita (\$EEUU)
	2013	2014*	13/12	14*/13			
1 China	128,6	164,9	23,8	27,1	13,2	1.368	121
2 Estados Unidos	104,1	110,8	3,8	6,4	8,9	319	347
3 Alemania	91,4	92,2	5,7	0,9	7,4	81	1.137
4 Reino Unido	52,7	57,6	3,5	3,8	4,6	65	893
5 Federación de Rusia	53,5	50,4	28,9	13,7	4,0	144	351
6 Francia	42,9	47,8	3,9	11,3	3,8	64	747
7 Canadá	35,2	33,8	3,2	3,3	2,7	35	951
8 Italia	27,0	28,8	-1,0	6,9	2,3	60	481
9 Australia	28,6	26,3	9,4	-1,7	2,1	24	1.114
10 Brasil	25,0	25,6	24,1	11,7	2,1	203	126

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) © (Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, mayo de 2015)

Fonte: OMT, 2015, p.13

Tabela 2.3: Chegada de turistas e receitas por turismo internacional referente aos anos 2013 e 2014.

Llegadas de turistas internacionales						Ingresos por turismo internacional						
Rango	Series ¹	Millones		Variación (%)		\$EEUU				Monedas locales		
		2013	2014*	13/12	14*/13	2013	2014*	13/12	14*/13	13/12	14*/13	
1 Francia	TF	83,6	83,7	2,0	0,1	172,9	177,2	7,0	2,5	7,0	2,5	
2 Estados Unidos	TF	70,0	74,8	5,0	6,8	62,6	65,2	7,6	4,2	4,1	4,2	
3 España	TF	60,7	65,0	5,6	7,1	51,7	56,9	3,3	10,2	1,4	9,2	
4 China	TF	55,7	55,6	-3,5	-0,1	56,7	55,4	5,6	-2,3	2,1	-2,3	
5 Italia	TF	47,7	48,6	2,9	1,8	51,8	50,8	18,1	-1,9	18,1	-1,9	
6 Turquía	TF	37,8	39,8	5,9	5,3	43,9	45,5	6,6	3,7	3,1	3,7	
7 Alemania	TCE	31,5	33,0	3,7	4,6	41,0	45,3	12,1	10,3	13,2	4,8	
8 Reino Unido	TF	31,1	32,6	6,1	5,0	41,3	43,3	8,2	5,0	4,7	4,9	
9 Federación de Rusia	TF	28,4	29,8	10,2	5,3	41,8	38,4	23,4	-8,0	22,1	-2,7	
10 México	TF	24,2	29,1	3,2	20,5	38,9	38,4	17,7	-1,4	17,7	-1,5	

Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT-UNWTO) © (Cifras procedentes de la OMT-UNWTO, mayo de 2015)

Fonte: OMT, 2015, p.6

Anexo III

O Turismo em África

Tabela 2.4: Chegadas de Turistas Internacionais no Continente Africano

Tabela 2.5: Chegadas de Turistas Internacionais na África do Sul entre 2008-2013

Tabela 2.6: Chegadas de Turistas e Receitas Internacionais do Turismo em África (2010-2014)

Tabela 2.7: Chegadas de Turistas Internacionais em Moçambique (2007-2014)

Tabela 2.4: Chegadas de turistas internacionais no continente africano

		África: Chegadas de Turistas Internacionais						
Ano		2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Chegadas Internacionais (1000)		44.341	45.813	49.938	49.646	52.948	55.799	55.683
		África: Receitas pelo turismo internacional						
Receitas Internacionais (milhões de dólares)		30.207	28.900	30.389	32.680	34.325	34.216	36.432

Fonte: Produção própria a partir de dados retirados da OMT, 2014, p.11 & 2010, p.9

Tabela 2.5: Chegadas de turistas internacionais na África do Sul entre 2008-2013

ANO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Chegadas Internacionais (1000)	9,091	9,592	7,012	8,074	8,339	9,188	9,537	9,549
Receitas pelo turismo internacional (milhões de dólares)	8,754	7,925	7,543	9,070	9,547	9,994	9,238	9,348

Fonte: Produção própria a partir da OMT, 2010; 2014 & 2015

Tabela 2.7: Chegadas de turistas internacionais em Moçambique (2007-2014)

ANO	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Chegadas Internacionais (1000)	771	1.815	2.386	1.718	1.902	2.113	1.886	S/ dados
Receitas do Turismo Internacional (milhões USD)	163	190	196	197	231	250	241	S/ dados

Fonte: Produção própria a partir da OMT, 2010 & 2015

Tab. 2.6: Chegadas de turistas e receitas pelo turismo internacional do turismo em África (2010-2014)

Destinos	Series	Llegadas de turistas internacionales							Ingresos por turismo internacional					
		(1000)				Variación (%)			Cota (%)					
		2010	2012	2013	2014*	12/11	13/12	14*/13	2014*	2010	2012	2013	2014*	2014*
África		49.522	51.909	54.370	55.683	4,8	4,7	2,4	100	30.986	34.753	35.493	36.432	100
África del Norte		18.757	18.534	19.639	19.819	8,7	6,0	0,9	35,6	9.661	9.918	10.168	10.568	29,0
Argelia	VF	2.070	2.634	2.733	..	10,0	3,7	219	217	350
Marruecos	TF	9.288	9.375	10.046	10.282	0,4	7,2	2,4	18,5	6.703	6.703	6.854	7.055	19,4
Sudán	TF	495	575	591	..	7,1	2,9	94	772	773	967	2,7
Túnez	TF	6.903	5.950	6.269	6.069	24,4	5,3	-3,2	10,9	2.645	2.227	2.191	2.342	6,4
África Subsahariana		30.765	33.375	34.731	35.863	2,8	4,1	3,3	64,4	21.325	24.835	25.324	25.863	71,0
Angola	TF	425	528	650	595	9,8	23,1	-8,4	1,1	719	706	1.234
Benín	TF	199	220	231	..	5,3	5,0	149	170	189
Botswana	TF	1.973	1.826	779	856	885	928	2,5
Burkina Faso	THS	274	237	218	..	-0,4	-8,0	72	84	153
Burundi	TF	142	2	1	2
Cabo Verde	THS	336	482	503	494	12,6	4,3	-1,8	0,9	278	414	462	418	1,1
Camerún	TF	569	812	912	..	35,3	12,3	159	349	576
Chad	THS	71	86	100	..	11,7	16,3
Comoras	TF	15	35	39
Congo	THS	194	257	297	..	17,9	15,6
Côte d'Ivoire	VF	252	289	380	471	7,0	31,5	23,9	0,8	201	172	181
Djibouti	TF	51	60	63	..	7,1	5,0	18	21	22
Eritrea	VF	84
Etiópia	TF	468	596	681	..	13,9	14,2	522	607	621	350	1,0
Gabón	TF
Gambia	TF	91	157	171	..	48,4	8,8	74	88
Ghana	TF	931	1.264	17,0	620	914	853
Guinea	TF	12	96	56	..	-26,7	-41,7	2	1
Guinea Ecuatorial	
Kenia	TF	1.470	1.619	1.433	..	-7,5	-11,5	800	935	881	798	2,2
Lesoto	TF	414	317	320	..	-20,3	0,9	25	46	39
Liberia		12
Madagascar	TF	196	256	196	222	13,7	-23,3	13,2	0,4	307	559	574
Malawi	TF	746	770	0,4	31	31	28	31	0,1
Mali	TF	169	134	142	..	-16,3	6,0	205	142	178
Mauricio	TF	935	965	993	1.039	0,1	2,9	4,6	1,9	1.282	1.477	1.321	1.447	4,0
Mauritania	TF	48	41
Mozambique	TF	1.718	2.113	1.886	..	11,1	-10,7	197	250	241
Namibia	TF	984	1.079	1.176	..	5,0	9,0	438	485	409	409	1,1
Niger	TF	74	94	123	..	14,1	30,9	105	50	58
Nigeria	TF	1.555	486	600	..	-32,0	23,5	576	559	543	543	1,5
Rep. Centroafricana	TF	54	71	8,3	11	11
Rep. Dem. Congo	TF	81	167	191	..	-10,2	14,4	11	7	1
Rep. Unida Tanzania	TF	754	1.043	1.063	..	23,7	1,9	1.255	1.667	1.880	1.950	5,4
Reunião	TF	421	447	416	406	-5,3	-6,8	-2,5	0,7	392	404	403	387	1,1
Rwanda	TF	504	815	864	..	18,5	6,0	202	282	294	305	0,8
Santo Tomé y Príncipe	TF	8	11	15	31	48	0,1
Senegal	TF	900	962	1.063	..	-0,6	10,5	453	407	439
Seychelles	TF	175	208	230	233	7,0	10,7	1,0	0,4	343	388	430	398	1,1
Sierra Leona	TF	39	60	81	44	13,9	36,0	-46,2	0,1	26	42	59	32	0,1
Somalia	
Sudáfrica	TF	8.074	9.188	9.537	9.549	10,2	3,8	0,1	17,1	9.070	9.994	9.238	9.348	25,7
Swazilandia	TF	868	888	968	..	1,0	9,0	50	30	13
Togo	THS	202	235	327	..	-21,7	39,1	66	111
Uganda	TF	946	1.197	1.206	..	3,9	0,8	784	1.135	1.180	1.355	3,7
Zambia	TF	815	859	915	..	-6,7	6,5	125	155	224
Zimbabue	VF	2.239	1.794	1.833	1.880	-26,0	2,1	2,6	3,4	634	749	856	827	2,3

Fonte: OMT (2015, p.11)

Anexo – IV

Classificação de eventos

Tabela 3.1: Classificação de eventos

Tabela 3.2: Classificação de eventos desportivos quanto ao grau de abrangencia ou alcance

Tabela 3.1: Classificação de eventos

Autores	Classificação			
Britto & Fontes (2002, p.57-62)	Categoria	Institucional Promocional ou Mercadológico		
	Área de Interesse	Artística; Científica; Cultural; Educativa; Cívica; Política; Governamental; Empresarial; Lazer; Social; Desportiva; Religiosa; Beneficiante; Turística;		
	Localização	Locais; Distritais; Municipais; Regionais; Estaduais; Nacionais e Internacionais.		
	Caraterísticas Estruturais	Porte	Pequeno; Médio; Grande.	
		Data	Fixa; Móvel; Esporádica.	
Perfil		Geral; Dirigido; Específico.		
Tipologias	Exposições; Encontros Técnicos e Científicos; Encontros de Conveniência; Cerimónias; Eventos Competitivos; Inaugurações; Lançamentos; Excursões; Desfiles; Leilões; Dias Específicos; Outros.			
Giacaglia, M. (2006, p.30-42)	Finalidade	Institucionais; Promocionais		
	Periodicidade	Esporádicos, Periódicos ou de Oportunidade.		
	Área de Abrangência	Locais; Regionais; Nacionais; Internacionais		
	Âmbito	Externos; Internos		
	Público-Alvo	Corporativo; Consumidor		
	Nível de Participação	Direta; Indireta.		
Matias, M. (2010, p. 106-107)	Em relação ao público	Eventos Fechados; Eventos Abertos		
	Em relação à área de interesse	Artístico; Científico; Cultural; Cívico; Desportivo; Folclórico; Lazer; Promocional; Religioso; Turístico		
	Em relação ao número de participantes	Pequeno	Até 150 participantes	
		Médio	Entre 150 e 500 participantes	
		Grande	Acima de 500 participantes	
Megaevento		Acima de 5.000 participantes		
Campos, L. <i>et al.</i> (2000, p.18-24)	Dimensão	Macroevento; Evento de Grande Porte; Evento de Médio Porte; Evento de Pequeno Porte.		
	Data	Fixa, Móvel, Esporádica		
	Perfil de Participantes	Geral; Dirigido; Específico		
	Objetivo	Científico e Cultural; Comercial.		
Tenan, I. (2004, p.)	Frequência	Permanentes; Esporádicos; Únicos; De Oportunidade.		
	Localização	Fixos; Itinerantes.		
	Forma de Participação	Por Adesão; Por Participação.		
	Alcance do Público	Massa; Nicho.		
	Dimensão	Grande Porte, Médio Porte; Pequeno Porte		
	Objetivo	Científicos; Educacionais; Sociais; Institucionais; Comerciais; Políticos.		
	Área de Interesse	Artístico; Científico; Cívico; Social; Cultural; Folclórico; Educacional; Governamental		
	Escopo Geográfico	Locais; Municipais; Nacionais; Regionais; Internacionais; Mundiais		
Pedro <i>et al.</i> (2012, p. 19-21)	Finalidade	Institucionais; Promocionais		
	Periodicidade	Esporádicos; Periódicos; De Oportunidade.		
	Área de Abrangência	Locais; Regionais; Nacionais e Internacionais.		
	Zona de Ação	Internos; Externos		
	Público-Alvo	Corporativos; Eventos para o consumidor		
	Nível de Participação	As empresas podem organizar os seus eventos; Participar em eventos criados por outras empresas		

Fonte: Produção Própria

Tabela 3.2: Classificação de eventos desportivos quanto ao grau de abrangência ou alcance

Grau de abrangência ou alcance		Caracterização	Exemplos
		Locais	De interesse restrito a uma cidade ou, às vezes, a um grupo de cidades vizinhas.
Regionais		Abrangem divisões político-administrativas maiores, como regiões, províncias, departamentos ou Estados.	Campeonato de futebol da região austral de África (COSAFA).
Nacionais		De interesse restrito a um único país.	Liga moçambicana de futebol (<i>Moçambola</i>)
Internacionais: de interesse de um grupo de países	Continentais	Abrangem países de um único continente	Jogos Africanos, Euro, Campeonato Africano das Nações (CAN).
	Mundiais	Abrangem países de todos os continentes.	Campeonato Mundial de Futebol, Jogos Olímpicos.

Fonte: Produção própria a partir de Ishiy, 1998, p.48-49

Anexo V

Cronologia dos Jogos Olímpicos

Tabela 3.3: Cronologia dos Jogos Olímpicos da Era Moderna
(1896 – 2012)

Tabela 3.3: Cronologia de países e cidades que sediaram Jogos Olímpicos no período 1896 - 2012

ANO	Edição	Cidade	País	Nº de Países Participantes	Nº de Atletas Participantes ¹⁸	Países mais Medalhados
1896	I	Atenas	Grécia	14	311	EUA (020)
1900	II	Paris	França	24	1.225	França (101)
1904	III	St. Louis	EUA	12	554	EUA (239)
1908	IV	Londres	Inglaterra	22	2.034	Grã-Bretanha (145)
1912	V	Estocolmo	Suécia	28	2.504	Suécia (065)
1916	VI	Berlim	Alemanha	-----1ª Guerra Mundial-----		
1920	VII	Antuérpia	Bélgica	29	2.606	EUA (095)
1924	VIII	Paris	França	44	3.075	EUA (099)
1928	IX	Amesterdão	Holanda	46	3.015	EUA (056)
1932	X	Los Angeles	EUA	37	1.420	EUA (103)
1936	XI	Berlim	Alemanha	49	3.958	Alemanha (089)
1940	XII	Tóquio	Japão	-----2ª Guerra Mundial-----		
1944	XIII	Londres	Inglaterra	-----2ª Guerra Mundial-----		
1948	XIX	Londres	Inglaterra	59	4.558	EUA (084)
1952	XV	Helsínquia	Finlândia	67	5.867	EUA (076)
1956	XVI	Melbourne	Austrália	72	3.314	União Soviética (098)
1960	XVII	Roma	Itália	84	5.396	União Soviética (103)
1964	XVIII	Tóquio	Japão	93	5.151	União Soviética (096)
1968	XIX	Cidade do México	México	112	5.530	EUA (107)
1972	XX	Munique	Alemanha	121	7.121	União Soviética (099)
1976	XXI	Montreal	Canadá	88	7.356	União Soviética (125)
1980	XXII	Moscovo	Rússia	81	5.217	União Soviética (195)
1984	XXIII	Los Angeles	EUA	140	6.829	EUA (174)
1988	XXIV	Seul	Coreia do Sul	159	8.391	União Soviética (132)
1992	XXV	Barcelona	Espanha	169	9.367	Comunidade dos Estados Independentes (112)
1996	XXVI	Atlanta	EUA	197	10.318	EUA (101)
2000	XXVII	Sydney	Austrália	199	10.651	EUA (094)
2004	XXVIII	Atenas	Grécia	201	10.625	EUA (110)
2008	XXIX	Pequim	China	204	11.990	EUA (110)
2012	XXX	Londres	Inglaterra	205	10.500	EUA (103)

Fonte: Produção própria a partir de informações retiradas de: Comité Olímpico de Portugal, 2004; Portal da Educação Física, 2012.

¹⁸ Dados com alguma variação de autor para autor.

Anexo VI

Classificação e caracterização de equipamentos específicos e físico-desportivos

Tabela 3.4: Classificação e caracterização de equipamentos
específicos e físico-desportivos

Tabela 3.4: Classificação e caracterização de equipamentos específicos e físico-desportivos

		Conceito	Programação	Localização	Atendimento	Público	Composição	Exemplos
Classificação dos Equipamentos Específicos	Equipamentos Especializados	São equipamentos destinados a atender uma programação especializada ou uma faixa de interesses culturais específicos.		Em áreas urbanas, de grande concentração populacional e geralmente com características comerciais.	Durante os dias da semana. Concentração do atendimento nos horários da manhã e da noite.	Delimitado pelo interesse e pela localização do equipamento.	Quantidade limitada de instalações	Academias de ginástica; Centros desportivos voltados para interesse específico (natação, tênis, ...).
	Equipamentos Polivalentes De dimensões e capacidade médias	Equipamentos destinados a receber uma programação diversificada, ou para atender variados interesses socioculturais.	Atividades permanentes, temporárias e eventuais diversificadas segundo públicos e interesses culturais.	Preferencialmente em áreas urbanas, próximas ao centro da cidade, ou em regiões comerciais. Ou então em regiões de grande concentração populacional	Durante os dias da semana, período integral. E com ênfase nos fins de semana.	De toda a cidade, ou de uma região importante de uma grande cidade.	Várias instalações para atividades, diversificadas por interesses socioculturais, por públicos e por conteúdos, de dimensões e capacidade entre média e grande.	Centros culturais e desportivos.
	Equipamentos Polivalentes Equipamentos polivalentes grandes	Equipamentos destinados a atendimento de massa, em uma programação diversificada, abrangendo variados interesses socioculturais. Com instalação de grandes dimensões e de grande capacidade.	Permanente, temporária e de eventos, amplamente diversificada, segundo públicos, interesses socioculturais e conteúdo.	Em uma região importante do Estado ou de uma grande cidade. Pode também localizar-se em regiões da periferia da cidade, devido as dimensões do terreno necessário.	Preferencialmente aos fins de semana. Durante a semana, principalmente em grandes eventos	Toda uma cidade, ou uma região do Estado. Ou de uma grande cidade (capital ou metrópole regional).	Várias instalações de grande capacidade, complementada por algumas instalações menores. De preferência, priorizar áreas verdes.	Grandes parques urbanos, clubes de campos, grandes parques aquáticos com instalações diversificadas, parques temáticos.
	Equipamentos de Turismo	Equipamentos destinados a programações turísticas em geral, associando hospedagem e atividades recreativas.	Tipicamente de hotelaria: recepção, hospedagem e alimentação; programações diversificadas de lazer e recreação.	Preferencialmente em áreas de interesse turístico, pelas características geográficas e/ou histórico-culturais.	Em temporada de férias, em períodos determinados, em feriados e nos fins de semana. Ou ainda nos períodos de pacotes turísticos programados	Genericamente o mais amplo, do país e do exterior.	Instalações para hospedagem, para alimentação (restaurantes, cafés, lanchonetes), e instalações para atividades de lazer de preferência diversificadas.	Hotéis de lazer, resorts, colônia de férias, pousadas em cidades turísticas, acampamentos.

Fonte: Produção própria a partir de Stucchi, 1997, p.114-116

Anexo – VII

A Cidade de Maputo em Números

Tabela 4.1: Estabelecimentos e alojamentos na Cidade de Maputo (2011)

Tabela 4.2: Número de pessoas as serviço na Cidade de Maputo (2011)

Tabela 4.3: Volume de negócio na Cidade de Maputo (2011)

Tabela 4.4: Número de hóspedes na Cidade de Maputo (2010-2011)

Tab. 4.1: Estabelecimentos e alojamentos na Cidade de Maputo (2011)

Estabelecimentos e Alojamentos	Hotéis	Pensões	Pousadas	Restaurantes	Outros
Nº	24	12	01	11	13
%	39,3%	19,7%	1,6%	18,1%	21,3%

Fonte: Produção própria a partir de dados retirados do INE, 2012, p.85-87

Tab. 4.2: Número de pessoas as serviço na Cidade de Maputo (2011)

Número de Pessoas ao Serviço	Hotéis	Pensões	Pousadas	Restaurantes	Outros
Nº	2.363	241	14	309	860
%	62,4%	6,3%	0,4%	8,1%	22,8%

Fonte: Produção própria a partir de dados retirados do INE, 2012, p.85-87

Tab. 4.3 Volume de negócio na Cidade de Maputo (2011)

Volume de Negócio	Hotéis	Pensões	Pousadas	Restaurantes	Outros
Valor (MT)	2.004.555,22	40.873,28	2.414,97	80.924,21	281.445,07
%	83,1%	1,7%	0,1%	3,3%	11,8%

Fonte: Produção própria a partir de dados retirados do INE, 2012, p.85-87

Tab. 4.4: Número de hóspedes na Cidade de Maputo (2010-2011)

Ano	2010		2011	
	Nº	%	Nº	%
Hóspedes				
Nacionais	118.601	46,6%	143.202	51,5%
Estrangeiros	202.440	75,6%	209.679	75,3%

Fonte: Produção própria a partir de dados retirados do INE, 2012, p.85-87

Anexo – VIII

Imagens Fotográficas do Complexo Desportivo do Zimpeto

- **Figura 4.7: Vila Olímpica do CDZ**
- **Figura 4.8: Piscina Olímpica do CDZ**
- **Figura 4.9: Vista Exterior do ENZ**
- **Figura 4.10: Vista Interior do ENZ**
- **Figura 4.11: Público Residente na CM**

Fig.4.7: Vila Olímpica do CDZ



Fonte: X Jogos Africanos Maputo 2011

Fig 4.8: Piscina Olímpica do CDZ



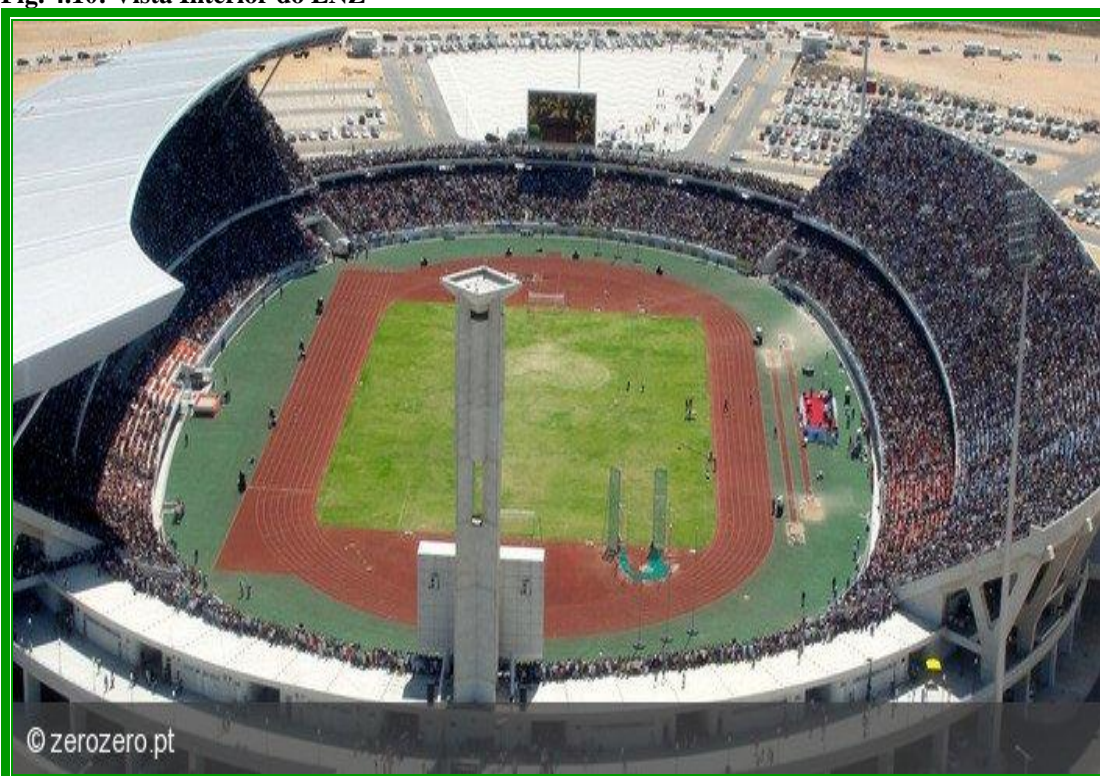
Fonte: X Jogos Africanos Maputo 2011

Fig. 4.9: Vista Exterior do ENZ



Fonte: X Jogos Africanos Maputo 2011

Fig. 4.10: Vista Interior do ENZ



Fonte: X Jogos Africanos Maputo 2011

Fig. 4.11: Público Residente da CM, assistindo a uma das competições dos X JA Maputo 2011



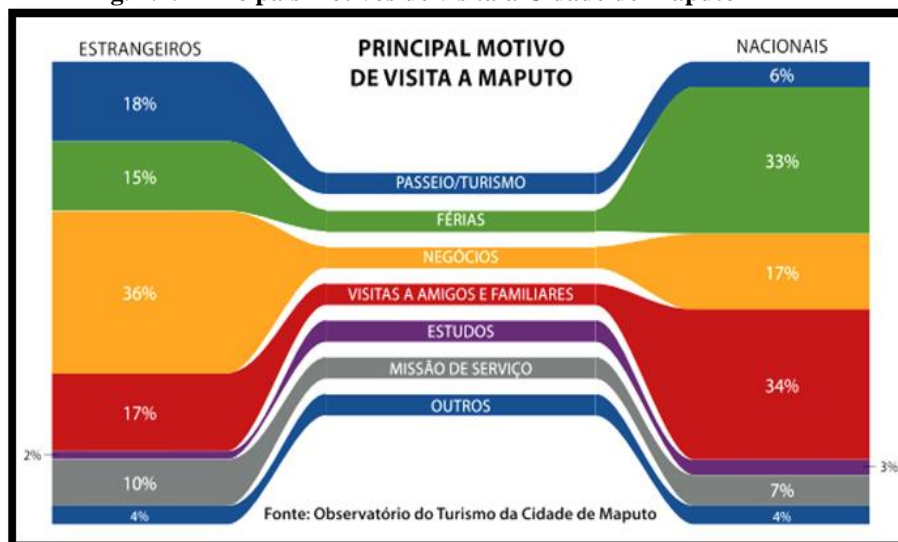
Fonte: X Jogos Africanos Maputo 2011

Anexo IX

Figura 4.4: Principais Motivos de Visita a CM

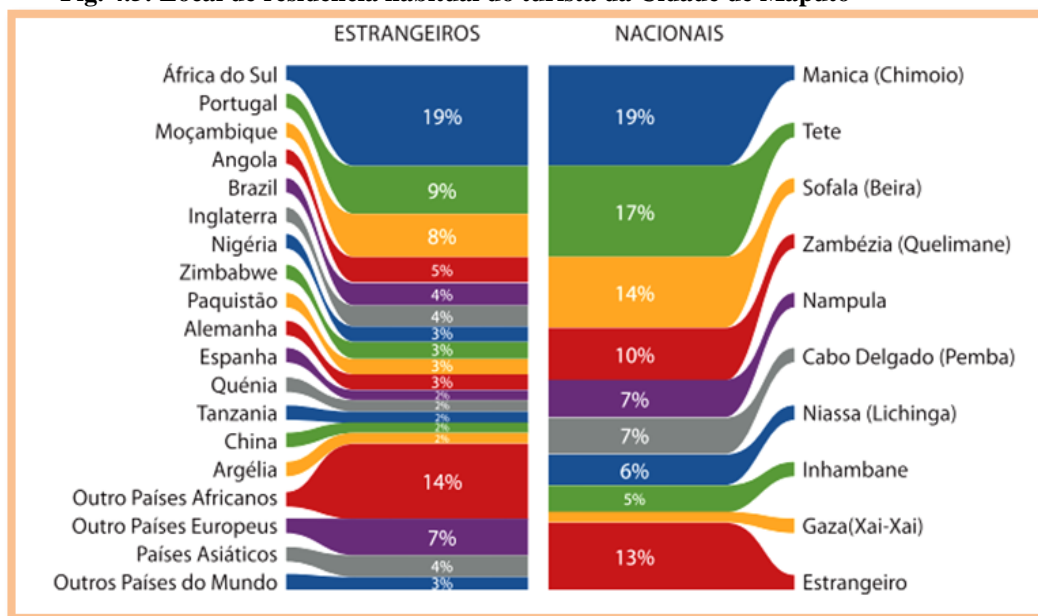
Figura 4.5: Locais de Residencia Habitual do Turista na
CM

Fig. 4.4: Principais motivos de visita a Cidade de Maputo



Fonte: Observatório do Turismo da Cidade de Maputo, 2011, p.3

Fig. 4.5: Local de residência habitual do turista da Cidade de Maputo



Fonte: Observatório do Turismo da Cidade de Maputo, 2011, p.2

Anexo X

Cronologia dos Jogos Africanos: 1965-2015

Tabela 4.5: Cronologia dos Jogos Africanos: 1965-2015

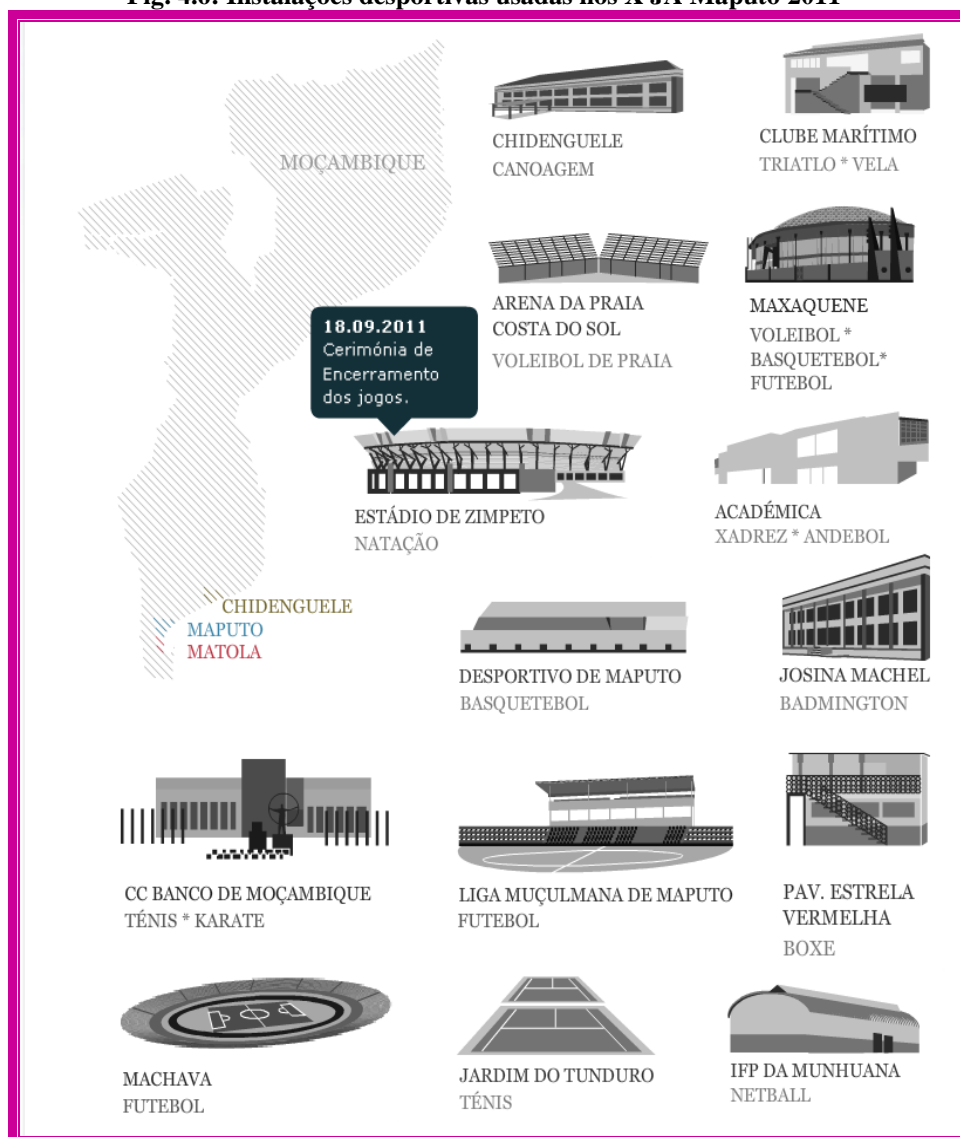
Ed.	Ano	País	Cidade	Nº Países Participan	Nº atlet particip	Data de realização	Nº mod. Envolv
I	1965	Congo	Brazaville	30	2.500	18-25/junho	10
II	1969	Mali	Bamako	Não Realizada			
II	1973	Nigéria	Lagos	36	-	07-18/janeiro	12
III	1978	Argélia	Argel	38	-	13-28/julho	12
IV	1987	Quênia	Nairobi	41	-	01-12/agosto	14
V	1991	Egito	Cairo	43	-	20/Set.-10/Outubr	18
VI	1995	Zimbabwé	Harare	46	+ 6.000	13-22/setembro	19
VII	1999	África do Sul	Joanesburgo	51	-	10-19/Setetembro	20
VIII	2003	Nigéria	Abuja	50	5.000	04-19/setembro	22
XI	2007	Argélia	Argel	53	1.665	11-23/julho	27
X	2011	Moçambique	Maputo	50	5.262	03-11/setembro	22
XI	2015	Congo	Brazaville	53	-	4-18/setembro	20

Fonte: Produção própria a partir de dados retirados de Caldeira, 2014 e Wikipédia.

Anexo XI

Instalações Desportivas Usadas nos X JA Maputo 2011

Fig. 4.6: Instalações desportivas usadas nos X JA Maputo 2011



Fonte: X Jogos Africanos Maputo 2011

Anexo XII

**Logotipo e Mascote dos X Jogos Africanos Maputo
2011**

Fig. 4.12: Logotipo dos X JA Maputo 2011



Fonte: Sameer – Creative e Designer (2010)

Fig. 4.13: Mascote dos X JA Maputo 2011



Fonte: Jornal Desportivo de Moçambique (2010)

Anexo XIII

Ano de Fundação das Instalações Desportivas

Tabela 4.3: Ano de fundação das instalações desportivas

Instal. desportiva	CDMax	CDEV	LDM	UEM (GD)	CDM	CDCS	CDZ
Ano de Fundação	1920	1934	1990	1970	1921	1955	2011
Idade da Instalaç. Desportiva	95 Anos	81 Anos	25Anos	45 Anos	94 Anos	60 Anos	4 Anos

Fonte: Produção Própria

Anexo - XIV

Guião de Entrevistas Padronizadas

1. Turismo
2. Desporto

1. Guião de Entrevistas Padronizadas – Turismo



Formação Avançada conducente ao Mestrado em Turismo da ESHTe Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Ano Letivo: 2015/2016

ENTREVISTA

Esta entrevista insere-se num trabalho de pesquisa que conduzirá a elaboração duma dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos, na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (Lisboa – Portugal). Tem como título “*Os megaeventos desportivos como estratégia de desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico: O caso dos X Jogos Africanos - Maputo 2011*”, é orientada pelo Professor Doutor Nuno Gustavo e coorientada pelo Professor Doutor Fernando Completo, ambos docentes da ESHTe.

Esta entrevista destina-se a profissionais afetos ao Ministério da Cultura e Turismo que de forma direta ou indireta estiveram envolvidos nos X Jogos Africanos Maputo 2011. A entrevista encontra-se subdividida em três blocos: (A) Caracterização do entrevistado; (B) As instalações turísticas na Cidade de Maputo; (C) Sobre a estratégia de desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico (Cidade de Maputo), tendo por base os megaeventos desportivos no geral e os X Jogos Africanos em particular.

A entrevista poderá ser gravada ou escrita dependendo da decisão de entrevistado e também das condições existentes. As suas respostas para além de ajudar, contribuirão e muito, para dar respostas a nossa pergunta de pesquisa, atingir os objetivos do presente estudo e confirmar ou não as hipóteses delinheadas. Garantimos que a sua identificação não ocorrerá, as respostas serão confidenciais e os resultados aplicados apenas para efeitos de pesquisa académica.

Desde já agradeço a sua inestimável colaboração neste projeto. Cordialmente,

Joaquina Pascoal

Contacto: 82/84-3209010

e-mail: kinichapascoal@yahoo.com.br

Caraterização do entrevistado (Entrevista nº)

Nome do Entrevistado:		
Código do Entrevistado: (...)	Data da entrevista: ____/____/201__	Hora de início da entrevista: __h:__m Hora do fim da entrevista: __h:__m
Cidade de Residência: _____		
A.1 Organização/Instituição: _____		
A.2 Departamento/Serviço: _____		
A.3 Cargo/Posto: _____		
A.4 Idade: _____		
A.5 Género: _____		
A.6 Habilitações Literárias: _____		
Membro da Comissão Executiva do COJA:		

1. Que infraestruturas turísticas foram usadas no âmbito dos eventos desportivos continentais e internacionais ocorridos na Cidade de Maputo entre 1992- 2014?
2. Que caraterísticas apresentavam essas infraestruturas turísticas?
3. Na sua opinião, a Cidade de Maputo possui infraestrutura turística para acolher eventos desportivos de dimensão continental e mundial? Pode indicar quais são essas infraestruturas turísticas?
4. No decorrer destes eventos desportivos internacionais houve certamente pessoas que vieram de diversos pontos do país e do exterior para assistir as diferentes competições. Onde foram alojadas as pessoas que se deslocaram a Maputo com o propósito de assistir e participar nos eventos desportivos no período de 1992-2014?
5. Na sua opinião os eventos desportivos continentais são uma estratégia viável para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo enquanto destino turístico? Em que medida?
6. O Governo de Moçambique definiu estrategicamente sediar eventos desportivos de dimensão continental e internacional para impulsionar o turismo na Cidade de Maputo em particular, e em Moçambique no geral?
7. Que estratégias terá o Governo de Moçambique defenido para posicionar a Cidade de Maputo como destino turístico internacional?
8. Após a realização dos X Jogos Africanos Maputo 2011, ou outro evento desportivo qualquer, houve um incremento em termos de chegadas de turistas na Cidade de Maputo por motivação de eventos desportivos?

2. Guião de Entrevistas Padronizadas - Desporto



Formação Avançada conducente ao Mestrado em Turismo da ESHTe Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos

Ano Letivo: 2015/2016

ENTREVISTA

Esta entrevista insere-se num trabalho de pesquisa que conduzirá a elaboração duma dissertação para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos, na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (Lisboa – Portugal). Tem como título “*Os megaeventos desportivos como estratégia de desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico: O caso dos X Jogos Africanos - Maputo 2011*” é orientada pelo Professor Doutor Nuno Gustavo e coorientada pelo Professor Doutor Fernando Completo, ambos docentes da ESHTe.

Esta entrevista destina-se a profissionais afetos ao Ministério da Juventude & Desportos que de forma direta ou indireta estiveram envolvido nos X Jogos Africanos Maputo 2011. A entrevista encontra-se subdividida em três blocos: (A) Caracterização do entrevistado; (B) Os megaeventos em Moçambique e na Cidade de Maputo; (C) Sobre a estratégia de desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico (Cidade de Maputo), tendo por base os megaeventos desportivos no geral e os X Jogos Africanos em particular.

A entrevista poderá ser gravada ou escrita dependendo da decisão de entrevistado e também das condições existentes. As suas respostas para além de ajudar, contribuirão e muito, para dar respostas a nossa pergunta de pesquisa, atingir os objetivos do presente estudo e confirmar ou não as hipóteses delinheadas. Garantimos que a sua identificação não ocorrerá, as respostas serão confidenciais e os resultados aplicados apenas para efeitos de pesquisa académica.

Desde já agradeço a sua inestimável colaboração neste projeto. Cordialmente,

Joaquina Pascoal
Contacto: 82/84-3209010
e-mail: kinichapascoal@yahoo.com.br

Caraterização do entrevistado (Entrevista nº

Nome do Entrevistado:		
Código do Entrevistado: (...)	Data da entrevista: ____/____/201__	Hora de início da entrevista: __h:__m Hora do fim da entrevista: __h:__m
Cidade de Residência: _____		
A.1 Organização/Instituição: _____		
A.2 Departamento/Serviço: _____		
A.3 Cargo/Posto: _____		
A.4 Idade: _____		
A.5 Género: _____		
A.6 Habilitações Literárias: _____		
Membro da Comissão Executiva do COJA:		

1. Quais são as motivações de Moçambique ao candidatar-se para sediar megaeventos desportivos de nível continental ou mundial?
2. Qual a sua opinião sobre o facto da Cidade de Maputo ser a única província do país que tem vindo a sediar megaeventos desportivos de nível nacional, regional e continental?
3. Com que recursos financeiros e parceiros Moçambique/Cidade de Maputo contou para organizar/sediar os megaeventos desportivos que já ocorreram?
4. Que benefícios os megaeventos desportivos ocorridos trouxeram para as comunidades locais decorridos que foram quase 25 anos?
5. O desenvolvimento urbano que Maputo apresenta atualmente é em parte atribuído a realização de megaeventos desportivos e muito em particular os X Jogos Africanos – Maputo 2011?
6. No decorrer destes eventos desportivos internacionais houve certamente pessoas que vieram de diversos pontos do país e do exterior para assistir as diferentes competições. Onde foram alojadas as pessoas que se deslocaram a Maputo com o propósito de assistir e participar nos eventos no período de 1992-2014?
7. Na sua opinião os eventos desportivos continentais são uma estratégia viável para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo enquanto destino turístico? Em que medida?

8. O Governo de Moçambique definiu estrategicamente sediar eventos desportivos de dimensão continental e internacional para impulsionar o turismo na Cidade de Maputo em particular, e em Moçambique no geral?
9. Que estratégias terá o Governo de Moçambique definido para posicionar a Cidade de Maputo como destino turístico internacional?
10. Após a realização dos X Jogos Africanos Maputo 2011, ou outro megaevento desportivo qualquer, houve um incremento em termos de chegadas de turistas na Cidade de Maputo por motivação de eventos desportivos?

Anexo - XV

Transcrição das Entrevistas Padronizadas - Turismo

- Entrevistado 5 – Mestre Martinho Muatxiwa
- Entrevistada 6 – Mestre Maria dos Anjos

1. Transcrição das Entrevistas Padronizadas (Turismo)

1.1 Mestre Martinho Muatxiwa, Diretor do Hotel Bilene

Entrevista informal realizada no Hotel Bilene, na Praia do Bilene, ao **Mestre Martinho Muatxiwa**, Diretor Geral do Hotel.

Caraterização do entrevistado (Entrevista nº 2)

Mestre Martinho Muatxiwa		
Código do Entrevistado: (5)	Data da entrevista: 15/novembro/2015	Hora de início da entrevista: 09h:40m Hora do fim da entrevista: 10h:50m
Residência: Gaza, Distrito da Macia, Localidade de Macia-Bilene, Praia do Bilene		
A.1 Organização/Instituição: : INATUR - Hotel Bilene		
A.2 Departamento/Serviço: Direção		
A.3 Cargo/Posto: Diretor Geral do Hotel Bilene		
A.4 Idade: 53		
A.5 Género: Masculino		
A.6 Habilitações Literárias: Mestre em Gestão Hoteleira		
Membro da Comissão Executiva do do COJA: Não		

Citando o Mestre Martinho Muatxiwa in entrevista:

Mestranda: Que infraestruturas turísticas foram usadas no âmbito dos eventos desportivos continentais e internacionais ocorridos na Cidade de Maputo entre 1992-2014?

Mestre Martinho Muatxiwa: Foram várias. De uma forma geral pode-se enumerar hotéis, pensões, guest house, restaurantes, bares, pastelarias, residenciais, discotecas, ... e outros complemntares como lojas, salões de cabelereiro, meios de transporte, mercados.

Mestranda: Que características apresentavam essas infraestruturas turísticas? (Instalações para hospedagem, para alimentação, restaurantes, cafés, lanchonetes e instalações para atividades de lazer)

Mestre Martinho Muatxiwa: As infraestruturas turísticas caracterizam-se como sendo empreendimentos turísticos, uns de expansão horizontal e outros de forma vertical, constituídos por quartos (suits, duplos e simples, dotados de ar condicionado, casas de banho privativa, guarda-fatos. Os restaurantes são de tipologia diversa sendo alguns de comida típica; outros de cozinha internacional e outros ainda de *fast food*. As discotecas estão distribuídas por áreas ou zonas com música diversificada, fundamentalmente de estilo local e/ou africano.

Mestranda: Na sua opinião, a Cidade de Maputo possui infraestrutura turística para acolher eventos desportivos de dimensão continental e mundial? Pode indicar quais são essas infraestruturas turísticas?

Mestre Martinho Muatxiwa: Sim! A Cidade de Maputo tem sim, infraestruturas turísticas e até uma grande capacidade organizacional para receber eventos desportivos de dimensão continental e mundial, porém há que reconhecer que a Cidade carece de infraestruturas desportivas para esse efeito e mais alguma infraestrutura complementar, sobretudo na área de lazer, isto é precisa de diversificar. Referindo-me a infraestrutura turística sobretudo de acomodação, a Cidade possui um parque hoteleiro com padrão internacional. São exemplo os hotéis Polana, Cardoso, Souter Sun, VIP, Vila das Acácias, Rovuma, Maputo, Radisson Blú, entre outros, sediados na cidade de Maputo. Quase todos bastante modernos em termos de equipamentos e arquitetura e também de serviços.

Mestranda: No decorrer destes eventos desportivos internacionais houve certamente pessoas que vieram de diversos pontos do país e do exterior para assistir as diferentes competições. Onde foram acomodadas as pessoas que se deslocaram a Maputo com o propósito de assistir e participar nos eventos no período de 1992-2014?

Mestre Martinho Muatxiwa: Houve poucas pessoas que se deslocaram a Maputo com o propósito de vir assistir a eventos desportivos, mas os poucos que vieram a Maputo

por causa dos eventos desportivos são as delegações desportivas, isto é atletas, treinadores, dirigentes desportivos. Em termos pessoas que tenham vindo a propósito do evento são uma gota, nem se notou, por isso a maioria deles ficou acomodados uns na Vila Olímpica, um conjunto de habitações que foi construído a propósito do X Jogos Africanos, outros foram distribuídos pelo hotéis já referenciados e espalhados pela Cidade de Maputo. Os que ficaram nos hotéis foram os dirigentes desportivos, chefes das delegações, jornalistas, convidados especiais. Os atletas ficaram mesmo foi na Vila Olímpica.

Mestranda: Na sua opinião os eventos desportivos continentais são uma estratégia viável para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo enquanto destino turístico? Em que medida?

Mestre Martinho Muatxiwa: Na verdade, eventos desportivos continentais podem constituir uma estratégia viável se houver um investimento sério a nível do património desportivo. Há que dedicar uma atenção especial as infraestruturas desportivas conserva-lás, valoriza-lás e outras atividades devem ser tomadas em consideração, como os casos de limpeza da Cidade, segurança, acolhimento, transportes, acessos, etc.

Quanto ao desenvolvimento, sim! A Cidade de Maputo tem vindo a desenvolver-se, mas não são só os eventos desportivos que proporcionam esse desenvolvimento. Há outros elementos associados aos eventos desportivos que ativam o desenvolvimento. Há que ter em atenção que desenvolvimento é um processo dinâmico associado a transformação e a modernização. Maputo tem vindo a transformar-se em termos de aumento de infraestruturas de vários tipos, muitos espaços baldios deram lugar a novas construções de prédios quer para escritórios, quer para habitação, há um incremento visível de bens e serviços ... mas verifica-se por outro lado falhas a nível do saneamento do meio, pois continuamos a ter falta de água na Cidade e muitas vezes quando chove constatamos de imediato a questão das vias alagadas, sem esvaziamento nem drenagem das águas, porém o mais grave e muito associado a infraestruturas desportiva é a situação que estamos hoje a verificar, que são o desaparecimento de instalações desportivas, como a piscina olímpica do Desportivo, campos de futebol do Maxaquene e do Desportivo que estão a desaparecer para dar lugar a novas construções, prédios para habitação e escritórios ... Será mesmo desenvolvimento????!!! Um desenvolvimento que não tem em linha de conta o património desportivo ... No que refere ao Posicionamento: se destruímos

património desportivo, logicamente não poderemos pensar que vamos ser lembrados pelo desporto, mais ainda somos um país cuja participação em eventos continentais e internacionais somamos derrotas. A nossa imagem em termos de competições internacionais pode-se considerar negativa. Perante esta dura e triste realidade somos obrigados a dizer que não, não é este produto turístico (eventos desportivos) que posicionam a Cidade de Maputo como destino turístico. Há outros produtos turísticos mais atrativos nesta Cidade e que podem ser melhores se houver vontade. Por exemplo as praias, sobretudo as da Inhaca e da Catembe, são bastante atrativas. Maputo não é referida como uma cidade de eventos desportivos, mas como de sol e praias, de vida noturna amena, culturalmente forte com destaque para as feiras de artesanato e para a gastronomia específica, como o camarão....

Mestranda: O Governo de Moçambique definiu estrategicamente sediar eventos desportivos de dimensão continental e internacional para impulsionar o turismo na Cidade de Maputo em particular, e em Moçambique no geral?

Mestre Martinho Muatxiwa: Sob ponto de vista estratégico o governo definiu a atração de atividades desportivas como sendo meio para impulsionar a atividade turística em Moçambique e encoraja as organizações e ou associações incluindo o setor empresarial a constituir parcerias para a construção e desenvolvimento de infraestruturas desportivas e turísticas, no entanto os resultados são pouco visíveis, pois após 40 anos de independência houve apenas a construção do Zimpeto em termos de infraestruturas desportivas, em outros pontos do país não houve nada. Por outro lado, como dissemos, aquando da realização dos X Jogos Africanos as chegadas internacionais não registaram subidas e nem depois disso, não houve qualquer subida. As previsões que tinham sido feitas pela OMT foram as que se registaram ... Portanto pode-se até ter definido os eventos desportivos como uma estratégia para aumentar os fluxos turísticos para Maputo, mas não estão a resultar essas estratégias.

Mestranda: Que estratégias terá o Governo de Moçambique definido para posicionar a Cidade de Maputo como destino turístico internacional?

Mestre Martinho Muatxiwa: Estratégias foram basicamente a requalificação da cidade, restauração do património cultural e instalação de um sistema de transporte

rápido, sem congestionamento e eficaz. Por outro lado, a questão da integração regional é importante e Maputo como capital deverá saber tirar benefícios. O intercambio cultural e desportivo nacional e coma região deverá ser também estratégico para posicionar Maputo como destino turístico. Organizar viagens de familiarização com jornalistas internacionais para melhor conhecimento da cidade de Maputo, incluindo a gastronomia local e a Animação noturna, visita aos bairros históricos e promoção do património cultural são aspetos fundamentais a ter em conta num posicionamento de um destino turístico.

Mestranda: Após a realização dos X Jogos Africanos Maputo 2011, ou outro evento desportivo qualquer, houve um incremento em termos de chegadas de turistas na Cidade de Maputo por motivação de eventos desportivos?

Mestre Martinho Muatxiwa: Não! Do conhecimento que tenho isso nunca ocorreu, nem antes nem depois dos X Jogos Africanos Maputo 2011. Não há registos estatísticos que mostram que as pessoas vieram a Maputo propositamente para assistir a eventos desportivos. Pode-se mesmo afirmar que não houve um incremento de turistas na Cidade de Maputo cuja motivação fossem eventos desportivos. A tendencia é pela África do Sul que tem as melhores e modernas infraestruturas desportivas e turísticas da região austral de África. Por exemplo na África do Sul houve incremento do turismo quando decorreu o mundial de futebol 2010 e depois disso também continuaram a chegar turistas. O mesmo já não se pode dizer para o caso de Moçambique nem da Cidade de Maputo.

1.2 Mestre Maria dos Anjos, técnica no INATUR

Entrevista informal realizada na Cidade de Maputo, no INATUR, a **Mestre Maria dos Anjos**, técnica do INATUR.

Caraterização do entrevistado (Entrevista nº 4)

Mestre Maria dos Anjos		
Código do Entrevistado: (6)	Data da entrevista: 18/novembro/2015	Hora de início da entrevista: 16h:15m Hora do fim da entrevista: 17h:40m
Residência: Cidade de Maputo		
A.1 Organização/Instituição: : Instituto Nacional do Turismo (INATUR)		
A.2 Departamento/Serviço: Direção de Investimento e desenvolvimento		
A.3 Cargo/Posto: Técnica		
A.4 Idade: 45		
A.5 Género: Femenino		
A.6 Habilitações Literárias: Mestre		
Membro da Comissão Executiva do do COJA: Sim		

Citando a Mestre Maria dos Anjos *in* entrevista:

Mestranda: *Que infraestruturas turísticas foram usadas no âmbito dos eventos desportivos continentais e internacionais ocorridos na Cidade de Maputo entre 1992-2014?*

Mestre Maria dos Anjos: Foram muitas, como infraestruturas associadas a alojamentos, a alimentação e ao entretenimento. Por exemplo as relacionadas com alojamentos temos hotéis, pensões, residenciais, as infraestruturas de alimentação são basicamente os restaurantes, cafés e bares, as pastelarias, lanchonetes e as de entretenimento como discotecas, feiras de artesanato e de gastronomia e até alguns muesus. Também há que ter em conta que foram usadas outras componentes como meios de transporte, supermercados, lojas de pronto a vestir, salões de cabeleireiro, barbearias, bancos, casas de câmbio, serviços de saúde, areoporto, serviços de taxi, comunicações, e até em alguns casos mercado informal.

Mestranda: Que características apresentavam essas infraestruturas turísticas? (Instalações para hospedagem, para alimentação, restaurantes, cafés, lanchonetes e instalações para atividades de lazer)

Mestre Maria dos Anjos: Esta infraestrutura é específica, típica para o tipo de atividade que é desenvolvida, modernas e de padrão internacional. Para o caso das infraestruturas de alojamento elas são geralmente empreendimentos turísticos constituídos por elementos básicos: quartos simples, duplos ou casais, com AC, TV. Nas nossas discotecas, portanto no entretenimento, ouvem-se música típica nacional e africana. Na alimentação, os restaurantes, parte deles servem comida típica nacional, mas muitos deles servem comida internacional, como a italiana, indiana, portuguesa, chinesa. Há também aqueles que fazem teka-way, food fast.

Mestranda: Na sua opinião, a Cidade de Maputo possui infraestrutura turística para acolher eventos desportivos de dimensão continental e mundial? Pode indicar quais são essas infraestruturas turísticas?

Mestre Maria dos Anjos: Sim, existe infraestrutura turística capaz de acomodar eventos desportivos de nível continental e até mundial, sobretudo aquela que diz respeito ao alojamento e a restauração, bem como a de lazer. Há um conjunto de hotéis que surgiram, como por exemplo o Radisson, Soutther Sun que pela sua localização e arquitetura são bastante atrativos, mas há outros. As cadeias de restauração que estão a investir na Cidade de Maputo são também factos visíveis a qualquer cidadão, há abertura de novas vias de acesso e melhoramento de tantas outras que estiveram quase que intransitáveis durante longos anos, porém há ainda lacunas no campo das vias de acesso, dos transportes, o trânsito tem estado um caos; de referir que no decorrer dos X Jogos Africanos houve necessidade de se condicionar e restringir a circulação de viaturas em determinadas avenidas para transportar atletas cujas competições realizavam-se fora dos recinto desportivos edificados no Complexo Desportivo do Zimpeto, de modo a que estes pudessem chegar a tempo e horas as suas competições. Esta questão da circulação do trânsito agrava-se mais se considerarmos que a circulação é feita apenas pelo transporte rodoviário, visto que nesta cidade não há combis nem metro, as alternativas são reduzidas. Os X Jogos Africanos, muito em particular, serviram para impulsionar a conclusão de muitas infraestruturas turísticas (hotéis, vias

de acesso, aeroporto, ...) que estavam paralisadas. Acredito que temos de fazer muito ainda, mas já é tempo de avançar-se para organização de eventos desportivos de grande envergadura como os continentais e mundiais, afinal pretendemos impulsionar o turismo.

Mestranda: No decorrer destes eventos desportivos internacionais houve certamente pessoas que vieram de diversos pontos do país e do exterior para assistir as diferentes competições. Onde foram acomodadas as pessoas que se deslocaram a Maputo com o propósito de assistir e participar nos eventos no período de 1992-2014?

Mestre Maria dos Anjos: Na verdade poucas pessoas vieram a Cidade de Maputo com o propósito de assistir a eventos desportivos. Raramente isto acontece. Os eventos desportivos que ocorreram não foram atrativos, nem mesmo os X Jogos Africanos conseguiu atrair turistas. A maior parte das chegadas verificadas eram de atletas e pessoal das delegações que vinham participar nos Jogos, que estavam de forma direta ou indireta envolvidos em atividades inerentes aos jogos. Os pouquíssimos, aqueles que podem ser considerados turistas puros, que ocorreram a Cidade de Maputo com o propósito de assistir os Jogos e fazer turismo, vieram de países vizinhos, como África do Sul, Swazilândia, Zimbabwe e ficaram alojados nos hotéis da zona do Grande Maputo com a classificação de 4 e 5 estrelas, como o Polana, Avenida, Cardoso, Vip, Girassol, ... É preciso ter em consideração que regularmente ocorrem reclassificações destes empreendimentos turísticos. Alguns deles receberam no passado classificações de 3 estrelas, estavam em 2011 com a classificação de 4 estrelas dado que foram introduzidas melhorias quer a nível das suas instalações, quer dos serviços que passaram a apresentar. É importante notar que a Cidade de Maputo não tinha no passado recente muitos hotéis com a classificação de 5 estrelas e ainda hoje não são tantos assim ...

Mestranda: Na sua opinião os eventos desportivos continentais são uma estratégia viável para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo enquanto destino turístico? Em que medida?

Mestre Maria dos Anjos: Ainda não constitui uma estratégia. Geralmente quando acontecem competições internacionais ou continentais não ocorrem avalanches de turistas para assistir as competições. Ainda não é uma estratégia, por isso, os eventos

desportivos não posicionam a Cidade de Maputo como destino turístico. Por um lado, nós precisamos de revitalizar o nosso desporto para nos tornarmos num país competitivo nesse campo. Precisamos de vitórias, pelo menos mínimas ... O que temos verificado nestes anos é que Moçambique tem vindo a somar uma serie de derrotas consecutivas nas maioria das modalidades desportivas em que participa, isto desmotiva a participação de muitos moçambicanos que poderiam vir de outros pontos do país para assistir os jogos. Desenvolvimento existe, mas é preciso fazer mais, muito mais. Algumas vias de acesso melhoraram, novos hotéis foram construídos e outros concluídos, a zona do Zimpeto onde foi erguido Complexo Desportivo do Zimpeto transformou-se de um espaço rural para um espaço mais urbanizado, mas é preciso fazer mais.

Mestranda: O Governo de Moçambique definiu estrategicamente sediar eventos desportivos de dimensão continental e internacional para impulsionar o turismo na Cidade de Maputo em particular, e em Moçambique no geral?

Mestre Maria dos Anjos: Não! A estratégia para impulsionar o turismo tanto na Cidade de Maputo como em Moçambique não é pela via dos eventos desportivos. Os nossos equipamentos desportivos, isto é os nossos estádios, pavilhões, salões de jogos, locais para a prática do desporto não são atrativos, nem modernos, isto é a sua arquitetura não é nenhum chamariz de turistas. Muitos deles são muito antigos não têm visibilidade exterior nem interior, ainda que muitos deles tenham beneficiado de reabilitação por ocasião da realização dos X Jogos Africanos. O recém erguido Complexo Desportivo do Zimpeto, muito a propósito dos X Jogos Africanos está as escuras, e parte das suas infraestruturas não foi erguida. Por outro lado, verifica-se que parte das infraestruturas desportivas existentes na Cidade de Maputo, como campos de futebol, piscinas, pavilhões, pistas de atletismo, como o Parque dos Continuadores ou estão bastante degradadas ou estão a desaparecer dando lugar grandes e novas construções, não desportivas, mas areas residenciais, comerciais e escritórios. Uma cidade com infraestruturas desportivas fragilizadas não pode impulsionar o turismo pela via dos eventos desportivos e nem pode definir isso como estratégia. Agora há outros produtos turísticos estratégicos para a Cidade de Maputo, por exemplo o turismo de negócios, das areas de conservação, como é o caso da Inhaca.

Mestranda: Que estratégias terá o Governo de Moçambique defendido para posicionar a Cidade de Maputo como destino turístico internacional?

Mestre Maria dos Anjos: Podem ter sido várias, mas não foi certamente no produto turístico desportivo, embora o interambio desportivo nacional seja uma realidade com a realização dos jogos desportivos escolares. Mas há necessidade de fazer muito mais para tornar Maputo como destino turístico internacional pela via desportiva. Há outras estratégias que o Governo poderá ter adotado, basicamente as relacionadas com produtos turísticos ligados ao património natural como são os casos das nossas praias, o património cultural virado para a componente artesanal, mas também a renovação e requalificação da cidade em si que está agora muito mais apetecida.

Mestranda: Após a realização dos X Jogos Africanos Maputo 2011, ou outro evento desportivo qualquer, houve um incremento em termos de chegadas de turistas na Cidade de Maputo por motivação de eventos desportivos?

Mestre Maria dos Anjos: Não! nem antes nem depois. Os registos que vimos mostram que as pessoas vieram a Maputo por outros motivos e não por causa dos X Jogos Africanos. Os registos de chegadas de turistas por exemplo, referem-se as equipas de claques que poderiam ser os tais turistas. Agora ou outras chegadas como atletas ou equipas que vem estagiar na Cidade de Maputo ou num outro lugar em Moçambique, não há. Podemos mesmo afirmar que não houve um incremento de turistas na Cidade de Maputo cuja motivação fossem eventos desportivos. A preferência é pela África do Sul que tem as melhores e modernas infraestruturas desportivas e turísticas da região austral de África. A grande maioria dos desportista, e mesmo muitas pessoas (turistas) preferem estagiar na África do Sul, por outro lado o turismo é muito mais barato lá do que em Moçambique.

Anexo XVI

Transcrição das Entrevistas Padronizadas - Desporto

- Entrevistado 1 – Sr. José Pereira
- Entrevistada 2 – Sra. Alcinda Cuamba
- Entrevistado 3 – Eng^o Altenor Pereira

2. Transcrição das Entrevistas Padronizadas (Desporto)

1.1 Senhor Rui Pereira, Diretor Adjunto do CDZ

Entrevista informal realizada no CDZ, na Cidade de Maputo, ao **Sr. José Pereira**, Diretor Adjunto do CDZ.

Caracterização do entrevistado (Entrevista nº 1)

Sr. José Pereira		
Código do Entrevistado: (1)	Data da entrevista: 29/outubro/2015	Hora de início da entrevista: 09h:05m Hora do fim da entrevista: 10h:55m
Residência: Cidade de Maputo		
A.1 Organização/Instituição: MINJUVDESP		
A.2 Departamento/Serviço: Direção		
A.3 Cargo/Posto: Diretor Adjunto de ENZ		
A.4 Idade: 56		
A.5 Género: Masculino		
A.6 Habilitações Literárias: Nível Médio		
Membro da Comissão Executiva do COJA: Não		

Citando o Sr. José Pereira *in* entrevista:

Mestranda: *Quais são as motivações de Moçambique ao candidatar-se para sediar megaeventos desportivos de nível continental ou mundial?*

Sr. José Pereira: Quando falamos de motivações de Moçambique, há que ter em linha de conta que quem lança as candidaturas são as Federações Desportivas após aprovação do projeto pelo Governo. E quando lançam as candidaturas na maioria das vezes nem articulam com o Governo. O que tem acontecido é depois atirar-se todas as responsabilidades da organização desse evento, com encargos financeiros muitas vezes indisponíveis e que não estão orçamentados e nem planificadas, para o Governo. As Federações participam nos eventos e candidatam-se a organização sem uma prévia articulação com o Governo. Para evitar situações desta natureza o Governo criou recentemente um dispositivo legal, o Decreto nº 9/2014, Regulamento sobre Candidaturas das Federações Desportivas à organização de Competições Desportivas

Internacionais, que obriga as Federações Desportivas Nacionais a respeitar todos os requisitos estabelecidos para lançar alguma candidatura. O referido regulamento prescreve como objetivos a organização de competições internacionais de carácter oficial os seguintes (o entrevistado puxa do referido regulamento e lê os objetivos): (a) incrementar o desporto de alta competição e as infraestruturas desportivas nacionais; (b) Alcançar altos resultados desportivos; (c) possibilitar ao público a assistência à manifestação desportiva de elevada qualidade; (d) Projetar o nome de Moçambique além-fronteiras; (e) Participar na melhoria das condições económicas e sociais do país. Como se pode perceber, por um lado a grande motivação é competir, competir para ganhar, vencer, e ganhar a autoestima e o orgulho desportivo nacional, mas por outro lado e ao mesmo tempo procura-se modernizar as instalações desportivas, garantindo a segurança dos atletas e também dos espectadores. Portanto há aqueles a que se pode chamar de motivações técnicas-desportivas, muito ligados aos resultados, mas também as motivações de âmbito mais sociais associados ao desenvolvimento, a imagem de Moçambique além fronteiras, o nome e a bandeira além fronteiras, mas também atrair pessoas não só para o desporto, mas também para outros aspetos como por exemplo para o artesanato.

Mestranda: Qual a sua opinião sobre o facto da Cidade de Maputo ser única província do país que tem vindo a sediar megaeventos desportivos de nível nacional, regional e continental?

Sr. José Pereira: Sim! Tudo gira a volta da componente logística. Os requisitos logísticos (transportes, alojamento, restauração, comunicações, segurança, ...) bem como a qualidade das infraestruturas desportivas exigidas para o desenvolvimento da atividade desportiva, sobretudo de alta competição estão concentradas na Cidade de Maputo. Embora se reconheça que muitas das nossas províncias possuem o fator natural para potenciar o turismo e o desporto, elas pecam pela falta da componente logística. A cidade de Maputo possui o maior número de camas de todo o país. Todas as chegadas intrnacionais escalam a Cidade de Maputo. Para chegar-se a uma província por via aerea há que vir primeiro a Maputo e depois fazer-se as ligações o que não é viavel e também torna-se demaseado oneroso. Portanto há todo um conjunto de fatores que são colocados em jogo quando se escolhe o território onde se vai sediar um evento desportivo.

Há todo um conjunto de dificuldades, por exemplo, a Província de Cabo Delgado é possui um património natural invejável, como praias, clima quente, ilhas paradisíacas, no entanto nota-se ausência de toda uma logística para o desenvolvimento de um evento desportivo até mesmo de nível interno para não falar de regional ou continental. Falta energia, limpeza, serviços hoteleiros e de restauração, água, ...). Os recursos humanos que atuam tanto no turismo, como no desporto, os ditos agentes desportivos apresentam muitas fragilidades aos mais diversos níveis, portanto o fator humano é ainda negativo. Veja só que quando um evento desportivo de âmbito nacional realiza-se fora de Maputo, há toda uma logística que sai da Cidade de Maputo para esse local (transporte, produtos alimentares, recursos humanos, equipamentos, entre outros, na verdade, tudo que se pode transportar é levado para esse local). Esta situação chega mesmo a ser insustentável e traz muitos custos. Portanto, tirando a Cidade de Maputo, outras províncias e locais de Moçambique não oferecem condições desportivas para acomodar eventos, nem megaeventos desportivos. Mesmo a Cidade de Maputo tem também as suas carencias. Precisa de apoios vindos de fora. Muitas vezes recorre aos países vizinhos sobretudo a África do Sul. Quando foi da vez dos X Jogos Africanos, a Cidade de Maputo recebeu dos sulafricanos apoio a nível dos transportes, sobretudo viaturas ligeiras para o transporte de altas individualidades que tomara parte no evento. Muitos dos produtos alimentares que garantiram a refeição dos atletas e delegações participantes nos X Jogos Africanos eram provenientes da África do Sul.

Mestranda: Com que recursos financeiros e parceiros Moçambique/Cidade de Maputo contou para organizar/sediar os megaeventos desportivos que já ocorreram?

Sr. José Pereira: Recursos financeiros existem, embora não esteja em condições de indicar números. Não se pode pensar que os recursos financeiros são apenas provenientes do Estado. Há várias organizações que investem no desporto, porém elas também precisam de ganhar algo ao investir no desporto. É preciso que o desporto seja um produto de qualidade, que seja vendível. Será que o desporto moçambicano é vendível? As organizações/empresas patrocinadoras não se associam a mediocridades desportivas, a equipas que apenas apresentam resultados negativos. Há verdade é que os poucos recursos financeiros que entram para o desporto, para a organização de eventos, muitas das vezes não vão para o desporto, nem para os eventos desportivos... não sei para onde é que vão ... As empresas patrocinadoras financiam, apostam os seus

recursos financeiros a partir da base para o topo e não o inverso. Isto é as empresas financiam pessoas, atletas de pouca idade, vão fazendo o acompanhamento destes indivíduos, de modo a colher no futuro próximo os resultados através de um produto de qualidade e portanto vendível e apetecível. O desporto deve ser um produto que se possa comprar pela qualidade que apresenta. A legislação em vigor sobre o assunto deve ser melhorada, de forma a atrair o setor privado. O setor privado, os patrocinadores dos eventos desportivos devem sentir que estão a ganhar alguma coisa patrocinando os eventos desportivos, o desporto. Os X Jogos Africanos exigiram ao país um esforço financeiro muito elevado. Estes foram realizados em 2011, no entanto nos anos seguintes, 2012, 2013, 2014 e ainda este ano, 2015 estamos a resentir financeiramente do investimento aplicado. É que os investimentos aplicados, por exemplo ao património desportivo da Cidade de Maputo não consegue até hoje ser sustentável. Não há eventos desportivos que encham os nossos campos de jogos.

Mestranda: Que benefícios os megaeventos desportivos ocorridos trouxeram para as comunidades locais decorridos que foram quase 25 anos?

Sr. José Pereira: Moçambique vive uma paz aparente e não efetiva. A situação política que se vive no país é um retraimento aos eventos desportivos. Apesar de antes mesmo do Acordo Geral de Paz, em 1986, a Cidade de Maputo ter sediado a XI edição do Campeonato Africano de Basquetebol Feminino e outros tanto após este acordo, estou certo que eles não poderão ir além mais do que já existe e realizou. Não será tão cedo que o país organizará ou sediará os Jogos Africanos, há ainda muitas contas por fechar. Do conjunto de eventos desportivos já sediados as comunidades locais tiveram os seus benefícios, principalmente aquelas comunidades que estiveam próximas dos locais onde se ergueram infraestruturas desportivas de raiz, como é o caso das comunidades locais que habitam junto ao ENZ. As comunidades locais beneficiaram de um reassentamento em locais com habitação melhorada, com água canalizada e energia, com vias de acesso e com introdução de novas rotas de transportes semicoletivos, melhoria das suas rendas dado que muita da mão de obra que foi empregue na construção e reabilitação do património desportivo da Cidade de Maputo veio da comunidade local, muitos deles até fixaram o emprego. Quando foi da construção do ENZ muita da mão de obra utilizada saiu da população, sobretudo a masculina, no entanto as mulheres de forma indireta também foram envolvidas, produzindo renda, na medida em que foram envolvidas na

preparação e confeção das refeições dos trabalhadores das obras, que funcionava 24 sobre 24, e posteriormente vendidas. Houve também casos de pessoas que constituíram família. Muitos homens e mulheres livres e desempedidos conheceram-se no decorrer deste processo e tiveram a oportunidade de namorar e casar. O desenvolvimento territorial verifica-se ao nível do crescimento que a zona regista, onde antes era mato e locais de crime, agora são bairros novos e estruturados, com habitação de melhor qualidade e algumas até consideradas de luxo.

Mestranda: O desenvolvimento urbano que Maputo apresenta atualmente é em parte atribuído a realização de megaeventos desportivos e muito em particular os X Jogos Africanos – Maputo 2011?

Sr. José Pereira: Sim! Sim! A cara dos Jogos Africanos é o Zimpeto, que provocou uma explosão urbana no Distrito Municipal Kamubukwane. O legado dos Jogos Africanos Maputo 2011 são as infraestruturas que estão hoje no Zimpeto. 768 apartamentos, piscinas, ginásio, supermercados, bombas de combustível, restaurantes, discotecas, salas de conferencias, salas para eventos sociais (casamentos, festas, ...), novas vias de acesso e outras reabilitadas, saneamento básico do meio, energia para além de parque/património desportivo totalmente reabilitado e parcialmente modernizado, em vários distritos municipais espalhados pela Cidade de Maputo onde se encontram as instalações desportivas como o Maxaquene, Académica, Estrela Vermelha, Liga Desportiva de Maputo, ... Houve ainda os equipamentos desportivos, pois muitas modalidades receberam equipamento desportivo e também um património, como foi o caso do judo que ganhou instalações para treino que antes não dispunha.

Mestranda: No decorrer destes eventos desportivos internacionais houve certamente pessoas que vieram de diversos pontos do país e do exterior para assistir as diferentes competições. Onde foram alojadas as pessoas que se deslocaram a Maputo com o propósito de assistir e participar nos eventos no período de 1992-2014?

Sr. José Pereira: Na verdade não é da nossa responsabilidade acomodar as pessoas que se deslocam a Maputo para assistir os eventos desportivos. Nós temos como responsabilidade acomodar os atletas e respetivas delegações e membros que as integram. Mas pelo que sei as pessoas hospedam-se em hotéis, pensões, gust houses,

residenciais e também em casas de amigos e familiares para o caso particular dos moçambicanos que vem de outras províncias.

Mestranda: Na sua opinião os eventos desportivos continentais são uma estratégia viável para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo enquanto destino turístico? Em que medida?

Sr. José Pereira: Certamente que os eventos que se realizaram até hoje na Cidade de Maputo são uma estratégia para o desenvolvimento e posicionamento da nossa capital. O desporto é um fator de desenvolvimento, é uma indústria na medida em que obreiga os varios intervenientes a elevar a fasquia dos seus serviços. Para que um destino possa sediar um evento desportivo de nível regional ou continental deve cumprir uma série de requisitos. As questões de alojamento ou acomodação dos atletas, alimentação de acordo com os padrões de qualidade, são apenas alguns dos requisitos exigidos pelas confederações continentais e internacionais. Muitas vezes a nossa industria hoteleira não segue estes padrões de exigencias internacionais e nem esta preparada para o fazer. Não é em qualquer hotel que se alojam atletas de alta competição. O atleta de alta competição é muito exigente. Neste sentido a indústria hoteleira deverá desenvolver esforços no sentido de alojar e alimentar os atletas, logo deverá fazer crescer o parque hoteleiro da cidade que recebe o evento criando as condições para a hospedagem deste tipo de clientes. Por outro lado há que ter em conta que há diferenças entre eventos desportivos no âmbito desportivo e competição de eventos desportivos de âmbito político, como são os casos dos Jogos da CPLP. Ainda no ambito do desenvolvimento e do posicionamento da Cidade de Maputo, quando foi dos X Jogos Africanos, o transito foi condicionado para permitir a deslocação tranquila dos atletas aos locais dos jogos e provas. Ora foi preciso reabilitar acessos que estavam há muito tempo até intransitaveis, melhorar a sinalização. A questão da segurança é também um elemento importante para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo, não vão os atletas e treinadores serem raptados, os espectadores assaltados em plenos recintos desportivos ou a caminho destes. As questões de saúde são também importantes para o desenvolvimento do território, não vão agora os atletas ficarem doentes durante ou depois do evento, portanto o setor da saúde também eleva a sua fasquia em termos de cuidados médicos para que as doenças não deflagrem e fazem um acompanhamento mais exigente e de proximidade em termos de assistencia. Isto é desenvolvimento, é

e elevar a imagem de Moçambique em geral e da Cidade de Maputo em particular sobretudo pelo estilo de vida que a cidade oferece.

Um outro sinal de desenvolvimento está relacionado como o património desportivo da Cidade de Maputo, que muito a propósito dos X Jogos Africanos foi reabilitado na quase sua totalidade. O ENZ não foi construído a propósito dos X Jogos Africanos, mas na perspectiva de Moçambique vir a organizar o CAN-2010, que não veio acontecer, sendo que a organização foi atribuída a Angola. Portanto, há um desenvolvimento e melhoria do posicionamento da imagem de Moçambique, Cidade de Maputo aos olhos do continente e do mundo porque a indústria hoteleira eleva a sua fasquia em termos de serviços, entretenimento e atividades de lazer que passa então a oferecer, surgem novas vias de acesso e outras tantas são reabilitadas, o património desportivo da Cidade é reabilitado e em alguns casos até modernizado de acordo com as exigências e padrões internacionais. Em termos económicos os eventos desportivos de nível continental, sobretudo para os amantes do desporto são bem-vindos para assistir os jogos, logo a indústria hoteleira deverá estar também preparada para servir estes turistas, incluindo a restauração.

Mestranda: O Governo de Moçambique definiu estrategicamente sediar eventos desportivos de dimensão continental e internacional para impulsionar o turismo na Cidade de Maputo em particular, e em Moçambique no geral?

Sr. José Pereira: A tarefa ao a função do Governo é criar um ambiente profícuo para que as organizações desportivas possam realizar a atividade e desenvolver o desporto. Para o efeito criou a lei do desporto, lei nº 11/2002 de 12 de março, na qual determina que o movimento desportivo tem como principais atores as federações e associações desportivas. Ao mesmo tempo procurou fazer um diagnóstico da situação desportiva na país, onde constatou que a situação socioeconómica decorrentes da guerra civil e também das sucessivas calamidades naturais a que o país vem sofrendo (cheias, cicloenes, secas, ...) degradou na sua quase totalidade as poucas infraestruturas desportivas que o país dispunha, conseqüentemente verifica-se uma redução drástica em termos de níveis de ofertas de espaços para a prática desportiva (não há campos, não há pistas, não há pavilhões, não há piscinas). Esta situação vai provocar um afastamento dos jovens pelo gosto do desporto. Os poucos que permaneceram não tinham condições de treino, pois a infraestrutura estava destruída, a participação de Moçambique em

competições internacionais passou a ser negativa tendo em conta as acumuladas derrotas que fomos somando em quase todas as modalidades em competições internacionais, quer as organizadas por nós, quer as que realizamos no exterior. Os moçambicanos começaram a perder confiança nos seus próprios atletas, os nossos poucos talentos desportivos sentiram-se desvalorizados e até desmotivados com tantas derrotas. A autoestima desportiva dos moçambicanos estava praticamente esmagada. Então era necessário reestruturar o nosso desporto nacional a nível interno para depois irmos participar no exterior. Não podíamos organizar eventos continentais no nosso país para perdermos, estaríamos a sofrer e a fazer sofrer os moçambicanos. Há que ter-se um horizonte para preparar os atletas, a nossa participação. Não é trabalhar-se no imprevisto. Há que preparar-se com a devida antecedência a nossa participação nos eventos desportivos que pretendemos participar e organizar no futuro. Há que preparar o nosso viveiro de atletas para que possam no futuro dar respostas positivas e recuperar-se o orgulho desportivo nacional que anda perdido. A aposta é então na formação de professores de educação física, portanto na escola onde estão os mais novos, afinal “*é de pequeno que se torce o pepino*”. Há no entanto que fazer o acompanhamento com as infraestruturas e os equipamentos, os materiais desportivos para desenvolver o desporto. A alta competição que se realiza a nível dos clubes precisa de ter gente, técnicos com formação, dirigentes desportivos com formação, ativar as nossas escolas de jogadores com pessoal formado para que no futuro nos possamos orgulhar. Quem é que não quer organizar um evento no seu país e sair vencedor.

Mestranda: Que estratégias terá o Governo de Moçambique defendido para posicionar a Cidade de Maputo como destino turístico internacional?

Sr. José Pereira: É necessário fazer novamento o fomento do desporto no país alargando a oferta da rede desportiva a todos os cidadãos. Também há necessidade de assegurar o financiamento das atividades desportivas a todos os níveis. O Governo criou o Fundo de Promoção Desportiva que tem como principal atividade promover a mobilização e fazer a gestão dos meios financeiros para o desenvolvimento do desporto no país. Em 2002 aprovou-se a Lei do Desporto no país e seu respetivo Regulamento. O Governo no seu Programa Quinquenal 2005-2009 assume que o desporto é um contributo a paz, a unidade nacional, promove a cultura de paz, consolida a amizade

entre os povos, eleva a autoestima dos moçambicanos, melhora a qualidade de vida e desenvolve o bem estar. Neste sentido definiu as seguintes estratégias:

- Garantir as medidas de organização, planificação e regulamentação da atividade desportiva;
- Promover a massificação desportiva;
- Implementar um sistema desportivo de formação de agentes desportivos;
- Garantir a existencia de equipamento e de uma rede de instalações desportivas e infraestruturas de qualidade;
- Melhorar a qualidade e desempenho da alta competição;
- Promover a cooperação e o intercambio intitucional.

Mestranda: Após a realização dos X Jogos Africanos Maputo 2011, ou outro megaevento desportivo qualquer, houve um incremento em termos de chegadas de turistas na Cidade de Maputo por motivação de eventos desportivos?

Sr. José Pereira: Não disponho de qualquer informação sobre a chegada de turistas que terão vindo a Maputo a propósito de algum evento desportivo, embora em jogos de futebol quer para o apuramento para o mundial/2018 e para os CAN interno verifique-se a presença de cidadãos estrangeiros nos campos de futebol, mas acredito que sejam cidadão que estejam a residir já a algum tempo em Maputo.

1.2 Senhora Alcina Cuamba, Técnica do MINJUDESP

Entrevista informal realizada no MINJUDESP, na Cidade de Maputo, a **Sra. Alcina Cuamba**, funcionária, técnica no MINJUDESP.

Caracterização do entrevistado (Entrevista nº 3)

Sra. Alcina Cuamba		
Código do Entrevistado: (2)	Data da entrevista: 16/novembro/2015	Hora de início da entrevista: 09h:40m Hora do fim da entrevista: 10h:50m
Residência: Cidade de Maputo		
A.1 Organização/Instituição: MINJUVDESP		
A.2 Departamento/Serviço: Planificação e Administração Interna		
A.3 Cargo/Posto: Técnica		
A.4 Idade: 45		
A.5 Género: Femenino		
A.6 Habilitações Literárias: Nível Médio		
Membro da Comissão Executiva do COJA: Sim		

Citando a Sra. Alcina Cuamba *in* entrevista:

Mestranda: *Quais são as motivações de Moçambique ao candidatar-se para sediar megaeventos desportivos de nível continental ou mundial?*

Sra. Alcina Cuamba: Quando a Zâmbia comunica a sua desistência a organização dos X JA, Moçambique, que nesse ano não se tinha candidatado, para surpresa de todos e tudo anuncia disponibilidade para sediar os jogos. Tinha-se apenas 02 anos para prepara-los. Portanto a candidatura de Moçambique esteve muito ligada a crença. Moçambique acreditou que tinha capacidade para organizar e acolher estes JA. Moçambique sabia que era uma oportunidade para crescer em termos de infraestruturas desportivas e não só. Pessoalmente sinto que houve pouco crescimento, muito pouco desenvolvimento. Podíamos ter feito mais comparativamente a outros países africanos que já acolheram eventos desta natureza. Brazaville, por exemplo aproveitou bem u evento desta natureza para melhorar muitos dos aspetos da sua cidade e erguer um complexo desportivo moderno e de grande qualidade.

Mestranda: Qual a sua opinião sobre o facto da Cidade de Maputo ser única província do país que tem vindo a sediar megaeventos desportivos de nível nacional, regional e continental?

Sra. Alcina Cuamba: Fizeram-se e continua-se a fazer jogos em Maputo para diminuir custos. Aqui tem-se as melhores infraestruturas aos mais vários níveis. Fora de Maputo era necessário fazer trabalho de raiz em termos de construções. Também há a questão dos custos dos transportes. Maputo tem muitas melhores condições. Realizar jogos nas províncias é necessário levar tudo para lá, inclusivé recursos humanos. Em todo o caso, em eventos desportivos de grande envergadura é habitual convidar-se alguns técnicos das províncias para virem trabalhar em Maputo: professores de educação física, governadores, diretores provinciais da juventude e desportos e outros diretores multisetoriais.

Mestranda: Com que recursos financeiros e parceiros Moçambique/Cidade de Maputo contou para organizar/sediar os megaeventos desportivos que já ocorreram?

Sra. Alcina Cuamba: Qualquer que seja o evento que se organiza, os recursos financeiros têm sido uma grande dor de cabeça. A participação financeira das organizações ou das empresas privadas é fraca, por que elas esperam resultados positivos e muitas vezes não se consegue. Por exemplo o Banco dá financiamento, mas também cobra esse financiamento através de resultados positivos, isto é em cada competição há que trazer vitórias, o que não ocorre frequentemente, conforme temos visto. Em grande parte das competições em que participamos, os resultados são negativos. O Estado é o parceiro que injeta a maior parte dos recursos financeiros, na verdade é o maior financiador do desporto. O Estado, efetivamente, muitas vezes, vai buscar recursos financeiros a outras empresas/organizações estatais e financia eventos desportivos. A maioria das organizações estatais que financia eventos desportivos dão muito pouco e em forma de produtos não em dinheiro vivo. Portanto o maior financiador é o Estado. Os resultados das competições desportivas que Moçambique participa geralmente são sempre negativos, isto porque não há dinheiro para pagar treinadores, nem estágios e treinos, logo, não se fazem Jogos de treino. O pouco dinheiro existente também chega muito tarde, então as atividades desportivas também

ocorrem tarde, com tempos mais reduzidos, os resultados são de lastimar, pois muitas vezes perdemos.

Mestranda: Que benefícios os megaeventos desportivos ocorridos trouxeram para as comunidades locais decorridos que foram quase 25 anos?

Sra. Alcina Cuamba: O eventos trazem benefícios. No passado eram apenas homens os beneficiários, os que participavam nos eventos desportivos, hoje porém vê-se a participação da mulher com maior intensidade. A questão da globalização esta a tornar as comunidades mais participativas e menos resistentes as mudanças. Em Moçambique não se faz dinheiro com o desporto, isto é apenas um hobby. As comunidades envolvem-se nas obras de construção ou de reabilitação das diversas infraestruturas, incluindo as desportivas, antes, no decorrer e depois dos jogos. Muitos jovens são envolvidos em trabalhos voluntários para as questões de saúde, guias que apresentam e mostram a cidade. Pessoas da comunidade foram integradas em equipas de preparação da alimentação para os participantes nos Jogos, limpezas dos recintos desportivos, de espaços comuns, dos apartamentos na vila olímpica, havia muitos jovens das comunidades envolvidos. Estes jovens recebiam formação em diversos aspetos, em diferentes areas e só depois é que eram integrados. Havia Jovens voluntários do Conselho Nacional da Juventude, da Cruz Vermelha, da Associação Juvenil, todos trabalhando, contribuindo de forma transversal. Cerca de 20.605 pessoas trabalharam como voluntários e foram distribuidas por 11 categorias. Houve também jovens voluntários das províncias.

Mestranda: O desenvolvimento urbano que Maputo apresenta atualmente é em parte atribuído a realização de megaeventos desportivos e muito em particular os X Jogos Africanos – Maputo 2011?

Sra. Alcina Cuamba: Podemos dizer que sim, mas não exclusivamente. Os eventos desportivos contribuíram para este crescimento, impulsionaram, mas há outros eventos, como as reuniões, conferencias, congressos a nível da região, e do continente africano que gradualmente foram obrigando a Cidade de Maputo a apresentar um aspeto diferente em vários campos. Os X Jogos Africanos aceleraram a expansão deste crescimento para fora do chamado Grande Maputo, pois ao aprovar-se a construção de uma Vila Olímpica numa zona periférica da Cidade implicou mexer com muitas coisas:

vias de acesso, energia, água, habitação, transportes, comunicações, escolas, hospitais, comércio, e por aí fora...

Mestranda: *No decorrer destes eventos desportivos internacionais houve certamente pessoas que vieram de diversos pontos do país e do exterior para assistir as diferentes competições. Onde foram alojadas as pessoas que se deslocaram a Maputo com o propósito de assistir e participar nos eventos no período de 1992-2014?*

Sra. Alcina Cuamba: Grande parte de atletas que vieram para os X Jogos Africanos ficaram na Vila Olímpica e poucos ficaram nos hotéis. Agora arbitros, Chefes de Departamento, de Delegações ficaram em hotéis de 3 e 4 estrelas, Hotel Anfrin, Vip, ... 2000 no Shoupal, próximo da Vila Olímpica. Residências estudantis como da UEM, UP também serviram para alojar atletas. Os hotéis 5 estrelas, como o Polana, foram para os Ministros, Membros do SCSA, membros do Comité Olímpico Internacional, membros do WADA (Agência mundial antidóping), membros da ONUSIDA (organização das nações unidas para a monitoria da SIDA).

Mestranda: *Na sua opinião os eventos desportivos continentais são uma estratégia viável para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo enquanto destino turístico? Em que medida?*

Sra. Alcina Cuamba: Sim. Houve desenvolvimento a nível da área turística. Colocar competições, neste caso a vela, em Chidenguele foi também uma forma de fazer turismo. Verificava-se a nível da Cidade de Maputo a circulação de muitos atletas estrangeiros. Visitou-se muitas praias. É um facto que a Cidade de Maputo está a crescer, mas a desenvolver-se entanto que tal, não. Há ainda muita dependência em termos, por exemplo do saneamento do meio, da energia, da água canalizada. Há muita pouca energia. A questão do posicionamento também não é visível. O lugar, espaços onde existem infraestrutura desportiva na Cidade de Maputo, estão a ser erguidos prédios, apartamentos tanto para habitação bem como para escritórios, assim não é possível produzir talentos desportivos. Alguns campos viraram mercados (Xipamanine, Xikeleni). As crianças realizam suas atividades desportivas, seus jogos em vários bairros da cidade de Maputo na rua, nas estradas. O país investe pouco em

infraestruturas desportivas. Na nossa marginal os espaços estão a ser usados para erguer prédios e não infraestruturas desportivas.

Mestranda: O Governo de Moçambique definiu estrategicamente sediar eventos desportivos de dimensão continental e internacional para impulsionar o turismo na Cidade de Maputo em particular, e em Moçambique no geral?

Sra. Alcina Cuamba: Acredito que existam estratégias, mas não sei dizer com detalhe, no entanto acho que uma delas deveria ser virada para a melhoria da qualidade da nossa participação nas competições onde participamos. Provavelmente a outra é a garantia da existencia de instalações desportivas em todos as províncias e bairros do país para que possamos identificar talentos desportistas nas diferentes modalidades e que nos levem as vitórias.

Mestranda: Que estratégias terá o Governo de Moçambique defenido para posicionar a Cidade de Maputo como destino turístico internacional?

Sra. Alcina Cuamba: Acredito que existam estratégias, mas não sei dizer com detalhe, no entanto acho que uma delas deveria ser virada para a melhoria da qualidade da nossa participação nas competições onde participamos. Provavelmente a outra é a garantia da existencia de instalações desportivas em todos as províncias e bairros do país para que possamos identificar talentos desportistas nas diferentes modalidades e que nos levem as vitórias.

Mestranda: Após a realização dos X Jogos Africanos Maputo 2011, ou outro megaevento desportivo qualquer, houve um incremento em termos de chegadas de turistas na Cidade de Maputo por motivação de eventos desportivos?

Sra. Alcina Cuamba: Desconheço. Não sei se houve turistas que vieram a Maputo ou a outra parte qualquer de Moçambique a proposito de eventos desportivos. O que se tem verificado, sobretudo quando há jogos de futebol ou de basquetebol, por exemplo, nota-se a presença de cidadão estrangeiros na sua maioria africanos. Pelo que sei muitos deles vivem em Moçambique e desenvolvem os seus negócios, como são os casos de nigerianos, senegaleses, gunienses, etc. Outros, mais muito poucos mesmo podem vir

fazer claque para os seus paíse, mas são muito poucos mesmos. Chegam com a equipa e regressam com a equipa.

1.3 Eng^o. Altenor Pereira, Presidente de Clube Desportivo

Entrevista informal realizada no Clube Desportivo, Associação Académica de Maputo, na Cidade de Maputo, ao Eng^o. **Altenor Pereira**, Presidente da AAM.

Caracterização do entrevistado (Entrevista n^o 5)

Eng ^o Altenor Pereira		
Código do Entrevistado: (3)	Data da entrevista: /janeiro/2016	Hora de início da entrevista: Hora do fim da entrevista:
Residência: Cidade de Maputo		
A.1 Organização/Instituição: Associação Académica da Maputo		
A.2 Departamento/Serviço: Direção		
A.3 Cargo/Posto: Presidente		
A.4 Idade: 68		
A.5 Género: Masculino		
A.6 Habilitações Literárias: Engenheiro Civil		
Membro da Comissão Executiva do COJA: Não		

Citando o Eng^o. Altenor Pereira *in* entrevista:

Mestranda: *Quais são os objetivos de Moçambique ao candidatar-se para sediar megaeventos desportivos de nível continental ou mundial?*

Eng^o Altenor Pereira: Imagino que as autoridades desportivas nomeadamente, o Governo através do MJD, o COM e as FEDERAÇÕES se candidatem por diversas razões, das quais, posso salientar, a motivação desportiva inserida no contexto preparação de equipas e atletas (individualmente) para a obtenção de resultados que permitam a presença de Moçambique em competições do ciclo olimpico e dos campeonatos mundiais, continentais e regionais, das diversas modalidades, para além de naturalmente, ser uma forma de consolidar e expôr ao mundo nossa capacidade organizativa para promover este tipo de realizações. Para além da motivação desportiva acredito também em motivações de ordem política e económica, pois a organização desses megaeventos desportivos, quando devidamente preparados podem alavancar

acordos desportivos e/ou de outra natureza, quer com parceiros desportivos, quer a nível de cooperação bilateral com outros países. Infelizmente por razões diversas nem sempre os resultados desportivos obtidos, correspondem ao esforço estratégico, organizativo e financeiro que levou á organização do megaevento.

Mestranda: Qual a sua opinião sobre o facto da Cidade de Maputo ser única província do país que tem vindo a sediar megaeventos desportivos de nível nacional, regional e continental?

Engº Altenor Pereira: Acredito que a única razão plausível tem a ver com a disponibilidade existente de infraestruturas desportivas, aeroportuárias, rodoviárias, da indústria hoteleira e outras fundamenatais para garantia do sucesso organizativo. Aliás, se pensarmos um pouco no que se passa pelo mundo, quanto á realização destes grandes eventos, é comum que a escolha recaia na cidade que tem melhores condições infra estruturais para organizar o evento. Contudo, sou apologista de que a realização de eventos com uma dimensão menor deveriam ser encaminhados para outros locais do país. Aliás existe um programa nacional de construção de complexos desportivos regionais, que permitam viabilizar esta intenção, nomeadamnete, está em curso a construção de um na Cidade de Pemba. Acredito que a única razão plausível tem a ver com a disponibilidade existente de infraestruturas desportivas, aeroportuárias, rodoviárias, da indústria hoteleira e outras fundamenatais para garantia do sucesso organizativo. Aliás, se pensarmos um pouco no que se passa pelo mundo, quanto á realização destes grandes eventos, é comum que a escolha recaia na cidade que tem melhores condições infra estruturais para organizar o evento. Contudo, sou apologista de que a realização de eventos com uma dimensão menor deveriam ser encaminhados para outros locais do país. Aliás existe um programa nacional de construção de complexos desportivos regionais, que permitam viabilizar esta intenção, nomeadamnete, está em curso a construção de um na Cidade de Pemba.

Mestranda: Com que recursos financeiros e parceiros Moçambique/Cidade de Maputo contou para organizar/sediar os megaeventos desportivos que já ocorreram?

Engº Altenor Pereira: Tanto quanto me foi possível conhecer a maior participação terá sido do Estado, mas naturalmente pela exposição nacional, regional e até mundial, que

estes eventos têm, outros parceiros de cooperação bilateral (estatal e desportiva), do setor privado e do público/privado, também participaram e colaboraram na organização.

Mestranda: Que benefícios os megaeventos desportivos ocorridos trouxeram para as comunidades locais decorridos que foram quase 25 anos?

Engº Altenor Pereira: Não estou em condições de detalhar quais os benefícios, mas é visível que ficou um legado desportivo bastante positivo a nível de instalações e capacidade humana á vários níveis.

Mestranda: O desenvolvimento urbano que Maputo apresenta atualmente é em parte atribuído a realização de megaeventos desportivos e muito em particular os X Jogos Africanos – Maputo 2011?

Engº Altenor Pereira: Essa é uma forma aligeirada de analisar o problema. Podemos dizer que os X Jogos Africanos terão acelerado determinados processos que já estavam em curso, do ponto de vista de desenvolvimento urbano (falamos de imobiliária, acessos, abastecimento de água, saneamento e eletricidade). Naturalmente, que os jogos tiveram um impacto sensível nesse programa de desenvolvimento, em particular no que concerne ao Bairro do Zimpeto e na reabilitação de infraestruturas desportivas que de alguma forma, estariam mal conservadas, a nível da Cidade de Maputo. Uma coisa é clara: O legado dos X Jogos Africanos, obrigam a um esforço de gestão, organizativo, criativo e financeiro para que não seja perdido em poucos anos, por falta de manutenção e utilização programada.

Mestranda: No decorrer destes eventos desportivos internacionais houve certamente pessoas que vieram de diversos pontos do país e do exterior para assistir as diferentes competições. Onde foram alojadas as pessoas que se deslocaram a Maputo com o propósito de assistir e participar nos eventos no periodo de 1992-2014?

Engº Altenor Pereira: Tanto quanto eu saiba as infraestruturas hoteleiras na Cidade de Maputo têm respondido de forma positiva ao desenvolvimento nacional. Desde 1992 até hoje é grande e variada a oferta da Industria Hoteleira ao mercado, desde Residências, Pensões, Hotéis, Restaurantes até no caso dos X Jogos Africanos, que levou á

construção de uma Vila dos Jogos que hoje estará a ser comercializada pelo Fundo de Habitação com algumas unidades reservadas para apoio a alojamento de Delegações Desportivas que se deslocam a Maputo.

Mestranda: Na sua opinião os eventos desportivos continentais são uma estratégia viável para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo enquanto destino turístico? Em que medida?

Engº Altenor Pereira: Diria que sim, mas para tal haverá que melhorar significativamente aspetos que nada têm a ver com o Desporto e que são da responsabilidade exclusiva da Edidilidade e dos residentes em Maputo. Se estas forças não trabalharem em conjunto, por forma a garantir uma cidade segura, limpa, funcional e hospitaleira, de nada vale ser Maputo considerada potencialmente, como destino turístico, pese embora o esforço que está em curso a nível de acessos rodoviários e outras infraestruturas (água, saneamento, eletricidade, mercados, transporte, etc).

Mestranda: O Governo de Moçambique definiu estrategicamente sediar eventos desportivos de dimensão continental e internacional para impulsionar o turismo na Cidade de Maputo em particular, e em Moçambique no geral?

Engº Altenor Pereira: Se afirma que o Governo definiu essa estratégia acredito que tenha políticas a serem implementadas para o efeito. Pessoalmente não conheço em detalhe quais são essas estratégias.

Mestranda: Que estratégias terá o Governo de Moçambique definido para posicionar a Cidade de Maputo como destino turístico internacional?

Engº Altenor Pereira: Penso ter respondido na questão anterior. Pessoalmente não conheço em detalhe quais são essas estratégias.

Mestranda: Após a realização dos X Jogos Africanos Maputo 2011, ou outro megaevento desportivo qualquer, houve um incremento em termos de chegadas de turistas na Cidade de Maputo por motivação de eventos desportivos?

Engº Altenor Pereira: Não tenho dados concretos sobre o impacto, mas é possível que sim, apesar de crer que o incremento de turistas por motivação de eventos desportivos não tenha qualquer significado no contexto do desenvolvimento do turismo na Cidade de Maputo.

Anexo – XVII

Ferramentas de Análise Final do Conteúdo das Entrevistas Padronizadas: Turismo e Desporto

(Análise por Blocos Temáticos)

1. Bloco Temático A/T-D: Perfil sociodemográfico dos entrevistados

Turismo

E.	Género		Idade	Residencia	Nível Académico	Instituição	Cargo
5	x		53	Gaza-Bilene	Superior	Estatal	Direção
6		x	45	Cidade Mpt	Superior	Estatal	-
R.	(50% - H) (50% - M)		M=49	50% 50%	100%	100%	(50% - D) (50% - ND)

Desporto

E.	Género		Idade	Residencia	Nível Académico	Instituição	Cargo
1	x		56	Cidade Mpt	Médio	Estatal	Direção
2		x	45	Cidade Mpt	Médio	Estatal	-
3	x		68	Cidade Mpt	Superior	Estatal	Direção
R.	(67% - H) (33% - M)		M= 56	100%	(67% - M) (33% - S)	100%	(67% - D) (33% - ND)

2. Bloco Temático B/T: Infraestruturas/Instalações Turísticas

Infraestruturas turísticas usadas nos eventos desportivos continentais e internacionais ocorridos na Cidade de Maputo entre 1992- 2014

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E		U.E	R(%)
			5	6		
Tipologia	Alojamento	1.1 Hotéis, pensões, residenciais, guest house	x	x	2	100%
	Restauração	1.2 Restaurantes, bares, pastelarias, cafés, lançonetes	x	x	2	100%
	Animação	1.3 Discotecas, feiras de artesanato e de gastronomia, muesus.	x	x	2	100%
	Outros Complementares	1.4 meios de transporte, supermercados, lojas de pronto a vestir, salões de cabeleireiro, barbearias, bancos, casas de câmbio, serviços de saúde, aeroporto, serviços de taxi, comunicações, mercado informal	x	x	2	100%

Características das infraestruturas turísticas

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E		U. E	R (%)
			5	6		
Caraterização	Alojamento	2.1 Constituídos por quartos (suits, duplos e simples), dotados de ar condicionado, casas de banho privativa, guarda-fatos.	x	x	2	
	Restauração	2.2 são de tipologia diversa sendo alguns de comida típica; outros de cozinha internacional e outros ainda de fast food.	x	x	2	
	Animação	2.3 As discotecas estão distribuídas por áreas ou zonas com música diversificada, fundamentalmente de estilo local e/ou africano.	x	x	2	

Infraestrutura turística para acolhimento de eventos desportivos

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E		U.E	R (%)
			5	6		
Infraestruturas/instalação		3.1 Sim. A Cidade de Maputo tem sim, infraestruturas turísticas para receber eventos desportivos de dimensão continental e mundial.	x	x	2	100
		3.2 Existência de um parque hoteleiro de padrão				

s turísticas	Infraestrutur a turística	internacional, modernos em termos de equipamentos, arquitetura e também de serviços.	x	x	2	100
		3.3 Surgimento de novas cadeias de restauração a investir na Cidade de Maputo		x	1	50%
		3.4 há abertura de novas vias de acesso e melhoramento de tantas outras que estiveram quase que intransitáveis durante longos anos,		x	1	
	Carencias	3.5 Cidade carece de infraestruturas desportivas para esse efeito e mais alguma infraestrutura complementar, sobretudo na area de lazer, isto é precisa de diversificar.	x		1	
		3.6 No campo dos transportes, o transito tem estado um caos; circulação é feita apenas pelo transporte rodoviário, visto que nesta cidade não há combios nem metro.		x	1	

3. Bloco Temático B/D: Megaeventos Desportivos

Motivações de Moçambique ao candidatar-se para sediar megaeventos desportivos

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E			U.E	R (%)
			1	2	3		
Megaevento e infraestrutur as desportivas: Motivações	Técnico- desportivas	1.1 alcançar altos resultados nas competições; muito ligadas aos resultados; competir, competir para ganhar, vencer, e ganhar a autoestima e o orgulho desportivo nacional.	x	x	x	3	100%
	Infraestrutur ais desportivas	1.2 Modernização e renovação de instalações desportivas	x	x		2	67%
	Socioeconó micas assciadas ao desenvolvim ento	1.3 Capacidade organizativa, participar na melhoria das condições económicas e sociais do país; possibilitar ao público a assistência à manifestação desportiva de elevada qualidade)	x	x	x	3	100%
	Internacionai s	1.4 Projetar o nome de Moçambique além fronteiras, o nome e a bandeira além fronteiras; cooperação bilateral com outros países.	x		x	2	67%

Cidade de Maputo única província do país que tem vindo a sediar megaeventos desportivos de nível nacional, regional e continental

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E			U.E	R (%)
			1	2	3		
Cidade de Maputo: Sede de megaeventos	infraestrutur as	2.1:Infraestruturas desportivas estão concentradas na Cidade de Maputo. Outras províncias e locais de Moçambique não oferecem condições desportivas para acomodar eventos, nem megaeventos desportivos.	x	x	x	3	100%
	Territorial	2.2: Escolha do local: há todo um conjunto de fatores que são colocados em jogo quando se escolhe o território onde se vai sediar um evento desportivo.	x		x	2	67%
	Recursos humanos	2.3: Recursos humanos: o fator humano é ainda negativo nas províncias.	x	x		2	67%
	Finanças	2.4: Custos elevados	x	x		2	67%

Recursos financeiros e parceiros Moçambique/Cidade de Maputo na organização de megaeventos desportivos ocorrido

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E			U.E	R (%)
			1	2	3		
Recursos Financeiros	Recursos Financeiros	3.1: O maior financiador desportivo é o Estado. Há varias organizações que investem no desporto: privados e público-privados	x	x	x	3	100%
		3.2: Megaeventos exigem um investimento financeiro muito elevado. Após os jogos os recintos desportivos não são sustentáveis porque não há publico que encha os campos.	x			1	33%

Benefícios os megaeventos desportivos ocorridos em Maputo para as comunidades locais

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E			U.E	R (%)
			1	2	3		
Benefícios as Comunidades Locais	Habitação e legado desportivo	4.1: As comunidades locais beneficiaram de um <u>reassentamento em locais com habitação melhorada</u> , com água canalizada e energia, com vias de acesso.	x		x	2	67%
	Emprego	4.2: Muita da mão de obra que foi empregue na construção e reabilitação do património desportivo da Cidade de Maputo veio da comunidade local, muitos deles até fixaram o emprego. Hove melhoria das suas rendas.	x	x		2	67%
	Casamentos	4.3 Muitos homens e mulheres livres e desempedidos conheceram-se no decorrer deste processo e tiveram a oportunidade de namorar e casar.	x			1	33%
	Território	4.4 O desenvolvimento territorial verifica-se ao nível do crescimento que a zona regista, onde antes era mato e locais de crime, agora são bairros novos e estruturados, com habitação de melhor qualidade e algumas até consideradas de luxo.	x			1	33%
	Integração da mulher	4.5 Participação da mulher em eventos desportivos, no passado estava apenas reservado ao homem		x		1	33%
	Jovens e voluntariado	4.6 Muitos jovens trabalharam como voluntários.		x		1	33%

O desenvolvimento urbano que Maputo e a realização de megaeventos desportivos em particular os X Jogos Africanos – Maputo 2011

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E			U.E	R (%)
			1	2	3		
Desenvolvimento Urbano		5.1: Afirmativo.	x	x	x	3	100%
	Crescimento urbano	5.2: O legado dos Jogos Africanos Maputo 2011 são as infraestruturas que estão hoje no Zimpeto. Os X Jogos Africanos aceleraram a expansão deste crescimento para fora do chamado Grande Maputo. Podemos dizer que os X Jogos Africanos terão acelerado determinados processos que já estavam em curso, do ponto de vista de desenvolvimento urbano Crescimento da zona periférica da cidade de Maputo: Zimpeto, Distrito Urbano Ka Mubukuane	x	x	x	3	100%
	Equipamentos desportivos	5.3: Aquisição de novos equipamentos desportivos para diversas modalidades que antes não tinham, ex: Judu	x			1	33%

		5.4: O legado dos X Jogos Africanos, obrigam a um esforço de gestão, organizativo, criativo e financeiro para que não seja perdido em poucos anos, por falta de manutenção e utilização programada.			x	1	33%
--	--	---	--	--	---	---	-----

4. Bloco Temático C/T-D: Estratégia de desenvolvimento e posicionamento de um destino turístico (Cidade de Maputo), tendo por base os megaeventos desportivos no geral e os X Jogos Africanos em particular

Locais de acomodação de pessoas que se deslocaram a Maputo com o propósito de assistir e participar nos eventos no período de 1992-2014

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E						U.E	R (%)
			1	2	3	5	6			
Locais de acomodação de turistas e atletas	Chegadas de Turistas, atletas e outros	1.1 Poucos vieram a Maputo para assistir a eventos desportivos				x	x	2	40%	
		1.2 Os que vêm a Maputo são as delegações desportivas constituídas por atletas, treinadores, dirigentes desportivos, que estavam de forma direta ou indireta envolvidos em atividades inerentes aos jogos.				x	x	2	40%	
	Vila Olímpica	1.3 Os atletas ficaram mesmo foi na Vila Olímpica, um conjunto de habitações que foi construído a propósito do X Jogos Africanos,	x	x	x	x	x	5	100%	
	Hotéis, Residenciais, Gust Hause, casa de familiares e amigos	1.4 Desde 1992 até hoje é grande e variada a oferta do parque hoteleiro que é oferecido ao mercado. As pessoas hospedam-se em hotéis, pensões, gust houses, residenciais e também em casas de amigos e familiares para o caso particular dos moçambicanos que vem de outras províncias	x	x	x	x	x	5	100%	
	Residências estudantis	1.5 Residências estudantis como da UEM, UP também serviram para alojar atletas		x				1	20%	

Eventos desportivos continentais são estratégicos para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo. Medidas.

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E						U.E	R (%)
			1	2	3	5	6			
Estratégia de desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo megaeventos desportivos no geral; X Jogos Africanos:	Afirmção/Negação	2.1 Sim.Certamente que os eventos que se realizaram até hoje na Cidade de Maputo são uma estratégia para o desenvolvimento e posicionamento da nossa capital.	x	x	x	x		4	80%	
		2.2 Ainda não constitui uma estratégia.					x	1	20%	
	As medidas visíveis de desenvolvimento e de posicionamento	2.3 reabilitar acessos que estavam há muito tempo intransitáveis e abertura de novas vias de acesso.	x		x			2	40%	
		2.4 melhorar a sinalização	x					1	20%	
		2.4 segurança é também um elemento importante para o desenvolvimento e posicionamento da Cidade de Maputo	x		x			2	40%	
		2.5 As questões de saúde são também importantes para o desenvolvimento do território.	x					1	20%	
2.6 Elevar a imagem de Moçambique em geral e da Cidade de Maputo em particular sobretudo	x		x				2	40%		

		pele estilo de vida que a cidade oferece: Cidade limpa, funcional e hospitaleira								
		2.7 outro sinal de desenvolvimento esta realcionado como o património desportivo da Cidade de Maputo, que muito a propósito dos X Jogos Africanos foi reabilitado e modernizado na quase sua totalidade de acordo com as exigencias e padrões internacionais.	x						1	20%
		2.8 industria hoteleira eleva a sua fasquia em termos de serviços, entretenimento e atividades de lazer que passa então a oferecer	x						1	20%
		2.9 circulação de muitos atletas estrangeiros. o transito foi condicionado para permitir a deslocação tranquila dos atletas aos locais dos jogos e provas	x	x			x		3	60%
		2.10 outras infraestruturas (água, saneamento, eletricidade, mercados, transporte, etc.)			x	x			2	40%
		2.11. Cidade de Maputo esta a crescer, mas a desenvolver-se entanto que tal, não. Há ainda muita dependencia em termos do saneamento do meio, da energia, da água canalizada. Há muita pouca energia.		x					1	20%
		2.12 posicionamento também não é visível. O lugar, espaços onde existem infraestruturas desportiva na Cidade de Maputo, estão a ser erguidos prédios, apartamentos tanto para habitação bem como para escritórios, assim não é possível produzir talentos desportivos. Alguns campos viraram mercados.		x			x	x	3	60%
		2.13. O país investe pouco em infraestruturas desportivas. Na nossa marginal os espaços estão a ser usados para erguer prédios e não infraestruturas desportivas.		x					1	20%

O Governo de Moçambique definiu estrategicamente sediar eventos desportivos de dimensão continental e internacional para impulsionar o turismo na Cidade de Maputo

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E						U.E	R (%)
			1	2	3	5	6			
		3.1 A tarefa ou a função do Governo é criar um ambiente proficuo para que as organizações desportivas possam realizar a atividade e desenvolver o desporto.	x						1	20%
		3.2 Sim, há um conjunto de estratégias definidas. A aposta de um modo resumido circunscreve-se a construção de infraestruturas desportivas e turísticas para acomodar outros megaeventos no Norte, Centro e Sul do país.	x	x	x	x			4	80%
		3.3. A estratégia para impulsionar o turismo tanto na Cidade de Maputo como em Moçambique não é pela via dos eventos desportivos. Uma cidade com infraestruturas desportivas fragilizadas não pode impulsionar o turismo pela via dos eventos desportivos e nem pode definir isso como estratégia.						x	1	20%
		3.4 Há outros produtos turísticos estratégicos para a Cidade de Maputo, por exemplo o turismo de negócios, das areas de conservação, como é o caso da Inhaca.						x	1	20%

Estretégias do Governo de Moçambique para desenvolver e posicionar a Cidade de Maputo como destino turístico internacional

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E						U.E	R (%)
			1	2	3	5	6			
	Recursos turísticos	Património arquitetónico da Cidade de Maputo Restauração do património cultural Instalação de um sistema de transporte rápido, sem congestionamento e eficaz Património natural como são os casos das nossas praias				x	x		2	40%
	Estratégicas Políticas	a questão da integração regional é importante e Maputo como capital deverá saber tirar benefícios. O intercambio cultural e desportivo nacional com a região deverá ser também estratégico para posicionar Maputo como destino turístico.				x			1	20%
	Animação e Lazer	Organizar viagens de familiarização com jornalistas internacionais para melhor conhecimento da cidade de Maputo, incluindo a gastronomia local e a Animação noturna, visita aos bairros históricos				x			1	20%
	Estratégias sociais	fazer novamente o fomento do desporto no país alargando a oferta da rede desportiva a todos os cidadãos.	x						1	20%
	Estratégias de Investimento desportivo	assegurar o financiamento das atividades desportivas a todos os níveis. promover a mobilização e fazer a gestão dos meios financeiros para o desenvolvimento do desporto no país.	x						1	20%
		Acredito que existam estrarégias, mas não sei dizer quais são.		x	x				2	40%

Incremento em termos de chegadas de turistas na Cidade de Maputo por motivação de eventos desportivos?

Categorias	Sucategorias	Unidades de Registo	E						U.E	R(%)
			1	2	3	5	6			
		5.1 Desconheço. Não sei se houve turistas que vieram a Maputo ou a outra parte qualquer de Moçambique a proposito de eventos desportivos.	x	x	x				3	60%
		5.2 Não! Do conhecimento que tenho isso nunca ocorreu, nem antes nem depois dos X Jogos Africanos Maputo 2011.				x	x		2	40%
		5.3 A preferencia dos turistas é pela África do Sul que tem as melhores e modernas infraestruturas desportivas e turísticas da região austral de África.				x	x		2	40%
		5.4 No entanto verifica-se a presença de cidadãos estrangeiros nos nossos recintos desportivos quando se realizam jogos entre seleções ou entre clubes estrangeiros.	x	x	x				3	60%