



UNIVERSIDADE POLITÉCNICA
A POLITÉCNICA
INSTITUTO SUPERIOR ABERTO

Análise da Estratégia de Gestão do Sector de Turismo em Períodos de Crise na província de
Maputo. Caso de Estudo, Localidade da Ponta de Ouro, Posto Administrativo de Zitundo.

Período: 2019-2020

Gabriel António Mucachua

Maputo

2021

Gabriel António Mucachua

Análise da Estratégia de Gestão do Sector de Turismo em Períodos de Crise na província de Maputo. Caso de Estudo, Localidade da Ponta de Ouro, Posto Administrativo de Zitundo.

Período: 2019-2020

Monografia a ser apresentada ao Instituto Superior Aberto da Universidade Politécnica como requisito parcial para a obtenção do Grau de Licenciado em Gestão de Empresas.

Supervisor: _____

Mestre Rui Paulino Taula

Maputo

2021

Tutor: Mestre Rui Paulino Taula

Parecer do Tutor:

Declaração de honra

Declaro que esta monografia é resultado da minha investigação pessoal, das orientações do meu supervisor, o seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente referenciadas.

Declaro ainda que este trabalho não foi apresentado em nenhuma outra instituição para a obtenção de qualquer grau académico. Por ser verdade, passo a assinar:

Maputo, _____ de _____ de _____

(Gabriel António Mucachua)

Agradecimentos

Agradeço em primeiro lugar à Deus Pai, Uno e Trino pelo dom da vida e por guiar sempre os meus passos, pelos caminhos da vida, pela saúde suficiente para trilhar nesta longa caminhada de 4 anos de formação.

Quero agradecer principalmente a minha mãe, que sempre me incentivou a lutar pelos meus sonhos e me educar desde pequeno a reconhecer que a formação académica é indispensável para realização de qualquer sonho.

Agradeço a minha esposa pela força e pelo apoio, aos meus colegas de grupo com os quais convivi ao longo destes 4 anos de formação, em particular ao Hélio Lissivane.

Ao corpo Docente do Instituto Superior Aberto (ISA), pelos ensinamentos, em especial ao meu tutor, Mestre Rui Paulino Taula pelo suporte na realização e concretização deste trabalho.

O que seria do meu trabalho sem a sua varinha mágica?

Os meus agradecimentos estendem-se ainda a todos os gestores e colaboradores das estâncias turísticas pela oportunidade e por terem aberto as portas e permitiram com que o meu trabalho de pesquisa fosse feito com maior comodidade.

A todos que directa ou indirectamente contribuíram para a minha formação e realização deste trabalho.

A todos, o meu muito Khanimambo.

Dedicatória

Dedico este trabalho em memória ao meu querido avô Ernesto Mucachua exemplo de vida, que em uma sociedade mergulhada em conflito armado e perseguições, mas com muita fé e dedicação ao trabalho, esforço, honestidade, simplicidade e respeito ao próximo venceu um conjunto de dificuldades típicas dos pequenos agricultores do século XX, dentre elas o analfabetismo.

Epígrafe

“O mercado é de mudanças constantes e sobrevive quem é mais ágil a buscar soluções ”

(Salimo Abdula).

Resumo

A presente pesquisa têm como objectivo principal “Analisar a estratégia de gestão adoptadas pelos gestores das estâncias turística da Província de Maputo, Distrito de Matutuine em particular a região turística da localidade da ponta de outro Ponta d’Ouro, Posto Administrativo de Zitundo no período de 2019 à 2020. Este tema foi escolhido tendo em conta a importância desse sector para a economia, o desenvolvimento das localidades (directa ou indirectamente), quer na perspectiva de geração de postos de emprego, incremento do produto interno bruto, melhoria de infra-estruturas locais, melhoria da condição de vida da população local, para além do exploração e preservação das culturas nacionais, revitalização da identidade cultural de Moçambique.

Com o actual cenário nacional e mundial marcado pela existência de uma crise económico-financeira e da pandemia do covid19, constatou-se que este sector foi um dos mais afectados, o que coloca em causa os benéficos que o mesmo traz a economia. Uma crise, por sua vez trás em maior partes resultados negativos, como o aumento do desemprego, redução da produção interna do país, aumento da inflação, ou seja, uma crise vem gerar défices na economia

Para a materialização desta pesquisa foram usados os seguintes métodos: *método qualitativo*, que é feito a partir da observação de um menor número de respondentes que disponibilizam informações não quantificáveis. Igualmente, foi usado o *método bibliográfico* (que consisti meramente na consulta de livros, artigos). A presente pesquisa, quanto aos seus objectivos é classificada como uma pesquisa descritiva e exploratória, na medida que foi descrita a situação actual do sector de turismo moçambicana, sua importância, descritas as estratégias de gestão do sector de turismo em períodos de crise com vista a proporcionar mais familiaridade em relação ao tema que é pouco discutido e dotar os gestores de ferramentas de gestão. Igualmente, para a recolha de dados, pautou se pela elaboração de um questionário, composto por perguntas abertas e fechadas.

A escolha da amostra foi por acessibilidade, ou seja, a pesquisa não partiu com um número exacto de estâncias turísticas a serem inqueridas, porém conseguiu-se alcançar uma amostra de 90 equivalente a 4.98% das estâncias turísticas existentes na província de Maputo e 30% do total

de 300 estâncias existentes na região da Ponta de Ouro que exploram áreas de restaurantes, bares, lodges e outras.

No que diz respeito a eficácia das acções tomadas para minimizar os efeitos da crise nessa zona turística, conforme o estudo, 77.78% da amostra afirmou que as estratégias foram eficazes. Em termos de impacto no volume de negócio, 44.45% da amostra afirmou que as estratégias adoptadas, influenciaram no volume de negócios (receita) em pelo menos 25% do que ganhava-se.

Sendo assim, a pesquisa concluiu que como estratégia mais usada, destaca-se a estratégia de valorização do território e das comunidade, potenciação o conhecimento na medida em que investiu-se continuamente na formação dos colaboradores bem como no uso de hábitos culturais nacionais o que mostra uma valorização do património histórico-cultural Moçambicano.

Palavras-chave: Estratégias de gestão, Crescimento das Estâncias Turísticas, Sector de Turismo, Gestão da Crise

Abstract

The main objective of this research is to “Analyze the management strategy adopted by managers of tourist resorts in Maputo Province, Matutuine District, in particular the tourist region of Ponta D’ouro Ponta D’ouro, Zitundo Administrative Post in the period of 2019 to 2020. This theme was chosen taking into account the importance of this sector for the economy, whether from the perspective of generating employment, increasing the gross domestic product, improving local infrastructure, in addition to exploiting national cultures.

With the current national and world scenario marked by the existence of an economic and financial crisis and the covid19 pandemic, it was found that this sector was one of the most affected, which calls into question the benefits that it brings to the economy. A crisis, in turn, mostly brings negative results, such as increased unemployment, reduced domestic production, and increased inflation, that is, a crisis generates deficits in the economy

For the materialization of this research the following methods were used: qualitative method, which is done from the observation of a smaller number of respondents, bibliographic methods, and the research being classified according to its objectives as an exploratory descriptive research. Likewise, for data collection, a questionnaire was prepared, consisting of open and closed questions.

The choice of the sample was based on accessibility that is, the research did not start with an exact number of tourist resorts to be surveyed, but it managed to reach a sample of 90 tourist resorts that explore areas of restaurants, bars, lodges and others. In terms of the effectiveness of the actions taken to minimize the effects of the crisis in that tourist area, according to the study, 77.78% of the sample stated that the strategies were effective. In terms of impact on turnover, 44.45% of the sample stated that the strategies adopted had an impact on turnover by at least 25%. Thus, the research concluded that as the most used strategy, the strategy of valuing the territory and the community stands out, enhancing knowledge as it continually invested in training employees as well as in the use of national cultural habits. Shows an appreciation of the historical and cultural heritage.

Keywords: Management Strategies, Growth of Tourist Resorts, Tourism Sector, Crisis Management

Lista de Gráficos

Gráfico 1: Género.....	22
Gráfico 2: Idade.....	23
Gráfico 3: Provocação de Formações/ capacitação para os funcionários.....	24
Gráfico 4: Hábitos/ bens culturais	25
Gráfico 5: Benéficos a comunidade local.....	26
Gráfico 6: Turismo praticado com mais predominância.....	27
Gráfico 7: Nacionalidade dos Turistas.....	28
Gráfico 8: Incentivos para aumentar a demanda	29
Gráfico 9: Implementação de Novos serviços ou produtos.....	30
Gráfico 10: Nível de aceitação dos novos produtos.....	31
Gráfico 11: Impacto da crise no volume de negócios.....	32
Gráfico 12: Efeito das estratégias adoptadas.....	33
Gráfico 13: Eficácia das estratégias.....	34

Lista de Tabelas

Tabela 1: Turismo e suas características	23
Tabela 1: Área de Formação.....	24
Tabela 2: Área de Actuação das estâncias turísticas.....	25
Tabela 3: Género beneficiário da formação	25

Lista de Abreviaturas

MITUR – Ministério do Turismo

CTA – Confederação das Associações Económicas de Moçambique

ISA- Instituto Superior Aberta.

OMT- Organização Mundial do Turismo

EDDM – Estatísticas Demográficas do Distrito de Matutuine

REM – Reserva de Elefantes de Maputo

INE- Instituto Nacional de Estatística.

PAAEZC- Projecto de Avaliação Ambiental Estratégica da Zona Costeira – Moçambique

MAE- Ministério de Administração Estatal

Índice

Capítulo I- Introdução	1
1. Contextualização	1
1.1. Estrutura Do Trabalho	2
1.2. Problematização	2
1.3. Justificativa	3
1.4. Delimitação do Tema	4
1.5. Delimitação Espacial	4
1.6. Delimitação Temporal	4
1.7. Objectivos	4
1.7.1. Geral	4
1.7.2. Específicos	4
Capitulo II – Revisão da Literatura	6
2.1. O Turismo	6
2.2. Estratégia	7
2.3. Crise	7
2.4. Tipologia de Turismo	7
2.3. Importância do Sector de Turismo para a Economia	10
2.4. Estratégia de Gestão do Sector de Turismo em Períodos de Crise	12
Capítulo III – Metodologia	16
3.1. Metodologia, uma reflexão conceptual introdutória	16
3.1.1 Quanto a abordagem	16
3.1.2. Quanto aos procedimentos técnicos	16
3.1.3. Quanto aos objectivos	16
3.1.4. Amostra e Tratamento de resultados	17

Capítulo IV: Estudo de caso	18
4.1 Descrição da Ponta de Ouro e enquadramento geográfico – Posto Administrativo de Zitundo	18
4.2 Turismo no Distrito de Matutuine	20
4.1.1. Zona Turística da Ponta do Ouro	20
4.1.2. Zona de Malongane e Mamole.....	21
4.1.3. Zona de Machangulo	22
4.1.4. Zona da Bela Vista-Sede	22
Capítulo V: Apresentação e análise dos dados	24
5.1 Análise de dados.....	24
Capítulo VI: Conclusão e Recomendações.....	34
6.1 Conclusão	34
6.2 Recomendações.....	35
6.3 Limitações da Investigação.....	36
6.4 Estudos futuros.....	36
Referências bibliográficas.....	37
Anexos	39
Cronograma das actividades	42

Capítulo I- Introdução

1. Contextualização

O turismo constitui um dos sectores mais importantes para a economia doméstica e mundial. A sua importância vai além da geração de receitas, como também para a criação de postos de trabalho, aumento da demanda de bens e serviços na economia. Sustentado por Cistac & Chiziane, (2007), o turismo é um dos principais sectores da economia mundial dado o seu contributo para o desenvolvimento e crescimento económico. Para muitos países constitui também a maior fonte de rendimento e o sector mais forte da economia global.

Em Moçambique, o sector turístico desempenha um papel imprescindível dada a sua capacidade de criação de oportunidades de emprego, promoção da construção de infra-estruturas, impulsionamento do desenvolvimento local e geração de divisas necessárias para o equilíbrio da balança de pagamentos. Devido o seu carácter transversal, o turismo tem um efeito multiplicador significativo, estimula outros sectores da actividade económica, contribuindo dessa forma para a diversificação da economia. (MITUR: 2016).

Esse sector permite a interacção entre residentes e não residentes, permitindo a troca de experiências bem como despertando a necessidade de mudanças pontuais a nível das regiões turísticas. Através do mesmo, as belezas do país são expostas aos residentes e não residentes.

No período em análise, a economia nacional sofreu uma reestruturação que trouxe algumas mudanças a nível de todos sectores, em particular no sector do turismo. A crise causada pela pandemia do corona vírus (Covid 19) após a sua eclosão no ano 2019 na China, pode ter impactado negativamente no sector do turismo, igualmente podem ter despertado a necessidade por partes dos gestores das estâncias turísticas a tomarem medidas de precaução a externalidades provocadas por uma crise, com o foco principal de manter se saudáveis e operacionais. Algumas empresas tiveram que reformular os seus planos, melhorar a gestão para garantir lucros, de modo a fazer face as suas despesas, investimentos para aumentar a produtividade e a qualidade dos seus produtos, outras não conseguiram fazer face aos desafios colocados pela crise, acabando por fechar as portas.

Não obstante, pretende-se com este trabalho fazer análise da estratégia de gestão do sector de turismo em períodos de crise na região turística da Ponta de Ouro no período de 2019 a 2020, procurando trazer experiências de gestão turística que possam ajudar as empresas que sofreram grandes danos.

1.1.Estrutura Do Trabalho

A monografia encontrar-se dividida em seis capítulos a seguir discriminados:

- Capítulo I: Introdução;
- Capítulo II: Revisão De Literatura;
- Capítulo III: Metodologia;
- Capítulo IV: Estudo de Caso
- Capítulo V: Análise e Interpretação De Dados;
- Capítulo VI: Conclusão e Recomendações;
- Capítulo VII: Referências Bibliográficas

1.2. Problematização

No período em análise, Moçambique enfrentou diversos problemas no mercado de trabalho, principalmente em manter a solvibilidade de muitas das empresas. Os acontecimentos macroeconómicos fizeram com que muitas empresas declarassem falência, devido a incerteza e a dificuldade de gestão, uma vez que registavam se uma volatilidade da taxa de câmbio, subida persistentes dos preços das matérias-primas, de alguns bens e serviços o que culminou com a redução da competitividade e do crescimento de alguns sectores da economia em particular, o sector de turismo.

Alguns anos subsequentes ao ano 2016, a economia nacional e o sector de turismo vinham registando melhorias até a eclosão da pandemia do Covid 19, o que levou ao fecho de várias estâncias turísticas e consequentemente a demissão de vários trabalhadores desse sector.

Um estudo da CTA referiu que o turismo é o sector que iria apresentar a maior desaceleração em 2020, principalmente por sua forte dependência ao exterior, perdendo até um terço do volume de negócios. (Livele, E. 2020).

Com a realidade enfrentada, a gestão do sector de turismo, bem como das estâncias turística, exigia uma forte equipe, dinâmica que acompanhava as mudanças contínuas do mercado, com vista a garantir com que os objectivos preconizados pudessem ser efectivamente alcançados. No período em análise algumas estâncias turísticas não conseguiram trabalhar de forma habitual, comprometendo assim a prestação de serviços e a sua sustentabilidade financeira.

As grandes transformações e o crescimento dos mercados mundiais e do sector de turismo, revelam a necessidade de criação de estratégias de que proporcionem o crescimento do sector de turismo, como também de resistência as oscilações ou crises mundiais, choques externos tendo em conta o efeito multiplicador desse sector.

Mediante o exposto, foi levantada a seguinte questão de partida:

Até que ponto as estratégias de gestão adoptadas pelo sector de turismo na Ponta d'Ouro da foram eficazes?

1.3. Justificativa.

O presente trabalho permitirá trazer experiências sobre a gestão turística em tempos de crise, procurando abranger desde os casos de insucesso aos casos de sucesso, com o foco principal de manter esse sector crucial da economia saudável e operacional mesmo em tempos de crise.

Na esfera empresarial, a presente pesquisa mostra se importante na medida que permitirá dotar os gestores das estâncias turísticas em Moçambique e em particular na Ponta d'Ouro de meios que os permitirá gerir melhor os seus estabelecimentos tendo em conta os vários cenários económicos inclusive em períodos de recessão, o que permitira manter as empresas financeiramente saudáveis de forma efectiva a alcançar os objectivos e metas traçadas.

Tendo as estâncias turísticas operacionais, teremos mais postos de trabalho, mais pessoas empregadas, mais construção de infra-estruturas e vias de acesso, escolas, hospitais, disponibilidade de bens e serviços diversificados, justificando deste modo a importância desse trabalho para a sociedade.

Na vertente académica, a pesquisa vai reforçar o debate em torno do turismo em Moçambique e técnicas de gestão principalmente em períodos de crise. Os demais pesquisadores terão a possibilidade de usar o trabalho como base para a materialização de futuras pesquisas voltadas na busca de novos conhecimentos sobre a temática em causa.

1.4. Delimitação do Tema

Segundo Lakatos & Marconi (2003:220), dotado necessariamente de um sujeito e de um objecto, o tema passa por um processo de especificação. O processo de delimitação do tema só é dado por concluído quando se faz a sua limitação geográfica e espacial, com vistas a realização da pesquisa.

1.5. Delimitação Espacial

O presente trabalho tem como delimitação espacial, a Província de Maputo, Distrito de Matutuine em particular a região turística da Ponta d'Ouro, Posto Administrativo de Zitundo. Foi escolhido esse espaço geográfico devido a sua atracção turística e facilidade de acesso para o pesquisador.

1.6. Delimitação Temporal

O período em análise (2019-2020) foi escolhido tendo em conta a crise económica- financeira que reverificou se, tendo mais ênfase na pandemia do Covid19. Prevê-se que esses dois cenários tenham trazido impactos desiguais (escassez de liquidez, dificuldade de mobilidade) e os gestores das estâncias turísticas responderam de formas diferente e pontual a essas situações, tendo colhido experiências de gestão para futuros cenários económicos críticos.

1.7. Objectivos

1.7.1. Geral

- Compreender a estratégia de gestão adoptadas pelos gestores das estâncias turística Ponta d'Ouro no período de 2019 à 2020.

1.7.2. Específicos

- Analisar a situação e contribuição do turismo na economia nacional e na Ponta d'Ouro;

- Classificar as estratégias de resistência as oscilações de mercado ou crises que afectam o sector do turismo desde 2019 a 2020;
- Distinguir a estratégias adoptadas pelos gestores das estâncias turísticas da Ponta d'Ouro na fase da crise.

Capítulo II – Revisão da Literatura

Nesta secção faz-se o enquadramento teórico, busca se trazer os conceitos das palavras-chave deste trabalho, a opinião de outros autores, fontes secundárias referente às estratégias de gestão do sector de turismo em períodos de crise.

Para que se possa esclarecer o facto ou fenómeno que se esta investigando e ter possibilidade de comunicá-lo, de forma não ambígua, é necessário defini-lo com precisão, conforme Lakatos e Marconi (2007). É nesse contexto que se segue uma apresentação com vista a fazer enquadramento no que diz respeito aos termos a serem usados ao longo da pesquisa.

2.1. O Turismo

Segundo a organização Mundial do Turismo (OMT), o turismo é o conjunto de relações pacíficas e casuais entre viajantes que visitam um local, por motivos profissionais ou não. É possível limitar uma definição específica do turismo, sem dúvida é uma actividade socioeconómica, pois gera a produção de bens e serviços para o homem visando a satisfação de diversas necessidades básicas e secundárias.

Para Pearce (1993), falar de turismo, é falar de pessoas e lugares. Assim, por um lado, temos turistas e os outros intervenientes no processo, isto é, todos aqueles que tornam a viagem possível (transportadores, agentes de viagem, trabalhadores dos hotéis), enfim, todas as pessoas com as quais os turistas entram em contacto, directa ou indirectamente.

Por outro lado, temos os lugares de partida, onde se encontra o aparelho que deve assegurar a mobilização e organizar a partida de turistas; os lugares de destino a serem visitados, ou seja o lugar das práticas turísticas, onde estão as infra-estruturas de recepção e os serviços de acolhimento e, naturalmente, o espaço entre estes dois lugares, que constitui a área ou o espaço de percurso ou de ligação. O turismo é, assim, espacialmente complexo, revestindo-se de um aspecto tríplice: áreas emissoras (de dispersão), áreas de deslocamento e áreas de recepção (de atracção), com implicações territoriais específicas em cada uma delas.

O turismo está permeado por uma série de ideias e conceitos ligados ao tema viagens. Pode remeter ao turista a ideia de férias, ao empreendedor a ideia de lucro, aos trabalhadores a ideia de geração de emprego e renda, e a comunidade autóctone a ideia de desenvolvimento local. (Panosso Netto, 2010)

2.2 Estratégia

Para Oliveira (2001) citado por Filho, Jens H. (2006:18), estratégia é definida como um caminho, ou maneira, ou acção estabelecida e adequada para alcançarmos resultados da empresa, representados por seus objectivos, desafios e metas.

Para Andrews (1971) citado por Rodrigues (2012), estratégia consiste num modelo de decisão, influenciado pela cultura e valores, que podem ser incorporados pela organização. A estratégia também pode ser vista como um conjunto formulado pela visão, missão, valores, motivação e situações desejadas e a evitar por uma organização, que impelem, dentro de uma sequência coerente de decisões, na direcção da procura de legitimação, sobrevivência e de aumentos na eficiência e na eficácia; nesta busca, a organização pode adoptar a estratégia como plano, como padrão, como perspectiva ou como posição (Mintzberg, 1987)

2.3. Crise

Pignata e Carvalho (2015) citados por Nascimento (2019:12), dizem que a crise pode ser vista como uns momentos de oscilações no qual o país passa, pois existem vários factores na economia que são difíceis de serem controlados, como a inflação em alta, a desvalorização dos activos financeiros, impactando no aumento do desemprego e pobreza de um país.

A definição de crise pode ser entendida como “um processo indesejado, extraordinário, muitas vezes inesperado e delimitado no tempo, com desdobramentos possivelmente ambíguos.” (Glaesser, D. 2008) citado por Fiti (2018).

2.4. Tipologia de Turismo

Leiper (1979) considerava que as definições de turismo podiam ser classificadas em três grupos:

- Definições económicas - com enfoque comercial e económico;

- Definições técnicas - com enfoque estatístico e de institutos de turismo e,
- Definições holísticas - que tentam abarcar todos os aspectos envolvidos no turismo, ou seja, precisa de uma abordagem mais aprofundada.

Panosso Netto (2010), por sua vez, considera que existem três distintas visões sobre o turismo: a visão leiga, a visão empresarial e a visão académico-científica.

- A visão leiga entende o turismo como descanso, férias, viagem entre outros;
- A visão empresarial considera as oportunidades de renda e lucros financeiros advindos da geração de produtos e serviços oferecidos ao viajante;
- A visão académico-científica entende que o turismo está relacionado com possibilidade de inclusão social, desenvolvimento de acções para minimizar seus impactos negativos e maximizar os positivos, colecta de dados qualitativos e quantitativos produção de conhecimentos críticos na busca de sua melhor compreensão, implantação de políticas públicas de turismo; estudos interdisciplinares que envolvam a sociedade em todos os seus aspectos económicos.

As três definições de Leiper (1979) e as três visões de Panosso Netto (2010) não se excluem. É justamente sua complementaridade que permite que o turismo aconteça. É necessário que haja o planeamento de acções capazes de desenvolver turisticamente certas localidades considerando a maximização dos benefícios advindos da prática do turismo e a minimização dos possíveis impactos negativos. Também é fundamental que existam empreendedores e trabalhadores interessados em oferecer produtos e serviços turísticos e, por fim, é imprescindível que existam pessoas que, mesmo sem entendimento técnico ou académico sobre o turismo, estejam interessadas em viajar, descansar e usufruir um determinado destino.

É facto que, seja por motivo de lazer, trabalho, estudos, busca de saúde ou outros, o turismo está relacionado aos deslocamentos de pessoas e esses deslocamentos possuem custos e movimentam a economia. Assim, o turismo tem sido relacionado às práticas económicas e apontado como uma actividade importante em regiões economicamente subdesenvolvidas e que produzem ou possam produzir algum interesse turístico em viajantes mais afortunados (Araújo & Lopes, 2012).

Para um bom planeamento turístico, é necessário conhecer os diversos tipos de turismo praticados no mundo. De acordo com Oliveira (2000:77), existem vários tipos do turismo a saber:

Tabela 1. Tipos e Características do Turismo.

Tipos de turismo	Características
Turismo de Lazer	<ul style="list-style-type: none"> • É praticado por pessoas que viajam por prazer, sem muitas pretensões. Desejam apenas conhecer novos locais, mudar de ambiente, descansar, rever amigos, visitar parentes, "curtir" a paisagem, sair em férias com a família;
Turismo de Eventos	<ul style="list-style-type: none"> • Destinado a exposição ou lançamento novos artigos no mercado. Esta forma de turismo e apresentada sob a forma de congressos, seminários, mesas redondas, simpósios, painel, conferências, fórum, palestra, exposições, salões e feiras, mostras, encontros e bolsas, festas, festivais e shows e workshop;
Turismo ecológico	<ul style="list-style-type: none"> • Ver e conviver mais perto da natureza, fazer trilhas, conhecer cachoeiras e novos lugares, onde a ecologia ainda esta em seu estado natural.
Turismo religioso	<ul style="list-style-type: none"> • É destinado a pessoas que tem uma certa tendência a espiritualidade, fazem parte deste tipo de turismo, religiosos de todas as crenças. Lugares muito visitados são: Vaticano, Israel, Palestina, Aparecida do Norte entre outro;
Turismo Cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Apreciar manifestações e obras de arte, seja pelo factor estético ou histórico. • Vivenciar o património histórico e cultural e determinados eventos culturais, de modo a preservar a integridade desses bens;
Turismo de Negócios	<ul style="list-style-type: none"> • Intuitos profissionais (empresários ou executivos) • Fechar negócios, participarem de negociações,

- Compras e actividades ligadas ao seu trabalho.

Fonte: Oliveira (2000:77)

2.3. Importância do Sector de Turismo para a Economia.

Nesse subtítulo, pretende se falar sobre a importância do turismo para a economia, evidenciando a importância desse sector para os agentes económico, famílias, empresas, estado, sociedade no geral.

A contribuição do turismo para destinos específicos pode ser indicada pela quantidade de renda gerada para a comunidade a partir dos gastos realizados pelos turistas, que continuam circulando na economia entre os diversos sectores de actividade, de acordo com o conceito multiplicador criado por Keynes (1988). O efeito multiplicador no turismo é o provocado pelos gastos dos turistas, em bens e serviços consumidos na localidade visitada, aumentando a geração de novos empregos e da renda. Ele pode ser avaliado pelo grau, por meio do qual o dinheiro gasto pelos turistas, permaneça na região, para ser reciclado por meio da economia local. Silva (2004:35).

Três tipos de empregos são gerados pelo turismo: o emprego directo, que resulta dos gastos do visitante nas plantas turísticas; o emprego indirecto que deriva desses gastos iniciais, sendo criado no sector de abastecimento turístico; e o emprego induzido, que é o efeito restante do multiplicador de empregos, já que, com os gastos dos residentes em estabelecimentos não ligados ao sector, também serão criadas novas oportunidades de emprego. A maior parte dos empregos gerados exige pouca qualificação profissional, fato que possibilita a absorção de mão-de-obra local em regiões subdesenvolvidas. *Idem*.

Para Silva (2004:33), o turismo pode gerar benefícios a economia:

- Geração de Empregos;
- Geração de Rendas;
- Aumento de Divisas em Moeda Estrangeira;
- Aumento da Arrecadação de Impostos;
- Criação e Desenvolvimento de Empresas;
- Descentralização de Riquezas;
- Diversificação da Economia;
- Maior Distribuição e Circulação de Renda;

- Expansão das Oportunidades Locais;
- Atração de Investimentos diversificados.

Neves (2012:39) resume a importância, impactos do turismo tendo em conta os seguintes itens:

1. Políticos

- Influencia os programas do Governo – em consonância o turismo busca equilíbrio a diferentes níveis de interesses.

2. Económicos

- Trunfo para o processo de desenvolvimento económico e social, para os países pequenos;
- Receitas do Estado canalizados na melhoria das infra-estruturas;
- Criação de empregos directos e indirectos;
- Estímulo do desenvolvimento regional, com o aproveitamento das potencialidades locais;
- Equilíbrio da balança se comercial.

3. Tecnológicos

- O uso das tecnologias e sistemas de informação permitem terem serviços a preços mais competitivos;
- As tecnologias de informação podem contribuir para a cadeia de valor dos produtos e serviços;
- Melhoria nos transportes, na segurança e no conforto dos passageiros;
- As tele-reservas, e a informatização da gestão das empresas turísticas.

4. Socio-culturais

- A preocupação com a conservação da herança cultural;
- Os intercâmbios culturais que resultam em maior tolerância, entre as culturas – tomada de consciência da diversidade cultural e da interculturalidade;
- A perda de autenticidade;
- Desvalorização de monumentos, objectos e cerimónias;
- Imitação dos padrões de comportamento e estilo de vida e corrupção dos valores da comunidade receptora;

- Aumento da procura e consumo de drogas, prostituição e criminalidade.

5. Ambientais

- A melhoria da qualidade do ambiente;
- A preocupação para com a estética e protecção ambiental, urbanas e para com a conservação de áreas naturais importantes;
- A poluição e a degradação ambiental.

Os autores acima citados, defendem em unanimidade que um dos maiores e impactos do turismo a economia e o aumentos de postos de trabalho que culmina com a redução do desemprego, melhoria da condição de vida da população que reside na zona turística, crescimento da economia por via de consumo de bens e serviços, crescimento da demanda agregada. Na mesma esteira, ainda que este sector apresente pontos, incrementos positivos a economia, o mesmo pode afectar de forma negativa, olhando precisamente para as variáveis inflação e proliferação do trabalho informal quando não bem administrados.

É nessa senda que devem ser desenhadas estratégias de gestão eficiente nesse sector.

2.4. Estratégia de Gestão do Sector de Turismo em Períodos de Crise

A gestão da crise tem como finalidade, prevenir, proteger e controlar os impactos de acontecimentos indesejáveis a uma dada área de actividade, grupo de pessoas. As crises financeiras não são uma novidade do século XXI, elas já assolam economias há muitos séculos desde que as transacções comerciais começaram a ter valor e a moeda passou a ser o principal actor destas negociações. Estas crises, na maioria das vezes, são cíclicas e seguem os mesmos padrões (Rogoff & Reinhart, 2010) citado por Fiti (2018).

A gestão de crises refere-se a uma área com a função de elaborar estratégias de prevenção e solução eficientes para os períodos de crise, sabendo como lidar com todos os elementos que compõem uma crise. Tendo em vista que as crises que não são previstas pelas organizações causam grandes perdas, não só economicamente, mas também de credibilidade, é imprescindível o aporte da gestão de crises para antever desgastes desnecessários no sector do turismo.

Segundo Glaesser, (2008) citado por FITI (2018:) uma crise tem as seguintes etapas desenvolvimento:

- A fase inicial da crise - é a crise em potencial, na qual a crise ainda não está instalada, ela existe apenas no imaginário;
- A segunda fase - é a crise latente, representa o período em que a crise já despontou, mas ainda é considerada uma questão subentendida;
- Já a crise aguda - compreende o período em que a crise fica em evidência e o seu efeito destrutivo é percebido).

Segundo o Fórum Liderar o Futuro do Turismo (2017), tanto no período de crise como não, podem ser adoptadas as estratégias de gestão nas áreas do turismo:

1. Valorizar o Território e as Comunidades.

- Conservar, valorizar e usufruir o património histórico-cultural e identitário;
- Valorizar e preservar a autenticidade do País e a vivência das comunidades locais;
- Afirmar o turismo na economia do mar;
- Potenciar economicamente o património natural e rural e assegurar a sua conservação;
- Promover a regeneração urbana das cidades, regiões e o desenvolvimento turístico sustentável dos territórios/destinos;
- Estruturar e promover ofertas que respondam à procura turística

2. Impulsionar a Economia.

- Assegurar a competitividade das empresas de turismo numa perspectiva de curto, médio e longos prazos;
- Reduzir os custos de contexto, simplificar, dar estabilidade jurídico-fiscal e desburocratizar;
- Atrair investimento e qualificar a oferta turística;
- Estimular a economia circular no turismo;

- Afirmar o país como um polo de referência internacional na inovação, no empreendedorismo e na produção de bens e serviços para o turismo;

3. Potenciar o Conhecimento

- Prestigiar as profissões do turismo e formar recursos humanos que respondam às necessidades do mercado e promover a igualdade do género e de oportunidades;
- Assegurar a transferência de conhecimento de instituições de ensino e centros de investigação para as empresas;
- Difundir conhecimento e informação estatística;
- Capacitar em contínuo os empresários e gestores para liderar o turismo do futuro – tecnológico, inclusivo e sustentável;
- Afirmar o país como *smart destination*.

4. Gerar Redes e Conectividade.

- Promover e reforçar rotas aéreas ao longo do ano e captar operações de *homeport* e de *turnaround* de cruzeiros;
- Melhorar os sistemas de mobilidade rodoferroviária e de navegabilidade;
- Promover o «turismo para todos», numa óptica inclusiva, que acolha os diferentes mercados/segmentos turísticos;
- Envolver activamente a sociedade no processo de desenvolvimento turístico do país e das regiões;
- Mobilizar o trabalho em rede e a promoção conjunta entre os vários sectores.

Com vista a alavancar o sector de turismo, tem se desenvolvidos programas em Moçambiques, dentre eles cita se o A Estratégia de Marketing Turístico, que foi desenhada com os seguintes objectivos:

- Desenvolver e posicionar Moçambique como um destino turístico de classe mundial;
- Contribuir para a criação de emprego, crescimento económico e para o alívio da pobreza;
- Desenvolver um turismo económico e ambientalmente sustentável;
- Participar no desenvolvimento e protecção da biodiversidade;

- Preservar e disseminar os valores culturais e orgulho nacional;
- Elevar a qualidade de vida de todo o povo Moçambicano.

Como resumo teórico neste capítulo procurou-se trazer os principais conceitos inerentes ao tema, o conceito de turismo, sua tipologia e características, conceito de crise, estratégia. Igualmente falou-se da importância do turismo para a economia, tendo-se frisado a uma importância no que diz respeito a geração de emprego, aumento da renda e desenvolvimento local.

Na mesma sêda, foi possível trazer alguns pontos focais para o desenhar de estratégias de gestão do sector de turismo em período de crise. Tendo se afirmando que toda estratégia de gestão deve ter em conta os pontos: valorização do território nacional e a comunidade, impulsionar a economia, potenciar o conhecimento, gerar redes e conectividades.

Capítulo III – Metodologia

3.1. Metodologia, uma reflexão conceptual introdutória

A metodologia científica, segundo Gil (2008), é o conjunto de procedimentos intelectuais e técnicos adoptados para se atingir o conhecimento. É nessa ordem que neste capítulo serão explanados os métodos usados para a materialização desse trabalho e justificadas as razões de sua escolha.

Este capítulo é de grande importância na medida que evidencia os métodos usados para a, materialização do trabalho. Considerando que uma pesquisa científica pode agrupar diferentes métodos atendendo aos seus objectivos, importa referenciar o método que foi usado para elaboração deste trabalho.

Os métodos usados para a materialização deste trabalho obedecem a seguinte classificação:

3.1.1 Quanto a abordagem

O presente trabalho é considerado uma pesquisa qualitativa, pois serão trazidas opiniões dos gestores das estâncias turísticas referentes a gestão das mesmas. Estes dados sofrerão tratamento estatístico, serão tabelados numérica e perceptualmente.

3.1.2. Quanto aos procedimentos técnicos.

Tendo em conta essa classificação, a pesquisa é considerada bibliográfica e documental, pois serão consultados livros, dissertações e documentos que não receberam tratamento analítico e que versam sobre o tema em causa. O estudo irá socorrer-se do uso do método de questionário para a recolha de dados juntos as estâncias turísticas.

De frisar que o guião de questionário estará anexo no final deste trabalho.

3.1.3. Quanto aos objectivos.

A pesquisa é classificada como pesquisa descritiva e exploratória, pois, será descrita a situação do turismo em Moçambique, particularmente na Ponta d'Ouro, trazendo a contribuição desse sector na geração de postos de emprego, na produção interna, etc. Igualmente será feita uma nova

abordagem do sector de turismo na vertente de gerência desse sector em períodos de crise, procurando trazer formas do sector manter se saudável e operacional em períodos de recessão económica.

3.1.4. Amostra e Tratamento de resultados

Prodanov e Freitas, (2013:54), define amostra por acessibilidade ou conveniência como sendo a uma modalidade de amostra não probabilística que consiste em seleccionar os elementos a que tem acesso, admitindo que esses possam, de alguma forma, representar o universo sem discriminação de sexo, idade nem pela categoria profissional. Portanto, a pesquisa cingiu nas estâncias turísticas da Ponta de Ouro, posto administrativo de Zitundo.

Segundo o anuário da província de Maputo apresentado pelo INE (2020:65), até o ano 2020, a província de Maputo contava com um total de 81.817 hóspedes dos quais 34.218 eram estrangeiros e 47.599 são de origem moçambicana. Igualmente, esta região do país contava com um universo de 112.571 dormidas (78.353 nacionais e 34.218 estrangeiro), tendo registado um total de 1.808 estâncias turísticas, das quais 339 são restaurantes e as restantes divididas em hotéis, pensões, pousadas, entre outros segmentos. Contudo, a pesquisa limitou se em a observar 4.98% das estâncias turísticas existentes na província de Maputo e 39% do total de 230 estâncias existentes na região da Ponta de Ouro.

A pesquisa não partiu com um número exacto de estâncias turísticas, pressupondo uma amostragem por acessibilidade, ou por outras, somente as estâncias turísticas que aceitarem fazer parte da pesquisa foram incluídas no número total da amostra. Foi possível alcançar um total de 90 estâncias turísticas, desde restaurantes, bares e lodges.

Após a recolha dos dados, os mesmos receberam tratamento com recurso a Excel, onde as informações foram tabeladas e descritas de forma sumaria com vista a facultar a sua leitura e análise.

Capítulo IV: Estudo de caso

Segundo Yin (2005, p.23), o estudo de caso se presta nas investigações de fenómenos sociais contemporâneos nos quais o pesquisador não pode manipular comportamentos relevantes que influenciam ou alteram seu objecto de estudo.

O método possibilita ao pesquisador lidar com uma ampla variedade de evidências, provenientes de análise documental, visitas de campo, entrevistas e observação participativa.

4.1 Descrição da Ponta de Ouro e enquadramento geográfico – Posto

Administrativo de Zitundo

O Distrito de Matutuine, onde se insere a área de estudo, é delimitado a Norte pela Baía de Maputo e a golada do Cabo da Santa Maria – Sul da Ilha da Inhaca; a Sul pela província sul-africana de Kuazulo Natal; a Oeste e Noroeste pelo Reino da Suazilândia e pelos distritos de Namaacha e Boane respectivamente. Finalmente, à Este, é banhado pelas águas do Canal de Moçambique, Oceano Índico. A sua localização cósmica compreende os paralelos 26 e 27 graus sul e entre 32 e 33 graus Este, com uma superfície de 5387 km² e uma população de 37,239 habitantes (MAE,2005) citado por Macamo, (2016:20).

Tabela Limites geográficos do Distrito de Matutuíne

Distrito		Distrito de Matutuíne		
Limites	Norte	Sul	Este	Oeste
	Baía com a cidade de Maputo	República Da África do Sul	Oceano Índico	Distrito de Namaacha, Boane e Reino da Suazilândia

Fonte: INE, 2010

O Distrito de Matutuíne tem cinco (5) Postos Administrativos, nomeadamente: Bela Vista, Catembe-Nsime, Catuane, Machangulo e Zitundo e, estes por sua vez subdividem -se em Localidades, sendo: O Posto Administrativo de Bela Vista – (Sede do Distrito), tem quatro (4) localidades: Madjuva, Missevene (Bela Vista), Salamanga e Tinonganine; O Posto

Administrativo de Catembe-Nsime tem duas (localidades): Mungazine e Nsime (Sede do Posto); O Posto Administrativo de Catuane tem duas (2) localidades: Manhangane e Phazimane (Catuane-Sede); O Posto Administrativo de Machangulo tem duas (2) localidades: Ndelane e Nhonguane (Santa Maria-Sede do Posto) e o Posto Administrativo de Zitundo com duas localidades: Manhoca e Zitundo-Sede. EDDM (2008:4).

A presente pesquisa, teve como campo de estudo o posto administrativo de Zitundo, este que situa-se a Sul do Distrito de Matutuine e é limitado ao Norte pelo Posto Administrativo de Bela Vista; a Sul pela República da África do Sul, Província de Kuazulo Natal; a Oeste pelo rio Maputo que o separa do Posto Administrativo de Catuane e a Oeste pelo Oceano Índico e tem uma superfície de 864Km².

Em termos demográficos, os dois Postos Administrativos de Matituni somavam uma população de 9.503 habitantes, sendo 3.333 habitantes do Posto Administrativo de Machangulo e 6.170 do Posto Administrativo de Zitundo. (INE,2009) citado por Macamo (2016:50)

Segundo Macamo, (2016:44:), no distrito de Matutuni, as zonas turísticas que mais se destacam são: Ponta de Ouro, a Ponta Malongane, o Cabo de Santa Maria, a Reserva Especial de Maputo. Dos 4 pontos geográficos seleccionados, a povoação da Ponta de Ouro inserida no Posto Administrativo de Zitundo apresenta maior número de estâncias turísticas, de estabelecimentos comerciais e por consequência de trabalhadores.

O posto Administrativo de Zitundo é composto por duas localidades designadamente Zitundo sede e Manhoca. Na localidade Zitundo – sede é onde se localiza a sede do governo local. Integra 6 povoações: Gala, Mabucute, Malongane, Momole, Ndlovo, Phuza, Gogoza, Chicululo, Liguaguene, Xitevelene e Ponta de Ouro, segundo dados constantes do Plano Estratégico de Desenvolvimento Distrital de Matutuine 2009-2013.

O Posto Administrativo de Machangulo também, situado na costa, à semelhança do outro, tem duas localidades, Ndelane e Nhonguane. A localidade de Nhonguane que é onde se situa a sede do governo do posto é composto pelas povoações de Maphanga, Mhala e Nhonguane-sede. A população que habita o Posto Administrativo de Machangulo, devido ao seu sotaque característico quando fala ronga é denominada “mandindindi” enquanto a nativa do Posto

Administrativo de Zitundo é apelidada de “mazinguiri”, devido ao hábito masculino de caça de animais. (idem).

4.2 Turismo no Distrito de Matutuine

Segundo a EDDM (2008:39), o turismo no Distrito de Matutuine deverá assumir um papel preponderante e de catalisador do desenvolvimento económico e social. O sector de Turismo deve ser analisado tendo sempre em conta as suas ligações com os outros sectores, o papel que desempenha na integração espacial e regional e na conservação do ambiente.

De acordo com o resultado do PAAEZC (Junho 2012) destacam-se como Zonas Turistas desse distrito as seguintes:

4.2.1 Zona Turística da Ponta do Ouro

É a zona mais antiga do ponto de vista de desenvolvimento turístico ao nível do distrito. Mesmo no período colonial, turistas Sul-africanos e Portugueses vindos da cidade de Maputo afluíam a esta zona. Seus principais atractivos são as lindas praias que favorecem os banhos de sol, o mergulho, a pesca desportiva, a contemplação de golfinhos e da exuberante paisagem conferida pelas dunas e a vegetação que elas sustentam.

O acesso a Ponta do Ouro faz-se fundamentalmente por terra. O acesso é fácil para os turistas vindos da África do Sul pelas estradas localizadas a Sul da Fronteira com Ponta do Ouro, uma vez que as estradas do lado Sul-africano estão em boas condições.

O acesso por terra é também feito através da estrada Boane - Ponta do Ouro que, como se referiu anteriormente, apresenta precárias condições de transitabilidade principalmente no período chuvoso. Turistas Sul-africanos, da Swazilândia e até mesmo internacionais usam esta via que é também usada por turistas domésticos provenientes fundamentalmente da Cidade de Maputo.

A estrada Catembe-Ponta do Ouro que inicia após a travessia da Baía de Maputo, constitui também um dos acessos, com a vantagem de ser relativamente curta. Esta via apresenta também condições precárias, reclamando por reabilitação e melhoramento.

Ponta do Ouro tem um aeroporto que está em estado de abandono, cuja reabilitação poderá colocar ao Distrito uma alternativa de acesso aéreo requerido a certos segmentos de turistas,

incluindo os internacionais (não regionais). O acesso por mar não está a ser utilizado, mas impõe-se que tal seja analisado de modo a determinar a viabilidade de instalar infra-estruturas e serviços necessários.

4.2.2 Zona de Malongane e Mamole.

Embora não distante da Ponta D'Ouro, esta zona distingue-se por possuir estabelecimentos turísticos implantados ao longo da orla dominada pela vegetação dunar. Estes estabelecimentos são fundamentalmente de madeira.

O maior atractivo é o ambiente natural (a vegetação e o mar) e a calma, característica que proporciona bons momentos de lazer e relaxamento.

O acesso a esta zona é feito por terra, sendo relativamente mais fácil aos turistas Sul-Africanos que entram via Ponta D'Ouro. O acesso é também possível através da estrada Bela-Vista - Ponta D'ouro, embora com grandes dificuldades devido ao estado do terreno. Turistas Regionais, com maior destaque para os Sul-Africanos são os que mais visitam a zona.

Embora actualmente pouco desenvolvida do ponto de vista turístico, esta zona pode ser considerada o coração do turismo no Distrito de Matutuine. Esta zona define a Área de Conservação Transfronteira do lado moçambicano e beneficiou recentemente de um Plano de Desenvolvimento do Turismo.

Os maiores atractivos são a fauna bravia em que se destacam os efectivos de elefantes, para além de outros animais como changos, gazelas, cabritos do mato, porcos do mato, entre outros.

Esta zona possui a particularidade de poder associar diferentes actividades turísticas pelo facto de exhibir diversos atractivos tais como vegetação exuberante, lagoas, praias lindas e a própria fauna num único ecossistema.

O acesso é feito por terra, podendo receber turistas vindos de Machangulo, da parte Sul e os que usam o troço de Bela-Vista passando por Salamanga. O Plano de Desenvolvimento do Turismo para esta zona prevê estudos de viabilidade com vista a possibilitar o acesso por mar a esta

importantíssima relíquia por explorar. Actualmente visitam esta zona turistas regionais e em menor número internacionais e nacionais.

4.2.3 Zona de Machangulo

Trata-se de uma zona pouco desenvolvida do ponto de vista de infra-estruturas turísticas, mas segundo planos iniciais dos promotores do Projecto turístico da Península de Machangulo e Reserva de Elefantes, se pretende criar um grande destino turístico internacionalmente competitivo no sul da Província de Maputo. Este projecto implica o desenvolvimento de infra-estruturas turísticas ao longo da Inhaca-Santa Maria-Península de Machangulo, bem como a expansão e revitalização da Reserva de Elefantes de Maputo. Está prevista a implantação de um casino, uma estância do tipo Club Med, uma série de estâncias balneares e de caça, operações de mergulho, um vasto programa de repovoamento de caça, incluindo os animais selvagens de grande porte e a criação de uma reserva de caça privada na Península de Machangulo.

Está sendo construída uma plataforma que será usada para desembarque de turistas vindos por mar. O acesso a Machangulo faz-se fundamentalmente por terra através das picadas que atravessam a REM, via Gala e via Acampamento principal. Existe uma pista de aterragem que parece pertencer a um privado e cuja utilização é ainda restritiva.

Actualmente, Machangulo é mais visitado por turistas Sul-Africanos, esperando-se que um grande fluxo de turistas internacionais comece a escalar a zona logo que estiverem criadas as condições previstas no projecto em acção.

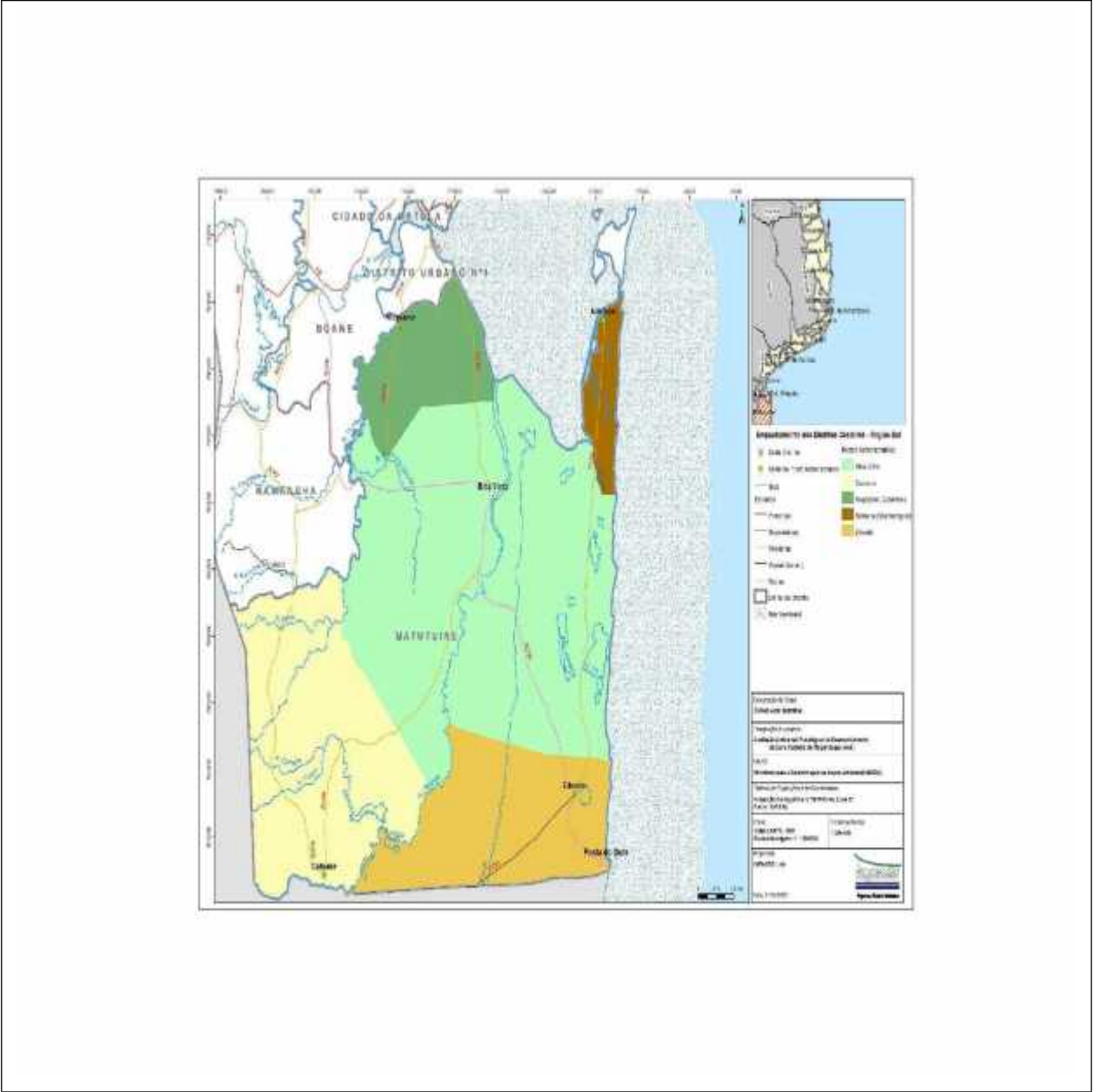
4.2.4 Zona da Bela Vista-Sede

Talvez porque se trata de uma área urbanizada e com características bastante diferentes das demais, não tem sido vista como uma zona turística. Contudo, desenvolvimentos recentes que incluem a implantação de casas de alojamento rondáveis, modestas salas de conferências, serviços de restauração e bares tem servido de fonte de atracção de turistas que vem visitar familiares ou participar em seminários e conferências.

Trata-se de uma zona que possui o potencial de fornecer diversos serviços necessários ao bom funcionamento da actividade turística em todo o Distrito. Tem também a particularidade de poder

servir de alternativa viável de alojamento e alimentação para um segmento de turistas com poucas posses, os turistas domésticos.

Figura 1: Localização Geográfica e Divisão Administrativa do Distrito de Matutuine



Fonte: Projecto de Avaliação Ambiental Estratégica da Zona Costeira – Moçambique

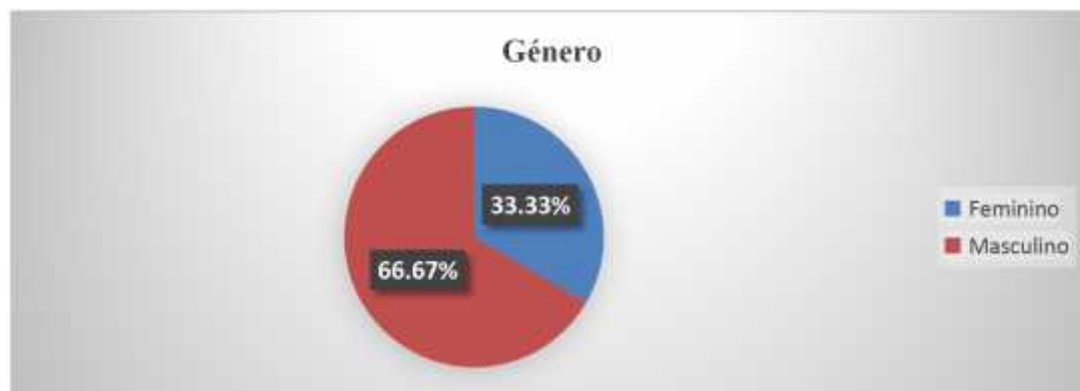
Capítulo V: Apresentação e análise dos dados

5.1 Análise de dados.

Pretende-se com este capítulo trazer os resultados obtidos no terreno, sendo o mesmo precedido pela descrição do espaço geográfico a ser Estudo.

Colectados os dados, nesse segue-se a sua descrição e análise a luz dos pressupostos avançados na revisão da literatura. Com vista a tornar a nossa reflexão mais clara, far-se-á o seguimento estrutural dos questionários com vista a satisfação dos objectivos pretraçados deste estudo.

Gráfico 1: Género

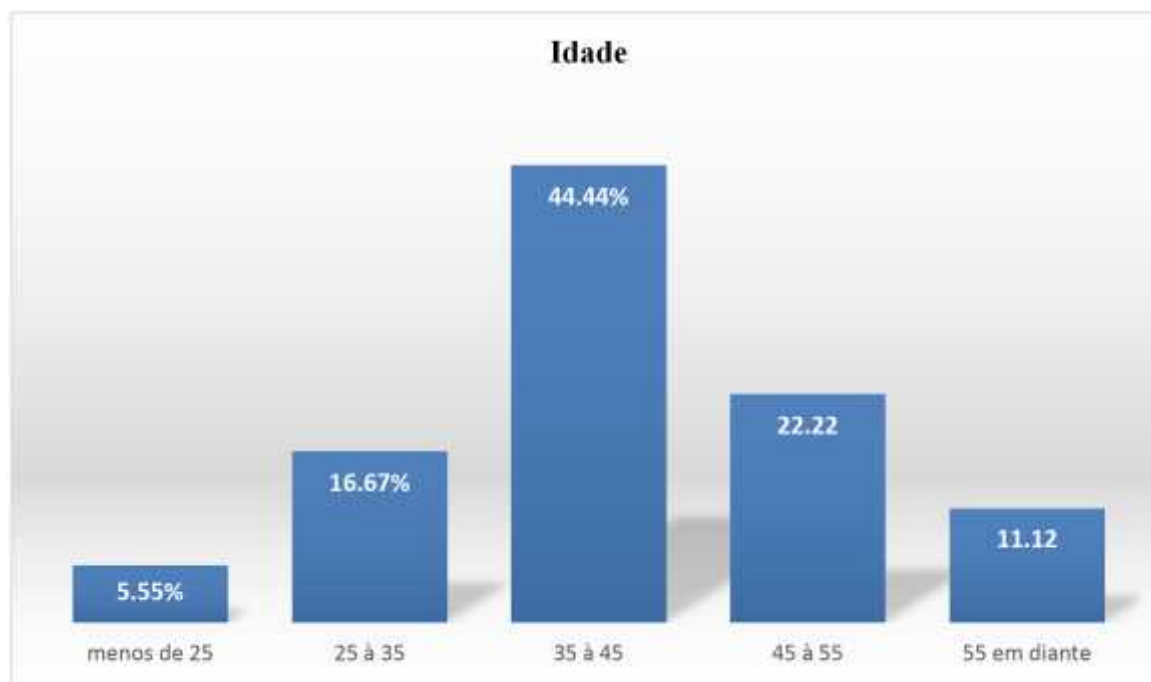


Fonte: O autor

Os dados colhidos por meio do questionário, mostraram que dos 90 gestores, representantes das estâncias turísticas, 60 eram do sexo masculino e 30 do sexo feminino, o equivalente a 66.7% e 33.3% respectivamente.

Conforme ilustra o gráfico número 2 (abaixo), da amostra colhida, o maior número de inqueridos, tem a idade compreende no intervalo de 35 a 45 anos, seguindo do intervalo de 45 a 55 com uma carga de 22.22%, no intervalo de 25 a 35 anos com 16.67%. Os intervalos com menor percentagem são os de 55 em diante e menos de 25 anos, o que nos remete a concluir que as estâncias em maioria gerenciada por uma equipe jovem, porém não muito jovem e possivelmente com um grau de experiência profissional mais alargado.

Gráfico 2: Idade



Fonte: O autor

Área de Formação

Dos 90 inqueridos, 20 tem formação superior, 30 técnica e o remanescente tem nível médio geral, o que corresponde a uma percentagem de 22.22%, 33.33% e 44.45% respectivamente.

Tabela 2: Área de Formação

Área de Formação	Número de inqueridos	Número
Superior	20	22.22%
Técnica	30	33.33%
Nível médio	40	44.45%

Fonte: O autor

Tabela 3: Área de Actuação das estâncias turísticas

Área de Actuação	Número de inquerido	%
Lodge	30	33.33
Hotel-resort	28	31.11
Motel	15	16.66
Casas de hóspedes	10	11.11
Parques de campismo	2	2.22
Aluguer de quartos e alojamentos particulares	5	5.55

Fonte: O autor

Tendo em conta as áreas de actuação das estâncias turísticas, registou se maior representatividade no segmento de Lodge, com uma percentagem de 33.33%, seguindo de hotel-resort, com uma percentagem de 31.11%. Os segmento de Motel, casas de hóspedes, aluguer de quartos e alojamentos particulares e Parques de campismo ocuparam as últimas posições com as percentagens 16.66%, 11.11%, 5.55%, 2.22% respectivamente.

Gráfico 3: Provocação de Formações/ capacitação para os funcionários



Fonte: O autor

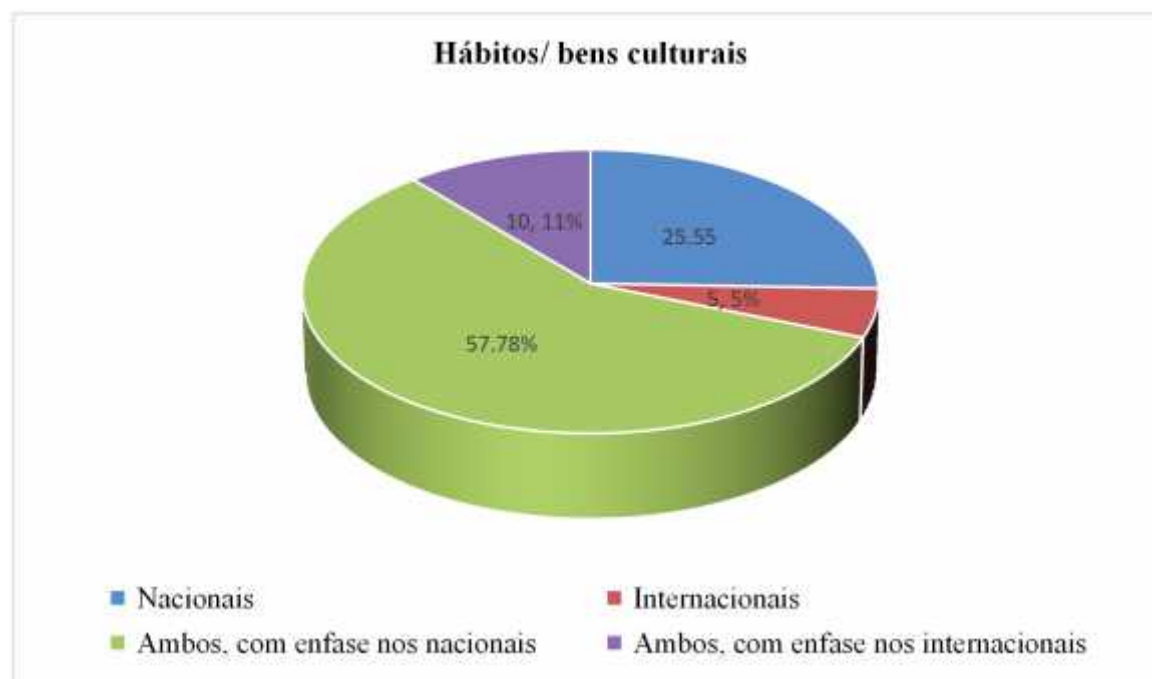
No que concerne as capacitações dos funcionários, as estâncias turísticas maioritariamente responderam que investem nas capacitações dos funcionários. E, tendo em conta o género, estas tem investido sem muita discriminação em ambos géneros (homens e mulheres), tendo respondido positivamente a esta questão com uma carga de 85.5% investem na formação de mulheres e 8.88% e 5.55% em homens conforme ilustra a rabela abaixo.

Tabela 4: Género beneficiário da formação

Género	Número	%
Feminino	8	8.88
Masculino	5	5.55
Ambos	77	85.5

Fonte: O autor

Gráfico 4: Hábitos/ bens culturais

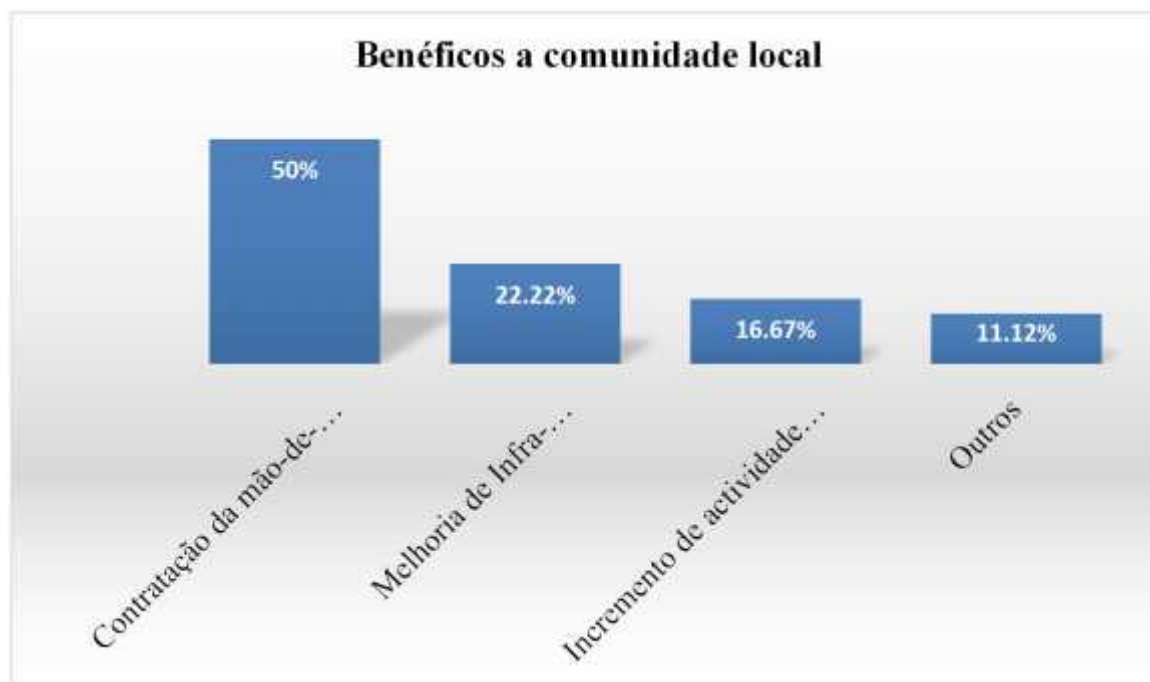


Fonte: O autor

Em relação aos hábitos culturais adoptados nas estâncias turísticas 57.78% das estâncias responderam que investem em hábitos nacionais e internacionais (mutuamente), 25.55% responderam que investam em hábitos nacionais, seguintes de estâncias investem em hábitos

internacionais e ambos com mais ênfase nos internacionais, com uma percentagem de 11.11% e 5.55% respectivamente.

Gráfico 5: Benéficos a comunidade local.

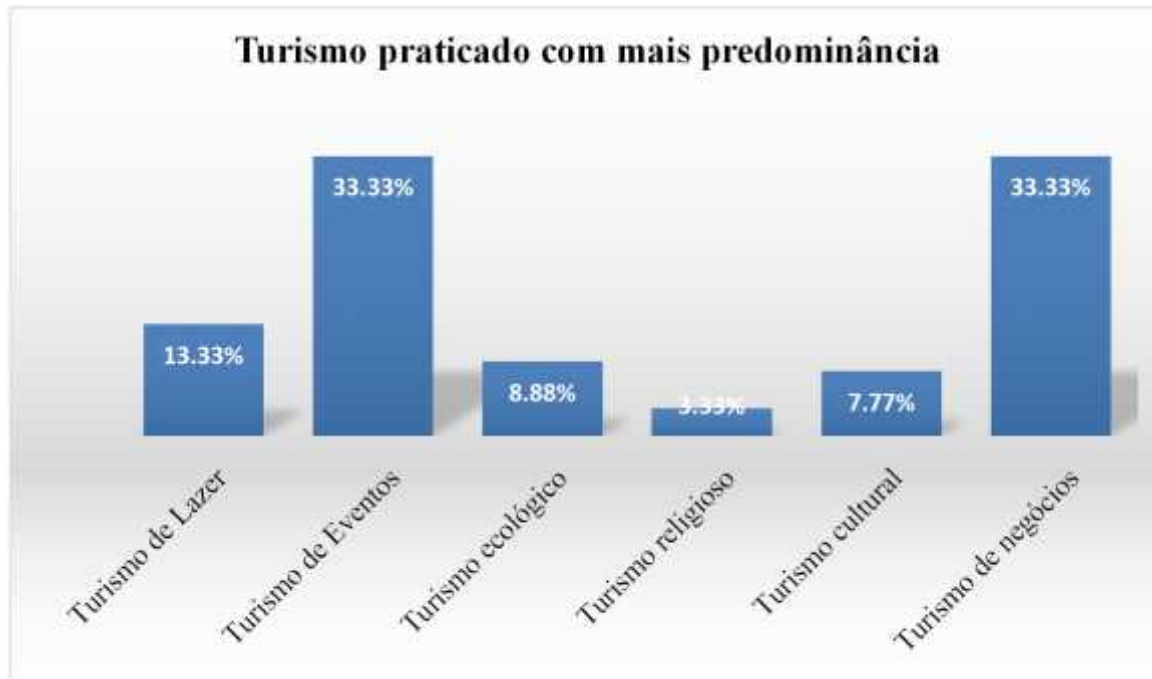


Fonte: O autor

Tendo em conta os benefícios que as estâncias turísticas trazem para a sociedade, a contratação de mão-de-obra local (geração de empregos), constituem o item com maior percentagem (50%), seguido de melhoria de infra-estruturas, incremento de actividades comerciais e outros, com uma percentagem de 22.22%, 16.67%.11.12% respectivamente.

Sustentado pela EDDM (2008:48), no que concerne à geração de emprego, a povoação da Ponta D'Ouro, por sinal a mais desenvolvida do ponto de vista turístico é a que oferece mais postos de trabalho que são disputados não apenas por residentes locais, mas também por pessoas vindas de locais distantes incluindo a Cidade de Maputo.

Gráfico 6: Turismo praticado com mais predominância



Fonte: O autor

Tendo em conta o tipo de turismo que é mais praticado na região em estudo, destaca-se positivamente o turismo de eventos com uma percentagem de 33.33%, coincidentemente com a mesma percentagem que o turismo de negócios. Na terceira posição encontra-se o turismo de Turismo de Lazer, Turismo ecológico, Turismo cultural, Turismo religioso conforme o gráfico acima.

Gráfico 7: Nacionalidade dos Turistas.



Fonte: O autor

Tendo em conta a origem dos turistas, os estrangeiros destacam-se mais com uma percentagem de 73.33% em relação aos turistas nacionais com uma percentagem de 26.67%.

Sustentado pela EDDP (2008:38) a maior percentagem de turistas que visitam o Distrito é proveniente da África do Sul, estando a Swazilândia em segundo lugar. Embora de forma lenta, o Distrito tem sido visitado por turistas provenientes de países Europeus com destaque para o Reino Unido, Alemanha e França. Segundo dados apurados do Inquérito À Despesa do Turista (INE, 2007), no período que vai desde o primeiro ao terceiro trimestre de 2007 entraram no posto fronteiriço da Ponta Douro 742 turistas e 2,256 acompanhantes, totalizando 2,998. A duração média da visita é de 6 dias.

Como a revisão literária, o sector de turismos foi um dos mais afectados pela crise, tendo-se deparado com o desafio de se readaptar face ao actual cenário. Para tal, algumas estâncias turísticas adoptaram alguns incentivos para aumentar a demanda dos seus serviços. Onde 33.34% das estâncias turísticas investiram na marcação antecipada e 22.23% na oferta de bónus, 38.88% reduziam o preço dos seus serviços e os demais 5.55% pautaram em outros métodos.

Ademais, conforme o gráfico 9, 77.78% dos inqueridos responderam que adoptaram novos serviços e produtos e o remanescente 22.22% não pautou por essa solução.

Gráfico 8: Incentivos para aumentar a demanda



Fonte: O autor

Gráfico 9: Implementação de Novos serviços ou produtos.



Fonte: O autor

Conforme o gráfico acima, 22,22% das estâncias inqueridas responderam que não lançaram novos produtos ou serviços, e 77,78%, responderam que implementaram novos serviços.

Dentre os novos serviços implementados pelos gestores das estâncias turísticas, destacam-se: a personalização do local de hospedagem, brindes com o nome dos hóspedes, passeios a cavalo, role de lanche e pesca artesanal.

Gráfico 10: Nível de aceitação dos novos produtos.



Fonte: O autor

Dos produtos lançados, o grau de aceitação foi plausível, tendo os gestores, representantes das estâncias turísticas avaliando como muito boa na ordem de 33.34% e boa na ordem de 50%. As últimas classificações, fora má e muito má, com uma carga de 11.12% e 5.56% respectivamente.

Gráfico 11: Impacto da crise no volume de negócios.



Fonte: O autor

Gráfico 12: Efeito das estratégias adoptadas.



Fonte: O autor

Tendo em conta a eficácia das estratégias adoptadas com vista a melhorar os impactos da crise a nível das estâncias turísticas da ponta de ouro, 77.78% dos inqueridos respondem que sim e 22.2% responderam que não.

Gráfico 13: Eficácia das estratégias



Fonte: O autor

Em termos perceptuais, no grau de eficácia foi maioritariamente classificado na ordem de 50% de eficácia por 44.45% da amostra, tendo sido classificado como um nível de eficácia de 75% por 8.89% da amostra.

Como consequência da crise, as estâncias turísticas tiveram os seguintes impactos:

- Redução demanda dos serviços;
- Redução do volume de negócios;
- Redução da capacidade financeira;
- Redução dos funcionários;
- Elevação dos preços de alguns produtos;
- Parcial Interrupção das actividades;
- Cancelamento das reservas.

Mediante dos impactos acima citados, foram tomadas algumas medidas de mitigação como:

- Implementação de novos produtos e com preços acessíveis;
- Redução da carga horária dos funcionários;
- Reajuste Salarial;
- Estimular o turismo doméstico;
- Investimento na segurança sanitária;

Capítulo VI: Conclusão e Recomendações.

6.1 Conclusão

Após o desenvolvimento desta pesquisa, subordinada ao tema Análise da Estratégia de Gestão do Sector de Turismo em Períodos de Crise na província de Maputo, Localidade da Ponta de Ouro, Posto Administrativo de Zitundo no período de 2019-2020, há que realçar as principais constatações face aos objectivos como:

- A actividade turística é uma das mais importantes no sector económico nacional na medida que contribui para a geração de emprego e renda, assim como a criação de novos negócios e aumento da produção de bens e serviços, para além de trazer com ela, o desenvolvimento das localidades, melhorias na infra-estrutura, trazendo benefícios aos turistas e à comunidade local. Na localidade da ponta de ouro não foi diferente nos últimos dois anos após a inauguração da ponte Maputo – Catembe e estrada circular catembe Bela-Vista há uma demonstração clara que o turismo influenciou no desenvolvimento da ponta d'Ouro e houve melhoria nas infra-estruturas daquela zona devido ao fácil acesso, que essas infra-estruturas proporcionaram.
- O resultado da pesquisa revela que o sector de turismo ao nível da região em análise, teve êxitos na criação e implementação de estratégias eficientes para gestão neste período, pois os gestores das estâncias, no meio da crise vivida neste período, tiveram que adoptar novas estratégias de gestão, tais como, a implementação de novos produtos e com preços acessíveis, foram criados mecanismos para estimular o turismo doméstico e local, uma vez que o acesso naquela zona antes do período em análise era feito por turistas maioritariamente estrangeiro e com melhores condições, devido as dificuldades de acesso que existiam antes deste período, e que o acesso era feito através de viatura com tração. Embora os resultados obtidos com as estratégias não foram 100% positivos devido as medidas de contenção dos impactos da Covid 19 no país e nos países vizinhos, consideram - se eficazes pela sua aceitabilidade.
- Diante da imobilidade imposta por medidas de isolamento social, no período em análise, uma actividade cuja existência depende, exclusivamente, da mobilidade humana encontrou-

se profundamente afectada. Embora, todavia, os impactos da pandemia de covid-19 sobre o sector de turismo sejam evidentes, sua compreensão demanda uma análise profunda, porque assim como a consideração de aspectos de natureza qualitativa, que levem em conta, por exemplo, as actividades que são características do sector, os diferentes segmentos, a origem dos fluxos, entre outros aspectos. Podemos concluir que as estratégias de resistências as oscilações de mercado dou crises, são quase indetermináveis, devido a dependência exclusiva da mobilidade humana.

- Cruzando os dados acima referenciados, com as estratégias de gestão adoptadas pelos gestores turísticos na zona em estudo, destaca-se como estratégia mais usada, de valorização do território e das comunidades estimulando a prática do turismo doméstico e local, potencializando o conhecimento na medida em que investiu-se continuamente na formação dos colaboradores bem como no uso de hábitos culturais nacionais o que mostra uma valorização do património histórico-cultural.

6.2 Recomendações.

Em virtude dos fatos mencionados chegamos a evidente importância da gestão de crises para o sector de turismo especialmente na Ponta D'ouro tendo em vista a sensibilidade que esta área apresenta diante aos inúmeros factores vivenciados nos períodos de crise, é de muita importância que os gestores das estâncias turísticas evidenciem directrizes para fundamentar cenários do género

observar e traçar planos com antecedência é um diferencial para o histórico das crises já ocorridas e desenvolver estratégias eficazes para a prevenção e minimização dos impactos ocasionados pelas crises no sector. Com base nos dados apresentados pode-se perceber que no período em análise representou uma baixa nas entradas internacionais de turistas.

Considerando as ilações acima expostas, sugere-se:

- As estâncias turísticas venham a adoptar de forma contínua mais serviços e produtos;
- Criem atractivos para elevar o grau de adesão por parte dos turistas nacionais;
- Desenho de outros métodos para atrair os clientes, sem ter de reduzir o preço e comprometer a rentabilidade da empresa;
- Uso de meios digitais para divulgação de séricos.

6.3 Limitações da Investigação.

Há que destacar algumas limitações que foram encontradas ao longo do desenvolvimento desta pesquisa, sendo a primeira relacionada com a dificuldade de aplicação de inquéritos aos turistas dentro do período programado visto este ter coincido com a transição da época baixa para alta sendo o fraco fluxo nota dominante, facto que condicionou os prazos de execução do trabalho. O mesmo motivo também afectou as entrevistas às empresas turísticas, uma vez que algumas se encontravam encerradas por motivo de férias e fortemente afectados pela crise e pandemia da covid19, mas também há que referir a não total abertura dos responsáveis das empresas turísticas com adiamentos sucessivos no atendimento a recessão e devolução do questionário.

Um outro problema sentido durante a pesquisa foi o facto de as pessoas não estarem habituadas a colaborar no preenchimento de questionário. Na maior parte das por acharem que o mesmo pode ser um trabalho de inspecção e que pode coloca em causa a operacionalidade da estância.

6.4 Estudos futuros.

Como dito anteriormente, o levantamento dos dados foi uma difícil etapa durante a realização deste trabalho. Em função da indisponibilidade de algumas informações para a conclusão deste trabalho, buscou-se, não só tentar entender algumas questões relativas ao tema, mas ao mesmo tempo levantar questões adicionais a serem estudadas posteriormente. Dado este carácter é a falta de estudos sobre o tema e todas as questões que eventualmente possam ser levantadas poderão carecer de aprofundamentos futuros. Prevê-se que as futuras pesquisas possam trazer mais subsídios relacionados com a noção real da evolução do valor das receitas depois da implementação de novas estratégias de gestão.

Referências bibliográficas.

- Cistac, G. & Chiziane, E. (2007) *Turismo e Desenvolvimento Local: Universidade Eduardo Mondlane e Nead*. Maputo: Moçambique.
- Fórum Internacional de Turismo do Iguassu, (2018), *A importância da gestão de crises para o turismo: uma análise da crise de 2008*, Brasil. Acesso:
- Gil, A. C. (2008) *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*, 6ª Edição, Atlas: São Paulo.
- Scótoló, Panosso Netto, (2015) / cultur / ano 9 - nº 01 – fev.
- INE, Anuário estatístico da Província de Maputo, 2020, Moçambique, Maputo.
- Rodrigues, Jorge. (2012) *Gestão Estratégica das Instituições Financeiras*. Escolar Editora: Lisboa.
- Mintzberg, Henry. (1987), *Five P's For Strategy*. California Management Review.
- Prodanov, F. (2013) *Metodologia do Trabalho Científico: Métodos e Técnicas da Pesquisa e do Trabalho Académico*, Brasil, (pp.53)
- Filho, Jens H, *Gestão estratégica (2006), proposta de um modelo para a Agro Veterinária Timbó*., Trabalho de Licenciatura em Administração, apresentado a Universidade Federal de Santa Catarina,
- Lakatos, E. M. & Marconi, M. de A. (2001) *Metodologias do trabalho Científico: Procedimentos Básicos; Pesquisa Bibliográfica, Projectos e Relatórios, Publicações e Trabalhos Científicos*; 4ª ed. São Paulo: Atlas.
- Ministério da Cultura e Turismo, (2016) *Política do Turismo e Estratégia da sua Implementação, Maputo*. Moçambique.
- Nascimento, Taiane R., (2019), *Estratégias Empresariais Em Tempo De Crise*, Trabalho de Licenciatura apresentado, Universidade Cândido Mendes – Niterói, Rio de Janeiro,
- Neves, Janine do R.O., (2012) *O Papel dos Eventos no Reforço da Atractividade Turística de Cabo Verde*, dissertação de mestrado apresentado a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do
- Silva, Kelly, C.M., *A Importância Do Turismo Para O Desenvolvimento Económico Do Estado Do Espírito Santo*, trabalho de Licenciatura apresentado a Universidade Federal do Espírito Santo, 2004.
- Pereira, M.M.A. (2004). *Recursos turísticos e pesqueiros da zona costeira do Distrito de Matutuine, Maputo. Relatório submetido ao WWF Mozambique Coordination Office no âmbito*

do projecto CHALLENGES FOR CONSERVATION ON THE DEVELOPMENTS OF THE MAPUTO AND LIBOMBOS CORRIDORS, Maputo. 25 Pp.

<https://festivaldascataratas.com/forum-turismo/anais/2018/politicas-publicas/a-importancia-da-gestao-de-crises-para-o-turismo.pdf> Acesso em: 30 Jun. 2021.

<https://observatoriodoturismo.es.gov.br/Media/observatorio/Publicacoes/Outras/Monografias/KEYCRISTINAMENDESDASILVA.pdf> Acesso em: 12 Jul. 2021.

<https://www.candidomendes.edu.br/wp-content/uploads/2019/10/ESTRATEGIAS-EMPRESARIAIS-EM-TEMPO-DE-CRISE.pdf> Acesso em: 12 jul. 2021.

Estoril. Acesso: https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/4454/1/2012.04.017_.pdf

Acesso: <http://tcc.bu.ufsc.br/Adm293541.PDF>. Acesso em: 17 Ago. 2021.

Anexos

Guião de Questionário

O presente Questionário é dirigido aos Gestores das estâncias turísticas da Ponta de Ouro, Posto administrativo de Zitundo. O mesmo irá auxiliar na elaboração da monografia científica subordinada ao tema: Análise da Estratégia de Gestão do Sector de Turismo em Períodos de Crise na província de Maputo. Caso de Estudo, Localidade da Ponta de Ouro, Posto Administrativo de Zitundo. Período: 2019-2020.

Sublinhasse, que estas informações são tidas como sigilosas e não serão usadas para outros fins não mencionados.

O questionário é composto por dez (23) questões, com perguntas abertas e fechadas. As alíneas variam de A a G, devendo responder a que melhor se enquadra, marcando um X.

Secção I – Dados Pessoais

1. NOME (Facultativo) _____
2. Género: Feminino _____ Masculino _____
3. Idade: a) menos de 25 _____ b) 25 à 35 _____ c) 35 à 45 _____ d) 45 à 55 _____ e) 55 em diante _____
4. Área de Formação _____

Secção II – Dados Sobre a Estância Turística no Geral

5. Área de Actuação: a) Lodge _____ b) Hotel-resort _____ c) Motel _____ d) Casas de hóspedes _____ e) Parques de campismo _____ f) Aluguer de quartos e alojamentos particulares _____

6. A gerência da estância tem promovido formações / capacitação para os seus funcionários?

Sim _____ Não _____

6.1. No âmbito das Formações, qual género a gerência tem privilegiado?

Feminino _____ Masculino _____ Ambos _____

7. Que hábitos/ bens culturais a gerência tem adoptados?

a) Nacionais _____ b) Internacionais _____ c) Ambos, com ênfase nos nacionais _____

d) Ambos, com ênfase nos internacionais _____

8. Que benefícios a estância trás para a comunidade local?

a) Contratação da mão-de-obra local _____ b) Melhoria de Infra-estruturas Sociais

c) Incremento de actividades comerciais _____ d) Outros _____. Qual é o tipo de turismo que praticado com mais predominância?

a) Turismo de Lazer _____ b) Turismo de Eventos _____. c) Turismo ecológico _____ d) Turismo religioso _____. e) Turismo cultural _____. f) Turismo de negócios _____

9. Dentre os turistas nacionais e estrangeiros, quais tem frequentado com maior assiduidade?

a) Estrangeiros _____. b) Nacionais _____

Secção III – Dados Sobre a Gestão Estância Turística em períodos de Crise

10. Durante o período de crise, que incentivos a gestão implementou com vista a aumentar ou estabilização a demanda Turística?

a) Descontos _____ b) Ofertas de Bónus _____ c) Marcações Antecipadas _____ d) Outros _____

11. Durante esse período, a estância implementou novos serviços ou produtos?

Sim _____ Não _____

Se sim. Qual foi? E porque?

Como avalia a aceitação desse produto?

a) Muito boa _____ b) boa _____ c) considerável _____ d) má _____ e) muito má

Quais são os impactos negativos surgiram como consequência crise? _____

Que medidas foram tomadas para mitigar esses impactos _____

12. Qual é a magnitude do impacto da crise no volume de negócios da estância?

a) Neutro _____ b) Muito Mau _____ c) Mau _____ e) Intermédio _____ f) Bom _____ g) Muito bom _____

13. Com as estratégias adoptadas, conseguiram mitigar os impactos da crise?

Sim _____ Não _____

13.1. Se sim, em termos percentuais, como avalia a eficácia dessas estratégias?

a) Abaixo de 25% _____ b) 25% _____ c) 50% _____ d) 75% _____ e) Mais de 75% _____

Cronograma das actividades

Actividade	Março 2020	Maio 2021	Junho 2021	Julho 2021	Outubro 2021
Preparação do projecto	X	X			
Revisão bibliográfica		X	X		
Viagem de busca de dados		X	X		
Tratamento de dados e composição			X	X	
Redacção final e submissão				X	X
Defesa				X	X

Orçamento

Descrição	Custo (Meticais)
Internet	1000,00
Impressão	3.500,00
Viagens	2000,00
Outras despesas	1000,00
Total	7.500,00

Lista de nomes das estâncias turísticas inqueridas.

Nome da Estancia Turística	Área de actuação
Ponta View Hotel	Hotel/Resort
Gala Gala Eco Resort	Lodge
Devocean Eco Adventure Lodge	Lodge/ Campismo
White Shark Resort	Hotel/Resort
Lar de Ouro Lodge	Lodge

Paraiso de Ouro Beach Front	Lodge
Resort Budget Accomodation	Hotel/Resort
Gorden Beach Village	Lodge
Coconut View Resort	Lodge
Casa Cinzenta	Resort
Underwater Explorer	Lodge
Casa Farol	Lodge
Casa Azul	Lodge
Aloha	Hotel
Baleia Azul	Hotel
Ilha Azul House	Lodge
Sky Island Resort	Hotel/Resort
Gamboozini Lodge	Lodge
Deam Beach	Lodge
Hotel Phaphalati	Hotel/Resort
Serandipity Ponta Beach	Lodge
Tartaruga Marítima Luxuria	Hotel/Resort
Kaya Kweru	Lodge
Motel do Mar	Hotel/Resort
Phambuka Resort & Campismo	Lodge
Beach Chalets	Lodge
Wakene Beach Estate	Lodge
Under Water Explorer	lodge
Nkumbe 32	Lodge
Mar Zul 5	Lodge
Mar Azul 1 B	Lodge

Campismo Ninho 23	Campismo
Kangela Estate13	Lodge
Chutes House	Lodge
Kangela2	Lodge
Kangela Estate	Lodge
Bush Retreat Family House	Restaurante
Alfies House	Restaurante
Dono do Mato	Restaurante
The Blue Whale	Restaurante
Chille Vibes	Restaurante
Mango Café	Restaurante
Ponta Beach bar	Restaurante
Ponta's Restaurante	Restaurante
Restaurante Barraca da Ponta	Restaurante
Love Café	Restaurante
Shipweek Restaurante	Restaurante
Palmview Bar & Grill	Restaurante
The Mehing Pot Tri Woves Lodge	Restaurante
Piri piri Restaurant	Restaurante
Samo Samorai	Restaurante
Roaz do Indico	Restaurante
Amigos Restaurante e Bar	Restaurante
Quiosque popular	Restaurante
Sapphire Restaurant	Restaurante
Aluguer de quartos e alojamentos particulares	Motel.

Fonte: O Autor

3. IMAGENS DOS COMPLEXOS TURÍSTICO

Ponta View Hotel



Fonte

https://web.facebook.com/pontaviewhotel/?comment_id=Y29tbWVudDo4MjI2NTAxNzQ4NzI2NTBfODIzMDUxNDcyNzI5&_rdc=1&_rdr

Gala Gala Eco Resort



Fonte:

https://www.google.com/search?q=Gala+Gala+Eco+Resort&tbm=isch&ved=2ahUKEwjpuSfqvTyAhUTahoKHZyhDKcQ2-cCegQIABAA&oq=Gala+Gala+Eco+Resort&gs_lcpss

Devocean Eco Adventure Lodge



Fonte:

https://www.google.com/search?q=Devocean+Eco+Adventure+Lodge&tbm=isch&ved=2ahUKEwjhsuzwr_TyAhUbMRoKHQZ6DbQQ2

Paraiso de Ouro Beach Front



Fonte: <https://www.google.com/search?q=Paraiso+de+Ouro>

Gamboozini Lodge



Fonte:

<https://www.google.com/search?q=Gamboozini+Lodge&tbm=isch&ved=2ahUKEwillPvGsfTyAhXQw4UKHQorBs4Q2>

Kangela Estate



Fonte:

<https://www.google.com/search?q=Kangela+Estate13&tbm=isch&ved=2ahUKEwillPvGsfTyAhXQw4UKHQorBs4Q2>