



UNIVERSIDADE
E D U A R D O
MONDLANE

FACULDADE DE AGRONOMIA E ENGENHARIA FLORESTAL

DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO

MESTRADO EM DESENVOLVIMENTO RURAL

**INTERACÇÃO ENTRE A AGRICULTURA FAMILIAR E O TURISMO
NO MUNICÍPIO DE INHAMBANE**

Pascoal João Gota

Maputo, Agosto de 2018

Pascoal João Gota

**Interacção entre a Agricultura Familiar e o Turismo no Município de
Inhambane**

Supervisores

Prof. Doutor Helsio A.M.A. Azevedo

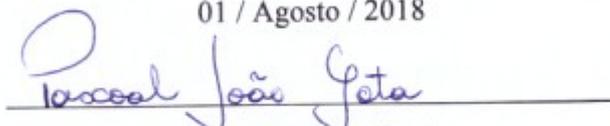
Prof. Doutor Luís J. Artur

Maputo, Agosto de 2018

Declaração

Declaro que esta dissertação nunca foi apresentada para a obtenção de qualquer grau ou num outro âmbito e que ele constitui o resultado do meu labor individual. Esta dissertação é apresentada em cumprimento parcial dos requisitos para a obtenção do grau de mestre na Universidade Eduardo Mondlane.

01 / Agosto / 2018



(Pascoal João Gota)

Até quando

Minha avó
não sabe quantos anos tem
(vive nos tempo)
e suas mãos
seguram a enxada
e cavam a terra.

Um boi
puxa a charrua e o arado,
a terra se rompe
e a batata
e o amendoim
poderão crescer.

Minha avó
anda descalça
(os seus pés se endureceram nos tempos)
e suas mãos
seguram a enxada
e cavam a terra.

Um tractor gritando força
rasga as entranhas da terra.

E o milho
e a mandioca
cobrirão os campos.

Minha avó,
que não sabe quantos anos tem,
minha avó
que anda descalça
segura ainda a enxada
e cava ainda a terra.

Será que ela não se cansará?

(Marcelino dos Santos *in* Cavele, Cuta e Zimba, 2006)

Agradecimentos

Felizmente tive apoio de várias individualidades, jurídicas e físicas, na materialização deste trabalho de pesquisa. A ser assim, torno público o meu agradecimento pela ajuda prestada nas diferentes fases em que decorreu a minha formação académica no nível de mestrado.

Aos meus Avós, Pais, Tios e Irmãos pelo todo apoio que têm prestado no processo da minha formação.

À Agência Sueca de Desenvolvimento Internacional (ASDI), UEM - Direcção científica, UEM - Gabinete de Cooperação, à *Erasmus Mundus* e ao Fundo Nacional de Investigação (FNI), que mediante projectos de pesquisa, programas de cooperação universitária assim como de formação, directa e indirecta, disponibilizaram recursos financeiros que foram imprescindíveis para custear a minha formação, tanto na Faculdade de Agronomia e Engenharia Florestal (FAEF) assim como na *Faculty of Regional Development and International Studies* (FRDIS).

À Universidade Eduardo Mondlane - Faculdade de Agronomia e Engenharia Florestal e a *Mendel University in Brno - Faculty of Regional Development and International Studies*, agradeço pela oportunidade de formação.

À coordenação dos cursos de Pós-graduação na FAEF, em especial aos seguintes membros do Corpo Técnico Administrativo: Cláudia Chelene, Isaura Nhalungo, Lourenço Banze, Rafael Munguambe e Ricardina Macuácu; prontificaram a auxiliarem-me sempre quando solicitados, mesmo antes de eu ingressar neste curso.

Aos professores do programa de mestrado no curso de desenvolvimento rural da FAEF (2015), e de desenvolvimento regional e estudos internacionais da FRDIS (2017), ao terem transmitido conhecimentos que contribuíram na percepção dos meandros que caracterizam a agricultura e o desenvolvimento rural. Agradecimentos especiais vão aos professores Benedito Cunguara, Cláudio Mungói, Domingos Cugala, Eunice Cavane, Firmino Mucavel, Luís Artur, Nahanga Verter e Nirundon Tapachai por terem transmitido conhecimentos que, em parte, foram aplicados na redacção deste trabalho.

Aos colegas Alcília Macarringue, Asabere Ofosu, Charles Mtakwa, Cynthia Banienuba, Diamantina Banze, Domingas Dimande, Elizabeth Ayeh, Elvira Xerinda, Famara Sanneh, Fatima Baba, Fatou Bittaye, José Chisseve, Maria Machava, Osvaldo Meneses, Pedrito Caetano, Rami Chande, Sadate Maida, Safiatou Drammeh, Tchishibandji Munike, Teresinha Pascoal, Waldelaine Domingos e Zlata Ayeh por terem feito parte da minha formação; as discussões nos

trabalhos em grupos nas diversas disciplinas e temáticas implicitamente contribuíram para o alcance desta fase de formação académica.

À Helsio Azevedo e Luís Artur, professores que prontificaram-se em supervisionar esta dissertação; dispensaram seu tempo para corrigir e comentar a temática deste trabalho; incentivaram que resultados preliminares fossem publicados em conferências assim como em revistas científicas. Por tudo, estou muito grato!

À Marie Arousseau, Barbora Floriánová, Samuel Darkwah e Ângela Fernandes ao terem, mediante o programa CARIBU, me permitido e apoiado na realização do intercâmbio académico na República Checa, que me proporcionou novas formas de pesquisas e acesso a bases de dados de revistas científicas que foram importante nesta dissertação.

Nem sempre se tem acesso a certas bases de dados, por isso agradeço aos professores Anneli Ekblom, Daniel Zacarias, Michel Foucault, Nahanga Verter e Ricardo Martins por terem auxiliado a ter artigos de revistas científicas de acesso restrito.

À Arsénio Adão, Ernesto Macaringue e Pedrito Caetano que se dignaram a lerem os *drafts* desta dissertação; seus comentários e dúvidas auxiliaram-me a elucidar os meus argumentos.

À União dos Camponeses da Cidade de Inhambane (UCCI) e aos presidentes das associações agrícolas ao terem permitido que seus membros fossem parte da população que constituiu a amostra desta pesquisa e terem prestado apoio imprescindível no período de condução da pesquisa de campo. Especiais agradecimentos são endereçados à Ana Alexandre, Joana Sevene, Lúcia Manuel, Rafael Senda e Saíde Amélia.

Julgo ter prestado tributo ao apoio dispensado por várias instituições e individualidades nas várias etapas que caracterizaram o processo de elaboração desta dissertação. Entretanto, aos que foram vítimas da “minha amnésia temporária”, aquando da escrita desta parte, as minhas sinceras desculpas. Embora explicitamente não esteja patente o seu contributo, julguem terem-me auxiliado na elaboração desse trabalho.

ÍNDICE

| | |
|---|-------------|
| <i>Declaração</i> | <i>iii</i> |
| <i>Agradecimentos</i> | <i>v</i> |
| <i>Resumo</i> | <i>viii</i> |
| <i>Abstract</i> | <i>ix</i> |
| <i>Lista de abreviaturas e siglas</i> | <i>x</i> |
| <i>Lista de figuras</i> | <i>xi</i> |
| <i>Lista de tabelas</i> | <i>xii</i> |
| <i>Lista de quadros</i> | <i>xiii</i> |
| CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO | 1 |
| 1.1. Contextualização da pesquisa | 1 |
| 1.2. Problema e justificativa de pesquisa | 2 |
| 1.3. Objectivos de pesquisa | 3 |
| 1.4. Questões de pesquisa | 4 |
| CAPÍTULO II: REFERENCIAL TEÓRICO | 5 |
| 2.1. Agregado familiar no contexto de produção agrícola nas zonas rurais | 5 |
| 2.2. Ligação entre o turismo e o mercado de produtos de agricultura familiar | 7 |
| 2.3. Desafios dos agregados familiares na oferta da produção agrícola no turismo | 8 |
| 2.4. Turismo rural no contexto das actividades não-agrícolas das zonas rurais | 10 |
| CAPÍTULO III: METODOLOGIA DE PESQUISA | 14 |
| 3.1. Classificação da pesquisa | 14 |
| 3.2. Procedimentos de pesquisa | 15 |
| 3.2.1. Pesquisa bibliográfica | 15 |
| 3.2.2. Pesquisa de campo | 16 |
| 3.3. Procedimentos de análise e discussão de dados | 21 |
| 3.3.1. Análise dos dados quantitativos | 22 |
| 3.3.2. Análise dos dados qualitativos | 25 |
| 3.4. Limitações da pesquisa | 26 |
| CAPÍTULO IV: RESULTADOS E DISCUSSÃO | 28 |
| 4.1. Descrição da amostra dos sujeitos de pesquisa | 28 |
| 4.2. Caracterização das explorações agrícolas do município de Inhambane | 31 |
| 4.3. Sistema de produção agrícola dos agregados familiares no M.I | 34 |
| 4.4. Ligações indirectas entre a actividade agrícola familiar e o turismo no M.I | 36 |
| 4.4.1. Desafios nas ligações indirectas entre a agricultura e o turismo no M.I | 49 |
| 4.5. Ligação directa entre a actividade agrícola familiar e a turística no M.I | 52 |
| 4.5.1. Desafios na ligação directa entre a agricultura e o turismo no M.I | 62 |
| CAPÍTULO V: CONCLUSÃO | 65 |
| 5.1. Conclusões | 65 |
| 5.2. Recomendações | 68 |
| 6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS | 71 |
| APÊNDICES | I |

Resumo

A agricultura familiar e o turismo são actividades essenciais na matriz económica do município de Inhambane. Se por um lado a agricultura é uma fonte de auto-sustento para parte considerável dos agregados familiares rurais, por outro o turismo constitui uma das fontes de renda e, ambas contribuindo no desenvolvimento deste município. Entretanto, pouco se explora e se descreve sobre a natureza da relação entre a agricultura familiar e turismo, dos factores fundamentais e dos desafios para a ligação entre essas actividades. Alicerçada em procedimentos mistos de convergência paralela com base em estatísticas descritivas, modelos logísticos e análise de conteúdo, a pesquisa analisa a actividade agrícola familiar e o turismo no município de Inhambane, focando nas relações que essas actividades possuem e nos desafios que sobrevêm para o estabelecimento dessas relações. Resultados da pesquisa mostram que existe uma agricultura familiar híbrida constituída de agricultores que estão mais direccionados a produzir culturas de curto período visando o fornecimento ao mercado local e os que somente praticam a agricultura por esta ser fonte de produtos para o sustento da família. Ainda persistem desafios relacionados ao acesso aos meios básicos de produção particularmente a terra assim como recursos financeiros para investimento na agricultura, porém alguns agricultores conseguem ultrapassar esses desafios através das redes sociais. Da pesquisa se afere que quatro relações podem ser estabelecidas entre a agricultura familiar e o turismo, nomeadamente: relação directa, indirecta, negativa e passiva. A ligação entre a agricultura familiar e turismo é mais caracterizada de ser indirecta, bastante informal e é marcada por barreiras que incluem falta de informação e de intermediários o que resulta que somente 14% dos agricultores familiares é que vende a produção agrícola nos estabelecimentos turísticos. Apesar de existirem várias modalidades de turismo, Inhambane tem basicamente o turismo de sol e praia e quase nenhuma iniciativa de turismo rural que poderia caracterizar uma ligação directa. Assim, recomenda-se a uma maior ligação entre o turismo e a agricultura local através duma maior organização dos produtores e o estabelecimento duma plataforma de ligação entre o sector da agricultura e do turismo no município. Também recomenda-se a diversificação do tipo de turismo procurando fomentar o turismo rural.

Palavras-chave: agricultura familiar; comercialização agrícola; turismo rural; economia local

Abstract

Family farming and tourism are essential activities in the economic matrix of the Inhambane municipality. Though agriculture is the mainly source of livelihood for a considerable part of the rural households, tourism constitutes one important additional source of income. However, the key-factors and the challenges for linking these activities have not been explored. Based on mixed parallel convergence methods, descriptive statistics, logistic models and content analysis, this research aimed at analysing family farming and tourism in the Inhambane municipality, focusing on the relationships these activities have on rural areas. The findings show that there family farming is a hybrid economic activity: some farmers practice agriculture as a source of products for the household sustenance while others are producing agricultural products aiming to supply the local market. Farmers experience challenges related to access to the production's basic means, particularly land as well as financial resources for investment in agriculture, but some households are able to overcome these challenges through social networks. From the research four types linkages can be established between family farming and tourism: direct, indirect, negative and passive link. Agriculture and tourism in the municipality of Inhambane is predominantly characterised as indirect and informal, as only 14% of family farmers sell their products in tourism sector. Challenges to expand business from local farmers include lack of information and intermediates. Inhambane has basically sun and beach tourism and almost no rural tourism initiative characteristic of a direct linkage. Therefore, a closer link between tourism and family farming is recommended by diversifying the types of tourism and by promoting rural tourism initiatives. The establishment of a larger organisation of family farmers with a linked platform linking agriculture and tourism in the municipality is further suggested.

Key-words: family farming; agricultural markets; rural tourism; local economy

Lista de abreviaturas e siglas

| | |
|-----------------|---|
| AHTPI | Associação de Hotelaria e Turismo da Província de Inhambane |
| CAF | Chefe do Agregado Familiar |
| CMCI | Conselho Municipal da Cidade de Inhambane |
| DPCULTUR | Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Inhambane |
| DUAT | Direito de Uso e Aproveitamento da Terra |
| END | Estratégia Nacional de Desenvolvimento |
| GPS | <i>Global Positioning System</i> |
| ha | Hectares |
| IAI | Inquérito Agrário Integrado |
| INQ.AF | Inquérito ao Agregado Familiar |
| INQ.ET | Inquérito ao Estabelecimento Turístico |
| km ² | Quilómetros quadrados |
| LAM | Linhas Aéreas de Moçambique |
| M.I | Município de Inhambane |
| OCDE | <i>Organization for Economic Co-operation and Development</i> |
| PEDSA | Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Sector Agrário |
| PEDTM | Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Moçambique |
| SPSS | <i>Statistical Package for Social Sciences</i> |
| UCCI | União dos Camponeses da Cidade de Inhambane |

Lista de figuras

| | |
|---|----|
| Figura 1: Modelo teórico da relação entre a agricultura familiar e turismo..... | 11 |
| Figura 2: Desafios para a venda de produtos agrícolas no sector de turismo | 49 |
| Figura 3: Razões de não aquisição de produtos agrícolas | 51 |
| Figura 4: Desafios para a integração dos agricultores familiares no turismo | 63 |

Lista de tabelas

| | |
|---|----|
| Tabela 1: Movimento turístico no município de Inhambane, 2011-2015 | 18 |
| Tabela 2: Amostra dos sujeitos que foram alvo da pesquisa..... | 20 |
| Tabela 3: Descrição dos agregados familiares | 29 |
| Tabela 4: Características dos estabelecimentos turísticos..... | 30 |
| Tabela 5: Características dos turistas | 31 |
| Tabela 6: Caracterização das explorações agrícolas familiares no M.I | 32 |
| Tabela 7: Produção agrícola familiar no Município de Inhambane | 34 |
| Tabela 8: Venda da produção agrícola familiar aos estabelecimentos turísticos..... | 38 |
| Tabela 9: Resultados do modelo de regressão logística binária..... | 39 |
| Tabela 10: Demanda de produtos agrícolas nos agricultores locais..... | 42 |
| Tabela 11: Demanda da produção agrícola familiar pelos estabelecimentos turísticos..... | 43 |
| Tabela 12: Demanda da produção agrícola familiar pelos estabelecimentos turísticos..... | 45 |
| Tabela 13: Resultados do modelo de regressão logística binária..... | 47 |
| Tabela 14: Preferência do agregado de desenvolver actividades turísticas | 54 |
| Tabela 15: Resultados do modelo de regressão logística binária..... | 57 |
| Tabela 16: Caracterização dos turistas em relação a preferência pelo turismo rural | 59 |
| Tabela 17: Resultados do modelo sobre a preferência de o turista praticar o turismo rural | 61 |

Lista de quadros

| | |
|---|----|
| Quadro 1: Desafios para a integração da oferta agrícola familiar no sector de turismo | 9 |
| Quadro 2: Finalidade do programa de entrada/análise de dados | 21 |

CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO

1.1.Contextualização da pesquisa

A literatura está repleta de argumentos sobre os benefícios da actividade turística, desde os económicos, sociais, ecológicos, tanto na perspectiva nacional assim como global. Assim, há poucas dúvidas que o turismo tenha a capacidade de contribuir para o crescimento económico, elevar os indicadores macroeconómicos assim como integrar outros sectores em países onde é praticado.

A agricultura como uma actividade económica e não só, ainda é representativa das zonas rurais e em conjunto com a actividade turística pode constituir um dos mecanismos para o desenvolvimento dessas zonas. No caso de Moçambique, os instrumentos de planificação estratégicos de longo prazo (PEDTM 2016-2025; PEDSA 2011-2020; END 2015-2035) fazem referência ao turismo e a agricultura como sectores preponderantes para o desenvolvimento económico e social do País.

Tem se argumentado que as comunidades rurais em geral e especificamente os agricultores familiares beneficiam-se da actividade turística, pois o turismo constitui uma actividade social e económica que também necessita da agricultura para o seu desenvolvimento (Azevedo *et al.*, 2016). Porém, pouco se aborda da natureza desta relação especialmente no triângulo agricultores familiares, estabelecimentos turísticos e turistas, que constituem elementos chaves para a ligação entre a agricultura familiar e o turismo.

É nesse contexto que tendo como local de análise empírica o município de Inhambane (M.I), este trabalho aborda a actividade agrícola e a turística, procurando analisar a relação que actualmente existe entre essas actividades preponderantes às zonas rurais, assim como expor alternativas que possam constituir factores para a melhoria do padrão de vida dos agregados rurais, principalmente os agricultores familiares visando o desenvolvimento das zonas rurais de forma endógena. Neste sentido, o estudo emprega procedimentos de pesquisa baseados em métodos mistos que visam confrontar resultados de dados quantitativos com os dos dados qualitativos numa perspectiva de melhor compreender a temática em estudo.

A estrutura desta dissertação comporta cinco capítulos, nomeadamente: (1) introdução; (2) referencial teórico; (3) metodologia de pesquisa; (4) apresentação e discussão dos resultados; e (5) conclusões e recomendações.

1.2. Problema e justificativa de pesquisa

A agricultura e o turismo constituem actividades que fazem parte da matriz económica do município de Inhambane (CMCI, 2009). Neste município, a actividade agrícola ocupa parte considerável dos agregados familiares existentes nas zonas rurais, constituindo a principal fonte de auto-sustento desses (Azevedo, 2009; Pereira, 2011). Em contrapartida, o turismo embora seja mais representado pelo investimento estrangeiro (Nhantumbo, 2009; Pereira, 2011; Fernando, 2013; Zacarias, 2015) constitui um sector que mediante a valorização e transformação dos recursos endógenos é fonte de benefícios económicos ao município. Nesse contexto, a agricultura e o turismo são actividades que também contribuem para o desenvolvimento deste município ao serem fonte de renda, sustento e um dos mecanismos para a melhoria do padrão de vida das comunidades rurais (Azevedo *et al.*, 2016).

Apesar de ocorrer a agricultura familiar, observa-se que, no M.I, os estabelecimentos turísticos assim como os munícipes ainda importam produtos agrícolas que de grosso modo poderiam ser produzidos nas zonas húmidas do município e conseqüentemente reduzir-se a dependência externa e fortalecer a produção agrícola familiar. Associado a isso, nota-se que há fraco protagonismo por parte dos agricultores familiares em desenvolver iniciativas de turismo.

Assim, se em geral o turismo é representado como sendo um dos mecanismos para o desenvolvimento das zonas rurais e a agricultura familiar constitui a principal actividade dessas zonas, faz-se a seguinte questão: que ligações existem entre a actividade agrícola familiar e o turismo desenvolvido no município de Inhambane para que possam ser uma alternativa de desenvolvimento rural de forma endógena?

Partindo da perspectiva que as zonas rurais não são espaços estanques às influências das zonas urbanas e, portanto, possuem relações que transcendem a dicotomia rural-urbano, a presente pesquisa justifica-se ao expor novas, para a realidade estudada, relações mútuas entre as zonas rurais e urbanas.

Além disso, a pesquisa é actual, principalmente em Moçambique, onde a pesquisa em turismo assim como em agricultura é desenvolvida de forma isolada, isto é, em geral, pesquisadores da agricultura defendem que a actividade agrícola é um mecanismo para o desenvolvimento rural e os do turismo defendem a mesma assertiva, mas entre essas áreas não se estabelece um “consórcio de pesquisa” para o desenvolvimento integrado. Conseqüentemente, a implementação das recomendações desses estudos resulta em acções incoerentes sobre o mesmo território, neste

caso o rural. Portanto, esta pesquisa se apresenta como uma ruptura dessa perspectiva, sem necessariamente subjugar a autonomia de pesquisa dessas áreas.

Através da análise da relação entre a agricultura familiar e turismo, a pesquisa é pertinente por traçar argumentos que mostram outros cenários do desenvolvimento local pensados na integração do agregado rural agrícola no turismo e nas dinâmicas que o território possui no processo de desenvolvimento das zonas rurais; o trabalho apresenta informações que podem ser aplicadas pelos agricultores familiares na melhoria de suas técnicas de comercialização; apresenta aspectos que podem auxiliá-los a transformarem os recursos endógenos em fontes de renda não-agrícola através de desenvolvimento de iniciativas de turismo rural, fortificando a ligação agricultura familiar e turismo no município de Inhambane.

Por último, e numa perspectiva de fomento de políticas públicas a pesquisa é relevante ao ser fonte de dados para a criação e/ou introdução de reformas de políticas públicas que visam criar sinergias entre a agricultura e a actividade turística numa perspectiva de desenvolvimento das zonas rurais de forma endógena, sem necessariamente postergar a virtude de que a agricultura familiar deve ser o mecanismo para a garantia da segurança alimentar e que os agregados familiares devem ser soberanos na tomada de decisões que garantem o sustento de seus integrantes.

1.3.Objectivos de pesquisa

Geral

Analisar a relação entre a agricultura familiar e o turismo no município de Inhambane

Específicos

1. Caracterizar a agricultura familiar no município de Inhambane;
2. Determinar os factores que têm mais influência na ligação entre a agricultura familiar e o turismo no município de Inhambane;

1.4. Questões de pesquisa

Como será descrito no capítulo referente a metodologia, este trabalho constitui uma pesquisa mista que envolve várias perspectivas de análise. Nesse sentido, esta pesquisa possui sete questões de pesquisa, nomeadamente: (1) Que aspectos caracterizam a agricultura familiar no município de Inhambane? (2) Que factores têm mais influência na capacidade do agregado fornecer a produção agrícola aos estabelecimentos turísticos? (3) Que factores influenciam os representantes dos estabelecimentos turísticos a demandar produtos agrícolas produzidos localmente? (4) Que características têm mais influência na decisão dos turistas demandarem produtos agrícolas no M.I? (5) Que factores têm mais influência na preferência do agregado familiar desenvolver iniciativas relacionadas ao turismo rural no M.I? (6) Que factores têm mais influência na decisão de o turista preferir estar no estabelecimento rural ou participar de actividades de turismo rural? e (7) Que desafios condicionam o estabelecimento de ligações entre a actividade agrícola familiar e a turística numa perspectiva de desenvolvimento endógeno do M.I?

Mediante a análise dos objectivos específicos e as questões de pesquisa, deve-se perceber que a materialização do primeiro objectivo específico visa dar resposta a questão 1. O segundo objectivo específico intenta responder às seis questões sobre os factores que mais influenciam a ligação entre a agricultura familiar e o turismo e os respectivos desafios na perspectiva da: (1) oferta e demanda de produtos agrícolas produzidos localmente; (2) preferência de oferta e demanda de actividades relacionadas ao turismo rural.

CAPÍTULO II: REFERENCIAL TEÓRICO

2.1. Agregado familiar no contexto de produção agrícola nas zonas rurais

A literatura que aborda sobre a agricultura familiar expõe vários conceitos em relação a este tipo de agricultura nas mais diversas vertentes. Existem vertentes sobre as quais a agricultura familiar constitui uma classe social (Candioto, 2011) e que pode, também ter a denominação de agricultura camponesa (Marques, 2008; Machado e Casalinho, 2010); é uma forma de produção que é oposta a agricultura moderna (Alve, 1997; Wanderley, 2003).

Apesar dessas divergências, a agricultura familiar ainda tem forte presença nas zonas rurais. Nesse sentido, as características emblemáticas deste tipo de agricultura incluem a família: ser autónoma na tomada de decisões relacionadas com a produção; possuir parcial ou total controlo sobre os meios de produção; pautar pela diversificação da produção; destinar parte da produção ao sustento de seus integrantes, independentemente de o agregado estar ou não integrado nos mercados de factores de produção assim como nos de produtos (Negrão, 2001; Arruda *et al.*, 2008; Hirai, 2008; Candioto, 2011; Sousa, 2013).

Portanto, no âmbito desta pesquisa, agricultura familiar é considerada como uma forma de produção onde a família tem a pertença dos factores produtivos e é autónoma em decidir sobre as questões básicas da economia aplicadas à actividade agrícola e a outras actividades das zonas rurais. Deste modo, a produção agrícola familiar tem como objectivo primordial o garante do auto-sustento do agregado familiar sem necessariamente subjugar a geração de renda a partir desta produção.

No processo de desenvolvimento da agricultura, os agregados familiares são afectados por vários factores endógenos e ou exógenos à unidade de tomada de decisão que incluem a dificuldade de acesso à terra, tamanho reduzido das *machambas*, acesso restrito ao mercado financeiro e ao crédito, acesso restrito a informações técnicas e económicas, reduzida capacidade de se organizar e elaborar projectos assim como exercer seu poder de negociação frente ao mercado e às instituições (Gastal *et al.*, 2002; Pereira e Bazotti, 2010).

Independentemente desses desafios, a agricultura familiar possui vantagens comparativas relacionadas à conservação do meio ambiente, pois além de exibir um perfil distributivo, consegue fazer a manutenção da paisagem rural, conservação do património genético das plantas, harmonização com o ambiente, uso sustentável de recursos naturais e defesa do património cultural das comunidades rurais (Faver, 2004; FGSAN, 2012).

As características da agricultura familiar espelham que para a produção agrícola os agregados além da mão-de-obra devem, no mínimo, ter terra para praticar a agricultura (Negrão, 2001). No contexto moçambicano, a ocupação segundo as normas e práticas costumeiras, ocupação de boa-fé e a autorização por pedido constituem as formas pelas quais os agricultores podem ter acesso à terra para a prática da agricultura (artigo 12 da Lei nº 19/97, Moçambique).

Além do acesso à terra, a produção agrícola também está, em certa medida, associada a segurança na posse de terra, pois se os agricultores familiares estão seguros da posse facilmente podem decidir sobre as questões económicas fundamentais, ou seja, estes agregados exercem, sem restrições, seus direitos de produção agrícola sobre a *machamba* que possuem. Portanto, a segurança da posse de terra tem efeitos positivos no incremento da produtividade e de investimentos na *machamba* (Uaiene e Arndt, 2007; Tankar, 2009).

O associativismo tem papel preponderante na suavização dos desafios que os agregados familiares enfrentam na prática da actividade agrícola (Siteo, 2005, 2010a, 2010b; Cunguara *et al.*, 2013; Magalhães, 2014). Mediante esta forma de organização, as associações criam mecanismos que possibilitam aos seus membros o acesso ao crédito, é o caso do crédito rotativo (Siteo, 2005; Cunguara *et al.*, 2013). Assim, agricultores familiares membros de associações possuem vantagens desde o processo de aquisição dos factores de produção nos mercados de factores até a oferta dos excedentes no mercado de produtos se comparados aos agricultores familiares individuais (Beckford e Campbell, 2013; Cunguara *et al.*, 2013; Júnior *et al.*, 2014).

Alguns estudos (Siteo, 2010a; Cunguara e Moder, 2011) asseveram que a extensão agrária tem papel no incremento da produção e produtividade, pois constitui um mecanismo pelo qual os agregados familiares têm acesso a informação sobre novas variedades de *insumos*. Apesar de poder-se referir que em Moçambique a extensão agrária está sempre associada a produção e produtividade, o contrário é falacioso pois no actual estágio de desenvolvimento do país, parte considerável dos agricultores familiares têm acesso limitado ao crédito ou não possuem activos suficientes e convertíveis para a adopção de novas tecnologias produtivas (Cunguara e Moder, 2011).

Sumariza-se este tópico referindo que o agregado familiar, associado ou não, joga papel importante na produção agrícola e no sustento da família rural. Apesar de a produção agrícola familiar ser caracterizada por possuir vários desafios internos e ou externos à família ou à *machamba*, a integração dos agregados nos mercados de produtos também é essencial no sustento e na produção agrícola.

2.2.Ligação entre o turismo e o mercado de produtos de agricultura familiar

A integração da agricultura familiar nos mercados de produtos constitui uma das formas pelas quais os agregados possuem renda que, em geral, é investida na melhoria da qualidade de vida destes. Nesse sentido, a comercialização agrícola familiar tem papel fundamental no desenvolvimento das zonas rurais, pois é um mecanismo para a criação da renda agrícola, que por conseguinte pode complementar a não agrícola (Cunguara *et al.*, 2013; Zidora, 2015).

Considerando que esta dissertação é sobre a actividade agrícola e a turística, importa, em primeiro instante, referir que a relação entre essas actividades é complexa (Choenkwan *et al.*, 2016), de tal forma que é falacioso abordar, na plenitude, das formas pelas quais se manifesta essa relação, mesmo que teoricamente a actividade agrícola esteja relacionada com a turística.

Deste modo, a agricultura pode estar ligada ao turismo de forma directa, indirecta ou passivamente. Tem-se uma agricultura que é característica de ter uma ligação directa com o sector de turismo se a actividade agrícola estiver associada ao mercado turístico, ou seja, a actividade agrícola constitui *per se*, um produto turístico. Ligações indirectas indicam que a agricultura constitui um sector preponderante ao turismo ao ser fonte de matéria-prima para o desenvolvimento harmonioso da actividade turística no destino, através de fornecimento de produtos agrícolas. Por último, existe uma ligação passiva se estas duas actividades compartilharem somente a coexistência geográfica (Lun *et al.*, 2016). Em uma perspectiva de análise, com enfoque na relação turismo na agricultura, percebe-se também que a actividade turística pode possuir efeito negativo em relação à agrícola, se entre essas actividades existir antagonismo sobre os recursos preponderantes a essas actividades, como é o caso da água, terra e mão-de-obra ou outros recursos existentes nas zonas rurais (Schneider e Fialho, 2000).

No tocante a mercados de produtos, a demanda de produtos agrícolas, produzidos localmente, agrega aspectos positivos aos estabelecimentos turísticos assim como aos agricultores familiares do território onde o turismo está inserido. Esses aspectos podem incluir a redução dos custos atinentes a importação de produtos agrícolas, promoção da gastronomia local, criação de oportunidades de renda, melhoria da qualidade de vida, entre outros que em última instância podem promover o desenvolvimento rural (Telfer e Wall, 2000; Torres, 2002, 2003; Torres e Momsen, 2004, 2005; Gurung, 2012; Rogerson, 2012; Rogerson e Rogerson, 2014).

Nesse sentido, criar ligações entre os agregados familiares e o turismo através da demanda, pelos estabelecimentos turísticos e pelos turistas, de produtos agrícolas produzidos localmente constitui uma das formas de maximizar o impacto económico do turismo nos países em

desenvolvimento e nas zonas rurais, onde para a maior parte da população a agricultura ainda constitui actividade principal (Telfer e Wall, 2000; Torres, 2002, 2003; Torres e Momsen, 2004, 2005; Gurung, 2012; Rogerson, 2012; Rogerson e Rogerson, 2014). Portanto, a existência de relações directas assim como indirectas entre esses sectores estimula os agricultores a expandirem a produção agrícola e a criarem mecanismos para o processamento de produtos agrícolas (Beckford e Campbell, 2013).

A concluir, percebe-se que, da existência de uma relação entre a agricultura e turismo, é muito provável que essa seja indirecta, pois a presença do turismo implica que os produtos agrícolas, independentemente de seu local de proveniência, sempre serão necessários ao desenvolvimento do turismo em geral e da restauração, de forma específica, num determinado destino turístico.

2.3.Desafios dos agregados familiares na oferta da produção agrícola no turismo

Estima-se que a inexistência da ligação entre o turismo e a agricultura familiar faz com que mais de um terço dos gastos feitos pelos representantes dos estabelecimentos turísticos na demanda de produtos agrícolas decorram fora da economia do destino turístico onde os agricultores estão inseridos (Gurung, 2012). Portanto, a ligação entre turismo e a agricultura familiar tem potencial em ser um mecanismo para o desenvolvimento rural através dessas duas actividades.

Entretanto, há vários desafios associados a ligação entre o turismo e a agricultura familiar. Esses desafios podem ser discriminados em cinco grupos, nomeadamente: (1) desafios atinentes às condições de produção; (2) oferta de produtos agrícolas produzidos localmente; (3) demanda de produtos agrícolas produzidos localmente; (4) intermediação no mercado de produtos e (5) o papel do governo em relação a agricultura e turismo, conforme se especifica no quadro 1.

Os factores apresentados no quadro 1 são aspectos que enfraquecem a ligação entre a agricultura familiar e a actividade turística. Em uma perspectiva holística, nota-se que esses factores estão intrinsecamente relacionados de tal forma que, por exemplo, a competição pelos recursos terra e mão-de-obra pode condicionar que os agregados familiares não possam produzir em qualidade e quantidade suficientes para responder a demanda dos estabelecimentos turísticos por produtos agrícolas. Consequentemente, os representantes dos estabelecimentos turísticos estarão, em geral, induzidos a terem que importar produtos agrícolas, que poderiam ser obtidos localmente.

Em relação à preferência dos turistas pelos produtos de seu local de origem, percebe-se que em destinos de turismo de massa e na perspectiva de responder as necessidades dos turistas ou ao tipo de turistas, o subsector de restauração pode constituir o maior importador de produtos

agrícolas, mesmo se esta decisão implicar altos custos operacionais (Torres, 2002; Beckford e Campbell, 2013). Considerando o tempo turístico, defende-se a perspectiva de os estabelecimentos turísticos enveredarem por estratégias de marketing que possam incentivar os turistas a degustar gastronomia baseada em produtos agrícolas produzidos localmente.

Quadro 1: Desafios para a integração da oferta agrícola familiar no sector de turismo

| Factores | Desafios |
|---|---|
| Condições de produção | <ol style="list-style-type: none"> 1. Competição da mão-de-obra entre os sectores de agricultura e turismo; 2. Antagonismo entre o turismo e a agricultura em relação ao acesso à terra; 3. Pragas e doenças na produção agrícola familiar; 4. Mudanças climáticas associadas à elevada precipitação ou estiagem; 5. Extrema dependência de factores naturais para a produção agrícola; e 6. Fraca fertilidade dos solos. |
| Oferta de produtos agrícolas produzidos localmente | <ol style="list-style-type: none"> 1. Dificuldades em garantir a produção agrícola consistente e em quantidade suficiente; 2. Inadequada qualidade dos produtos agrícolas produzidos localmente; 3. Altos preços dos produtos agrícolas produzidos localmente; e 4. Fraco investimento de capital na agricultura familiar. |
| Demanda de produtos agrícolas produzidos localmente | <ol style="list-style-type: none"> 1. Investimento directo estrangeiro no sector do turismo associado a integração vertical; 2. Estabelecimentos turísticos com preferência de produtos processados; 3. Turistas com preferência de produtos que lhes são familiares ou importados; 4. Turistas preferem produtos baratos; 5. Chefes de cozinha estrangeiros ou capacitados internacionalmente; 6. Turistas e chefes de cozinha desconfiam dos produtos produzidos localmente em relação aos aspectos higiene e segurança de alimentos; e 7. Inconsistente demanda de produtos agrícolas resultante da sazonalidade turística. |
| Intermediação no mercado de produtos | <ol style="list-style-type: none"> 1. Inexistente ou fraca promoção dos produtos agrícolas produzidos localmente; 2. Falta ou inadequada infra-estrutura de transporte, armazenamento e de processamento dos produtos agrícolas produzidos localmente; 3. Comunicação ou informação deficiente entre os agricultores familiares, intermediários e os representantes dos estabelecimentos turísticos; 4. Existência de intermediários predadores; 5. Monopólio no mercado de produtos; 6. Burocracia; 7. Natureza informal da comercialização dos agregados familiares; 8. Fraco associativismo entre os agregados na comercialização dos produtos agrícolas; 9. Agricultores familiares com fracas habilidades em técnicas de marketing; e 10. Inabilidade dos agregados familiares em criar alianças comerciais com os representantes dos estabelecimentos turísticos. |
| Papel do governo | <ol style="list-style-type: none"> 1. Aplicação de modelos de planeamento turístico que não leva em consideração os aspectos territoriais do local onde a actividade turística é inserida; 2. Planeamento turístico que realça estratégias para atrair mais turistas ao invés de estratégias que reforçam as ligações intersectoriais que o turismo possui no destino; 3. Políticas agrárias que incentivam a importação de produtos agrícolas básicos ao invés da produção doméstica; 4. Políticas agrárias que estimulam os agregados familiares a produzirem culturas para exportação que as alimentares; 5. Políticas públicas que não estimulam e priorizam a aquisição da produção agrícola local; e 6. Inexistência de estratégias de mediação e coesão entre os sectores de turismo e agricultura. |

Fonte: Adaptado de Telfer e Wall, 2000; Torres e Momsen, 2004; Rogerson, 2012; Beckford e Campbell, 2013; Pillay e Rogerson, 2013; Rogerson e Rogerson, 2014

A inexistência de mercados de produtos agrícolas funcionais pode constituir desincentivo para a adopção de tecnologias que garantem a produtividade (Cunguara *et al.*, 2013). Assim, não é suficiente incentivar os agregados a aumentarem a produtividade agrícola ou produzirem acima de suas capacidades alimentares se estes ainda enfrentam dificuldades em se integrarem no mercado de produtos (Castel-Branco, 2008). Portanto, políticas públicas que não promovem a coesão destes sectores têm um efeito negativo em estreitar relações benéficas entre o turismo e a agricultura. Em suma, cogita-se que essas políticas podem agudizar os desafios atinentes a oferta e demanda da produção agrícola local assim como a intermediação nos mercados de produtos.

Frente a esses desafios, considerando que os turistas constituem o elemento fundamental na demanda dos estabelecimentos turísticos por produtos agrícolas e o facto de os produtos agrícolas, produzidos localmente, possuírem uma representação cultural, perspectiva-se também que o estímulo da gastronomia local e do turismo rural pode constituir uma das acções de estreitar as relações directas e indirectas entre a agricultura e o turismo no desenvolvimento rural.

2.4. Turismo rural no contexto das actividades não-agrícolas das zonas rurais

Vários autores (Lane, 1994; OCDE/GD, 1994; Caballé, 1999; Luís, 2002; Cristina *et al.*, 2006; Saxena e Ilbery, 2008; Candiotto, 2010; Demonja e Bacac, 2011; Pesonen *et al.*, 2011; Dimitrovski *et al.*, 2012; Bel *et al.*, 2014; Pröbstl-Haider *et al.*, 2014) em diferentes períodos e contextos geográficos tentaram definir turismo rural, mas pela complexidade dos termos, ou seja, turismo e rural, que nas respectivas áreas ainda são alvo de discussões entre académicos, ainda não se tem uma definição consensual do que constitui turismo rural.

Apesar dos desafios conceituais referentes ao turismo rural, fazendo aproximações dos conceitos apresentados pelos autores acima citados, pode-se, em primeiro instante, conceituar turismo rural como sendo uma forma de turismo que ocorre nas zonas rurais. Analisando a literatura percebe-se que tem-se um turismo rural se os agregados familiares, residentes nas zonas rurais são actores principais desde a elaboração e oferta de determinado produto turístico.

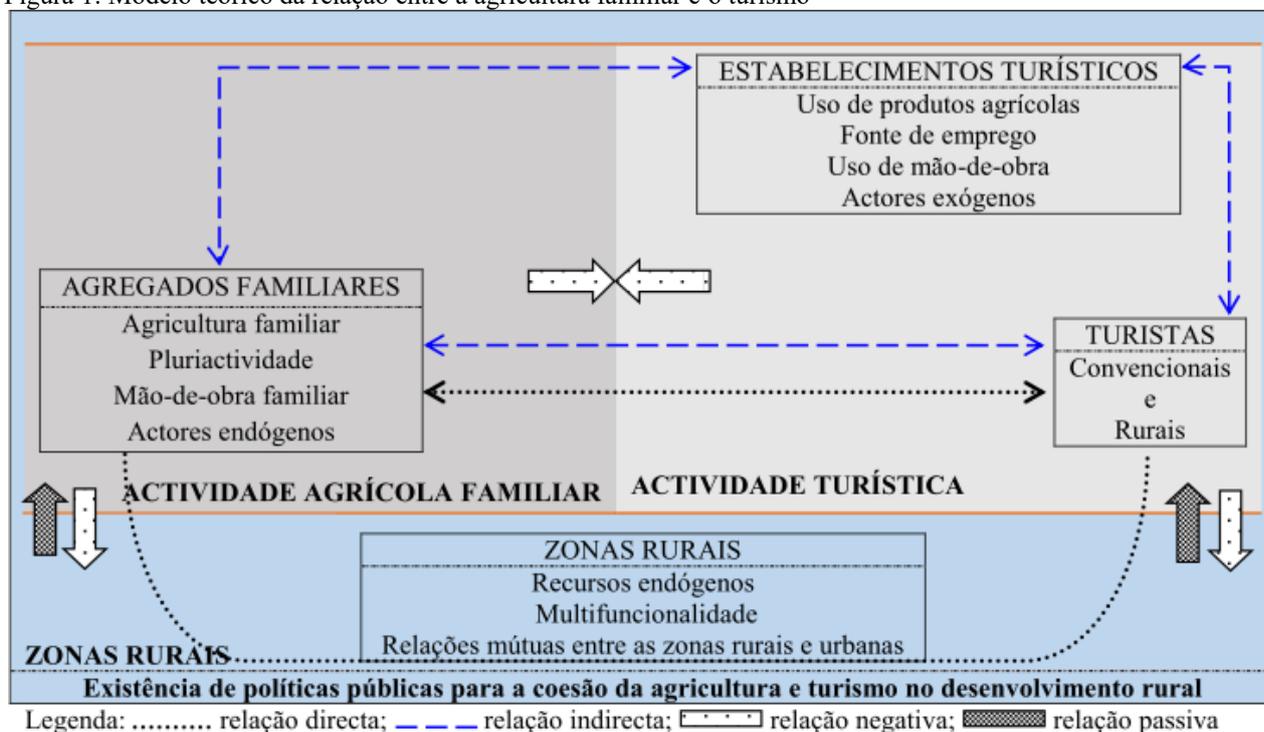
Turista rural seria aquele que permanece na zona rural por um período mínimo de uma noite com o objectivo de participar ou praticar actividades relacionadas ao modo de vida rural sem o intuito de auferir recursos financeiros e nem ultrapassar o tempo turístico; turistas rurais mantêm contacto directo com os agregados, de tal forma que a oferta dos serviços de alojamento, alimentação e de entretenimento é feita pela família hospedeira ou alguém da zona rural. Estes turistas participam passiva ou activamente do modo de vida dos agregados familiares (Salvador, 2006).

As iniciativas de desenvolvimento do turismo rural, pelos agregados familiares, são resultantes das razões da pluriactividade, que na perspectiva económica podem-se denominar de factores de oferta assim como de demanda (Salvador, 2006; Kulcsár, 2012; Okech *et al.*, 2012; Streimikiene e Bilan, 2015). Apesar disso, refere-se que iniciativas de turismo rural podem ser desenvolvidas de forma informal e sem obedecer pressupostos da sustentabilidade, nas suas diferentes componentes. Portanto, cogita-se que iniciativas de desenvolvimento do turismo rural podem ser insustentáveis, mesmo se desenvolvidas por actores endógenos às zonas rurais.

Tendo em mente esse aspecto e considerando que o conceito de turismo rural, apresentado nesta pesquisa, advoga que os agregados familiares devem ser actores principais, ressalva-se a importância da presença de outros actores assim como a necessidade de existência do que poderia denominar de extensão turística e planeamento turístico rural ou planeamento do turismo rural que seria imbricado no planeamento territorial com o intuito de garantir que as iniciativas de turismo rural não incorram na insustentabilidade.

A figura 1 apresenta o modelo teórico que sumariza as relações entre a agricultura familiar e turismo. Da mesma se estabelece a relação directa, indirecta, passiva e negativa entre a agricultura e turismo, se explica as dinâmicas dessas relações nas zonas rurais assim como a necessidade de existência de políticas públicas para a coesão destas actividades nas zonas rurais.

Figura 1: Modelo teórico da relação entre a agricultura familiar e o turismo



Fonte: Autor, 2018

Como percebe-se da figura 1, a relação directa entre a agricultura familiar e a actividade turística representa, de grosso modo, o turismo rural. É neste tipo de relação que os agregados, mediante a pluriactividade e multifuncionalidades atreladas a comunidade rural, mantêm contactos que vão além da perspectiva económica, característica das relações indirectas. Da existência de uma relação directa, turistas participam e praticam actividades relacionadas ao modo de vida rural e conseqüentemente ocorrem novas relações mútuas entre as zonas urbanas e rurais.

A relação indirecta entre a actividade agrícola e turística pode ocorrer em três estágios. O primeiro é caracterizado pela existência de mercado de produtos agrícolas produzidos localmente onde os elementos de oferta e demanda são respectivamente os agregados familiares e os estabelecimentos turísticos. O segundo possui as características anteriormente mencionadas, mas a diferença reside nos actores do mercado, que passam a ser os estabelecimentos turísticos e os turistas representando a oferta e demanda de produtos agrícolas ou derivados desses. É neste estágio que além da oferta de gastronomia convencional, ocorre também o fornecimento de pratos típicos aos turistas. O terceiro e último, os agregados representam a oferta da produção agrícola e em contrapartida os turistas representam somente a demanda de produtos agrícolas processados e não da gastronomia típica, pois constituiria uma relação directa como referido anteriormente.

No destino turístico, esses estágios podem ocorrer de forma simultânea e sem obedecer a hierarquia aqui exposta ou efectivamente não ocorrerem. Entretanto, deve-se perceber que, em caso de ocorrência, toda a relação indirecta pressupõe a existência de um mercado entre a agricultura e turismo, onde a primeira actividade é fornecedora de *inputs* à segunda, isto é, a actividade agrícola familiar é subsidiária da turística, representando uma relação de dependência.

Quanto a relação negativa esta é explicada como sendo a competição pelos recursos que são fundamentais no desenvolvimento das actividades desses dois sectores. Nesse sentido, importa esclarecer que a agricultura familiar e o turismo partilham similaridades por serem dois sectores que, até então, no desenvolvimento de suas actividades há uso intensivo de mão-de-obra. Assim, o turismo pode constituir um mecanismo para o decréscimo da produção agrícola familiar ao estimular a saída de mão-de-obra do sector familiar para o turístico.

Outro aspecto que pode descrever a relação negativa é o recurso terra. A competição por este recurso finito ligada a existência de actores exógenos nas zonas rurais pode induzir os agregados a não estarem favoráveis ao desenvolvimento do turismo. De forma geral, cogita-se, no âmbito desta pesquisa, que a relação negativa pode ser classificada ou integrada aos impactos negativos do turismo sobre os destinos turísticos.

Portanto, a relação negativa entre a actividade agrícola e turística é perspectivada em direcção a primeira actividade, isto é, ao fazer uso dos recursos endógenos nas zonas rurais para o desenvolvimento de suas actividades, o turismo pode afectar negativamente a agricultura assim como os agregados; se o turismo basear-se nesses recursos e não tiver em consideração a comunidade rural, criará condições para a existência de antagonismo, pois esses recursos também são essenciais para a existência e manutenção dos agregados familiares nessas zonas.

Ocorre uma relação passiva entre a agricultura familiar e turismo se, o processo de produção agrícola familiar não depender da existência do sector do turismo, e vice-versa. Em termos de mercado de produtos de origem agrícola, neste tipo de relação os estabelecimentos turísticos estarão mais propensos a importar produtos agrícolas, a actividade turística não constitui um elemento prejudicial nem benéfico; em caso de existência da multifuncionalidade e pluriactividade não decorre do turismo, mas de outras actividades não-agrícolas.

Para concluir a explicação deste modelo, importa abordar as políticas públicas; estas que de modo geral, representam o papel do governo como actor emblemático na existência ou inexistência de coesão entre as actividades turística e agrícola no desenvolvimento das zonas rurais.

As quatro relações expostas são passíveis de serem influenciadas pelas políticas públicas. Por exemplo, a fortificação de uma relação directa entre o turismo e a agricultura além das componentes abordadas nesta secção vai, em parte, depender também, como referido, da existência do planeamento do turismo rural; da extensão turística; de planos, programas e projectos que visam incentivar a existência de iniciativas de turismo rural.

A inexistência de políticas públicas que regulam os usos e aproveitamento de recursos endógenos pode induzir não somente ao antagonismo dos agregados familiares à actividade turística, mas também a insustentabilidade do turismo nos destinos turísticos, caracterizando conseqüentemente uma relação negativa. A existência de políticas públicas que favoreçam a importação de produtos agrícolas pode fortificar uma relação passiva entre a agricultura familiar e o turismo. Ao se materializar este aspecto, em determinado destino turístico, os representantes dos estabelecimentos e os turistas relegarão o mercado interno para possuírem produtos agrícolas.

CAPÍTULO III: METODOLOGIA DE PESQUISA

Este capítulo aborda os procedimentos metodológicos aplicados na elaboração da pesquisa. Primeiro faz-se a classificação da pesquisa, seguida dos procedimentos utilizados na elaboração do referencial teórico e na colecta dos dados empíricos. Posteriormente, expõe-se os mecanismos utilizados na análise dos dados de campo e por último as limitações da pesquisa.

3.1. Classificação da pesquisa

A metodologia aplicada para a concretização da pesquisa tem base em ciências sociais, em métodos mistos de pesquisa e no pragmatismo, pois a temática desenvolvida engloba aspectos teóricos de várias áreas de conhecimento e por conseguinte existem várias abordagens de pesquisa.

Nesta óptica, existem três modelos de delineamento dos métodos mistos, a saber: (1) método misto de convergência paralela que resume-se como sendo o emprego de métodos quantitativos e qualitativos de forma simultânea no estudo de um mesmo fenómeno. É mediante este delineamento que é possível confrontar resultados de dados quantitativos com os dados qualitativos visando a melhor compressão da temática em estudo; (2) método misto sequencial explicativo consiste essencialmente na aplicação de métodos qualitativos para a fundamentação de resultados quantitativos, ou o contrário. Neste modelo a colecta de dados é feita em duas etapas, na primeira faz-se a colecta de dados quantitativos e na segunda a colecta qualitativa dos dados, ou vice-versa; e (3) método misto exploratório sequencial é conceituado como sendo um dos procedimentos em que construção de uma fase quantitativa é antecedida por uma componente qualitativa. Mediante este método é possível desenvolver um instrumento que posteriormente é aplicado na fase quantitativa visando confirmar ou generalizar resultados obtidos na fase qualitativa (Cresweel, 2014; Rosa, Oliveira e Orey, 2015; Dal-Farra e Fetters, 2017; Galvão, Pluye e Ricarte, 2018).

No caso desta pesquisa, a abordagem adoptada foi a convergência paralela pois desta se colectou dados qualitativos e quantitativos no mesmo período e posteriormente foram integrados na análise e discussão dos resultados, fornecendo uma interpretação mais holística do problema de pesquisa. A integração de uma pesquisa quantitativa e qualitativa permitiu que os resultados da pesquisa fossem generalizados à população em estudo sem, no entanto, perder-se a vertente específica do estudo, ou seja, a perspectiva dos sujeitos de pesquisa em relação a temática.

3.2.Procedimentos de pesquisa

Considera-se procedimentos de pesquisa a tomada de decisões em relação as formas pelas quais será endereçada a análise do problema de pesquisa considerando as questões de estudo e sobretudo os objectivos traçados. O presente trabalho, em termos técnicos, baseou-se em uma pesquisa bibliográfica e de campo. Da pesquisa bibliográfica elaborou-se o referencial teórico que foi base para a condução da pesquisa de campo. Com a pesquisa de campo colectou-se evidências que foram essenciais para a análise científica e sistemática da questão de estudo. Além disso, foi mediante a pesquisa de campo que foi possível situar este trabalho em um contexto geográfico e conseqüentemente ter-se maior compressão e contextualização do problema de pesquisa (Reyes-Garcia e Sunderlin, 2011). A seguir são destacados em detalhe esses dois procedimentos de pesquisa.

3.2.1. Pesquisa bibliográfica

Percebe-se como pesquisa bibliográfica o processo pelo qual faz-se o levantamento, análise e interpretação das informações publicadas nas diversas bases de dados sendo essas físicas e/ou virtuais com o intuito de obter esclarecimento teórico sobre uma determinada temática. No âmbito deste trabalho, este tipo de pesquisa decorreu em três fases relacionadas. A primeira consistiu no levantamento da bibliografia, a segunda na análise e terceira fase na interpretação das informações de acordo com os objectivos da pesquisa.

Em termos específicos, o levantamento da bibliografia publicada sobre a temática consistiu, inicialmente, na definição de oito (8) palavras-chave, nomeadamente: agricultura familiar, turismo, turismo rural, actividades não-agrícolas, desenvolvimento rural, zonas rurais, Moçambique e Inhambane. Essas palavras-chave foram usadas no levantamento bibliográfico nas seguintes bases de dados: *Google Scholar*; *Web of Science*; JSTOR; *Science Direct*, Biblioteca Digital Brasileira de Teses e Dissertações, Portal Brasileiro de Publicações Científicas em Acesso Aberto e Repositórios Científicos de Acesso Aberto de Portugal.

A etapa posterior ao levantamento bibliográfico foi da análise da bibliografia. É nesta etapa que mediante a leitura da bibliografia extraiu-se as principais ideias transmitidas pelos autores. Com o auxílio do programa Docear e Mendeley foi possível automatizar processos como a criação da base de dados da bibliografia analisada, organização dos comentários transmitidos pelos autores com base nos objectivos definidos, assim como a elaboração das referências bibliográficas.

Mediante a base de dados da bibliografia analisada decorreu a etapa de interpretação do material bibliográfico. Esta fase foi caracterizada pela releitura da bibliográfica com vista a identificar

semelhanças e diferenças nos argumentos dos autores em relação a temática assim como aos tópicos definidos. Vincar que nesta fase também ocorreu a consulta de alguns documentos institucionais que abordam sobre a temática em Moçambique e no município de Inhambane.

O processo de pesquisa bibliográfica iniciou no ano de 2015 aquando do processo de elaboração do projecto de pesquisa sobre o qual está baseada esta dissertação e decorreu até a redacção final da mesma. Este procedimento permitiu a contínua actualização das ideias assim como a complementação das existentes.

3.2.2. Pesquisa de campo

Percebe-se por pesquisa de campo ao processo de colecta, nos sujeitos que são objecto de estudo, de evidências sobre a temática de interesse em uma área de estudo predeterminada e mediante procedimentos previamente definidos. Assim, no âmbito desta dissertação, a pesquisa de campo permitiu a aplicação dos instrumentos desenvolvidos na fase da pesquisa bibliográfica e outros que são descritos nas respectivas secções.

3.2.2.1. Localização da área de estudo

Localizado na Província de Inhambane, o Município de Inhambane é a capital administrativa da província em referência. Com uma área de aproximadamente 192 km², este município está limitado ao Norte e a Oeste pela Baía de Inhambane, ao Sul pelo Distrito de Jangamo através do rio Guiúá e a Este pelo Oceano Índico (CMCI, 2009).

Administrativamente o município de Inhambane é composto por vinte e dois bairros. Para efeitos de análise dos dados e facilitar a comparação das estatísticas por regiões, os bairros do município em referência foram agregados em três regiões, nomeadamente: região sul, centro e norte (vide apêndice 1).

3.2.2.2. População de pesquisa

Percebe-se como sendo população de pesquisa ao conjunto de todos os elementos sobre os quais incide o problema de pesquisa. No contexto da presente pesquisa, a população foi constituída pelos seguintes sujeitos da pesquisa: agricultores familiares existentes no M.I; representantes dos estabelecimentos turísticos e turistas que visitaram o M.I.

Para garantir a extracção de uma amostra representativa fez-se uso da equação (1). A equação em referência foi comumente aplicada por alguns pesquisadores (Filho *et al.*, 2006; Israel, 2013; Bartlett *et al.*, 2001) para a determinação do tamanho de amostra nas pesquisas sociais.

$$n_0 = \frac{1}{E^2} ; n = \frac{N * n_0}{N + n_0} \quad (1)$$

Onde: n_0 = aproximação do tamanho da amostra; E^2 = erro amostral admitido; n = tamanho da amostra; N = população da pesquisa

Tendo-se notado que existe uma distribuição não homogénea: (I) das associações agrícolas entre as regiões e dos agricultores familiares entre essas associações; (II) dos estabelecimentos turísticos existentes no município de Inhambane, recorreu-se ao cálculo de uma amostra proporcional mediante a aplicação da equação (2) como forma de corrigir este desequilíbrio.

$$n_h = \frac{N_h}{N} * n \quad (2)$$

Onde: n_h = agricultores a inquerir na associação; N_h = total dos agricultores na associação; N = universo da pesquisa; n = tamanho da amostra

A seguir faz-se a descrição dos procedimentos adoptados para o cálculo e selecção da amostra para cada um dos três sujeitos de pesquisa.

- **Cálculo e selecção da amostra dos agricultores familiares**

De referir, *a priori*, que o cálculo da amostra dos agricultores familiares somente foi efectuado para a população dos agregados familiares pertencentes às associações agrícolas membros da União dos Camponeses da Cidade de Inhambane (UCCI). Para o caso dos agricultores familiares não pertencentes a este movimento, recorreu-se a amostra dos agregados familiares que, neste município, foram alvos do Inquérito Agrário Integrado (IAI) de pequenas e médias explorações conduzido em 2015. Assim, 263 agregados familiares constituíram a amostra dos agricultores que não pertenciam as associações agrícolas. Adoptou-se este procedimento devido as dificuldades em ter-se acesso a lista da população dos agricultores não membros de associações.

Para a definição do tamanho da amostra de agregados membros das associações, primeiro procedeu-se com o cadastro dos agricultores membros das associações agrícolas aplicando-se o modelo que consta no apêndice 2. A partir do cadastro de dezassete (17) associações agrícolas de um universo de vinte e duas (22) associações, elaborou-se uma base de dados das associações agrícolas que foi composta de 310 agregados familiares. Considerando um erro amostral de 5%, aplicou-se a equação (1) e seguidamente a equação (2) para o cálculo, respectivamente, da amostra total e proporcional. Deste procedimento resultou que 175 agregados constituíram a amostra dos agricultores familiares membros das associações somando-se este valor aos 263 agregados não membros das associações teve-se uma amostra de 438 agregados familiares.

Para a selecção aleatória dos 175 agregados membros das associações agrícolas fez-se uso da ferramenta *random sample of cases* do programa estatístico SPSS (*Statistical Package for Social Sciences* - Pacote Estatístico para as Ciências Sociais) versão 23. Mediante esta ferramenta seleccionou-se, aleatoriamente, o número exacto de agregados familiares definidos para uma determinada proporção.

- **Cálculo e selecção da amostra dos estabelecimentos turísticos**

O cálculo da amostra dos estabelecimentos turísticos que foram alvo da pesquisa baseou-se no cadastro dos estabelecimentos turísticos existentes no município de Inhambane obtido na Direcção Provincial de Cultura e Turismo de Inhambane (DPCULTUR, 2016). O cadastro em referência possui 153 estabelecimentos turísticos nas categorias de alojamento e restauração.

A aplicação da equação (1) ao número total dos estabelecimentos turísticos existentes neste município e admitindo-se o erro amostral de 5%, seguida do cálculo proporcional da amostra (equação 2) assim como do uso da ferramenta *random sample of cases* resultou na selecção de 110 estabelecimentos turísticos, que conseqüentemente compuseram a amostra aleatória e proporcional dos estabelecimentos turísticos que foram alvo do inquérito.

- **Cálculo e selecção da amostra dos turistas**

Os critérios usados na definição e selecção da amostra dos turistas que foram alvo da pesquisa diferem dos aplicados aos estabelecimentos turísticos e aos agricultores familiares. Nesse contexto, recorreu-se aos dados sobre o movimento turístico no município de Inhambane entre os anos 2011 e 2015 (tabela 1).

Tratando-se de um horizonte temporal de cinco anos e sendo evidente que a distribuição do fluxo turístico não é homogénea entre os anos, efectuou-se o cálculo da média anual dos turistas que visitaram este município no período em referência. Desta metodologia estimou-se que 39 933 visitantes constituem a população dos turistas que em geral visita o município anualmente.

Tabela 1: Movimento turístico no município de Inhambane, 2011-2015

| Ano | Turistas que visitaram o município de Inhambane | | |
|--------------|---|---------------|-------------------|
| | Estrangeiros | Nacionais | Total de turistas |
| 2011 | 43 772 | 18 760 | 62 532 |
| 2012 | 63 044 | 28 324 | 91 368 |
| 2013 | 54 263 | 23 256 | 77 519 |
| 2014 | 56 420 | 25 348 | 81 768 |
| 2015 | 61 163 | 24 982 | 86 145 |
| Média | 55 732 | 24 134 | 39 933 |

Fonte: DPCULTUR, 2016

Considerando 39 933 visitantes, como sendo a população dos turistas que visitam o M.I, aplicou-se a equação (1) admitindo-se um erro amostral de 5%. Deste procedimento resultou em 396 constituírem o número de turistas que deviam ser alvos do inquérito. Para a selecção dos turistas adoptou-se a amostragem não probabilística por acessibilidade.

3.2.2.3. Instrumentos e o processo de colecta de dados

Considerando que a pesquisa de campo envolve a colecta de dados empíricos que possam dar resposta às questões de pesquisa, houve necessidade de aplicar certos mecanismos pelos quais se podia obter esses dados. Assim, os inquéritos constituíram o principal instrumento usado para a colecta de dados na área de estudo; aplicou-se este instrumento aos três sujeitos de pesquisa.

O inquérito aplicado aos agregados familiares objectivou colectar dados relacionados com o perfil do agregado, pertença da *machamba*, formas de aquisição da *machamba*, turismo rural, desafios enfrentados pelos agricultores familiares, entre outras questões descritas no apêndice 3.

A reconhecer que os estabelecimentos turísticos, principalmente os que operam na restauração, constituem elementos da demanda de produtos agrícolas no turismo, pois pressupôs-se que para o desenvolvimento de suas actividades necessitam dos produtos agrícolas, aplicou-se um inquérito aos representantes dos estabelecimentos turísticos. O inquérito colectou dados atinentes ao perfil dos estabelecimentos turísticos, padrão de demanda desses estabelecimentos por produtos agrícolas, gastronomia típica, entre outras questões patentes nos apêndices 4 e 5.

Os turistas, no contexto do mercado turístico, também representam, dentre vários aspectos, a procura de produtos agrícolas integrados no turismo. Sendo assim, o inquérito aplicado aos turistas, no período de colecta de dados, objectivou prover informações sobre o perfil do turista, padrão de demanda dos produtos agrícolas, preferência em desenvolver/participar das actividades de turismo rural assim como aspectos que devem ser melhorados no actual modelo de desenvolvimento turístico neste município (vide apêndices 6 e 7).

Além dos inquéritos aplicados aos sujeitos de pesquisa, as entrevistas informais, as observações de campo e a participação das reuniões de líderes das associações membros da UCCI constituíram os instrumentos e momentos para a colecta de dados que largamente caracterizaram esta pesquisa.

Em termos cronológicos, o processo de pesquisa de campo ocorreu em duas fases, não metodologicamente definidas. A primeira efectuou-se entre os meses de Maio e Julho de 2016 e a segunda fase decorreu entre os meses de Agosto e Dezembro de 2017. A língua portuguesa e

guitonga foram as usadas na aplicação indirecta do inquérito aos agricultores familiares, no caso dos turistas e os representantes de estabelecimentos turísticos o português e o inglês constituíram as línguas usadas na colecta de dados. O uso da língua *guitonga* permitiu que alguns agregados sem ou com baixo grau de escolaridade pudessem exprimir livremente suas opiniões em relação as questões que lhes eram colocadas, em particular as perguntas de resposta aberta.

Importa evidenciar alguns aspectos que caracterizaram o processo de colecta de dados nos três sujeitos de pesquisa tendo em consideração a amostra definida. O uso da amostra do IAI-2015 foi desafiante ao não se ter conseguido localizar aproximadamente 53% (140 de 263) dos agricultores que constam da lista. A mudança de residência, mudança da actividade, não reconhecimento do nome do agregado, mudança dos papéis sociais, em particular a saída para o casamento para o caso dos agricultores do género feminino assim como a morte foram algumas das razões mencionadas por alguns agregados familiares circunvizinhos para ausência desses agricultores nos bairros que outrora efectuou-se o IAI-2015.

Apesar de ter-se empreendido esforço para o alcance da amostra dos agricultores familiares membros das associações, alguns agregados que preferiram pela aplicação directa, por várias razões, não devolveram os inquéritos e houve dificuldades de comunicação antes do fecho do período de colecta de dados. Nesse sentido, houve uma perda de 20% dos inquéritos (35 de 175) que consequentemente reflectiram em igual percentagem na amostra.

A amostra definida (110 estabelecimentos) para a colecta de dados aos estabelecimentos turísticos não foi alcançada em 51%. Do processo de colecta de dados somente houve participação de 45 representantes dos estabelecimentos turísticos no M.I. Este aspecto deve-se, em parte, ao cadastro dos estabelecimentos turísticos deste município obtido na DPCULTUR que não reflecte os estabelecimentos turísticos que efectivamente existem no M.I. Em relação a colecta de dados mediante o inquérito aos turistas que visitavam o município no período de colecta de dados convém referir que além do cumprimento da amostra definida (396 turistas), houve acréscimo da mesma em 2% (404 de 396 turistas).

Considerando esses desafios que caracterizaram a colecta de dados nos diferentes sujeitos, a tabela 2 apresenta a amostra dos sujeitos que efectivamente participaram da pesquisa através da aplicação directa e indirecta dos inquéritos.

Tabela 2: Amostra dos sujeitos que foram alvo da pesquisa

| Amostra | Agregados familiares | | Estabelecimentos turísticos | Turistas |
|---------|---------------------------|-----------------------|-----------------------------|----------|
| | Não membros de associação | Membros de associação | | |
| Total | 123 | 140 | 45 | 404 |

Fonte: Autor, 2018

A partir da amostra apresentada na tabela 2 elaborou-se uma base de dados de cada sujeito. Foi com essas bases de dados que se procedeu com a fase de análise e discussão dos resultados.

3.3.Procedimentos de análise e discussão de dados

Esta pesquisa é multidisciplinar. Assim, a triangulação como um método de análise de dados foi de capital importância, pois permitiu o pesquisador integrar diferentes perspectivas teóricas e fontes de dados permitindo um enriquecimento, complementação e fusão dos resultados (Schmitz *et al.*, 2004). Nesse sentido e pela natureza dos dados que foram colectados, objectivos e questões de estudo, a triangulação compreendeu a análise dos dados baseada em técnicas quantitativas e qualitativas com o auxílio de diversos programas (quadro 2).

Quadro 2:Finalidade do programa de entrada/análise de dados

| Tipo de programa | Finalidade do programa de entrada/análise de dados |
|------------------------|---|
| ArcMap 10.3 | 1.Elaboração do mapa de localização da área de estudo; 2.Elaboração do mapa sobre as unidades de amostragem; e 3.Conversão dos ficheiros referentes a divisão administrativa dos bairros do M.I |
| Google Earth Pro | 1.Marcação dos polígonos referentes a divisão administrativa dos bairros do M.I; e 2. Visão aérea da localização das famílias que constam na lista do TIA-2015. |
| IBM SPSS Statistics 23 | 1.Aplicação do algoritmo para a selecção aleatória dos agregados membros das associações e dos representantes dos estabelecimentos turísticos; 2.Criação da base de dados do inquérito aplicado aos representantes dos estabelecimentos turísticos, agregados familiares e turistas; 3.Elaboração dos gráficos referentes às estatísticas descritivas do inquérito conduzido aos estabelecimentos turísticos, agregados familiares e turistas; e 4.Aplicação do algoritmo de regressão logística binomial e multinomial aos dados colectados nos estabelecimentos turísticos, agregados familiares e turistas. |
| Excel | 1.Tabulação das coordenadas geográficas. |
| Word | 1.Criação da base de dados dos comentários relacionados a respostas às perguntas abertas e redacção do texto que compõe a pesquisa. |
| DNR GPS | 1.Leitura dos dados colectados mediante o GPS; e 2.Projecção de coordenadas dos pontos colectados mediante o GPS. |
| DOCEAR | 1.Elaboração de fichas de resumo; 2.Elaboração de fichas de comentários; 3.Organização dos tópicos da pesquisa; e 4.Extracção automatizada dos resumos. |
| MENDELEY | 1.Fichas de referências bibliográficas; e 2.Criação da base de dados das referências bibliográficas. |

Fonte: Autor, 2018

O processo de análise de dados empíricos foi antecedido pela elaboração, com o auxílio do programa SPSS, de três bases de dados que alojaram a informação referente ao igual número dos sujeitos de pesquisa. Deste processo, as diferentes questões fechadas patentes nos inquéritos foram codificadas de acordo com as respectivas categorias, constituindo variáveis para a análise quantitativa dos dados. Em relação às questões abertas assim como aos restantes dados obtidos de outras fontes foram transcritos em uma folha de Word para posterior análise qualitativa.

3.3.1. Análise dos dados quantitativos

Para a análise de dados quantitativos empregou-se os métodos quantitativos. Com as bases de dados criadas procedeu-se com a sumarização dos dados através da tabulação cruzada das variáveis. A partir da estatística descritiva se caracterizou o perfil dos agregados familiares, dos estabelecimentos turísticos assim como dos turistas. Nesse contexto, as tabelas e os gráficos constituíram os principais mecanismos ilustrativos usados para apresentar dados quantitativos.

Após a análise descritiva dos dados quantitativos, procedeu-se com a inferência estatística dos dados mediante os modelos de regressão. O fundamento de aplicação de qualquer modelo de regressão é mensurar a quantidade do valor médio da variável dependente dado o valor das variáveis independentes. Essa quantidade é denominada média condicional e é expressa como $E(Y|x)$. Onde Y constitui a variável dependente e x representa a variável independente. Assim, na regressão linear assume-se que a média pode ser expressa como uma equação linear em x , que possui a capacidade de tomar qualquer valor no intervalo de $-\infty$ e $+\infty$ (Hosmer e Lemeshow, 2000). Essa equação pode ser representada da seguinte forma,

$$E(Y|x) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \dots + \beta_p x_p \quad (3)$$

Da equação (3) fica patente que a aplicação da mesma não é adequada em estudos que a variável dependente é categórica. Sendo uma variável dicotômica o valor médio deve ser maior ou igual a zero ou igual ou menor que um, pressuposto violado na regressão linear.

Neste contexto, a função logística é a mais recomendada para a análise de variáveis categóricas (Hosmer e Lemeshow, 2000). Esta função tem a capacidade de descrever a relação entre uma variável dependente categórica associada a várias variáveis independentes, sejam categóricas e ou contínuas (Hosmer e Lemeshow, 2000; Agresti, 2002; 2007; Bittencourt, 2003; Rodeski, 2010; Walter *et al.*, 2010; Mesquita e Nogueira, 2015; Cavane, 2015; IBM corporation, 2016).

Assim, a média condicional de Y dado x em uma distribuição logística que conseqüentemente vai resultar em um modelo de regressão logística se representa do seguinte modo,

$$E(Y|x) = \pi(x) = \frac{e^{\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \dots + \beta_p x_p}}{1 + e^{\beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \dots + \beta_p x_p}} \quad (4)$$

Mediante a equação (4) percebe-se que frequentemente há uma relação não linear entre $\pi(x)$ e x ; a mudança do x pode possuir pouco impacto quando π está próximo de 0 ou 1, que quando π

está no meio entre 0 e 1. Nesse sentido, a regressão logística passa a possuir uma forma linear através do logaritmo das chances (*logit*) que é expressada da seguinte forma:

$$\text{logit} [\pi(x)] = \log\left(\frac{\pi(x)}{1-\pi(x)}\right) = \beta_0 + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \dots + \beta_p x_p \quad (5)$$

Onde: $\log\left(\frac{\pi}{1-\pi}\right)$ função logística linearizada; β_0 coeficiente linear; β_p coeficiente angular; X_p variável independente

Tendo-se aferido que a regressão logística é a mais adequada para análise dos dados desta pesquisa, aplicou-se esta regressão para aferir que factores têm mais influência nos: (1) agricultores familiares fornecerem a produção agrícola aos estabelecimentos turísticos; (2) agricultores familiares terem preferência em desenvolver actividades relacionadas ao turismo rural; (3) representantes dos estabelecimentos turísticos demandarem produtos agrícolas produzidos localmente; (4) turistas demandarem produtos agrícolas e (5) os turistas terem preferência em estar no estabelecimento rural ou participar de actividades de turismo rural.

- **Ajustamento do modelo de regressão logística**

O ajustamento do modelo de regressão logística implica necessariamente a estimação dos valores dos parâmetros desconhecidos ($\beta_0, \beta_1, \beta_2, \dots, \beta_p$). A máxima verosimilhança, ao geralmente resultar em valores que maximizam a probabilidade de se obter os dados observados, constitui o método para a estimação dos parâmetros neste tipo de modelo. Entretanto, a aplicação deste método é condicionada pela existência da função de verosimilhança, pois é a que expressa a probabilidade dos dados observados em função dos parâmetros desconhecidos (equação (6)).

$$\pi(x_i)^{y_i} [1 - \pi(x_i)]^{1-y_i} \quad (6)$$

O princípio de máxima verosimilhança estabelece que usa-se como estimativa de β o valor que maximize a equação (7). Segundo Hosmer e Lemeshow (2000) é matematicamente conveniente aplicar o logaritmo à equação 5 e conseqüentemente ter-se o *log* de verosimilhança que é expresso como sendo,

$$L(\beta) = \ln[l(\beta)] = \sum_{i=1} \{y_i \ln[\pi(x_i)] + (1 - y_i) \ln[1 - \pi(x_i)]\} \quad (7)$$

Como pode-se perceber a estimação dos parâmetros aplicando o método de máxima verosimilhança de forma manual é complexa. Assim, com o auxílio de programas estatísticos a máxima verosimilhança foi estimada mediante um algoritmo que sucessivamente aproxima a

função de verossimilhança ao seu máximo (Hosmer e Lemeshow, 2000; Agresti, 2007). No caso desta pesquisa, fez-se o uso do programa estatístico SPSS para o ajustamento do modelo.

De referir que nem todas as variáveis que foram alvo da análise descritiva foram consideradas nos modelos logísticos. São várias as razões para a exclusão de algumas variáveis (Hosmer e Lemeshow, 2000; Agresti, 2002; 2007), nomeadamente: não possuíam mais de dez observações, eram caracterizados pela completa separação assim como tabelas com frequência zero que produziam erros padrão maiores e comprometiam a percepção dos resultados do modelo.

- **Testes de significância e interpretação dos resultados de regressão logística**

Após o ajustamento do modelo seguiu a etapa de testar a significância dos modelos ajustados assim como das variáveis que foram seleccionadas para a estimação dos coeficientes. Nesse sentido, formulou-se e testou-se hipóteses estatísticas com o intuito de analisar se as variáveis independentes possuem alguma influência na variável dependente.

A primeira está relacionada em analisar se o modelo que possui as variáveis independentes explica melhor a variável dependente se comparado ao modelo que não inclui essas variáveis (Hosmer e Lemeshow, 2000; Agresti, 2007). A comparação dos valores observados dos preditos mediante a função de verossimilhança é baseada na seguinte expressão:

$$D = -2 \ln \left[\frac{(\text{verossimilhança do modelo ajustado})}{(\text{verossimilhança do modelo saturado})} \right] \quad (8)$$

Assim, a estatística da razão de verossimilhança $-2 (L_0 - L_1)$ testa se os parâmetros do modelo são iguais a zero mediante a comparação do logaritmo da verossimilhança L_1 que representa o modelo ajustado M_1 com o logaritmo da verossimilhança L_0 que representa o modelo não ajustado M_0 (Agresti, 2002). Nesse sentido para a análise da significância de uma variável independente comparou-se o valor de *deviance* (D) com e sem a variável independente no modelo.

A estatística Wald constitui um teste preponderante ao mostrar se as variáveis independentes explicam a diferença entre os grupos em estudo, ou seja, se os coeficientes estimados são estatisticamente diferentes de zero. Do resultado do teste Wald se deve esperar evidências significativas para a rejeição da H_0 que enuncia os coeficientes do modelo como sendo iguais a zero, pois a não rejeição da H_0 implica referir que as variáveis independentes não têm influência significativa sobre a variável dependente. Assim, a estatística Wald é obtida mediante o quadrado da razão entre o parâmetro estimado (β_{ij}) em relação ao seu erro padrão (equação (9)).

$$Wald = \left(\frac{\hat{\beta}_{ij}}{SE_{\hat{\beta}_{ij}}} \right)^2 \quad (9)$$

Nos modelos de regressão logística, a aferição da magnitude pela qual a variação da variável dependente é decorrente do modelo estimado é feita mediante a interpretação do pseudoR² que é um valor de ajuste geral do modelo análogo ao R² da regressão linear (Walter *et al.*, 2010). Os pseudoR² mais evidentes nos pacotes estatísticos, como é o caso do SPSS, são nomeadamente: *Cox and Snell*, *Nagelkerke* e *McFadden*. A decisão em relação a que pseudoR² usar foi tomada de tal forma que permitisse a selecção do pseudoR² que o respectivo valor é próximo de 1.

O ajustamento do modelo final pode ser avaliado a partir do teste de Hosmer e Lemeshow. Com este teste procura-se a não rejeição da H0 que refere não existirem diferenças estatisticamente significativas entre as classificações preditas pelo modelo em relação as observadas.

Produzidos os modelos de regressão logística, fez-se a interpretação dos coeficientes de regressão. Assim, a interpretação do β é determinada pelo sinal do coeficiente, de tal forma que se $\beta > 0$, $\pi(x)$ cresce no mesmo ritmo que x cresce, representando uma relação positiva. Se $\beta < 0$, $\pi(x)$ decresce no mesmo ritmo que x decresce, caracterizando uma relação negativa. E se $\beta = 0$ não existe relação alguma entre $\pi(x)$ e x (Agresti, 2002; 2007). Para a interpretação dos coeficientes também usou-se o coeficiente exponencial ($Exp(\beta)$), que dá o quociente das probabilidades. De forma geral, os coeficientes representam a mudança no logaritmo de *odds* de sucesso da variável dependente, para cada aumento em uma unidade da variável independente.

3.3.2. Análise dos dados qualitativos

Para a análise dos dados qualitativos procedeu-se com o estabelecimento de categorias de análise que consistiram em agrupar os comentários colectados das várias fontes no período de trabalho de campo. A análise do conteúdo constituiu a técnica usada para a análise dos dados qualitativos.

Assim, a análise de conteúdo, por unidade de contexto, obedeceu a pré-análise, exploração do material, tratamento e interpretação dos resultados. A pré-análise consistiu na organização dos dados mediante a codificação dos argumentos relevantes transmitidos pelos agregados. É nesta fase que foi feita a tradução e transcrição das gravações e a releitura do diário de campo.

A exploração do material consistiu no agrupamento dos comentários dos agregados e dos representantes dos estabelecimentos turísticos de acordo com os tópicos que compõem o referencial teórico. Assim, foi possível distinguir entre os vários comentários expostos pelos agregados o mais relevante em um determinado tópico em análise.

O tratamento e a interpretação dos resultados constituíram a última fase da análise de conteúdo. Esta fase consistiu na compressão dos conteúdos subjacentes aos comentários dos agregados e dos representantes dos estabelecimentos turísticos e o cruzamento destes com os dados quantitativos assim como o referencial teórico. Importa referir que na fase de exploração, os comentários dos agregados familiares a determinadas perguntas foram incidentes. Em razão desse facto essas respostas foram transformadas em dados quantitativos.

Em suma, a interpretação consistiu na combinação de diferentes fontes de dados empíricos e o respectivo cruzamento com o referencial teórico numa perspectiva de extrair informações que auxiliaram a responder as questões de pesquisa.

3.4.Limitações da pesquisa

Além das limitações que são apresentadas nas diferentes secções que compõem esta dissertação, nesta secção importa apresentar outros desafios que caracterizaram a elaboração desta pesquisa.

- Houve escassos estudos empíricos sobre a relação entre o turismo e a agricultura familiar, na perspectiva de mercado de produtos assim como do turismo rural, que possam ser base para a comparação dos modelos logísticos apresentados neste trabalho. Em outras palavras, parte considerável das pesquisas que constituem a base teórica desta dissertação no máximo apresenta a abordagem teórica sem necessariamente expor evidências empíricas dos argumentos que os respectivos autores defendem;
- Os instrumentos aplicados na colecta de dados empíricos não aferiram a capacidade de demanda de produtos agrícolas pelos representantes dos estabelecimentos turísticos do M.I assim como dos turistas que visitaram o município no período de colecta de dados. A pesquisa não avaliou a capacidade que os agregados familiares possuem em fornecer produtos agrícolas;
- Este trabalho não apresenta dados de análise do poder aquisitivo dos segmentos de turistas que referiram ter preferência em participar de actividade de turismo rural;
- Apesar de ter-se abordado o papel das políticas públicas no turismo e na agricultura e dos desafios que envolvem a intervenção do sector público, esta pesquisa não apresenta a perspectiva do governo municipal e distrital de Inhambane em relação a temática assim como aspectos relacionados ao capital social no desenvolvimento rural;
- Não foi possível avaliar as margens de comercialização agrícola familiar no M.I; do mesmo modo, apesar de ter-se identificado fontes de renda não-agrícolas, não se mensurou o impacto dessas fontes em complementarem a renda agrícola;

- Ao se considerar que pode ocorrer antagonismo entre a agricultura familiar e turismo, a pesquisa não mensurou o efeito da existência do turismo sobre a distribuição da mão-de-obra na agricultura familiar; não se sabe se a mão-de-obra que actualmente está empregue no turismo no M.I outrora praticava a agricultura familiar ou não.

A inexistência das limitações de pesquisas apresentadas poderia ter enriquecido a compressão desta temática. Entretanto, a presença dessas limitações não prejudicou a essência dos argumentos apresentados neste trabalho. De facto, podem ser consideradas como sendo recomendações para posteriores estudos que objectivam integrar a actividade agrícola familiar e a actividade turística no desenvolvimento das zonas rurais.

CAPÍTULO IV: RESULTADOS E DISCUSSÃO

Neste capítulo expõe-se os dados resultantes da aplicação dos instrumentos de pesquisa referidos no capítulo III. Neste sentido, faz-se a discussão dos dados a luz do referencial teórico apresentado no capítulo II. Em termos de estrutura, este capítulo apresenta a descrição da amostra dos sujeitos de pesquisa, em seguida se faz a caracterização das explorações agrícolas, produção agrícola, padrão de comercialização e a possibilidade de integrar os agricultores no turismo através de oferta dos produtos agrícolas aos estabelecimentos turísticos e do desenvolvimento de iniciativas de turismo rural. Em relação ao instrumento aplicado aos representantes de estabelecimentos turísticos, discute-se os dados referentes ao processo de aquisição de produtos agrícolas pelos representantes desses estabelecimentos e os desafios que estes enfrentam no fornecimento de gastronomia típica aos turistas. Por último, mediante os resultados do inquérito aplicado aos turistas, expõe-se o papel dos turistas na aquisição dos produtos agrícolas e a preferência destes em participar das actividades de turismo rural no M.I.

4.1.Descrição da amostra dos sujeitos de pesquisa

Esta pesquisa envolve três sujeitos de pesquisa, a recordar: agricultores familiares, representantes dos estabelecimentos turísticos e turistas. Assim, por cada sujeito de pesquisa teve-se uma amostra, portanto este sub-tópico objectiva descrever a amostra dos sujeitos que participaram da pesquisa.

- **Agricultores familiares**

As características dos agregados familiares que representam a amostra dos agricultores estão apresentadas na tabela 3. Em geral, percebe-se que agricultores do género feminino (55%) constituíram a maioria dos inqueridos. A análise das estatísticas descritivas dos agricultores familiares revela que além de no M.I ocorrer o envelhecimento dos agricultores, há fraca participação de jovens na actividade agrícola.

Apesar de a maioria dos agricultores referir possuir o nível básico de educação (49.2%), existem agricultores sem escolaridade (25%). Este facto é mais notório entre os agricultores do género feminino (65.2%). Em todos os graus de escolaridade em análise, os agricultores familiares do género masculino sempre construíram a maioria.

Em relação ao número de membros no agregado familiar evidencia-se que maior parte dos agregados (39.8%) possui entre 2 e 4 membros. Famílias que possuem 1 a 4 membros caracterizam a maioria dos agregados que os respectivos chefes eram do género feminino

(67.6%). No mesmo aspecto, agregados com mais de 6 membros representaram maioritariamente agregados que os respectivos chefes de família eram do género masculino.

Tabela 3: Descrição dos agregados familiares

| | | Género do chefe do agregado familiar | | Total |
|--|------------|--------------------------------------|------------|-----------|
| | | Feminino | Masculino | |
| Idade do chefe do agregado familiar | [-25] | 10(55.6%) | 8(44.4%) | 18(100%) |
| | % do total | 3.9% | 3.1% | 7.1% |
| | [25-50] | 75(58.1%) | 54(41.9%) | 129(100%) |
| | % do total | 29.4% | 21.2% | 50.6% |
| | [+50] | 51(47.2%) | 57(52.8%) | 108(100%) |
| % do total | 20% | 22.4% | 42.4% | |
| Total | | 136(53.3%) | 119(46.7%) | 255(100%) |
| Grau de escolaridade chefe do agregado | Básico | 64(49.2%) | 66(50.8%) | 130(100%) |
| | % do total | 24.2% | 25% | 49.2% |
| | Médio | 34(54%) | 29(46%) | 63(100%) |
| | % do total | 12.9% | 11% | 23.9% |
| | Superior | 1(20%) | 4(80%) | (100%) |
| % do total | 0.4% | 1.5% | 1.9% | |
| Sem escolaridade | 43(65.2%) | 23(34.8%) | 66(100%) | |
| % do total | 16.3% | 8.7% | 25% | |
| Total | | 142(53.8%) | 122(46.2%) | 264(100%) |
| Número de membros do agregado familiar | [2-4] | 69(67.6%) | 33(32.4%) | 102(100%) |
| | % do total | 27% | 12.9% | 39.8% |
| | [4-6] | 31(49.2%) | 32(50.8%) | 63(100%) |
| | % do total | 12.1% | 12.5% | 24.6% |
| | [+6] | 37(40.7%) | 54(59.3%) | 91(100%) |
| % do total | 14.5% | 21.1% | 35.5% | |
| Total | | 137(53.5%) | 119(46.5%) | 256(100%) |
| Membro de alguma associação agrícola | Não | 34(30.6%) | 77(69.4%) | 111(100%) |
| | % do total | 13.5% | 30.7% | 44.2% |
| | Sim | 104(74.3%) | 36(25.7%) | 140(100%) |
| % do total | 41.4% | 14.3% | 55.8% | |
| Total | | 138(55%) | 113(45%) | 251(100%) |

Fonte: Autor, 2018

Uma análise da amostra baseada no género e no associativismo dos agregados familiares indica que apesar de a maioria dos agricultores familiares serem membros das associações (55.8%), parte considerável dos agricultores do género masculino referiram não ser membros de associações agrícolas. Nesse sentido, pode-se referir que há um fenómeno de feminização do associativismo assim como da agricultura familiar no M.I.

- **Representantes dos estabelecimentos turísticos**

A tabela 4 resume as características gerais da amostra dos estabelecimentos turísticos que os respectivos representantes participaram deste estudo. Com base nas classificações dos estabelecimentos turísticos, nota-se que os *lodges* (53.3%) e restaurantes e bares (22.2%) constituem a modalidade de estabelecimentos turísticos que mais dominam o turismo no M.I.

Em termos de localização, parte considerável destes estabelecimentos estão situados na zona costeira do município, principalmente nos bairros Josina Machel (48.9%) e Conguiana (42.2%).

Pelo facto de maior parte dos estabelecimentos turísticos no M.I estarem mais aglomerados na zona costeira, pode-se referir, a priori, que turismo de sol, praia e mar constitui a modalidade de turismo em voga no M.I.

Tabela 4: Características dos estabelecimentos turísticos

| | | Local de colecta de dados | | | Total |
|----------------------------------|-------------------|---------------------------|-----------|--------------|----------|
| | | Josina Machel | Conguiane | C. Inhambane | |
| Classificação do estabelecimento | Lodge | 8(33.3%) | 16(66.7%) | 0(0%) | 24(100%) |
| | % do total | 17.8% | 35.6% | 0% | 53.3% |
| | Hotel | 1(25%) | 2(50%) | 1(25%) | 4(100%) |
| | % do total | 2.2% | 4.4% | 2.2% | 8.9% |
| | Casa de Hóspedes | 2(50%) | 0(0%) | 2(50%) | 4(100%) |
| | % do total | 4.4% | 0% | 4.4% | 8.9% |
| | Restaurante e Bar | 8(80%) | 1(10%) | 1(10%) | 10(100%) |
| | % do total | 17.8% | 2.2% | 2.2% | 22.2% |
| Outras | 3(100%) | 0(0%) | 0(0%) | 3(100%) | |
| % do total | 6.7% | 0% | 0% | 6.7% | |
| Total | | 22(48.9%) | 19(42.2%) | 4(8.9%) | 45(100%) |
| Anos que está a operar no M.I | [1-7] | 11(61.1%) | 6(33.3%) | 1(5.6%) | 18(100%) |
| | % do total | 24.4% | 13.3% | 2.2% | 40% |
| | [7-14] | 9(40.9%) | 12(54.5%) | 1(4.5%) | 22(100%) |
| | % do total | 20% | 26.7% | 2.2% | 48.9% |
| | [+15] | 2(40%) | 1(20%) | 2(40%) | 5(100%) |
| % do total | 4.4% | 2.2% | 4.4% | 11.1% | |
| Total | | 22(48.9%) | 19(42.2%) | 4(8.9%) | 45(100%) |

Fonte: Autor, 2018

A categorização dos estabelecimentos turísticos, de acordo com o período de existência no M.I, ilustra que a maioria dos estabelecimentos turísticos do M.I é decorrente de investimentos que não possuem mais de 14 anos; 40% dos representantes inqueridos referiram estar a operar no M.I no intervalo de 1 e 7 anos e 48.9% referiram que a existência de seus estabelecimentos está no intervalo entre 7 e 14 anos.

Das características da amostra dos estabelecimentos turísticos do M.I, pode-se sumarizar que maior parte do investimento no sector de turismo no M.I é recente. Da localização destes estabelecimentos, afere-se que as actividades turísticas existentes no MI estão directa ou indirectamente ligadas a modalidades de turismo de massas.

- **Turistas**

O segmento turístico que geralmente visita o M.I é maioritariamente constituído de turistas de género feminino (56.6%), com idade compreendida entre 25 e 50 anos (tabela 5). Além de serem turistas adultos com elevado grau de escolaridade, maior parte destes viaja ao M.I sozinho (22.8%), na companhia de amigos (23.5%) ou de familiares (39.9%).

Tabela 5: Características dos turistas

| | | | Género | | |
|---|---------------------|------------|------------|------------|-----------|
| | | | Masculino | Feminino | Total |
| Idade | [-25] | | 36(38.7%) | 57(61.3%) | 93(100%) |
| | | % do total | 9.1% | 14.5% | 23.6% |
| | [25-50] | | 103(42.9%) | 137(57.1%) | 240(100%) |
| | | % do total | 26.1% | 34.8% | 60.9% |
| | [+50] | | 32(52.5%) | 29(47.5%) | 61(100%) |
| | % do total | 8.1% | 7.4% | 15.5% | |
| | Total | | 171(43.4%) | 223(56.6%) | 394(100%) |
| Grau de escolaridade | Básico | | 2(33.3%) | 4(66.7%) | 6(100%) |
| | | % do total | 0.5% | 1% | 1.5% |
| | Médio | | 36(46.2%) | 42(53.8%) | 78(100%) |
| | | % do total | 9% | 10.5% | 19.5% |
| | Superior | | 133(42.6%) | 179(57.4%) | 312(100%) |
| | | % do total | 33.3% | 44.9% | 78.2% |
| | Outra | | 2(66.7%) | 1(33.3%) | 3(100%) |
| | % do total | 0.5% | 0.3% | 0.8% | |
| | Total | | 173(43.4%) | 226(56.6%) | 399(100%) |
| Companhia na viagem | Sozinho | | 44(47.8%) | 48(52.2%) | 92(100%) |
| | | % do total | 10.9% | 11.9% | 22.8% |
| | Colegas | | 17(47.2%) | 19(52.8%) | 36(100%) |
| | | % do total | 4.2% | 4.7% | 8.9% |
| | Amigos | | 30(31.6%) | 65(68.4%) | 95(100%) |
| | | % do total | 7.4% | 16.1% | 23.5% |
| | Família | | 73(45.3%) | 88(54.7%) | 161(100%) |
| | % do total | 18.1% | 21.8% | 39.9% | |
| | Outros | | 12(60%) | 8(40%) | 20(100%) |
| | % do total | 3% | 2% | 5% | |
| | Total | | 176(43.6%) | 228(56.4%) | 404(100%) |
| Objectivo da viagem ao Município de Inhambane | Estudos | | 6(60%) | 4(40%) | 10(100%) |
| | | % do total | 1.5% | 1% | 2.5% |
| | Negócios | | 21(42.9%) | 28(57.1%) | 49(100%) |
| | | % do total | 5.2% | 7% | 12.2% |
| | Lazer | | 142(45.2%) | 172(54.8%) | 314(100%) |
| | | % do total | 35.3% | 42.8% | 78.1% |
| | Visita a familiares | | 2(11.1%) | 16(88.9%) | 18(100%) |
| | % do total | 0.5% | 4% | 4.5% | |
| | Outros | | 5(45.5%) | 6(54.5%) | 11(100%) |
| | % do total | 1.2% | 1.5% | 2.7% | |
| | Total | | 176(43.8%) | 226(56.2%) | 402(100%) |

Fonte: Autor, 2018

Os negócios (12.2%), lazer (78.1%) e a visita de familiares (4.5%) constituem os principais objectivos de viagem ao M.I. Entretanto, turistas do género masculino constituíram a maioria no grupo dos que referiram visitar o M.I por motivos de estudos (60%). Assim, suma-se que o M.I constitui um destino turístico de turismo de lazer que atrai turistas das mais diversas idades, nos diferentes graus de escolaridade; estes turistas viajam sozinhos e acompanhados.

4.2. Caracterização das explorações agrícolas do município de Inhambane

O desenvolvimento da agricultura, assim como de maior parte das actividades económicas, é dependente da existência da terra. Assim, ter *machamba* remete ao facto de que os agregados possuem o senso de pertença sobre a *machamba*. Entretanto, este senso não é hegemónico no

M.I e difere entre as regiões (tabela 6). Nesse sentido, cogita-se que a não posse da terra implica que o agricultor familiar terá dificuldades em sustentar seus integrantes a partir da agricultura.

Tabela 6: Caracterização das explorações agrícolas familiares no M.I

| | | | Região do Município de Inhambane | | | Total |
|---------------------------------------|------------|------------|----------------------------------|------------|-----------|-----------|
| | | | Norte | Centro | Sul | |
| Pertença da <i>machamba</i> | Não | | 44(48.9%) | 40(44.4%) | 6(6.7%) | 90(100%) |
| | | % do total | 17.5% | 15.9% | 2.4% | 35.7% |
| | Sim | | 46(28.4%) | 98(60.5%) | 18(11.1%) | 162(100%) |
| | | % do total | 18.3% | 38.9% | 7.1% | 64.3% |
| Total | | | 90(35.7%) | 138(54.8%) | 24(9.5%) | 252(100%) |
| Forma de aquisição da <i>machamba</i> | Empréstimo | | 49(53.8%) | 36(39.6%) | 6(6.6%) | 91(100%) |
| | | % do total | 19.5% | 14.3% | 2.4% | 36.3% |
| | Herança | | 34(35.1%) | 51(52.6%) | 12(12.4%) | 97(100%) |
| | | % do total | 13.5% | 20.3% | 4.8% | 38.6% |
| | Compra | | 5(12.5%) | 30(75%) | 5(12.5%) | 40(100%) |
| | | % do total | 2% | 12% | 2% | 15.9% |
| | Aluguer | | 1(4.3%) | 21(91.3%) | 1(4.3%) | 23(100%) |
| | % do total | 0.4% | 8.4% | 0.4% | 9.2% | |
| Total | | | 89(35.5%) | 138(55%) | 24(9.6%) | 251(100%) |
| Segurança na posse da <i>machamba</i> | Não | | 47(31.8%) | 86(58.1%) | 15(10.1%) | 148(100%) |
| | | % do total | 18.4% | 33.7% | 5.9% | 58% |
| | Sim | | 43(40.2%) | 55(51.4%) | 9(8.4%) | 107(100%) |
| | | % do total | 16.9% | 21.6% | 3.5% | 42% |
| Total | | | 90(35.3%) | 141(55.3%) | 24(9.4%) | 255(100%) |
| Tamanho da <i>machamba</i> | [<5 ha] | | 63(31.3%) | 118(58.7%) | 20(10%) | 201(100%) |
| | | % do total | 25.5% | 47.8% | 8.1% | 81.4% |
| | [5-10 ha] | | 17(51.5%) | 13(39.4%) | 3(9.1%) | 33(100%) |
| | | % do total | 6.9% | 5.3% | 1.2% | 13.4% |
| | [>10 ha] | | 6(46.2%) | 6(46.2%) | 1(7.7%) | 13(100%) |
| | | % do total | 2.4% | 2.4% | 0.4% | 5.3% |
| Total | | | 86(34.8%) | 137(55.5%) | 24(9.7%) | 247(100%) |

Fonte: Autor, 2018

A pertença da *machamba* constitui um aspecto associado as formas de aquisição. O agregado que recorre ao empréstimo, como forma de ter acesso a terra para a agricultura, é susceptível que a terra não lhe pertença em relação ao agregado que vale-se dos mecanismos descritos no artigo 12 da Lei nº 19/97 (Lei de terras), pois a dado momento quem empresta pode demandar a parcela.

Nesse contexto, nota-se que das três regiões em destaque na tabela 6, agricultores da região norte são os que mais recorrem ao empréstimo para ter terra para a prática da agricultura. A herança, compra e o aluguer são os mecanismos para o acesso à terra mais notórios na região centro.

O facto de a actividade turística estar concentrada em algumas regiões do município, com principal destaque a região norte, e notar-se elevada percentagem de agregados que recorrem ao empréstimo (36.3%) e herança (38.6%) para ter acesso à terra para a produção agrícola, pode-se inferir que no município de Inhambane ocorre o fenómeno de “açambarcamento” de terra agrícola. Assim como algumas pesquisas vêm reportando da existência de um mercado de terra em Moçambique (Negrão *et al.*, 2004; Siteo, 2005), entende-se, com base nos dados da tabela 6,

que no M.I existe, igualmente, um mercado de terra associado a prática da agricultura. Aspecto que contradiz a legislação moçambicana sobre a terra (§2.1).

Dados ilustram que os agricultores não estão seguros da posse da terra (58%). A região centro (58%) em comparação com as restantes regiões possui a maioria dos agricultores que se sente inseguro na posse de *machamba*. Assim, percebe-se que a segurança na posse de terra está associada ao senso de pertença e aos mecanismos de aquisição da mesma. Além disso, a insegurança na posse de terra deve-se em parte ao facto de alguns agregados não possuírem um instrumento que legaliza o direito de uso e aproveitamento da terra, no caso vertente, o DUAT. Os comentários de alguns dos inqueridos reforçam este aspecto. Um dos agregados familiares referiu o seguinte: “*tenho medo de que algum dia alguém me possa tirar a machamba, pois não tenho DUAT*” (INQ.AF-47).

A insegurança da posse de terra em relação as formas de aquisição da terra têm consequência sobre as culturas que os agregados produzem, ou seja, há culturas que os agricultores que recorrem ao empréstimo não devem produzir; estas incluem o coqueiro, a mafureira e a mangueira para o caso da área de sequeiro e o bananal no caso de o agregado estar a emprestar terra em uma área húmida. Nas entrevistas informais, aferiu-se que a proibição de plantar essas culturas é devido ao ciclo produtivo das mesmas, isto é, são culturas perenes e que de certo modo são valorizadas como mecanismo para legitimar o proprietário da *machamba*. Estas culturas desempenham o papel de documento vivo na perspectiva apresentada por Negrão *et al.* (2004).

No que concerne ao tamanho das *machambas*, nota-se que a agricultura familiar no M.I é baseada em explorações de pequena dimensão, que não atingem a 5 hectares (ha). Comparando as três regiões, as explorações agrícolas com menos de 5ha são as mais notórias na região centro; maior parte dos agricultores familiares que referiram possuir explorações entre 5 e 10ha eram residentes em um dos bairros da região norte do M.I. Em todas as regiões existem agregados que têm mais de 10 ha. Entretanto, as regiões norte (46.2%) e centro (46.2%) apresentam maiores percentagens de agregados que possuem *machambas* com mais de 10 ha.

A sumarização deste tópico revela que apesar de a terra ser o agente natural da produção (Mucavele, 2015) e sendo o primeiro recurso que deve estar à tona em relação a agricultura familiar, nota-se que nem todos os agregados têm acesso facilitado a este recurso no M.I. Se por um lado, há agregados que têm de pedir emprestado terra para praticar a actividade agrícola, existem, por outro, agregados que possuem mais de 10 ha; existem os que herdaram e os que compram a terra para a produção agrícola.

4.3.Sistema de produção agrícola dos agregados familiares no M.I

As sementes constituem uma das principais componentes para a produção agrícola. Na tabela 7 se observa que apesar de os agricultores comprarem sementes, há ainda agregados que não as adquire. Este aspecto é evidente tanto nos agricultores não membros das associações agrícolas assim como aos que estão filiados as associações agrícolas.

Tabela 7: Produção agrícola familiar no Município de Inhambane

| | | Membro de associação agrícola | | |
|---|---------------|-------------------------------|------------|-----------|
| | | Não | Sim | Total |
| Compra de sementes para a produção | Não | 29(51.8%) | 27(48.2%) | 56(100%) |
| | % do total | 11.6% | 10.8% | 22.3% |
| | Sim | 82(42.1%) | 113(57.9%) | 195(100%) |
| | % do total | 32.7% | 45% | 77.7% |
| Total | | 111(44.2%) | 140(55.8%) | 251(100%) |
| Mão-de-obra na produção agrícola | Sozinho | 37(38.1%) | 60(61.9%) | 97(100%) |
| | % do total | 14.9% | 24.1% | 39% |
| | Familiares | 73(49.3%) | 75(50.7%) | 148(100%) |
| | % do total | 29.3% | 30.1% | 59.4% |
| | Trabalhadores | 0(0%) | 2(100%) | 2(100%) |
| | % do total | 0% | 0.8% | 0.8% |
| Outros | 0(0%) | 2(100%) | 2(100%) | |
| % do total | 0% | 0.8% | 0.8% | |
| Total | | 110(44.2%) | 139(55.8%) | 249(100%) |
| Número de pessoa que trabalham na <i>machamba</i> | [1-3] | 48(41.7%) | 67(58.3%) | 115(100%) |
| | % do total | 30.8% | 42.9% | 73.7% |
| | [3-6] | 16(59.3%) | 11(40.7%) | 27(100%) |
| | % do total | 10.3% | 7.1% | 17.3% |
| | [>6] | 8(57.1%) | 6(42.9%) | 14(100%) |
| % do total | 5.1% | 3.8% | 9% | |
| Total | | 72(46.2%) | 84(53.8%) | 156(100%) |
| Existência do apoio do governo municipal | Não | 106(65.8%) | 55(34.2%) | 161(100%) |
| | % do total | 42.6% | 22.1% | 64.7% |
| | Sim | 3(3.4%) | 85(96.6%) | 88(100%) |
| | % do total | 1.2% | 34.1% | 35.3% |
| Total | | 109(43.8%) | 140(56.2%) | 249(100%) |
| Existência de serviços de extensão | Não | 104(61.9%) | 64(38.1%) | 168(100%) |
| | % do total | 41.8% | 25.7% | 67.5% |
| | Sim | 5(6.2%) | 76(93.8%) | 81(100%) |
| | % do total | 2% | 30.5% | 32.5% |
| Total | | 109(43.8%) | 140(56.2%) | 249(100%) |

Fonte: Autor, 2018

Mediante as entrevistas informais, percebeu-se que alguns agricultores membros de associações dependem, tão-somente, das sementes distribuídas pelo governo ou instituições privadas (vide apêndice 8). O comentário de um dos membros revela este facto quando refere que “*não compro mais sementes; uma vez ao ano o governo municipal disponibiliza sementes na nossa associação*” (INQ.AF-47). Nesse sentido e considerando que estes agregados não possuem outras fontes de semente, a não ser a do apoio público e privado, pode-se referir que o tipo de culturas a serem produzidas é *a priori* influenciado pelo tipo de sementes que recebem dessas entidades.

A política de distribuição de sementes às associações agrícolas, adoptada pelo governo distrital, municipal e parceiros é também evocada na pesquisa desenvolvida por Júnior *et al.* (2014). Mediante o comentário do agregado acima referido, pode-se perceber que a distribuição de sementes não possibilita que os agricultores tenham soberania no quesito o que produzir e isso pode reduzir o papel do agregado em ser o centro de tomada de decisões sobre a produção agrícola familiar (§2.1). Por exemplo, em caso de deficit, no fornecimento da semente, os agricultores poderão arcar consequências de alta dependência e de incapacidade produtiva.

Contudo, a lista das culturas produzidas, pelos agricultores familiares, inclui a alface, couve, cebola, repolho, tomate entre outras destacadas no apêndice 9. Mediante dados patentes no apêndice 9, afere-se que a actividade agrícola no M.I está assente na produção de hortícolas em detrimento da produção de cereais.

Vale esclarecer que não são todas as culturas que exigem com que os agregados adquiram sementes para a produção; a mandioca, batata-doce, bananeira entre outras destacadas no apêndice 10 fazem parte das principais culturas que os agricultores produzem sem adquirirem as respectivas sementes através do mercado.

Em relação a mão-de-obra na produção agrícola familiar, destaca-se que apesar de existirem famílias que trabalham a *machamba* sozinhos, maior parte dos agregados (59.4%) desenvolvem a actividade agrícola com seus familiares, isto é, integrantes do agregado familiar.

Os chefes de agregados que não desenvolvem a actividade agrícola sozinhos, a maioria destes possui não mais que 3 pessoas a praticar a agricultura. Sobre a mão-de-obra na agricultura, importa também referir que mediante entrevistas informais, percebeu-se que alguns agricultores vendem a respectiva força de trabalho a outros em forma de *gyigwaza*¹ e *maphasana*².

Dados sobre a existência de apoio do governo municipal à agricultura familiar revelam que agricultores não membros de associações praticamente não recebem apoio do governo no aspecto relacionado com a actividade agrícola (3.4%). O apoio do governo é mais direccionado aos agricultores filiados as associações agrícolas (96.6%). A modalidade de apoio que os agricultores receberam ou têm recebido do governo é mais na forma de *insumos* para a produção assim como implementos para a produção agrícola, tais como: botas e regadores.

¹Gyigwaza é uma forma de trabalho temporário, existente nas zonas rurais, que determinado indivíduo compromete-se a realizar alguma actividade que lhe é solicitado em troca de recursos financeiros ou bens previamente acordados, como forma de pagamento ao trabalho prestado.

²Maphasana é um regime de trabalho, existente nas zonas rural, através do qual duas ou mais pessoas de agregados familiares distintos comprometem-se, informalmente, a prestar auxílio mútuo nas actividades agrícolas.

A relativa inexistência de apoio aos agricultores não membros de associações agrícolas também ocorre no aspecto relacionado aos serviços de extensão agrária, a nível distrital assim como municipal. Os técnicos destas instituições têm frequentemente prestado serviços de extensão agrícola às associações agrícolas.

Das entrevistas informais, percebe-se que a razão de estes técnicos de extensão terem os agregados associados como grupo alvo está relacionada ao número insuficiente de técnicos que o governo distrital assim como municipal possui. Mesmo assim, há uma margem considerável de agricultores membros de associações (38.1%) que referiram não receber os serviços de extensão. Em geral, a maioria dos agregados (67.5%), independentemente do associativismo, não recebe os serviços de extensão. Sobre o tipo de serviços de extensão prestados aos agricultores, constatou-se que estes serviços consistem em disseminar novas técnicas agrícolas e assistir os agricultores no campo, como por exemplo no controlo de pragas e doenças agrícolas (vide apêndice 11).

Em suma, considera-se que os agricultores não filiados as associações estão em desvantagem no quesito apoio do governo assim como nos serviços de extensão. Este facto, se por um lado constitui, a priori, um mecanismo que pode resplandecer as desigualdades e incrementar a diferenciação social entre os agricultores familiares, por outro lado, pode motivar os agricultores não associados a filiarem-se a determinadas associações agrícolas ou a criarem associações.

Do exposto neste tópico, torna-se evidente que a produção agrícola é desafiada a enfrentar ou resistir a factores adversos que envolvem a insuficiência de técnicos que prestam serviços de extensão, risco de escassez de sementes para a produção. A mão-de-obra familiar nem sempre é suficiente ou capaz de desenvolver certas actividades relacionadas com o processo produtivo, daí surgem oportunidade de trabalho temporário que são baseadas nas redes sociais. Apesar de esses factores afectarem tanto os agregados não filiados as associações assim como os que estão, estes últimos, por serem membros de algumas associações, têm suavizado alguns desses desafios.

4.4.Ligações indirectas entre a actividade agrícola familiar e o turismo no M.I

No M.I existe o sector de turismo que pode ser uma das alternativas de mercado para a produção agrícola familiar, pois pela natureza de suas actividades, o turismo necessita de produtos agrícolas. Neste tópico se discute dados referentes a oferta de produtos agrícolas pelos agregados familiares nos estabelecimentos turísticos do M.I e a demanda dos produtos agrícolas tanto pelos representantes dos estabelecimentos turísticos assim como pelos turistas, focando na ligação indirecta entre a actividade agrícola familiar e a turística como destacada na figura 1.

- **Factores que têm influência na oferta da produção aos estabelecimentos turísticos**

A venda dos produtos agrícolas constitui o principal mecanismo de o agricultor familiar possuir recursos financeiros a partir da sua produção. Na tabela 8 se apresenta estatísticas descritivas sobre a ofertada produção agrícola familiar aos estabelecimentos turísticos. Maior parte dos agregados familiares (86.3%) não vende seus produtos agrícolas no sector de turismo. Contudo, nota-se que embora não de forma expressiva, os agregados familiares comercializaram seus produtos no sector de turismo, principalmente os da região norte (15.6%) e centro (12.6%).

Agricultores do género feminino, com a idade no intervalo dos 25 e 50 e os com mais de 50 anos foram os que mais venderam a produção no sector do turismo, representando respectivamente 6.7% e 5.5% na amostra total. De notar que agricultores com grau de escolaridade superior, básico e sem escolaridade formal foram os que menos venderam seus produtos no sector do turismo se comparados aos agricultores que referiram possuir o grau médio (22.4%).

Agricultores membros das associações são os que mais se destacaram (10.2%) na venda da produção no sector de turismo. Assim, membros de associações estão mais susceptíveis a comercializarem a produção se comparados com os agricultores que não estão filiados.

No que concerne as formas de aquisição da *machamba*, percebe-se que agricultores que usaram o empréstimo e a compra foram os que menos conseguiram vender a produção agrícola no sector do turismo em comparação aos que recorreram ao aluguer para ter acesso à *machamba* (26.1%) e os que a tiveram mediante a herança (15.8%). Este aspecto pode estar relacionado com a insegurança na posse de terra, com a área da *machamba* que o agregado possui assim como com as culturas proibidas. Em relação aos agricultores que alugam a terra, percebe-se que com o intuito de arcar com os custos de aluguer da exploração agrícola há um senso de rentabilizar a produção agrícola.

Agregados que não possuem *machongos* têm mais dificuldade de vender aos estabelecimentos turísticos; deste grupo somente 1 referiu ter vendido a produção no sector do turismo. Assim, depreende-se que agregados que desenvolvem a agricultura nas diferentes zonas húmidas do M.I e estão mais susceptíveis de vender a produção no turismo, pois estes agricultores geralmente produzem culturas de curto período que, de grosso modo, são direccionadas ao mercado. De referir, em relação a segurança na posse de terra, que agricultores seguros sobre a terra que possuem foram os que mais conseguiram comercializar a produção agrícola no sector do turismo.

Tabela 8: Venda da produção agrícola familiar aos estabelecimentos turísticos

| | | | Venda de produtos aos estabelecimentos turísticos do M.I | | |
|---|------------------|------------|--|-----------|-----------|
| | | | Não | Sim | Total |
| Região do Município de Inhambane | Norte | | 76(84.4%) | 14(15.6%) | 90(100%) |
| | | % do total | 30.5% | 5.6% | 36.1% |
| | Centro | | 118(87.4%) | 17(12.6%) | 135(100%) |
| | | % do total | 47.4% | 6.8% | 54.2% |
| | Sul | | 21(87.5%) | 3(12.5%) | 24(100%) |
| | | % do total | 8.4% | 1.2% | 9.6% |
| | Total | | 215(86.3%) | 34(13.7%) | 249(100%) |
| Género do chefe do agregado familiar | Feminino | | 112(83%) | 23(17%) | 135(100%) |
| | | % do total | 45% | 9.2% | 54.2% |
| | Masculino | | 103(90.4%) | 11(9.6%) | 114(100%) |
| | | % do total | 41.4% | 4.4% | 45.8% |
| | Total | | 215(86.3%) | 34(13.7%) | 249(100%) |
| Idade do chefe do agregado familiar | [-25] | | 16(88.9%) | 2(11.1%) | 18(100%) |
| | | % do total | 6.7% | 0.8% | 7.6% |
| | [25-50] | | 107(87%) | 16(13%) | 123(100%) |
| | | % do total | 45% | 6.7% | 51.7% |
| | [+50] | | 84(86.6%) | 13(13.4%) | 97(100%) |
| | | % do total | 35.3% | 5.5% | 40.8% |
| | Total | | 207(87%) | 31(13%) | 238(100%) |
| Grau de escolaridade chefe do agregado familiar | Básico | | 112(91.1%) | 11(8.9%) | 123(100%) |
| | | % do total | 45.3% | 4.5% | 49.8% |
| | Médio | | 45(77.6%) | 13(22.4%) | 58(100%) |
| | | % do total | 18.2% | 5.3% | 23.5% |
| | Superior | | 1(100%) | 0(0%) | 1(100%) |
| | | % do total | 0.4% | 0% | 0.4% |
| | Sem escolaridade | | 56(86.2%) | 9(13.8%) | 65(100%) |
| | | % do total | 22.7% | 3.6% | 26.3% |
| | Total | | 214(86.6%) | 33(13.4%) | 247(100%) |
| Membro de alguma associação agrícola | Não | | 96(91.4%) | 9(8.6%) | 105(100%) |
| | | % do total | 39.2% | 3.7% | 42.9% |
| | Sim | | 115(82.1%) | 25(17.9%) | 140(100%) |
| | | % do total | 46.9% | 10.2% | 57.1% |
| | Total | | 211(86.1%) | 34(13.9%) | 245(100%) |
| Forma de aquisição da <i>machamba</i> | Empréstimo | | 80(88.9%) | 10(11.1%) | 90(100%) |
| | | % do total | 32.7% | 4.1% | 36.7% |
| | Herança | | 80(84.2%) | 15(15.8%) | 95(100%) |
| | | % do total | 32.7% | 6.1% | 38.8% |
| | Compra | | 34(91.9%) | 3(8.1%) | 37(100%) |
| | | % do total | 13.9% | 1.2% | 15.1% |
| | Aluguer | | 17(73.9%) | 6(26.1%) | 23(100%) |
| | | % do total | 6.9% | 2.4% | 9.4% |
| | Total | | 211(86.1%) | 34(13.9%) | 245(100%) |
| Posse de <i>machongo</i> para a produção | Não | | 48(98%) | 1(2%) | 49(100%) |
| | | % do total | 19.3% | 0.4% | 19.7% |
| | Sim | | 167(83.5%) | 33(16.5%) | 200(100%) |
| | | % do total | 67.1% | 13.3% | 80.3% |
| | Total | | 215(86.3%) | 34(13.7%) | 249(100%) |
| Segurança na posse da <i>machamba</i> | Não | | 130(90.9%) | 13(9.1%) | 143(100%) |
| | | % do total | 52.2% | 5.2% | 57.4% |
| | Sim | | 85(80.2%) | 21(19.8%) | 106(100%) |
| | | % do total | 34.1% | 8.4% | 42.6% |
| | Total | | 215(86.3%) | 34(13.7%) | 249(100%) |
| Venda das culturas que produz | Não | | 67(98.5%) | 1(1.5%) | 68(100%) |
| | | % do total | 26.9% | 0.4% | 27.3% |
| | Sim | | 148(81.8%) | 33(18.2%) | 181(100%) |
| | | % do total | 59.4% | 13.3% | 72.7% |
| | Total | | 215(86.3%) | 34(13.7%) | 249(100%) |

Fonte: Autor, 2018

De forma geral, os agricultores familiares do M.I (72.7%) tiveram a possibilidade de vender a produção agrícola. Entretanto, no caso da venda da produção agrícola familiar aos estabelecimentos turísticos, somente 33 agregados (18.2%) de um total de 181 conseguiram vender a produção. Assim, afere-se que apesar de os agricultores comercializarem a produção, a oferta da produção agrícola familiar no sector de turismo não é expressiva.

Dados na tabela 8 não permitem identificar, no conjunto de variáveis descritas, quais poderiam ter influenciado mais os agricultores a venderem a produção no turismo. Nesta óptica, a tabela 9 possui resultados do modelo de regressão logística binária aplicado a variável dependente, venda da produção agrícola nos estabelecimentos turísticos. Baseando-se nas estatísticas descritivas e no referencial teórico, 9 variáveis independentes categóricas (vide apêndice 12) foram seleccionadas para analisar a possibilidade de o agricultor fornecer seus produtos no turismo.

Tabela 9: Resultados do modelo de regressão logística binária

| Oferta de produtos agrícolas aos estabelecimentos | B | S.E. | Wald | Sig. | Exp(B) |
|--|--------|-------|--------|--------|--------|
| Constant | -7.551 | 1.786 | 17.870 | 0.000 | 0.001 |
| Região do Município de Inhambane | | | 9.991 | 0.007* | |
| Norte | 2.688 | 1.019 | 6.954 | 0.008* | 14.709 |
| Centro | 0.640 | 0.853 | 0.562 | 0.453 | 1.896 |
| Sul | - | - | - | - | - |
| Género do C.A.F (1 feminino; 0 masculino) | 0.664 | 0.545 | 1.482 | 0.224 | 1.942 |
| Idade do chefe do agregado familiar | | | 1.306 | 0.521 | |
|] <25] | -1.180 | 1.082 | 1.190 | 0.275 | 0.307 |
| [25-50] | -0.374 | 0.520 | 0.517 | 0.472 | 0.688 |
| [> 50[| - | - | - | - | - |
| Grau de escolaridade chefe do agregado familiar | | | 9.665 | 0.008* | |
| Básico | -0.045 | 0.582 | 0.006 | 0.938 | 0.956 |
| Médio | 1.617 | 0.676 | 5.718 | 0.017* | 5.036 |
| Sem escolaridade | - | - | - | - | - |
| Membro de associação agrícola (1 sim; 0 não) | 1.536 | 0.722 | 4.526 | 0.033* | 4.644 |
| O agregado possui <i>machongo</i> (1 sim; 0 não) | 1.819 | 1.115 | 2.661 | 0.103 | 6.167 |
| Forma de aquisição da <i>machamba</i> | | | 7.996 | 0.046* | |
| Herança | 1.434 | 0.577 | 6.165 | 0.013* | 4.194 |
| Compra | 0.498 | 0.814 | 0.374 | 0.541 | 1.645 |
| Aluguer | 1.698 | 0.776 | 4.788 | 0.029* | 5.463 |
| Empréstimo | - | - | - | - | - |
| Segurança na posse da <i>machamba</i> (1 sim; 0 não) | 0.772 | 0.488 | 2.497 | 0.114 | 2.163 |
| Preferência de mudar a agricultura (1 não; 0 sim) | -0.325 | 0.520 | 0.391 | 0.532 | 0.722 |

Likelihood ratio tests: $\chi^2 = 36.625^*$ (df = 14)

*Constant only -2Log Likelihood = 181.874; final -2Log Likelihood = 145.249

Pseudo R-Square (Cox and Snell = 0.147; Nagelkerke = 0.269)

Overall Classification: 86.5%; Hosmer and Lemeshow test: 5.816 (sig. = 0.668)

Legenda: * factores estatisticamente significativos; - variáveis de referência

A probabilidade de determinado agricultor residente na região norte do M.I comercializar a produção no turismo aumenta em cerca de 14.71 vezes se comparada a dos agricultores residentes nos bairros da região sul, mantendo-se constantes as restantes variáveis do modelo. Estes resultados condizem com as observações de campo e com as estatísticas descritivas, pois

de grosso modo a infra-estrutura turística, principalmente a de restauração está localizada nas praias de Tofo e Barra, ambas na região norte do município.

O grau médio de escolaridade do chefe de agregado familiar aumenta a probabilidade de comercializar produtos agrícolas no sector em cerca de 5 vezes se comparado aos agregados que o respectivo chefe não possui escolaridade formal, mantendo-se constante as outras variáveis.

A probabilidade de os agricultores membros de associações fornecerem a produção agrícola no sector do turismo aumenta em cerca de 4.6 vezes se comparada a dos agregados não membros, mantendo-se constantes as outras variáveis do modelo. Beckford e Campbell (2013), Cunguara *et al.* (2013), Júnior *et al.* (2014), Magalhães (2014) e Siteo (2005, 2010a, 2010b) são alguns dos autores que abordam o papel do associativismo no processo produtivo familiar, que também inclui a comercialização agrícola.

A variável forma de aquisição da *machamba* foi desagregada em quatro grupos, nomeadamente: herança; compra; aluguer e empréstimo. Nessa óptica, evidencia-se que a probabilidade de um agregado que adquire a *machamba* por via da herança, comercializar produtos agrícolas no turismo, aumenta em cerca de 4 vezes se comparada a dos que adquirem a *machamba* por via do empréstimo, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo. Nota-se também que a probabilidade de os agricultores que alugam a terra comercializarem a produção aumenta em cerca de 5 vezes se comparada a dos agregados que recorrem ao empréstimo, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo.

Em relação ao modelo na tabela 9, importa referir que residir na região centro de Inhambane, ser do género feminino, ter a posse de *machongo*, fazer a aquisição da *machamba* por via da compra e segurança na posse da *machamba* são variáveis que apesar de terem evidenciado efeitos positivos sobre a variável dependente, esses efeitos não foram significativos.

No mesmo contexto, a idade do chefe do agregado, o nível de escolaridade básico e a preferência de mudar a actividade agrícola constituem variáveis que possuem efeitos negativos sobre a variável predita, entretanto esses efeitos não foram estatisticamente significativos. Por último, importa referir que a proximidade dos agregados aos destinos turísticos, grau de escolaridade, associativismo, e as formas de aquisição da *machamba* constituem factores preponderantes para os agregados fornecerem seus produtos aos estabelecimentos turísticos no M.I.

- **Factores que influenciam a demanda da produção pelos estabelecimentos turísticos**

Em geral, a aquisição da produção agrícola familiar pelos estabelecimentos turísticos representa a existência de alguma interacção entre a actividade turística e a agrícola no mesmo território (§2.2). Neste contexto, na tabela 10 se destacam dados sobre a demanda dessa produção.

As casas de hóspedes, os hotéis e *lodges* são as categorias de estabelecimentos que os respectivos representantes mais referiram adquirir a produção agrícola familiar. A maioria dos representantes de estabelecimentos turísticos (95%) que demandam a produção agrícola familiar fornece pratos típicos aos turistas. Entretanto, a demanda da produção agrícola familiar pelos representantes dos estabelecimentos turísticos não deve, *stricto sensu*, anuir que os estabelecimentos turísticos fornecem gastronomia típica aos turistas, pois existem os que adquiriram a produção agrícola familiar sem necessariamente fornecer gastronomia típica.

Os representantes dos estabelecimentos turísticos que não fornecem pratos típicos aos turistas, justificaram essa decisão referindo-se a quatro aspectos, nomeadamente: (1) o estabelecimento é do tipo *self-catering*, o turista é responsável pela preparação da alimentação; (2) existem outros motivos como é o caso da ementa do estabelecimento que não engloba a gastronomia local; (3) pratos locais são difíceis de serem preparados; e (4) os turistas não gostam da gastronomia local.

Das observações de campo e das entrevistas informais notou-se que os *lodges* assim como as casas de hóspedes, pelo facto de serem do tipo *self-catering*, não fornecem pratos típicos.

A existência, no MI, de estabelecimentos turísticos que os serviços de restauração são do tipo *self-catering* pode, em primeiro instante, transparecer que os restaurantes, localizados junto a esses estabelecimentos, possuem mercado garantido de seus produtos gastronómicos, pois a existência de turistas no destino implica que esses visitantes tenham, em certo momento, de satisfazer necessidades básicas elementares como a alimentação. Entretanto, essa visão nem sempre é linear. De facto, pode ocorrer o contrário; representante de um dos estabelecimentos turísticos esclareceu esse aspecto da seguinte forma: “*o booking é feito na África do Sul; os turistas são informados que os serviços de restauração são do tipo self-catering. Assim, geralmente trazem tudo que forem a necessitar e dificilmente vão nos restaurantes para passar refeições*” (INQ.ET-31).

Do comentário do representante do estabelecimento turístico, infere-se que o *self-catering* está relacionado com padrão de investimento turístico, pois a maior parte do investimento em *lodges* é externo ao município assim como ao país (Nhantumbo, 2009; Pereira, 2011; Fernando, 2013;

Zacarias, 2015). Complementando a ideia patente no comentário, visualizou-se, no caso da região norte do MI, que em termos de distribuição espacial dos estabelecimentos turísticos, a maioria dos *lodges* está mais concentrada na praia da Barra e a maior parte dos restaurantes na praia de Tofo e, mediante a pesquisa, não foi possível identificar a existência de serviços de entrega de refeições nessa região. Nesse contexto, estes aspectos podem constituir um incentivo para alguns turistas preferirem transportar gêneros alimentícios ao destino.

O argumento de que os turistas não gostam da gastronomia local e a ementa dos estabelecimentos não englobar os pratos típicos são as razões mencionadas pela maior parte dos representantes dos hotéis para não fornecer gastronomia típica. Os representantes de restaurantes e bares referiram não fornecer pratos típicos pelo facto de serem difíceis de preparar.

Tabela 10: Demanda de produtos agrícolas nos agricultores locais

| | | | Compra de produtos agrícolas nos agricultores locais | | |
|---|-------------------|------------|--|-----------|----------|
| | | | Não | Sim | Total |
| Classificação do estabelecimento | <i>Lodge</i> | | 9(39.1%) | 14(60.9%) | 23(100%) |
| | | % do total | 20.5% | 31.8% | 52.3% |
| | Hotel | | 1(25%) | 3(75%) | 4(100%) |
| | | % do total | 2.3% | 6.8% | 9.1% |
| | Casas de Hóspedes | | 2(50%) | 2(50%) | 4(100%) |
| | | % do total | 4.5% | 4.5% | 9.1% |
| | Restaurante e Bar | | 1(10%) | 9(90%) | 10(100%) |
| | % do total | 2.3% | 20.5% | 22.7% | |
| | Outras | | 0(0%) | 3(100%) | 3(100%) |
| | % do total | 0% | 6.8% | 6.8% | |
| | Total | | 13(29.5%) | 31(70.5%) | 44(100%) |
| Fornecimento de pratos locais aos turistas | Não | | 12(50%) | 12(50%) | 24(100%) |
| | | % do total | 27.3% | 27.3% | 54.5% |
| | Sim | | 1(5%) | 19(95%) | 20(100%) |
| | | % do total | 2.3% | 43.2% | 45.5% |
| | Total | | 13(29.5%) | 31(70.5%) | 44(100%) |
| Existência de um fornecedor fixo | Não | | 13(37.1%) | 22(62.9%) | 35(100%) |
| | | % do total | 29.5% | 50% | 79.5% |
| | Sim | | 0(0%) | 9(100%) | 9(100%) |
| | | % do total | 0% | 20.5% | 20.5% |
| | Total | | 13(29.5%) | 31(70.5%) | 44(100%) |
| Nível de importância do estabelecimento para a comunidade local | Pouco importante | | 1(33.3%) | 2(66.7%) | 3(100%) |
| | | % do total | 2.3% | 4.5% | 6.8% |
| | Importante | | 10(38.5%) | 16(61.5%) | 26(100%) |
| | | % do total | 22.7% | 36.4% | 59.1% |
| | Muito importante | | 2(13.3%) | 13(86.7%) | 15(100%) |
| | % do total | 4.5% | 29.5% | 34.1% | |
| | Total | | 13(29.5%) | 31(70.5%) | 44(100%) |

Fonte: Autor, 2018

Em geral, os estabelecimentos turísticos que não possuem fornecedores fixos de produtos agrícolas demandam a produção agrícola familiar. Entretanto, destaca-se que no M.I existem estabelecimentos turísticos que nem possuem fornecedores fixos e nem demandam a produção agrícola familiar (29.5%). Dados qualitativos apresentam alguma das razões de alguns estabelecimentos turísticos não possuírem fornecedores fixos. Representante de um dos

estabelecimentos comentou da seguinte forma: “*não precisamos de compromissos; nós compramos os produtos no mercado; as compras são baseadas no prato do dia. Além disso, as quantidades que compramos são menores para termos um fornecedor*” (INQ. ET-31).

O comentário expõe que os representantes dos estabelecimentos turísticos preferem recorrer a mercados tradicionais para a aquisição de produtos agrícolas, pois reconhecem a possibilidade de não honrar compromissos relacionados ao fornecimento de produtos agrícolas. Além disso, a quantidade de produtos agrícolas que demandam não é suficiente para justificar a contratação de um fornecedor de produtos agrícolas.

Resultados sobre a opinião dos representantes dos estabelecimentos turísticos em relação a importância que o estabelecimento possui na melhoria das condições de vida da comunidade local ilustram que maior parte (86.7%) dos representantes que referiram que o estabelecimento é muito importante são os que mais adquiriram a produção agrícola familiar.

Das estatísticas descritivas é evidente que os estabelecimentos turísticos do M.I fazem aquisições da produção agrícola familiar. Mas, aliado a aquisição dos produtos agrícolas está a questão de que factores mais influenciam os representantes dos estabelecimentos a adquirirem a produção agrícola familiar. Assim, a tabela 11 apresenta os factores de demanda da produção agrícola familiar pelos estabelecimentos turísticos do M.I.

Tabela 11: Demanda da produção agrícola familiar pelos estabelecimentos turísticos

| Demanda de produção agrícola familiar | B | S.E. | Wald | Sig. | Exp(B) |
|---|--------|-------|-------|--------|--------|
| Constant | 1.066 | 1.307 | 0.666 | 0.415 | 2.905 |
| Classificação do estabelecimento | | | 0.162 | 0.922 | |
| <i>Lodge</i> | -0.517 | 1.432 | 0.130 | 0.718 | 0.596 |
| Restaurante | -0.152 | 1.758 | 0.007 | 0.931 | 0.859 |
| Hotel | - | - | - | - | - |
| Fornecimento de pratos locais (1 sim; 0 não) | 2.718 | 1.243 | 4.782 | 0.029* | 15.153 |
| Importância do estabelecimento turístico para a comunidade (1 importante; 0 muito importante) | -0.929 | 1.106 | 0.705 | 0.401 | 0.395 |

Likelihood ratio tests: $\chi^2 = 11.366^*(df = 4)$

*Constant only -2Log Likelihood = 45.033; final -2Log Likelihood = 33.668

Pseudo R-Square (Cox and Snell = 0.264; Nagelkerke = 0.376)

Overall Classification: 73%; Hosmer and Lemeshow test: 3.951(Sig. = 0.413)

Legenda: * factor estatisticamente significativo; - variável de referência

Mediante a tabela 11 nota-se que 3 variáveis categóricas (vide apêndice 13) foram essenciais para modelar a demanda de produtos agrícolas pelos estabelecimentos turísticos. A análise dos resultados na tabela 11 demonstra que fornecer pratos típicos aos turistas tem influência positiva e significativa na demanda da produção agrícola familiar por parte dos estabelecimentos turísticos. Portanto, comparado aos estabelecimentos que não fornecem pratos típicos, a

probabilidade de os que fornecem pratos típicos adquirirem a produção agrícola familiar aumenta em cerca de 15 vezes, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo.

A classificação dos estabelecimentos turísticos em *lodges*, restaurantes e hotéis, assim como a percepção dos representantes sobre a importância do estabelecimento turístico para a comunidade local possuem efeito negativo e estatisticamente insignificativo na aquisição de produtos agrícolas dos agricultores. Apesar da insignificância estatística das variáveis, importa referir que em relação a classificação dos estabelecimentos turísticos esperava-se que o resultado do modelo para a categoria restaurante fosse significativo, pois as estatísticas descritivas (ver tabela 10) apresentam que esta categoria, em relação às outras, é a que mais comprou a produção agrícola familiar. Considerando que a compra de produtos agrícolas, pelos estabelecimentos turísticos é estatisticamente explicada pelo fornecimento da gastronomia típica, a não significância da categoria restaurante pode estar relacionada com as causas de os representantes dos estabelecimentos turísticos não fornecerem pratos típicos aos turistas.

Esta pesquisa apresenta a classificação do estabelecimento como insignificativa para influenciar a demanda da produção familiar, entretanto resultados da pesquisa (Mshenga, 2010), realizada no Quênia, expõem que a idade do estabelecimento, capacidade de hospedagem e o número de empregados como sendo as características dos estabelecimentos que demandam produtos agrícolas. Por exemplo, quanto maior for o número de anos que os hotéis possuem a operar menor é a probabilidade destes de adquirirem produtos agrícolas produzidos localmente, pois os representantes geralmente celebram contratos de longo prazo com grandes fornecedores.

Em relação a capacidade de hospedagem e o número de empregos na compra de produtos agrícolas, percebe-se que hotéis com menor capacidade de alojamento e menor número de empregados são os mais prováveis de adquirir a produção agrícola familiar pelo facto de esses demandarem quantidades que os agregados familiares têm possibilidade em fornecer.

- **Factores que têm influência na demanda da produção agrícola pelos turistas**

O turista constitui a essência do turismo e directa e indirectamente possui impacto sobre as actividades e nas diversas dinâmicas sociais do território visitado. Assim, considera-se que a aquisição, pelos turistas, de produtos agrícolas locais também constitui uma das formas pelas quais o turismo estabelece ligações com a agricultura e promove o desenvolvimento rural nos territórios (§2.2). Na presente parte são discutidos os resultados atinentes ao questionário aplicado aos turistas em relação ao papel destes na aquisição dos produtos agrícolas (tabela 12).

Tabela 12: Demanda da produção agrícola familiar pelos estabelecimentos turísticos

| | | Compra de produtos agrícolas locais | | |
|---|---------------------|-------------------------------------|------------|-----------|
| | | Não | Sim | Total |
| Género | Masculino | 88(50%) | 88(50%) | 176(100%) |
| | % do total | 21.8% | 21.8% | 43.7% |
| | Feminino | 110(48.5%) | 117(51.5%) | 227(100%) |
| | % do total | 27.3% | 29% | 56.3% |
| Total | | 198(49.1%) | 205(50.9%) | 403(100%) |
| Idade | [-25] | 42(45.2%) | 51(54.8%) | 93(100%) |
| | % do total | 10.7% | 13% | 23.7% |
| | [25-50] | 124(51.7%) | 116(48.3%) | 240(100%) |
| | % do total | 31.6% | 29.5% | 61.1% |
| | [+50] | 28(46.7%) | 32(53.3%) | 60(100%) |
| % do total | 7.1% | 8.1% | 15.3% | |
| Total | | 194(49.4%) | 199(50.6%) | 393(100%) |
| Grau de escolaridade | Básico | 2(33.3%) | 4(66.7%) | 6(100%) |
| | % do total | 0.5% | 1% | 1.5% |
| | Médio | 30(39%) | 47(61%) | 77(100%) |
| | % do total | 7.5% | 11.8% | 19.3% |
| | Superior | 161(51.6%) | 151(48.4%) | 312(100%) |
| | % do total | 40.5% | 37.9% | 78.4% |
| Outra | 2(66.7%) | 1(33.3%) | 3(100%) | |
| % do total | 0.5% | 0.3% | 0.8% | |
| Total | | 195(49%) | 203(51%) | 398(100%) |
| Companhia na viagem | Sozinho | 44(47.8%) | 48(52.2%) | 92(100%) |
| | % do total | 10.9% | 11.9% | 22.8% |
| | Colegas | 20(57.1%) | 15(42.9%) | 35(100%) |
| | % do total | 5% | 3.7% | 8.7% |
| | Amigos | 51(53.7%) | 44(46.3%) | 95(100%) |
| | % do total | 12.7% | 10.9% | 23.6% |
| | Família | 70(43.5%) | 91(56.5%) | 161(100%) |
| % do total | 17.4% | 22.6% | 40% | |
| Outros | 13(65%) | 7(35%) | 20(100%) | |
| % do total | 3.2% | 1.7% | 5% | |
| Total | | 198(49.1%) | 205(50.9%) | 403(100%) |
| Objectivo da viagem ao Município de Inhambane | Estudos | 4(40%) | 6(60%) | 10(100%) |
| | % do total | 1% | 1.5% | 2.5% |
| | Negócios | 23(47.9%) | 25(52.1%) | 48(100%) |
| | % do total | 5.7% | 6.2% | 12% |
| | Lazer | 155(49.4%) | 159(50.6%) | 314(100%) |
| | % do total | 38.7% | 39.7% | 78.3% |
| | Visita a familiares | 11(61.1%) | 7(38.9%) | 18(100%) |
| % do total | 2.7% | 1.7% | 4.5% | |
| Outros | 4(36.4%) | 7(63.6%) | 11(100%) | |
| % do total | 1% | 1.7% | 2.7% | |
| Total | | 197(49.1%) | 204(50.9%) | 401(100%) |
| Primeira visita a Moçambique | Não | 48(36.9%) | 82(63.1%) | 130(100%) |
| | % do total | 12% | 20.5% | 32.5% |
| | Sim | 150(55.6%) | 120(44.4%) | 270(100%) |
| % do total | 37.5% | 30% | 67.5% | |
| Total | | 198(49.5%) | 202(50.5%) | 400(100%) |
| Gostaria de estar em um estabelecimento rural no Município de Inhambane | Não | 30(55.6%) | 24(44.4%) | 54(100%) |
| | % do total | 7.8% | 6.2% | 14% |
| | Sim | 60(42.3%) | 82(57.7%) | 142(100%) |
| | % do total | 15.5% | 21.2% | 36.8% |
| | Talvez | 104(54.7%) | 86(45.3%) | 190(100%) |
| % do total | 26.9% | 22.3% | 49.2% | |
| Total | | 194(50.3%) | 192(49.7%) | 386(100%) |

Fonte: Autor, 2018

Com base na tabela 12, visualiza-se que tanto os turistas do género masculino assim como os do género feminino adquiriram produtos agrícolas locais. Maior parte dos turistas com menos de 25 anos (54.8%) e os com mais de 50 anos (53.3%) referiu ter adquirido produtos agrícolas.

Conforme o grau de escolaridade dos turistas, nota-se que há diferenças relevantes de mencionar entre os turistas que adquiriram e os que não adquiriram produtos agrícolas. Apesar de os turistas com nível superior representarem 78.4% do segmento turístico que visita o M.I, a maioria destes não adquiriu produtos agrícolas. Este aspecto pode estar relacionado aos desafios para a integração da agricultura familiar e turismo (§2.3, quadro 1) e aos desafios e oportunidades do turismo no M.I apresentados no apêndice 14. Contudo, turistas que viajavam sozinhos (22.8%) ou na companhia da família (40%) foram os que mais adquiriram produtos agrícolas locais se comparados aos turistas que viajam em grupo de colegas e amigos.

Em relação ao objectivo da viagem ao M.I, dados evidenciam que a maioria dos turistas visita o M.I por motivos de lazer (78.3%). Turistas de negócios, de lazer e que os que viajam por motivos de estudo são os que mais adquiriram produtos agrícolas. De destacar que estes segmentos também apresentam maiores percentagens de não aquisição desses produtos. Apesar de parte considerável dos turistas estar de visita ao M.I (67.5%) pela primeira vez, a maioria deste grupo não adquiriu produtos agrícolas locais. Turistas que não visitavam o M.I pela primeira vez foram os que mais referiram terem adquirido produtos agrícolas locais.

Turistas que não têm preferência (55.6%) e os indecisos (54.7%) em praticar o turismo rural constituíram a maioria dos que não adquiriram produtos agrícolas. Apesar de representarem 36.8% do segmento turístico que visita o M.I, a maioria dos turistas que gostaria de estar em um estabelecimento rural no M.I adquiriu produtos agrícolas locais.

Resultados da inferência estatística dos dados da variável sobre a procura, pelos turistas, de produtos agrícolas no M.I são ilustrados na tabela 13. Convém referir que em termos metodológicos, 10 variáveis categóricas (vide apêndice 15) e 1 contínua (vide apêndice 16) foram seleccionadas para modelar a variável dependente.

A companhia na viagem possui influência positiva e significativa na aquisição por parte dos turistas de produtos agrícolas no M.I. Portanto, a probabilidade de os turistas em família adquirirem produtos agrícolas aumenta em 3.7 vezes se comparada a dos turistas que viajam em outras modalidades de grupo, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo.

Visitar Moçambique pela primeira vez constitui um factor que contribui negativa e significativamente na aquisição de produtos agrícolas no M.I. Assim, a probabilidade de os

turistas que visitam o M.I adquirirão produtos agrícolas diminuí em cerca de 0.45 vezes se comparada a dos turistas que não visitam o município pela primeira vez, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo.

Esperava-se que o factor primeira visita à Moçambique tivesse um coeficiente positivo. Este aspecto não foi evidente; há vários factores que podem explicar os resultados desta variável. Dos inquéritos administrados via entrevista, alguns turistas referiram que produtos que geralmente são comercializados nas praias de Tofo e Barra não possuem preços padronizados. Dados sobre os desafios e oportunidades no sector de turismo no M.I (vide apêndice 14) ilustram que há necessidade de os produtos comercializados nos destinos turísticos possuírem etiquetas. De forma geral, este resultado pode estar directa/indirectamente associado aos outros factores negativos que constam no apêndice 14.

Tabela 13: Resultados do modelo de regressão logística binária

| Procura de produtos agrícolas pelos turistas | B | S.E. | Wald | Sig. | Exp(B) |
|---|--------|-------|--------|--------|--------|
| Constant | -0.085 | 1.027 | 0.007 | 0.934 | 0.919 |
| Género (1 feminino; 0 masculino) | 0.026 | 0.244 | 0.012 | 0.914 | 1.027 |
| Faixa etária do turista | | | 0.484 | 0.785 | |
| [<25] | -0.256 | 0.414 | 0.382 | 0.536 | 0.774 |
| [25-50] | -0.231 | 0.354 | 0.423 | 0.515 | 0.794 |
| [>50] | - | - | - | - | - |
| Nível de escolaridade (1 superior; 0 médio) | -0.532 | 0.323 | 2.716 | 0.099 | 0.588 |
| Companhia na viagem | | | 5.741 | 0.125 | |
| Sozinho | 0.750 | 0.669 | 1.257 | 0.262 | 2.118 |
| Colegas | 0.963 | 0.640 | 2.263 | 0.132 | 2.618 |
| Família | 1.318 | 0.640 | 4.245 | 0.039* | 3.735 |
| Outros | - | - | - | - | - |
| Objectivo da viagem ao M.I | | | 1.400 | 0.706 | |
| Negócios | -0.501 | 0.641 | 0.611 | 0.435 | 0.606 |
| Lazer | -0.323 | 0.567 | 0.325 | 0.568 | 0.724 |
| Visita a familiares | -0.887 | 0.820 | 1.169 | 0.280 | 0.412 |
| Outros | - | - | - | - | - |
| Primeira visita à Moçambique (1 sim; 0 não) | -0.801 | 0.297 | 7.293 | 0.007* | 0.449 |
| Número de dias no município de Inhambane | 0.041 | 0.014 | 9.247 | 0.002* | 1.042 |
| Tipo de estabelecimento de alojamento | | | 8.953 | 0.030 | |
| Lodge | -0.461 | 0.400 | 1.328 | 0.249 | 0.630 |
| Hotel | -1.106 | 0.417 | 7.014 | 0.008* | 0.331 |
| Casa de hóspedes | -0.259 | 0.415 | 0.390 | 0.533 | 0.772 |
| Outros | - | - | - | - | - |
| Local de hospedagem | | | 18.159 | 0.000 | |
| Barra | 1.488 | 0.421 | 12.467 | 0.000* | 4.428 |
| Tofo | 1.308 | 0.336 | 15.121 | 0.000* | 3.698 |
| Cidade de Inhambane | 1.407 | 0.660 | 4.549 | 0.033* | 4.084 |
| Outros | - | - | - | - | - |
| Preferência pelo turismo rural (1 sim; 0 não) | -0.661 | 0.260 | 6.468 | 0.011* | 0.517 |

Likelihood ratio tests: $\chi^2 = 73.408^*$ (df = 19)

*Constant only -2Log Likelihood = 415.928; final -2Log Likelihood = 342.52

Pseudo R-Square (Cox and Snell = 0.188; Nagelkerke = 0.250)

Overall Classification: 68.3%; Hosmer and Lemeshow test: 13.196 (Sig. = 0.105)

Legenda: * factores estatisticamente significativos; - variáveis de referência

Apesar de a primeira visita à Moçambique contribuir negativa e significativamente na compra de produtos agrícolas, o período de permanência do turista não apresenta esse padrão, ou seja, o número de dias que os turistas permanecem no M.I possui influência positiva e significativa na aquisição dos produtos agrícolas. Quanto maior forem os dias que os turistas permanecem no M.I, maior é a probabilidade de estes adquirirem produtos agrícolas, isto é, a probabilidade de os turistas que passam mais de um dia adquirirem produtos agrícolas aumenta em uma vez, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo.

Os tipos de estabelecimento de alojamento foram categorizados em quatro grupos, a saber: *lodges*, hotéis, casas de hóspedes e outras modalidades de alojamento. O facto de o turista alojar-se em determinado hotel localizado no M.I tem influência negativa e significativa na decisão de este adquirir produtos agrícolas. A probabilidade de o turista que se hospeda em hotéis adquirir produtos agrícola é de 0.33 se comparada a dos turistas que aderem a outras modalidades de alojamento, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo. Este resultado pode ser explicado com base na figura 3 a ser apresentada.

Da figura em alusão, se aborda que geralmente os estabelecimentos turísticos, que no caso em análise são os hotéis, como forma de cortesia fornecem produtos de origem agrícola aos turistas. Quanto ao tipo de produtos, mediante a lista dos produtos agrícolas adquiridos pelos representantes dos estabelecimentos turísticos (vide apêndice 17), infere-se que as frutas podem ser o tipo de produtos passíveis de serem fornecidas aos turistas.

Tomando-se como base a lista dos produtos agrícolas que os turistas referiram ter adquirido no município (vide apêndice 18), confirma-se que as frutas são o tipo de produtos agrícolas que é de grosso modo foi adquirido pelos turistas e que também são fornecidas pelos estabelecimentos turísticos. Em suma, esperava-se que os estabelecimentos turísticos tivessem uma contribuição negativa na compra de produtos agrícolas.

As praias da Barra, de Tofo e a área urbana do Município foram as categorias definidas para a análise da influência do local de hospedagem na decisão de o turista adquirir produtos agrícolas locais. Todos os locais mencionados possuem coeficientes positivos e significativos, ilustrando que o local de hospedagem influencia o turista a adquirir produtos agrícolas. Das observações de campo, notou-se que esses locais possuem mercados que os turistas podem adquirir produtos agrícolas locais.

A preferência do turista pelo turismo rural constitui um factor que contribui negativa e significativamente na aquisição de produtos agrícola no M.I. Deste modo, a probabilidade de um

turista favorável ao turismo rural adquirir produtos agrícola diminui em 0.51 vezes se comparada a dos que não estão interessados no turismo rural, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo.

A faixa etária dos turistas e os respectivos subgrupos, possuir nível superior de escolaridade, o objectivo da viagem ao M.I e os respectivos subgrupos, alojamento em *lodges* e alojamento em casa de hóspede constituem variáveis que possuem efeito negativo, mas estatisticamente insignificativo sobre a procura de produtos agrícolas pelos turistas que visitam o M.I. Em contrapartida, o género feminino, viajar sozinho e viajar em grupo de colegas constituem variáveis que apesar de positivamente influenciarem na compra de produtos agrícolas pelos turistas que visitam o M.I não foram estatisticamente significativas.

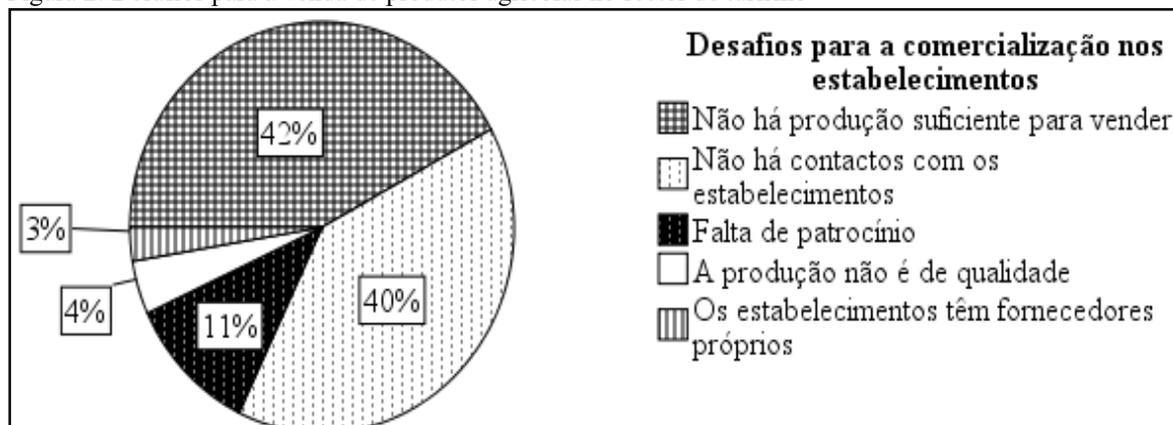
4.4.1. Desafios nas ligações indirectas entre a agricultura e o turismo no M.I

Com base nas entrevistas informais e na análise dos resultados obtidos dos questionários aplicados aos agregados familiares, representantes dos estabelecimentos turísticos e turistas, este ponto intenta abordar os desafios das ligações indirectas entre a agricultura e o turismo no M.I assim como aspectos que quando implementados podem reduzir os desafios existentes entre a actividade agrícola e a turística.

- Agregados familiares

Existem vários obstáculos evocados pelos agregados para não comercialização de seus produtos agrícolas aos estabelecimentos turísticos, a insuficiente produção agrícola, inexistência de contactos e a falta de patrocínio foram os mais destacados (figura 2).

Figura 2: Desafios para a venda de produtos agrícolas no sector de turismo



Fonte: Autor, 2018

Sobre os desafios para a venda de produtos agrícolas no sector de turismo, alguns agregados comentaram da seguinte forma:

- “*Não vendo aos restaurantes, pois a produção é menor; a machamba que tenho é pequena*” (INQ.AF-51);
- “*Não vendo nos restaurantes porque não estou habituado a estar naquele ambiente; prefiro vender no mercado*” (INQ.AF-211);
- “*Ainda não produzimos o suficiente para a venda em hotéis*” (INQ.AF-210);
- “*Temos produção, mas não sei como contactar os restaurantes*” (INQ.AF-257);

A combinação dos dados apresentados na figura 2, dos comentários dos agregados familiares e dos desafios apresentados na ligação agricultura familiar e turismo (§2.3, quadro 1) revela que factores como as condições de produção, demanda e oferta de produtos agrícolas produzidos localmente, intermediação no mercado de produtos e o papel do governo formam sinergias que incapacitam agricultores familiares a não fornecerem produtos aos estabelecimentos turísticos.

Se por um lado existem agregados familiares que mesmo possuindo produção agrícola suficiente não fornecem seus produtos aos estabelecimentos turísticos, pois não estão familiarizados com a comercialização no sector de turismo. Por outro, existe o grupo dos que, condicionados pela área de *machamba* que possuem e outros factores inerentes a produção, não produzem o suficiente para justificar a oferta de sua produção aos estabelecimentos turísticos. Nesta ordem de ideia, perspectiva-se que as associações agrícolas possam jogar papel fundamental em eliminar barreiras relacionadas com esses desafios mediante a intermediação no mercado de produtos relacionado ao sector de turismo.

- Estabelecimentos turísticos

Em relação aos estabelecimentos turísticos, destaca-se que as razões de alguns destes efectuarem a aquisição de produtos agrícolas em regiões distantes do M.I advêm dos desafios de intermediação no mercado de produtos relacionados a fraca promoção da produção local, barreiras de comunicação ou informação deficiente entre os agricultores e os representantes dos estabelecimentos turísticos e inabilidade dos agregados familiares em criar alianças comerciais com os representantes dos estabelecimentos turísticos. Por exemplo, um dos representantes do estabelecimento turístico referiu o seguinte: “*não sabemos onde estão localizados os produtores, mas eles sabem a nossa localização; deviam fazer a entrega directa dos produtos aos estabelecimentos turísticos; deviam copiar os ambulantes*” (INQ.ET- 42).

O comentário acima revela que os agricultores não têm mantido contactos com representantes dos estabelecimentos e por sua vez esses representantes têm feito o mesmo. A considerar que maior parte dos produtos agrícolas demandados pelos estabelecimentos turísticos podem ser adquiridos localmente (vide apêndice 9, 10 e 17) e que existe a União de Camponeses da Cidade

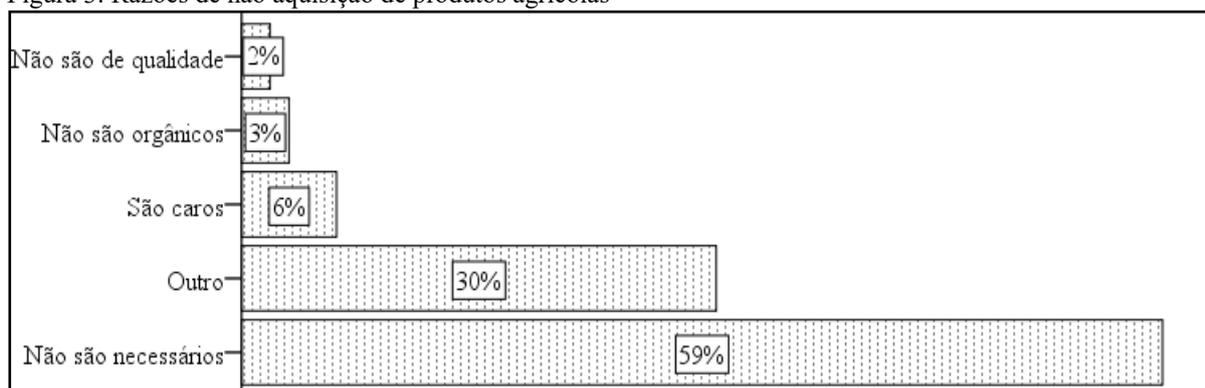
de Inhambane (UCCI) que alberga as associações agrícolas do M.I assim como a Associação de Hotelaria e Turismo da Província de Inhambane (AHTPI) que também envolve os operadores turísticos do município, perspectiva-se que estas entidades podem ser interlocutores chaves na intermediação no mercado de produtos agrícolas locais.

- Turistas

Dados na figura 3 ilustram que nenhum dos principais indicadores convencionais, tidos como responsáveis pela decisão de alguns turistas não efectuaram a aquisição de produtos agrícolas, isto é, inadequada qualidade, turistas com preferência de produtos que lhes são familiar ou importados, turistas preferem produtos baratos e turistas desconfiarem dos produtos produzidos localmente em relação aos aspectos higiene e segurança de alimentos (§2.3, quadro 1) foram os mais evidentes nas respostas dos turistas. Paradoxalmente, a não necessidade dos produtos agrícolas foi a principal razão mencionada pelos turistas para não adquirir esses produtos.

Dos inquéritos aplicados via entrevista, percebeu-se que a não necessidade de os turistas adquirirem produtos agrícolas advém de dois aspectos: (1) a viagem do turista para o M.I inclui todos os custos, isto é, a viagem é realizada na modalidade de um pacote turístico. Nesse contexto, o turista está mais interessado a adquirir lembranças nos mercados locais que adquirir produtos de origem agrícola; (2) os estabelecimentos turísticos, como estratégia de marketing, fornecem diversos produtos agrícolas aos turistas, principalmente as frutas (vide apêndice 17).

Figura 3: Razões de não aquisição de produtos agrícolas



Fonte: Autor, 2018

Tomando-se como base as razões que levam os turistas a decidir pela não aquisição de produtos e a lista dos produtos que os turistas referiram ter adquirido convém referir que os agregados devem manter contactos com os estabelecimentos turísticos com vista a estabelecer contratos de fornecimentos de produtos agrícolas, pois existe um grupo de turistas, que condicionados pela forma como organizam a viagem, não têm necessidade de demandar, pessoalmente, produtos agrícolas, pois a questão de alimentação está inclusa no pacote turístico, que é um dos

indicadores de destinos de turismo de massa. Além disso, percebe-se que os agricultores podem participar indirectamente no sector do turismo se forem a estabelecer contactos com vendedores de produtos agrícolas nos mercados próximos dos centros turísticos do município.

Sumarizam-se as relações indirectas referindo que os agregados familiares enfrentam desafios na comercialização de seus produtos no sector do turismo. Decorrente da existência de sinergias nos factores que negativamente afectam a comercialização agrícola, a oferta da produção agrícola familiar no turismo ocorre de forma não expressiva. Mesmo avançando a hipótese de os agricultores terem produção suficiente para fornecer é provável que estes ainda tenham que enfrentar dificuldades em celebrar contratos de fornecimento, pois os representantes de estabelecimentos geralmente recorrem a mercados informais para a aquisição de produtos agrícolas. Portanto, a não demanda da produção agrícola familiar, mediante a celebração de contratos de fornecimento, não é decorrente somente dos desafios sobre as condições de produção dos agregados familiares e a oferta de produtos agrícolas produzidos localmente, mas é em parte decorrente da forma como o governo incentivou o investimento turístico.

A morada próxima aos locais que possuem infra-estruturas turísticas, com destaque os restaurantes e hotéis, o grau de escolaridade, associativismo e as formas de aquisição da *machamba* constituem os principais factores que determinaram a comercialização da produção agrícola familiar nos estabelecimentos turísticos do M.I. O fornecimento de gastronomia típica aos turistas constitui o principal factor de os representantes de estabelecimentos turísticos no M.I demandarem a produção agrícola familiar. O padrão de demanda de produtos agrícolas por parte dos turistas é constituído de diversos segmentos de turistas. Se por um lado existem turistas que transportam seus respectivos produtos alimentícios ao município; há por outro, o grupo de turistas que, conseqüente da forma de organização da viagem, não adquire directamente os produtos agrícolas; e por fim existe o grupo de turistas que efectivamente demanda produtos agrícolas locais. A modelagem apresenta a viagem em família, primeira vez no destino, tempo de estada, tipo de estabelecimento de alojamento, local de hospedagem e a preferência do turista pelo turismo rural como sendo os factores para que têm mais influência na decisão de os turistas adquirem produtos agrícolas.

4.5.Ligação directa entre a actividade agrícola familiar e a turística no M.I

Considerando que actualmente nas zonas rurais existem programas e projectos de desenvolvimento, a situação sectorial e as actividades existentes nas zonas rurais não são estáticas. Nesse contexto, o turismo rural constitui uma das actividades não-agrícola pela qual,

actualmente, os agricultores podem ser integrados no sector de serviços e conseqüentemente terem, nesta actividade, uma fonte para diversificar e ou complementar a renda agrícola (§2.4).

Assim, este tópico aborda os factores que têm mais influência na preferência dos agricultores em desenvolverem o turismo rural e os factores que mais influenciam a preferência dos turistas em demandar o turismo rural, focando a relação directa que pode ser estabelecida entre a agricultura e o turismo, e nos desafios atinentes a existência do turismo rural no M.I (vide figura 1).

- **Factores que têm influência na preferência de oferta de serviços de turismo rural**

Estatísticas descritivas sobre a preferência dos agricultores familiares em desenvolverem o turismo rural estão apresentadas na tabela 14. Mediante a tabela nota-se que esta preferência não difere consideravelmente conforme o género. Sobre a questão de género na agricultura, recorda-se que são os agricultores do género feminino que mais praticam a agricultura no M.I.

Nas três faixas etárias, maior parte dos agricultores demonstraram preferência em desenvolver o turismo rural. Entretanto, a preferência é mais notória entre os agricultores adultos (25-50) representando 37.2% na amostra total. No que tange a escolaridade dos agricultores familiares, destaca-se que agregados familiares sem escolaridade formal não gostariam de desenvolver o turismo rural. Os agricultores com o ensino básico e médio são os que demonstraram maior preferência em desenvolver o turismo rural. Independentemente do associativismo, os agricultores têm preferência em desenvolver actividades de turismo rural.

Reconhecendo que actualmente nas zonas rurais existem outras actividades, além da agrícola, inqueriu-se aos agregados sobre a possibilidade de estes mudarem a actividade agrícola por outras. Mesmo tendo preferência no turismo rural, parte considerável destes agregados (73.4%) não tem preferência em deixar de praticar a agricultura familiar.

Procurou-se saber dos agricultores se estão cientes de que podem conciliar a actividade agrícola familiar com a turística; resultados indicam que parte considerável (52.3%) está ciente desse aspecto. Agregados que não estão cientes de que podem conciliar a actividade agrícola e turística foram os que também não demonstraram preferência em desenvolver o turismo rural.

As actividades que compõem o turismo são desenvolvidas por pessoas e para pessoas, este facto remete a necessidade de formação do capital humano. Mesmo que parte considerável dos agricultores não possuam alguma formação / conhecimentos no turismo rural, maior parte (56.3%) destes gostariam de desenvolver actividades de turismo rural.

Em suma, no quesito formação, importa destacar que parte considerável dos agregados no M.I não possui conhecimento formal em relação a actividade turística. Não possuir conhecimentos elementares sobre o turismo constitui um dos desafios para o desenvolvimento de iniciativas de turismo rural pelos agregados. Daí há necessidade de elaboração de programas de assistência técnica em turismo rural ou a existência de cursos de formação dos agricultores, pois pode constituir uma das estratégias a esse desafio (Giangiordano, 1997; Iorio e Corsale, 2010).

Tabela 14: Preferência do agregado de desenvolver actividades turísticas

| | | | Preferência de desenvolver turismo rural | | Total |
|---|------------|------------|--|------------|-----------|
| | | | Não | Sim | |
| Género do chefe do agregado familiar | Feminino | | 52(39.4%) | 80(60.6%) | 132(100%) |
| | | % do total | 21.3% | 32.8% | 54.1% |
| | Masculino | | 33(29.5%) | 79(70.5%) | 112(100%) |
| | | % do total | 13.5% | 32.4% | 45.9% |
| Total | | | 85(34.8%) | 159(65.2%) | 244(100%) |
| Idade do chefe do agregado familiar | [-25] | | 3(17.6%) | 14(82.4%) | 17(100%) |
| | | % do total | 1.3% | 6% | 7.3% |
| | [25-50] | | 30(25.6%) | 87(74.4%) | 117(100%) |
| | | % do total | 12.8% | 37.2% | 50% |
| | [+50] | | 49(49%) | 51(51%) | 100(100%) |
| | % do total | 20.9% | 21.8% | 42.7% | |
| Total | | | 82(35%) | 152(65%) | 234(100%) |
| Grau de escolaridade chefe do agregado familiar | Básico | | 45(38.1%) | 73(61.9%) | 118(100%) |
| | | % do total | 18.5% | 30% | 48.6% |
| | Médio | | 9(15.3%) | 50(84.7%) | 59(100%) |
| | | % do total | 3.7% | 20.6% | 24.3% |
| | Superior | | 1(33.3%) | 2(66.7%) | 3(100%) |
| | | % do total | 0.4% | 0.8% | 1.2% |
| | | | 30(47.6%) | 33(52.4%) | 63(100%) |
| | % do total | 12.3% | 13.6% | 25.9% | |
| Total | | | 85(35%) | 158(65%) | 243(100%) |
| Membro de alguma associação agrícola | Não | | 30(30.6%) | 68(69.4%) | 98(100%) |
| | | % do total | 12.8% | 29.1% | 41.9% |
| | Sim | | 51(37.5%) | 85(62.5%) | 136(100%) |
| | | % do total | 21.8% | 36.3% | 58.1% |
| Total | | | 81(34.6%) | 153(65.4%) | 234(100%) |
| Preferência de mudar a agricultura por outra actividade | Não | | 63(36.8%) | 108(63.2%) | 171(100%) |
| | | % do total | 27% | 46.4% | 73.4% |
| | Sim | | 18(29%) | 44(71%) | 62(100%) |
| | | % do total | 7.7% | 18.9% | 26.6% |
| Total | | | 81(34.8%) | 152(65.2%) | 233(100%) |
| Conhecimento de que os agricultores podem desenvolver o turismo | Não | | 64(55.7%) | 51(44.3%) | 115(100%) |
| | | % do total | 26.6% | 21.2% | 47.7% |
| | Sim | | 21(16.7%) | 105(83.3%) | 126(100%) |
| | | % do total | 8.7% | 43.6% | 52.3% |
| Total | | | 85(35.3%) | 156(64.7%) | 241(100%) |
| Recebimento de formação na área do turismo | Não | | 82(37.8%) | 135(62.2%) | 217(100%) |
| | | % do total | 34.2% | 56.3% | 90.4% |
| | Sim | | 2(8.7%) | 21(91.3%) | 23(100%) |
| | | % do total | 0.8% | 8.8% | 9.6% |
| Total | | | 84(35%) | 156(65%) | 240(100%) |
| Existência de casa para hóspedes | Não | | 82(42.1%) | 113(57.9%) | 195(100%) |
| | | % do total | 33.9% | 46.7% | 80.6% |
| | Sim | | 3(6.4%) | 44(93.6%) | 47(100%) |
| | | % do total | 1.2% | 18.2% | 19.4% |
| Total | | | 85(35.1%) | 157(64.9%) | 242(100%) |

Fonte: Autor, 2018

O turismo é decorrente da existência de no mínimo um quarteto de actividades ou serviços interdependentes, nomeadamente: (1) transporte, pois há necessidade de o turista deslocar-se para e no local visitado; (2) alimentação, o turismo é praticado por humanos, daí surge a perspectiva social desta actividade e sendo assim, os turistas possuem necessidades fisiológicas, destas a alimentação é a mais elementar; (3) objectivo de viagem do turista, este estará resplandecido nas actividades que o turista for a praticar na região visitada; (4) alojamento, apesar de actualmente existirem segmentos turísticos que possuem o respectivo alojamento na região visitada, como é o caso das casas de férias, existem ainda turistas que necessitam de serviços de acomodação.

No aspecto alimentação e não subvertendo o papel que esta possui em satisfazer as necessidades básicas, há que considerar que também constitui um factor de identidade cultural de determinado território. Desta pesquisa foram identificados aproximadamente 19 pratos típicos (vide apêndice 19). Assim, perspectiva-se, com base na quantidade desses pratos, que a gastronomia típica poderia constituir um cartão-de-visita do turismo rural no M.I.

No concernente ao alojamento, evidencia-se que maior parte dos agricultores (80.6%) não possui casa para acomodar hóspedes e este pode constituir um dos aspectos para não preferirem desenvolver o turismo rural. Entretanto, existem agregados que mesmo não possuindo casas para acomodar hóspedes mostraram preferência em desenvolver actividades de turismo rural.

O facto de maior parte dos agregados familiares ter referido que não possui espaço de alojamento pode por em causa a perspectiva destes agregados de participarem no turismo, pois o alojamento constitui elemento básico para a existência de iniciativas de turismo rural (Iorio e Corsale, 2010). Mas, dependendo do segmento de turistas rurais, há mecanismos de os agregados familiares poderem integrar no turismo, mesmo sem possuir locais para hospedar turistas. Tem-se o exemplo dos acampamentos em tendas assim como as caravanas que os próprios turistas levam ao destino; o desafio passa por desenhar e implementar estratégias de marketing que possam atrair este tipo de segmento para o M.I e por sensibilizar os agregados a identificarem espaços nas propriedades para a implantação de *campings* ou ainda para a construção de unidades de alojamento típicas do turismo rural.

Nas visitas de campo, observou-se que há um role de actividades que os agricultores desenvolvem e que os turistas, possivelmente, podem participar e/ou praticar na perspectiva do turismo rural. Estas incluem a tecelagem de *macute*, esteiras, peneiras e cestos; demanda de produtos agrícolas frescos; degustação de bebidas alcoólicas e não alcoólicas típicas do município; participação na confecção de pratos típicos, na preparação da tapioca; participar do

plantio e colheita de produtos agrícolas, como é o caso de amendoim, mandioca, milho entre outras actividades distintivas das zonas rurais (vide apêndice 20). Portanto, pode-se referir que no M.I existem recursos endógenos e há condições para a multifuncionalidade da zona rural e a pluriactividade dos agricultores familiares. Ademais, esses recursos permitirão ao turista: (1) contemplar; (2) participar de alguma actividade rural; e (3) assim como comprar algo relacionado a essas zonas (Gopal *et al.*, 2008; Mihailovic e Moric, 2012).

Ideias que constam de algumas pesquisas sobre o turismo no M.I (Azevedo *et al.*, 2013; Maxlhaieie e Castrogiovanni, 2014) espelham a existência de iniciativas isoladas de turismo rural, que decorrem da fraca oferta de estabelecimentos de alojamento a preços competitivos e da necessidade de complementar as actividades do turismo convencional. Portanto, o turismo rural no M.I, além de resultar dos factores de demanda, está na sua fase primitiva, pois ainda complementa as formas de turismo baseadas em segmentos de massas. Neste município, o turismo rural ainda não está desenvolvido de tal forma que possa atrair seus respectivos segmentos, isto é, turistas rurais; turismo rural é mais que fornecer aos turistas infra-estrutura de habitação familiar como meio de alojamento.

Apesar de ter-se referido que o turismo rural pode constituir uma alternativa de os agricultores serem integrados no sector de serviços e complementarem a renda agrícola, e considerando que maior parte dos agregados mostrou preferência em conciliar a agricultura e o turismo, em termos inferenciais, não se sabe que factores poderiam ter influenciado os agregados a demonstrar essa preferência em desenvolver o turismo rural e que possam ser generalizados. Nesse sentido, dados que constam na tabela 15 auxiliam a determinar os factores que significativamente influenciam a decisão do agricultor familiar de participar como fornecedor de serviços relacionados ao turismo rural. Para modelar a preferência do agricultor em desenvolver turismo rural foram seleccionadas 9 variáveis categóricas (vide apêndice 21).

O factor chefe de agregado estar na faixa etária entre 25 e 50 anos exerce influência positiva e significativa na preferência dos agregados em desenvolver o turismo rural. Deste modo, a probabilidade de determinado agregado familiar que possui o chefe de agregado na faixa etária entre 25 e 50 estar favorável a desenvolver o turismo rural aumenta em cerca de 2.47 vezes se comparada a das famílias que os respectivos chefes de agregado possuem mais de 50 anos, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo.

Possuir o nível médio de escolaridade têm influência positiva e significativa em o agricultor optar por uma decisão positiva em relação ao turismo rural. Portanto, a probabilidade de o agregado que possui o chefe de familiar com nível médio desenvolver actividade de turismo

rural aumenta em cerca de 5 vezes se comparada a dos chefes sem escolaridade formal, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo.

O conhecimento de que os agricultores podem desenvolver o turismo tem influência positiva e significativa sobre o desenvolvimento do turismo rural. Nesse contexto, a probabilidade de determinado agregado saber da possibilidade de desenvolver o turismo e de facto preferir desenvolver a actividade turística aumenta em cerca de 5.59 vezes se comparada a do agregado que não possui esse conhecimento, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo.

Tabela 15: Resultados do modelo de regressão logística binária

| Desenvolvimento de iniciativas de turismo rural | B | S.E. | Wald | Sig. | Exp(B) |
|--|--------|-------|--------|--------|--------|
| Constant | -0.995 | 0.804 | 1.532 | 0.216 | 0.370 |
| Género do CAF (1 masculino; 0 feminino) | 0.029 | 0.427 | 0.005 | 0.945 | 1.030 |
| Idade do CAF | | | 5.556 | 0.062 | |
| [<25] | 0.381 | 0.891 | 0.182 | 0.669 | 1.463 |
| [25-50] | 0.905 | 0.388 | 5.442 | 0.020* | 2.472 |
| [>50] | - | - | - | - | - |
| Grau de escolaridade do CAF | | | 6.222 | 0.045* | |
| Básico | 0.582 | 0.430 | 1.832 | 0.176 | 1.790 |
| Médio | 1.651 | 0.662 | 6.217 | 0.013* | 5.213 |
| Sem escolaridade | - | - | - | - | - |
| Anos a praticar a agricultura | | | 1.127 | 0.569 | |
| [1-5] | 0.350 | 0.879 | 0.158 | 0.691 | 1.419 |
| [5-10] | -0.335 | 0.573 | 0.342 | 0.559 | 0.715 |
| [>10] | - | - | - | - | - |
| Membro de associação agrícola (1 sim; 0 não) | -0.453 | 0.430 | 1.110 | 0.292 | 0.636 |
| Preferência de mudar a agricultura (1 não; 0 sim) | -0.108 | 0.454 | 0.057 | 0.811 | 0.897 |
| Conhecimento de que os agricultores podem desenvolver o turismo (1 sim; 0 não) | 1.721 | 0.375 | 21.052 | 0.000* | 5.589 |
| Formação na área do turismo (1 sim; 0 não) | 0.690 | 0.849 | 0.662 | 0.416 | 1.995 |
| Existência de casa para hóspedes (1 sim; 0 não) | 2.113 | 0.698 | 9.174 | 0.002* | 8.272 |

Likelihood ratio tests: $\chi^2 = 82.234^*$ (df = 12)

*Constant only -2Log Likelihood = 282.552; final -2Log Likelihood = 200.218

Pseudo R-Square (Cox and Snell = 0.317; Nagelkerke = 0.434)

Overall Classification: 79.2%; Hosmer and Lemeshow test: 11.436 (sig. = 0.178)

Legenda: * factores estatisticamente significativos; - variáveis de referência

A posse de habitação para hóspedes exerce influência positiva e significativa na decisão dos agregados em desenvolver actividades do turismo rural. Assim, a probabilidade de os agregados que possuem alojamento para hóspedes desenvolverem o turismo rural aumenta em cerca de 8 vezes se comparada a dos agregados que não possuem casa para alojar hóspedes, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo.

Em relação ao modelo, importa referir que o género do chefe da família, possuir a idade menor a 25 anos, nível básico de escolaridade, possuir não mais de 5 anos a praticar a agricultura, possuir formação na área de turismo constituem variáveis com efeito positivo, mas não estatisticamente significativo para o desenvolvimento de turismo rural pelos agricultores familiares. Em contrapartida, possuir entre 5 e 10 anos a praticar a agricultura, ser membro de uma associação

agrícola e não possuir preferência de mudar a agricultura por outras actividades exercem um efeito negativo, mas estatisticamente insignificante para o desenvolvimento de turismo rural.

- **Factores que têm influência na preferência de demanda de serviços de turismo rural**

Não basta que os agregados mostrem preferência a se envolver em actividades de turismo se em contrapartida no mercado turístico não existem segmentos que possam demandar o turismo rural.

Com vista a analisar a existência de segmentos turísticos que têm preferência por actividades de turismo rural na demanda turística actual, seleccionou-se o alojamento, que no caso vertente constitui o estabelecimento rural. A selecção deste elemento, que faz parte do quarteto turístico, foi influenciada por três razões: (1) o alojamento rural constitui um elemento identitário da comunidade e conseqüentemente pode ser integrado na experiência turística rural; (2) a existência de dados sobre a preferência dos turistas por estabelecimento rural permitirá o cruzamento com os dados referentes a existência de casa de hóspedes; e (3) em termos geográficos, o estabelecimento/casa de hóspedes é uma componente com localização física no território. Nesse sentido, os outros elementos do quarteto podem ser integrados mediante o estabelecimento rural.

Com base em três categorias, não, sim e talvez, inquiriu-se aos turistas a preferência de se alojarem em um estabelecimento de turismo rural no M.I (tabela 16).

Em geral, dados evidenciam que a preferência por turismo rural não difere sobejamente conforme o género. Considera-se que a faixa etária dos turistas constitui um indicador para a participação destes em determinadas actividades no destino. Por exemplo, turistas com idade compreendida entre 18 aos 50 anos podem facilmente participar de actividades turísticas que demandam maior energia que aos turistas com mais de 50 anos. Nesse contexto, na tabela 16 visualiza-se que turistas com a idade entre 25 e 50 anos (24.5%) mostraram maior preferência no turismo rural. Esses dados condizem com os resultados da pesquisa sobre o perfil dos turistas rurais na Áustria; refere-se que maior parte dos turistas que participaram de actividade do rural possuíam a idade entre 31 e 49 anos (Fleischer e Pizam, 1997).

Turistas que visitam o M.I possuem vários níveis de educação. Desde o nível básico até o superior existem turistas que estão interessados em actividades de turismo rural. Apesar disso, importa destacar que turistas com o nível superior como destacado em alguns estudos (Fleischer e Pizam, 1997; Caballé, 1999; Pinto, 2011) foram os que manifestaram maior interesse (31.7%) no turismo rural.

Tabela 16: Caracterização dos turistas em relação a preferência pelo turismo rural

| | | | Gostaria de estar em um estabelecimento rural no Município de Inhambane | | | |
|--|-----------|------------|--|------------|------------|-----------|
| | | | Não | Sim | Talvez | Total |
| Gênero | Masculino | % do total | 26(15.9%) | 58(35.4%) | 80(48.8%) | 164(100%) |
| | | | 6.7% | 15% | 20.7% | 42.5% |
| | Feminino | % do total | 28(12.6%) | 84(37.8%) | 110(49.5%) | 222(100%) |
| | | | 7.3% | 21.8% | 28.5% | 57.5% |
| | Total | | 54(14%) | 142(36.8%) | 190(49.2%) | 386(100%) |
| Idade | [-25] | % do total | 9(9.9%) | 29(31.9%) | 53(58.2%) | 91(100%) |
| | | | 2.4% | 7.7% | 14% | 24% |
| | [25-50] | % do total | 30(13%) | 93(40.3%) | 108(46.8%) | 231(100%) |
| | | | 7.9% | 24.5% | 28.5% | 60.9% |
| | [+50] | % do total | 13(22.8%) | 17(29.8%) | 27(47.4%) | 57(100%) |
| | | | 3.4% | 4.5% | 7.1% | 15% |
| | Total | | 52(13.7%) | 139(36.7%) | 188(49.6%) | 379(100%) |
| Grau de escolaridade | Básico | % do total | 0(0%) | 1(20%) | 4(80%) | 5(100%) |
| | | | 0% | 0.3% | 1% | 1.3% |
| | Médio | % do total | 11(15.7%) | 18(25.7%) | 41(58.6%) | 70(100%) |
| | | | 2.9% | 4.7% | 10.7% | 18.3% |
| | Superior | % do total | 42(13.8%) | 121(39.8%) | 141(46.4%) | 304(100%) |
| | | 11% | 31.7% | 36.9% | 79.6% | |
| | Outra | % do total | 1(33.3%) | 0(0%) | 2(66.7%) | 3(100%) |
| | | | 0.3% | 0% | 0.5% | 0.8% |
| | Total | | 54(14.1%) | 140(36.6%) | 188(49.2%) | 382(100%) |
| Primeira visita a Moçambique | Não | % do total | 19(15.8%) | 45(37.5%) | 56(46.7%) | 120(100%) |
| | | | 4.9% | 11.7% | 14.6% | 31.3% |
| | Sim | % do total | 34(12.9%) | 96(36.4%) | 134(50.8%) | 264(100%) |
| | | | 8.9% | 25% | 34.9% | 68.8% |
| | Total | | 53(13.8%) | 141(36.7%) | 190(49.5%) | 384(100%) |
| Número de pessoas na viagem | [2-4] | % do total | 23(10.5%) | 81(37%) | 115(52.5%) | 219(100%) |
| | | | 7.8% | 27.5% | 39% | 74.2% |
| | [4-6] | % do total | 6(16.7%) | 8(22.2%) | 22(61.1%) | 36(100%) |
| | | | 2% | 2.7% | 7.5% | 12.2% |
| | [+6] | % do total | 11(27.5%) | 11(27.5%) | 18(45%) | 40(100%) |
| | | | 3.7% | 3.7% | 6.1% | 13.6% |
| | Total | | 40(13.6%) | 100(33.9%) | 155(52.5%) | 295(100%) |
| Local de hospedagem | Tofo | % do total | 25(11.9%) | 80(38.1%) | 105(50%) | 210(100%) |
| | | | 6.5% | 20.8% | 27.3% | 54.5% |
| | Barra | % do total | 10(17.9%) | 17(30.4%) | 29(51.8%) | 56(100%) |
| | | | 2.6% | 4.4% | 7.5% | 14.5% |
| | Tofinho | % do total | 2(11.8%) | 4(23.5%) | 11(64.7%) | 17(100%) |
| | | | 0.5% | 1% | 2.9% | 4.4% |
| | Rocha | % do total | 0(0%) | 0(0%) | 3(100%) | 3(100%) |
| | | 0% | 0% | 0.8% | 0.8% | |
| | C. I'bane | % do total | 4(20%) | 11(55%) | 5(25%) | 20(100%) |
| | | | 1% | 2.9% | 1.3% | 5.2% |
| | Outro | % do total | 13(16.5%) | 29(36.7%) | 37(46.8%) | 79(100%) |
| | | | 3.4% | 7.5% | 9.6% | 20.5% |
| | Total | | 54(14%) | 141(36.6%) | 190(49.4%) | 385(100%) |
| Compra de produtos agrícolas locais | Não | % do total | 30(15.5%) | 60(30.9%) | 104(53.6%) | 194(100%) |
| | | | 7.8% | 15.5% | 26.9% | 50.3% |
| | Sim | % do total | 24(12.5%) | 82(42.7%) | 86(44.8%) | 192(100%) |
| | | | 6.2% | 21.2% | 22.3% | 49.7% |
| | Total | | 54(14%) | 142(36.8%) | 190(49.2%) | 386(100%) |
| Satisfação em relação ao turismo desenvolvido no M.I | Não | % do total | 14(17.7%) | 28(35.4%) | 37(46.8%) | 79(100%) |
| | | | 3.7% | 7.5% | 9.9% | 21.1% |
| | Sim | % do total | 40(13.5%) | 107(36.1%) | 149(50.3%) | 296(100%) |
| | | | 10.7% | 28.5% | 39.7% | 78.9% |
| | Total | | 54(14.4%) | 135(36%) | 186(49.6%) | 375(100%) |

Fonte: Autor, 2018

Pressupõe-se *a priori* que dependendo dos motivos de viagem, da idade, das expectativas e da forma pelo qual o turista tem conhecimento do destino, a primeira vez do turista no destino pode constituir o marco de decisão sobre o retorno ou não ao destino visitado. Dos dados, percebe-se que repetir a viagem tende a constituir um aspecto que contribui para o turista tomar a decisão atinente a sua participação de actividades de turismo rural.

Em relação a quantidade de pessoas na viagem, nota-se que o número dos turistas na viagem pouco evidencia sobre a preferência ou não de estes participarem de actividades de turismo rural. Apesar disso, importa referir que turistas que viajam em um grupo não superior a 4 pessoas e turistas que viajam em um grupo com mais de 6 pessoas constituem os segmentos dos turistas que mais mostraram preferência em praticar o turismo rural.

A preferência do turista pelo estabelecimento rural difere em termos dos locais de hospedagem, pois mesmo havendo turistas que não gostariam de participar de actividades de turismo rural em quase todos os locais de hospedagem, maior parte dos turistas mostrou preferência de participar em actividades de turismo rural. Em geral, afere-se que o local de hospedagem pode ter influência na decisão de o turista participar de actividades de turismo rural.

A compra de produtos agrícolas locais pelos turistas e a preferência do turista pelo turismo rural demonstra que a maioria (21.3%) dos turistas que gostariam de experienciar um estabelecimento rural é constituída pelos que referiram ter adquirido produtos agrícolas. Nesse sentido, turistas que adquirem produtos agrícolas são mais favoráveis de praticarem actividades de turismo rural em relação aos que não demandam os produtos agrícolas. Em suma, refere-se que do grupo de turistas que gostariam de praticar o turismo rural, maior parte destes (28.5%) estão satisfeitos pela forma com o turismo é desenvolvido no M.I.

Na tabela 17 faz-se a apresentação e interpretação dos resultados da regressão logística. De referir que nove variáveis categóricas (vide apêndice 22) foram essenciais neste processo. Tratando-se de uma regressão logística multinominal, a interpretação da mesma é feita de forma separada como a seguir é destacado.

Tabela 17: Resultados do modelo sobre a preferência de o turista praticar o turismo rural

| Preferência de praticar o turismo rural | | | Sim | | | Talvez | | |
|--|--------------|--|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | | | B | Sig. | Exp(B) | B | Sig. | Exp(B) |
| <i>Intercept</i> | | | -2.939 | 0.003 | | -0.571 | 0.496 | |
| Gênero do turista | Feminino | | 0.402 | 0.250 | 1.494 | 0.245 | 0.456 | 1.278 |
| | Masculino | | - | - | - | - | - | - |
| Faixa etária do turista | [<25] | | 1.199 | 0.042* | 3.317 | 1.089 | 0.040* | 2.970 |
| | [25-50] | | 1.078 | 0.025* | 2.938 | 0.650 | 0.128 | 1.916 |
| | [>50] | | - | - | - | - | - | - |
| Compra de produtos agrícolas locais | Sim | | 0.892 | 0.015* | 2.440 | 0.138 | 0.691 | 1.147 |
| | Não | | - | - | - | - | - | - |
| Primeira visita a Moçambique | Sim | | 0.278 | 0.482 | 1.321 | 0.095 | 0.798 | 1.099 |
| | Não | | - | - | - | - | - | - |
| Número de pessoas na viagem | [1] | | 1.324 | 0.029* | 3.759 | 0.658 | 0.236 | 1.930 |
| | [2-4] | | 1.552 | 0.003* | 4.722 | 1.183 | 0.011* | 3.264 |
| | [4-6] | | 0.384 | 0.615 | 1.469 | 0.890 | 0.164 | 2.435 |
| | [>6] | | - | - | - | - | - | - |
| Grau de escolaridade dos turistas | Superior | | 0.705 | 0.132 | 2.023 | -0.085 | 0.836 | 0.918 |
| | Médio | | - | - | - | - | - | - |
| Satisfação em relação ao turismo desenvolvido no M.I | Sim | | 0.355 | 0.400 | 1.426 | 0.055 | 0.889 | 1.056 |
| | Não | | - | - | - | - | - | - |
| | Barra | | -0.122 | 0.833 | 0.885 | -0.128 | 0.811 | 0.880 |
| Local de hospedagem | Tofo | | 0.007 | 0.988 | 1.007 | 0.279 | 0.513 | 1.322 |
| | C. Inhambane | | 0.373 | 0.661 | 1.452 | -0.576 | 0.511 | 0.562 |
| | Outro | | - | - | - | - | - | - |

Likelihood Ratio tests: $\chi^2 = 43.968^*$ (df = 26);

Constant only -2Log Likelihood = 538.292; final -2Log Likelihood = 494.325

Pearson = 402.202 (Sig. = 0.135); Deviance = 408.058 (Sig. = 0.096);

Pseudo R-Square (Cox and Snell = 0.115; Nagelkerke = 0.133; McFadden = 0.062); Overall Classification: 56.2%;

Legenda: * factores estatisticamente significativos; - variáveis de referência

Interpretação dos resultados dos turistas favoráveis ao turismo rural

Mediante os resultados que constam na tabela 17, é plausível referir que existe uma relação positiva e significativa de os turistas que possuem a idade menor de 25 anos e dos 25 aos 50 anos estarem favoráveis a hospedar-se em um estabelecimento de turismo rural no M.I se comparados aos turistas com mais de 50 anos, mantendo-se constante as restantes variáveis do modelo. Assim, infere-se que comparado o grupo de turistas com a idade superior a 50 anos, o grupo de turistas com a idade menor de 25 anos aumenta a probabilidade de estar favorável ao turismo rural em cerca de 3 vezes, controlando as restantes variáveis. No caso do grupo dos turistas que possuem a idade entre 25 e 50 anos, a probabilidade de preferir estabelecimento de turismo rural aumenta em cerca de 2.94 vezes, mantendo as restantes variáveis constantes.

A aquisição de produtos agrícolas locais influencia positiva e significativamente a preferência de o turista estar em um estabelecimento de turismo rural em comparação ao turista que não demanda produtos agrícolas, mantendo-se constante as restantes variáveis. Em suma, a compra de produtos agrícolas locais aumenta a probabilidade de os turistas estarem a favor do turismo rural em cerca de 2 vezes em relação aos turistas que não adquirem esses produtos, mantendo constante as restantes variáveis do modelo.

Resultados da regressão logística evidenciam que viajar sozinho, em comparação com os turistas que viajam em grupo que possui mais de 6 pessoas, aumenta a probabilidade de o turista preferir actividades de turismo rural em cerca de 3.76 vezes, mantendo-se constante as restantes variáveis.

Interpretação dos resultados dos turistas indecisos ao turismo rural

Pertencer ao grupo de turistas com a idade menor de 25 anos aumenta a probabilidade de indecisão sobre o turismo rural em cerca de 2.97 vezes comparado ao grupo de turistas com a idade maior de 50 anos, mantendo-se constante as restantes variáveis.

Em relação a variável número de turistas na viagem, vinca-se viajar em grupo de 2 a 3 também tem influência positiva e significativa na indecisão sobre a hospedagem em um estabelecimento de turismo rural. Nesse contexto, a probabilidade de turistas que viajam neste tipo de grupos mostrarem indecisão sobre o turismo rural aumenta em cerca de três vezes comparando-se a categoria de turistas que viajam em grupos com mais de seis membros, mantendo-se constante as restantes variáveis.

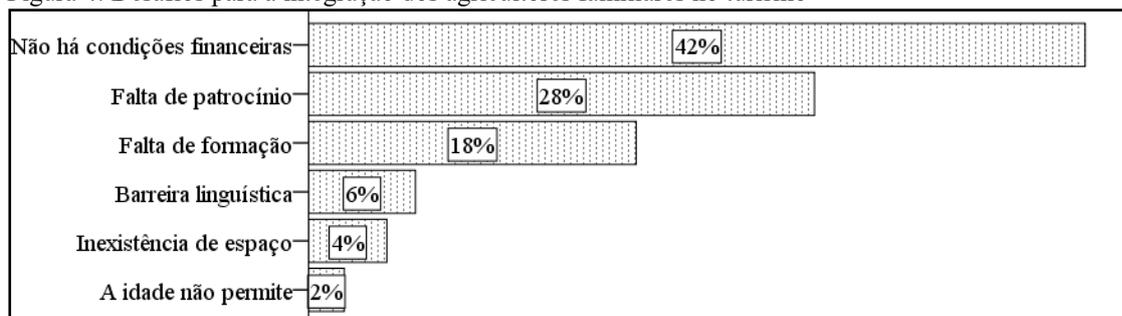
Da análise feita evidencia-se que entre os turistas que actualmente visitam o M.I por vários objectivos, o lazer é o principal. Notou-se a partir das estatísticas descritivas assim como da modelagem logística que existem segmentos de turistas que têm preferência em participar das actividades de turismo rural. Nesse sentido, turistas rurais geralmente têm a idade entre 25 e 50 anos, possuem alto grau de escolaridade, viajam sozinhos assim como em grupos de até quatro pessoas e geralmente demandam produtos locais.

Do cruzamento dos dados sobre a preferência dos turistas em participar de actividades de turismo rural e os referentes a preferência dos agregados familiares em desenvolver o turismo rural, suma-se que os agricultores familiares têm oportunidade de mercado em caso de possuírem iniciativas de turismo rural, pois no movimento turístico que o município recebe existem turistas que têm preferência em praticar o turismo rural.

4.5.1. Desafios na ligação directa entre a agricultura e o turismo no M.I

Similarmente à oferta de produtos agrícolas aos estabelecimentos turísticos, existem também desafios atinentes a integração dos agregados nas actividades turísticas. A figura 4 ilustra que essa integração é influenciada, negativamente, por factores que vão desde a falta de recursos financeiros, patrocínio, formação, barreira linguística, inexistência de espaço e a idade do chefe do agregado familiar.

Figura 4: Desafios para a integração dos agricultores familiares no turismo



Fonte: Autor, 2018

Em relação à falta de patrocínio convém destacar o comentário de um dos agregados familiar que referiu o seguinte: “*não quero receber mais turistas na minha casa, pois tentei fazer isso uma vez mas paguei muitas ao município, por deixar eles dormirem aqui*” (INQ.AF-77).

No que concerne à barreira linguística, evidencia-se uma percepção errónea, no seio dos agricultores, de quem é o turista. Percebeu-se, mediante as entrevistas informais, que alguns agregados consideram turista tão-somente os estrangeiros, ou seja, turistas internacionais. Nesse contexto, os agricultores referiram da dificuldade de comunicarem na língua inglesa e consequentemente é desafiante manter uma interação que vai além da perspectiva económica.

Este facto pode estar relacionado a dois factores, nomeadamente: (1) fraca ou quase inexistência de “extensão turística” que se resplende no fraco conhecimento formal sobre a actividade turística e a possibilidade de envolvimento dos agricultores nesta actividade; (2) políticas públicas com perspectivas *top down*, pois essas políticas estão mais focadas em atrair turistas e investimentos externos ao país. Há uma abordagem fraca do turismo doméstico, este aspecto pode estar relacionado com a conjuntura económica e social do país, que promove esse modelo em várias áreas económicas.

No M.I existem iniciativas incipientes de turismo rural que são caracterizáveis de serem informais, influenciadas por factores de demanda e estarem mais direccionadas ao alojamento rural. Numa perspectiva holística, essas iniciativas deviam englobar aspectos atinentes a vida das comunidades rurais, pois o município possui recursos endógenos que podem ser convertidos como produto turístico de turismo rural para a melhoria do padrão de vida dos agricultores e constituírem um mecanismo para o desenvolvimento rural de forma endógena.

O facto de actualmente o turismo rural no M.I estar a ser fomentado por factores de demanda, existirem agricultores familiares em regime de pluriactividade, ocorrer a multifuncionalidade na zona rural e existirem recursos endógenos não deve constituir justificativa de que os elementos constituintes do turismo rural, por osmose ou por algo milagroso, serão aglutinados pelos

agregados numa perspectiva de desenvolvimento endógeno, sem que, no entanto, esses agricultores sejam apoiados. Em outras palavras, é pouco provável que ocorram iniciativas sustentáveis de turismo rural por parte dos agricultores sem esses terem acesso a programas de assistência técnica, cursos de formação, mecanismo de financiamento, envolvimento de outros actores que intentam auxiliá-los a desenvolver esta modalidade de turismo. Portanto, vinca-se, por último, o papel que o governo deve desempenhar na materialização de iniciativas de turismo rural no M.I.

CAPÍTULO V: CONCLUSÃO

5.1. Conclusões

Esta pesquisa analisou a actividade agrícola familiar e o turismo no M.I, focando nas relações que essas actividades podem possuir nas zonas rurais e nos desafios que sobrevêm para essas relações. Ao longo deste trabalho, abordou-se diferentes formas pelas quais a agricultura e o turismo podem ser combinadas para melhorar o padrão de vida dos agricultores familiares. Portanto, seguindo a ordem dos objectivos propostos traça-se as seguintes conclusões:

- **Na caracterização da agricultura familiar no município de Inhambane**

Nas zonas rurais do M.I os agregados ainda têm através da actividade agrícola a autonomia de garantir os meios de sustentação de seus integrantes. Embora ainda persistem desafios relacionados ao acesso aos meios básicos de produção, particularmente a terra assim como recursos financeiros para investimento na agricultura, alguns agregados têm superado esses desafios através das redes sociais existentes nas zonas rurais, principalmente o associativismo.

- **Nos factores fundamentais para a oferta e demanda de produtos agrícolas no turismo**

Nesta pesquisa, abordou-se quatro relações que podem ser estabelecidas entre a agricultura familiar e o turismo e as dinâmicas que essas relações possuem no desenvolvimento das zonas rurais. No M.I a ligação indirecta é caracterizada pelo facto de a actividade turística constituir uma alternativa de mercado de produtos agrícolas. O desmembramento da ligação indirecta resulta em três dimensões. A primeira envolve os agricultores familiares e os estabelecimentos turísticos. A segunda integra os estabelecimentos turísticos e os turistas, e por último a terceira dimensão é caracterizada de possuir os turistas e os agregados familiares.

Da ligação agricultores familiares e os estabelecimentos turísticos, entende-se que apesar de parte considerável dos estabelecimentos turísticos serem *lodges* do tipo *self-catering* que estão associados ao investimento directo estrangeiro no turismo e geralmente dispensarem a existência de fornecedores, no M.I, existem representantes de estabelecimentos turísticos que demandam a produção agrícola familiar. Em geral, esta ligação é caracterizada pela informalidade na comercialização dos produtos agrícolas e pelos desafios associados a produção agrícola familiar. Estas características são mecanismos para que aproximadamente 86% dos agricultores familiares não forneçam seus produtos aos estabelecimentos turísticos. Portanto, a oferta da produção agrícola familiar aos estabelecimentos turísticos ocorre de forma não expressiva. Por último,

afere-se que a proximidade dos agregados aos destinos turísticos, grau de escolaridade, associativismo, e as formas de aquisição da *machamba* sejam os factores decisivos para alguns agricultores terem a possibilidade de fornecer a produção nos estabelecimentos turísticos.

Sobre a segunda dimensão conclui-se que existem representantes de estabelecimentos turísticos que fornecem produtos agrícolas assim como gastronomia típica do M.I aos turistas constituindo, conseqüentemente, um factor fundamental nesta dimensão e uma forma de estimular a produção agrícola dos agregados familiares.

Da comercialização agrícola e do padrão de demanda dos turistas no M.I, representando a terceira dimensão, deduz-se que existem três tipos de turistas. Há turistas que transportam produtos agrícolas ao município, existe o grupo dos que compram produtos agrícolas nos mercados locais e os que não demandam esses produtos nos mercados locais. Os primeiros dois grupos estão relacionados ao *self-catering* e o último é referente aos turistas que geralmente visitam o município tendo o aspecto alimentação incluído no pacote turístico ou os estabelecimentos fornecem esses produtos e conseqüentemente estes visitantes não têm a necessidade de adquirirem, pessoalmente, produtos agrícolas. Em relação ao grupo de turistas que demanda pessoalmente os produtos agrícolas, afere-se, mediante a modelagem logística, que a viagem em família, primeira vez no destino, tempo de estada, tipo de estabelecimento de alojamento no caso vertente o hotel, local de hospedagem assim como a preferência do turista pela prática do turismo rural constituem factores que podem influenciar a decisão de os turistas demandarem produtos agrícolas no M.I.

- **Na descrição dos segmentos da oferta e demanda de turismo rural**

A agricultura familiar pode existir sem depender do turismo, o contrário também é passível de ocorrer nas zonas rurais, representando uma relação passiva sobre o mesmo território. Entretanto, qualquer tentativa de desenvolver iniciativas de turismo rural deve, necessariamente, incluir os agregados, do contrário ter-se-á outro tipo de turismo que efectivamente não é o rural. Assim, vislumbra-se que além da oferta de produtos agrícolas aos estabelecimentos turísticos, uma das alternativas de os agricultores participarem do mercado turístico no M.I é através do desenvolvimento de actividades que respondem as necessidades da demanda turística actual, por meio do turismo rural, que representa uma ligação directa entre a agricultura familiar e o turismo.

Nesse sentido, o M.I possui agregados familiares que têm preferência em desenvolver o turismo rural. Assim, possuir infra-estrutura para acolher os hóspedes, ou seja, estabelecimento rural, ter conhecimentos sobre a possibilidade dos agricultores familiares desenvolverem iniciativas de

turismo rural, ter no mínimo o nível médio de escolaridade, e estar na faixa etária de um adulto pressupõe-se que sejam as características que descrevem os chefes de agregados familiares que geralmente têm preferência em desenvolver iniciativas de turismo rural no município de Inhambane. Na vertente da demanda, turistas rurais geralmente têm a idade entre 25 e 50 anos, possuem alto grau de escolaridade, viajam sozinhos assim como em grupos de até quatro pessoas e em geral demanda produtos locais, que incluem os agrícolas.

- **Nos desafios nas ligações entre a agricultura familiar e turismo**

A pesquisa evidenciou que em cada ligação que existe entre a agricultura familiar e turismo sempre existem desafios. A influência destes na actividade turística ou agrícola vai depender da dimensão de análise. Da análise da ligação directa assevera-se que apesar de alguns agregados terem desenvolvido iniciativas de turismo rural e parte considerável ter manifestado preferência em desenvolver esta actividade, estes enfrentam desafios relacionados a falta de conhecimento sobre o turismo, barreiras linguísticas, inexistência de apoio do governo relacionado ao fomento do turismo rural, entre outros. Nesse contexto, no M.I a relação entre o turismo e a agricultura familiar é caracterizada por ser indirecta e estar associada a vários factores em todas as dimensões da relação indirecta.

Dos vários desafios que devem ser superados para a existência de uma relação indirecta entre a agricultura familiar e turismo, no caso de M.I, conclui-se que os aspectos relacionados a intermediação no mercado de produtos são os prioritários. Deste desafio, resulta que aproximadamente 73% de agricultores que referiram comercializar a produção, somente 14% fornece seus produtos aos estabelecimentos turísticos. Nesse sentido, a superação dos desafios de intermediação através do associativismo entre os agricultores constitui um dos factores preponderantes para estes fornecerem a produção no sector do turismo.

O fornecimento de pratos típicos aos turistas constitui um aspecto essencial e não só, para a demanda da produção agrícola familiar. Assim, os estabelecimentos turísticos têm o potencial de constituírem alternativa de mercado para a produção agrícola familiar, entretanto a informalidade atrelada a barreiras na comunicação, ineficiência das instituições que poderiam ser intermediárias neste processo entre outros desafios subjuga a oportunidade dos agricultores familiares serem fornecedores de produtos agrícolas aos estabelecimentos turísticos, conseqüentemente as vantagens directas e mútuas entre essas actividades, que imprimem suas respectivas dinâmicas na economia do M.I, não são maximizadas.

Em suma, no M.I ocorrem ligações entre a agricultura familiar e o turismo, entretanto, das quatro ligações a indirecta é mais expressiva na medida em que, actualmente, a produção agrícola é somente uma componente para o sector de restauração e não necessariamente um elemento que caracteriza o turismo no M.I. A integração dos agricultores familiares e da comunidade rural no turismo, que representa uma ligação directa ainda é módica ao existirem desafios que põem em causa o desenvolvimento das iniciativas de turismo rural neste município, facto que reduz a capacidade de aproveitamento dos recursos e/ou oportunidades locais para o desenvolvimento rural/local do M.I.

5.2.Recomendações

Frente as conclusões apresentadas, questiona-se que acções ou medidas devem ser seguidas para provavelmente explorar o potencial que o turismo possui em ser uma alternativa para a comercialização da produção agrícola familiar. Nesse sentido, o tópico a seguir apresenta, em forma de recomendações, algumas dessas medidas.

- **Aos agricultores familiares e associações agrícolas**

Com o intuito de diminuir a dependência de comercialização nos mercados tradicionais, sugere-se três acções aos agricultores e associações agrícolas, nomeadamente:

1. Diversificar os canais de comercialização agrícola mediante a celebração de contratos de fornecimentos da produção agrícola aos estabelecimentos turísticos entre outros sectores que o desempenho de suas actividades passa necessariamente pela existência de produtos agrícolas;
2. Organizar feiras agrícolas periódicas junto aos estabelecimentos turísticos, por exemplo, os localizados nas praias de Tofo e Barra ou ainda na área urbana; e
3. Inovar as formas de comercialização da produção agrícola através do uso das Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC's), em particular as redes sociais. Por exemplo, pode-se criar um grupo de venda / encomenda de produtos agrícolas no *Whatsapp*. Mediante esse grupo, os agricultores / associações agrícolas podem informar sobre o tipo assim como a quantidade de produtos agrícolas que possuem para comercializar. Assim, as TIC's podem constituir uma ferramenta para inovar, dinamizar e coordenar as informações sobre os mercados agrários entre os agricultores familiares/ associações agrícolas como elementos da oferta e os estabelecimentos turísticos e entre outras entidades, constituindo elementos da demanda.

- **Aos gestores dos estabelecimentos turísticos**

Numa perspectiva que visa reduzir os custos de importação de produtos agrícolas que são passíveis de ser produzidos no M.I e promover o turismo e a agricultura como áreas de capital importância na economia local, recomenda-se três acções aos gestores dos estabelecimentos turísticos, a saber:

1. Criar alianças com os agricultores / associações agrícolas com vista a criar oportunidades de mercado para a produção familiar no sector de turismo assim como promover a gastronomia típica do M.I;
2. Elaborar estratégias de marketing que possam incentivar os turistas a degustar gastronomia baseada em produtos agrícolas produzidos localmente; e
3. Auxiliar os agregados familiares no desenvolvimento de iniciativas de turismo rural.

Mediante a implementação dessas recomendações a actividade turística estará a incrementar a sua participação / impacto no desenvolvimento da economia local.

- **Ao governo municipal e distrital**

Ao governo municipal e distrital, recomenda-se as seguintes acções:

1. Elaborar programas de extensão turística assim como programas direccionados à intermediação no processo de comercialização agrícola através da criação de cursos que visam capacitar os agricultores em técnicas de marketing de produtos agrícolas, em actividades de turismo rural e gestão de negócios;
2. Criar / divulgar programas de investimento em iniciativas de turismo rural, independentemente de estes serem para a capacitação dos agregados familiares, desenho de estratégias de marketing, licenciamento das actividades, entre outros;
3. A educação contribui decisivamente na capacidade do chefe do agregado comercializar a produção agrícola familiar nos estabelecimentos turísticos. Considerando que ainda existe uma elevada percentagem (25%) de agricultores familiares sem escolaridade, recomenda-se a criação e divulgação de programas de alfabetização direccionados a estes agricultores; e
4. Desenhar / implementar políticas públicas nas zonas rurais que envolvam a perspectiva endógena e holística sem, no entanto, perder-se o aspecto sectorial. Assim, o uso dos recursos locais como mecanismo de desenvolvimento pode facilmente beneficiar os locais.

- **Aos centros de pesquisa**

Como referido na secção das limitações de estudo, esta pesquisa não analisou quantitativamente a oferta e demanda dos produtos agrícolas no M.I, não abordou os argumentos do sector público em relação a temática. Esta pesquisa somente analisou a relação indirecta e directa entre a agricultura familiar e turismo. Assim, há necessidade de desenvolverem-se pesquisas que visam abordar, em detalhe, as relações passiva e negativa entre a actividade agrícola familiar e a turística. Em suma, recomenda-se aos centros de investigação e os respectivos pesquisadores a transformarem as limitações desta pesquisa em estudos que possam melhorar a compreensão da ligação entre a agricultura familiar e o turismo nas zonas rurais assim como explorar outras perspectivas associadas a esta temática, pois julga-se que os dados a serem obtidos dessas pesquisas possam ser essenciais para avaliar quantitativamente o mercado para a produção agrícola familiar no sector de turismo assim como os benefícios económicos que podem ser associados à existência de iniciativas de turismo rural no município de Inhambane.

- **Aos outros actores**

Parte considerável dos agregados demonstrou preferência em desenvolver iniciativas de turismo rural, entretanto resultados da pesquisa também evidenciaram que maior parte desses agregados não comercializa a produção nos estabelecimentos turísticos e não possuem conhecimentos sólidos sobre a actividade turística. Nesse sentido, às entidades que têm a capacidade de articular tanto com o sector público assim como o privado, recomenda-se o seguinte:

1. Promover junto aos tomadores de decisões e agricultores o desenho de projectos relacionados com o desenvolvimento de iniciativas de turismo rural; estes projectos devem, entre vários aspectos, capacitar os agricultores familiares a se integrarem no sector de turismo mediante o fornecimento de serviços de turismo rural; e
2. Articular com o sector privado na área de turismo a adoptar-se mediadas que possam permitir aos agricultores familiares a comercializarem a produção no sector de turismo.

6. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Agresti, A., 2002. *Categorical Data Analysis*, Wiley, Inc., New York.
- _____, 2007. *An Introduction to Categorical Data Analysis*. John Wiley & Sons, Inc.
- Alve, E., 1997. A agricultura Familiar. *Revista de Política Agrícola* 6, 28–32.
- Arruda, C.A.S. de, Vilanova, S.R.F., Chichorro, J.F., 2008. Turismo rural e agricultura familiar: o caso de Nossa Senhora do Livramento-MT. *Interacções (Campo Grande)* 9, 149–157.
- Assembleia da República de Moçambique, 1997. Lei de Terra n° 19/97, de 1 de Outubro. Fevereiro de 1997. Maputo: Imprensa Nacional.
- Azevedo, H, 2009. Modelo de diagnóstico ambiental para elaboração do plano ambiental do Município de Inhambane em Moçambique. 150f. Dissertação (Mestrado em Planeamento e Gestão Ambiental) – Universidade Católica de Brasília.
- Azevedo, H., Gota, P., Luís, A., 2016. Aproximações entre agricultura familiar e turismo no município de Inhambane em Moçambique. *Espaços e tempo mediáticos* 1, 6 – 21.
- Azevedo, H.A.M. de A., Frei, V.V.M., Marques, A.C. de O., 2013. Impactos e riscos ambientais da actividade turística: a praia da Barra no município de Inhambane/Moçambique. *Espaço em Revista* 15, 1–27.
- Bartlett, J. E., Kotrlik, J. W., Higgins, C. C. 2001. Organizational research: determining appropriate sample size in Survey Research. *Information Technology, Learning, and Performance Journal* 19, 43–50.
- Beckford, C.L., Campbell, D.R., 2013. *Domestic food production and food security in the Caribbean: building capacity and strengthening local food production systems*, 1st ed. Palgrave-Macmillan, New York.
- Bel, F., Lacroix, A., Lyser, S., Rambonilaza, T., Turpin, N., 2014. Domestic demand for tourism in rural areas: Insights from summer stays in three French regions. *Tourism Management* 46, 562–570.
- Bittencourt, H., 2003. Regressão logística politômica: revisão teórica e aplicações. *Acta Scientiae* 5, 77-86.
- Caballé, A., 1999. Farm tourism in Spain: A gender perspective. *GeoJournal* 48, 245–252.
- Candiotto, L.Z.P., 2010. Elementos para o debate acerca do conceito de turismo rural. *Turismo em análise* 21, 3–24.
- _____, 2011. Implicações do turismo no espaço rural e em estabelecimentos da agricultura familiar. *Revista de Turismo y Património Cultural*. 9, 559–571.
- Castel-Branco, C.N., 2008. Desafios do desenvolvimento rural em Moçambique: contributo crítico com debate de postulados básicos. *Colecção de Discussion Papers do IESE*.
- Cavane, E., 2015. *DR6-Estatística para investigação em ciências sociais*. Maputo: Faculdade de Agronomia e Engenharia Florestal

Choenkwan, S., Promkhambut, A., Hayao, F., Rambo, A.T., 2016. Does agrotourism benefit mountain farmers? A case study in Phu Ruea District, Northeast Thailand. *Mountain Research and Development* 36, 162–172.

CMCI (Conselho Municipal da Cidade de Inhambane). 2009. Plano estratégico do município de Inhambane 2009-2019. Inhambane: CMCI.

Creswell, J., 2014. *Research design: qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. SAGE Publications, Inc.

Cristina, E., Schulz, B., Em, M., Hotelaria, T.E., Cristina, E., Schulz, B., 2006. Turismo no espaço rural na área de influência de Maringá - Paraná. 45f. Dissertação (Mestrado em Turismo e Hotelaria) - Universidade do Vale do Itajaí.

Cunguara, B., Garrett, J., Donovan, C., Cássimo, C., 2013. Análise situacional, constrangimentos e oportunidades para o crescimento agrário em Moçambique. *Relatório de Pesquisa*.

Cunguara, B., Moder, K., 2011. Is agricultural extension helping the poor? Evidence from rural Mozambique. *Journal of African Economies* 20, 562–595.

Dal-Farra, R. A.; Fetters, M. D., 2017. Recentes avanços nas pesquisas com métodos mistos: aplicações nas áreas de educação e ensino. *Acta Scientiae* 19, 466–492.

Demonja, D., Bacac, R., 2011. Agritourism development in Croatia. *Studies in Physical Culture and Tourism* 18, 361–370.

Dimitrovski, D.D., Todorovic, A.T., Valjarevic, A.D., 2012. Rural tourism and regional development: Case study of development of rural tourism in the region of Gruža, Serbia. *Procedia Environmental Sciences* 14, 288–297.

DPCULTUR, 2016. Dados sobre o movimento turístico no município de Inhambane, 2011-2015. Inhambane: DPCULTUR

Faver, L.C., 2004. Agricultura orgânica: factores relevantes para sustentabilidade. 144f. Dissertação (Mestrado em Administração Pública) – Fundação Getúlio Vargas.

Fernando, M., 2013. Políticas do turismo e a sustentabilidade sócioambiental em Moçambique: a experiência das áreas prioritárias para o investimento turístico e seus impactos no município de Inhambane. 187f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento e Meio Ambiente) – Universidade Estadual da Paraíba.

FGSAN, 2012. Consulta electrónica agricultura familiar e segurança alimentar e nutricional na CPLP. Relatório final.

Filho, A. C., Matzenauer, R., Maluf, J. R. T. 2006. Variabilidade temporal e espacial do tamanho de amostra da temperatura mínima do ar no Rio Grande do Sul, Brasil. *Ciência Rural - Santa Maria* 36, 1156–1163.

Fleischer, A., Pizam, A., 1997. Rural tourism in Israel. *Tourism Management* 18, 86–367–372.

Galvão, M. C., Pluye, P., Ricarte, I. L. M., 2018. Métodos de pesquisa mistos e revisões de literatura mistas: conceitos, construção e critérios de avaliação. *InCID: R. Ci. Inf. e Doc., Ribeirão Preto* 8, 4–24.

- Gastal, M.L., Xavier, J.H.V., Zoby, J.L.F., 2002. Organização de produtores e desenvolvimento rural, 1st ed. Embrapa Cerrados, Planaltina.
- Giangiordanol, A. 1997. Nuevas Fronteras del Turismo Rural en Europa - El Proyecto LEADER della Comunidad Europea. Turismo em Análise 8, 21 – 33.
- Gopal, R., Varma, S., Gopinathan, R., 2008. Rural Tourism Development: Constraints and Possibilities with a special reference to Agri Tourism. A Case Study on Agri Tourism Destination-Malegoan Village, Taluka Baramati, District Pune, Maharashtra, in: Conference Tourism India–Challenges Ahead. IIMK, Punjab, pp. 512–523.
- Gurung, L., 2012. Exploring links between tourism and agriculture in sustainable development: A case study of Kagbeni VDC, Nepal. 117f. Dissertação (Mestrado em Gestão Turística) - Lincoln University.
- Hirai, W.G., 2008. Agricultura familiar e segurança alimentar: a importância da produção para o autoconsumo em três municípios do RS. 146f. Dissertação (Mestrado em Sistemas de Produção Agrícola Familiar) - Universidade Federal de Pelotas.
- Hosmer, D., Lemeshow, S., 2000. Applied Logistic Regression. New York: John Wiley & Sons.
- IAI. (Inquérito Agrícola Integrado), 2015. Listagem dos agregados do Inquérito Agrário Integrado -2015. Maputo: Ministério da Agricultura.
- IBM Corporation, 2016. IBM SPSS Regression 24.
- Iorio, M., Corsale, A., 2010. Rural tourism and livelihood strategies in Romania. Journal of Rural Studies 26, 152–162.
- Israel, G. D. 2013. Determining sample size. Gainesville: Agricultural Education and Communication Department.
- Júnior, A., Dadá, Y.A., Mosca, J., 2014. Associações de pequenos produtores do sul de Moçambique: constrangimentos e desafios. Working Paper.
- Kulcsár, N., 2012. Analyzing the consumer value dimensions of rural tourism. 155f. Tese (Doutoramento em Gestão e Administração de Negócios) - Corvinus University of Budapest.
- Lane, B., 1994. What is rural tourism? Journal of Sustainable Tourism 2, 7–21.
- Luís, E., 2002. Turismo no espaço rural em Portugal. GeoINova 5, 139–152.
- Lun, L.M., Pechlaner, H., Volgger, M., 2016. Rural Tourism Development in Mountain Regions: Identifying Success Factors, Challenges and Potentials. Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism 17, 389–411.
- Machado, A.M.B., Casalinho, H.D., 2010. Crítica à pluriatividade e suas relações com o campesinato e a reforma agrária. Nera 13, 65–80.
- Magalhães, F.A.L. de, 2014. Delimitação de Terras Comunitárias (DTC). Sua contribuição na segurança de posse de Terras e no rendimento agrícola “per capita” das famílias rurais em Nicoadala - Zambézia. 133f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento rural) - Universidade Eduardo Mondlane.

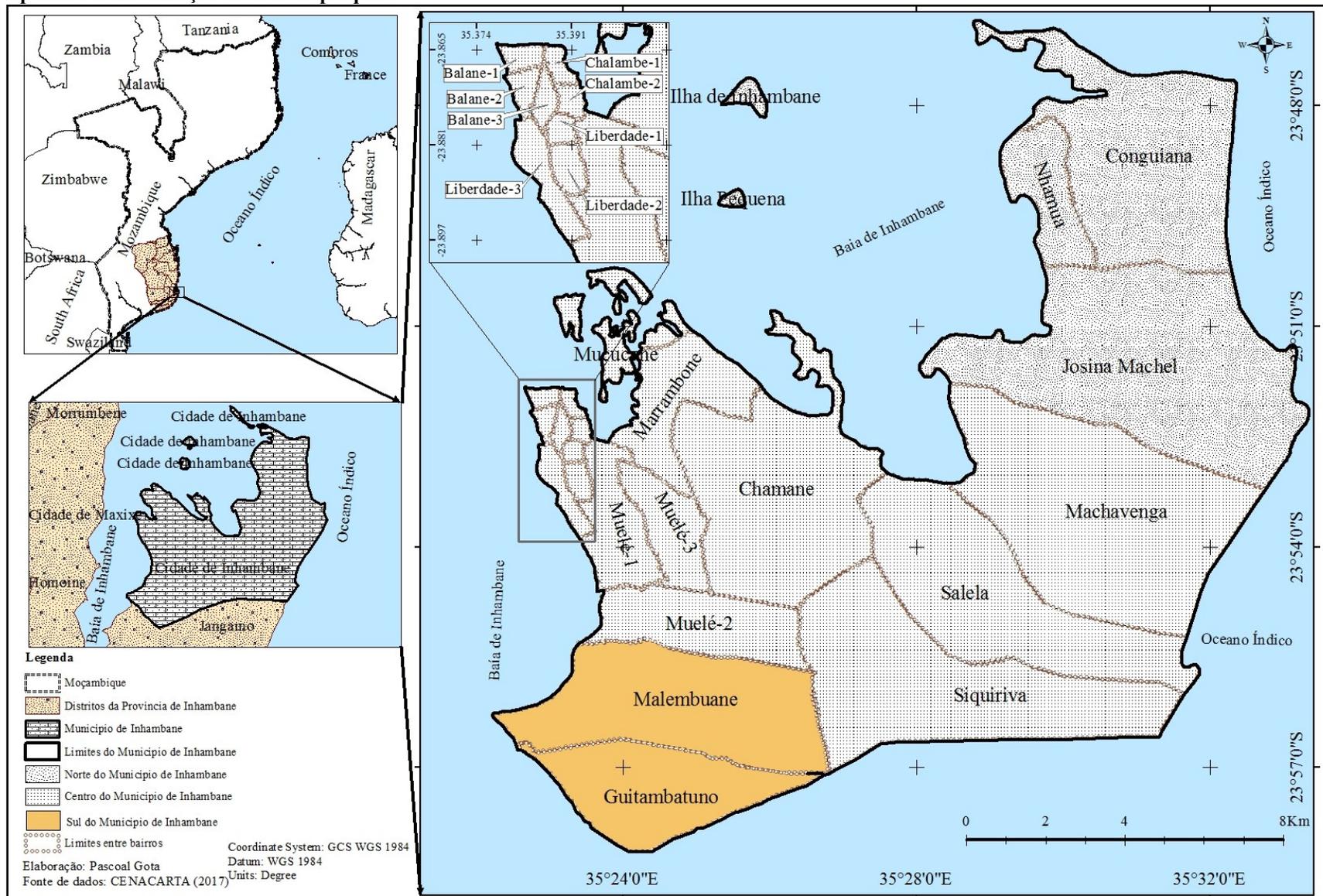
- Marques, M.I.M., 2008. A actualidade do uso do conceito de camponês. *Nera* 11, 57–67.
- Maxlhaieie, P.J., Castrogiovanni, A.C., 2014. Patrimônio cultural e turismo: cenários sobre o Município de Inhambane, Moçambique. *Rosa dos Ventos* 6, 356–373.
- Mesquita, P. S. B.; Nogueira, R. T. 2015. Um modelo estatístico para gestão de programas de pós-graduação. *GEPROS. Gestão da Produção, Operações e Sistemas* 2, 173 - 186.
- Mihailovic, B., Moric, I., 2012. The role of marketing philosophy in rural tourism development. *Tourism & Hospitality Management* 18, 267–279.
- Ministério da Agricultura, 2011. Plano Estratégico de Desenvolvimento do Sector Agrário (2011-2020). Maputo: Ministério da Agricultura.
- Ministério de Cultura e Turismo, 2015. Plano Estratégico para o Desenvolvimento de Turismo em Moçambique (2016-2025). Maputo: Ministério de Cultura e Turismo.
- Mshenga, P., 2010. Tourism and agriculture linkages: Determinants of local agricultural products purchase by hotels at the Kenyan coast. in: *Second RUFORUM Biennial Meeting 20 - 24 September 2010*. Entebbe: Uganda
- Mucavele, F., 2015. Notas de aulas da disciplina de economia do desenvolvimento agrário. Maputo: Faculdade de Agronomia e Engenharia Florestal.
- Negrão, J., Carvalho, A. de, Donato, J., Júnior, T.M., 2004. Mercado de terras urbanas em Moçambique. Maputo: Instituto de Investigação para o Desenvolvimento.
- Negrão, J.G., 2001. Como induzir o desenvolvimento em África? Working paper.
- Nhantumbo, E.S., 2009. Tourism development and community response: the case of the Inhambane coastal zone, Mozambique. 166f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Stellenbosch University.
- OCDE/GD, 1994. *Tourism strategies and rural development*. Genebra: Organisation for Economic Co-operation and Development.
- Okech, R., Haghiri, M., George, B.P., 2012. Rural tourism as a sustainable development alternative: An analysis with special reference to Luanda, Kenya. *CULTUR* 6, 36–54.
- Pereira, M.P.A., 2011. Sharing Benefits from Tourism in Mozambique: Case studies from Inhambane and Maputo Provinces. 241f. Dissertação (Mestrado em Ambiente e Ciências Geográficas) – Universidade de Cape Town.
- Pereira, V.V.V.R., Bazotti, A., 2010. *Ruralidade, Agricultura Familiar e Desenvolvimento*. Curitiba: Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social – IPARDES.
- Pesonen, J., Komppula, R., Kronenberg, C., Peters, M., 2011. Understanding the relationship between push and pull motivations in rural tourism. *Tourism Review* 66, 32–49.
- Pillay, M., Rogerson, C.M., 2013. Agriculture-tourism linkages and pro-poor impacts: The accommodation sector of urban coastal KwaZulu-Natal, South Africa. *Applied Geography* 36, 49–58.

- Pinto, C.A.M. dos S.A., 2011. Desenvolvimento do produto turístico rural integral. 118f. Dissertação (Mestrado em Gestão e Planeamento em Turismo) – Universidade de Aveiro.
- Pröbstl-Haider, U., Melzer, V., Jiricka, A., 2014. Rural tourism opportunities: strategies and requirements for destination leadership in peripheral areas. *Tourism Review* 69, 216–228.
- República de Moçambique, 2014. *Estratégia Nacional de Desenvolvimento (2015-2035)*. Maputo
- Reyes-García, V., & Sunderlin, W. D. 2011. Why do field research?. *Measuring Livelihoods and Environmental Dependence*, 17.
- Rodeski, W., 2010. GEOMARKETING: o uso da regressão logística múltipla no mapeamento de regiões geográficas de alto potencial mercadológico. 51f. Monografia (Bacharel em Estatística) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- Rogerson, C.M., 2012. Strengthening agriculture-tourism linkages in the developing World: Opportunities, barriers and current initiatives. *African Journal of Agricultural Research* 7, 616–623.
- Rogerson, J.M., Rogerson, C.M., 2014. Maximising the local development potential of Nature Tourism accommodation establishments in South Africa. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure* 3, 1–20.
- Rosa, M., Oliveira, D. P., Orey, D. C., 2015. Delineando e conduzindo o método misto de pesquisa em investigações em educação matemática. *Perspectivas da Educação Matemática, UFMS* 8, 749–769.
- Salvador, C., 2006. Qualidade no turismo em áreas rurais: sistematização de elementos de análise baseados na satisfação do turista. 108f. Relatório de estágio (Bacharel em Administração) -Universidade Federal de Santa Catarina.
- Saxena, G., Ilbery, B., 2008. Integrated rural tourism a border case study. *Annals of Tourism Research* 35, 233–254.
- Schmitz, H., Mota, D. M. da, Simões, A., 2004. Métodos participativos e agricultura familiar: atualizando o debate. Caprinos. In: SEMANA DA CAPRINOCULTURA E OVINOCULTURA BRASILEIRAS. A pesquisa e os avanços tecnológicos contribuindo para o futuro da caprino-ovinocultura brasileira: [anais]. Sobral: Embrapa Caprinos.
- Schneider, S., Fialho, M.A.V., 2000. Atividades não agrícolas e turismo rural no Rio Grande do Sul, in: ALMEIDA, J.A., RIEDL, M. (Eds.), *Turismo Rural Ecologia, lazer e desenvolvimento*. EDUSC, Santa Maria, pp. 14–50.
- Sitoe, T.A., 2005. *Agricultura Familiar em Moçambique Estratégias de Desenvolvimento Sustentável*. Maputo
- _____, 2010a. A extensão agrícola e as “escolas na machamba do camponês” em Moçambique: o caso da produção hortícola nas zonas verdes da Cidade de Maputo. *Revista Uniara* 13, 50–69.
- Sitoe, T.A., 2010b. Diversificação produtiva e de actividades de geração de renda: uma análise da produção hortícola no cinturão verde da cidade de Maputo – região sul de Moçambique. 202f. Tese (Doutoramento em Desenvolvimento Rural) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

- Sousa, R.E.M. de, 2013. Geografia e turismo rural: estratégias para o desenvolvimento local. 151f. Dissertação (Mestrado em Geografia) - Universidade Federal de Rondônia.
- Streimikiene, D., Bilan, Y., 2015. Review of rural tourism development theories. *Transformations in Business and Economics* 14, 21–34.
- Tankar, I., 2009. Efeitos da segurança de posse da terra no rendimento agrícola per capita das famílias rurais. 137f. Dissertação (Mestrado em Desenvolvimento Rural) - Universidade Eduardo Mondlane.
- Telfer, D.J., Wall, G., 2000. Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels. *Tourism Geographies* 2, 421–447.
- Torres, R., 2002. Toward a better understanding of tourism and agriculture linkages in the Yucatan: Tourist food consumption and preferences. *Tourism Geographies* 4, 282–306.
- Torres, R., 2003. Linkages between tourism and agriculture in Mexico. *Annals of Tourism Research* 30, 546–566.
- Torres, R., Momsen, J., 2005. Planned tourism development in Quintana Roo, Mexico: engine for regional development or prescription for inequitable growth? *Current Issues in Tourism* 8, 259–285.
- Torres, R., Momsen, J.H., 2004. Challenges and potential for linking tourism and agriculture to achieve pro-poor tourism objectives. *Progress in Development Studies* 4, 294–318.
- Uaiene, R.N., Arndt, T.C., 2007. Eficiência técnica dos agregados familiares rurais em Moçambique. Conference Paper.
- Walter, S., Gomes, L., Frega, J., Tontini, G., Vieira da S., 2010. Lealdade de estudantes: um modelo de regressão Logística. *Revista de Administração FACES Journal* 9, 129–151
- Wanderley, M.D.N.B., 2003. Agricultura familiar e campesinato: rupturas e continuidade. *Estudos Sociedade e Agricultura* 21, 42–61.
- Zacarias, D.A., 2015. Turismo em áreas balneares: uma análise da interacção entre residentes e visitantes na Praia do Tofo, Moçambique. *Journal of Integrated Coastal Zone Management* 15, 179–191.
- Zidora, C.B.M., 2015. Estratégias de gerenciamento do risco de preços na comercialização do milho em grão nas zonas rurais de Moçambique. 102f. Dissertação (Mestrado em Agronegócio) - Universidade Federal de Goiás.

APÊNDICES

Apêndice 1: Localização da área de pesquisa



Apêndice 2: Modelo de cadastro dos membros das associações agrícolas



**UNIVERSIDADE
E D U A R D O
MONDLANE**

**FACULDADE DE AGRONOMIA E ENGENHARIA FLORESTAL
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO**

Lista Nominal dos Membros da Associação

Denominação da Associação [_____]

Bairro [_____] Presidente da Associação [_____]

Contacto do Presidente da Associação [_____] Número de Membros [____]

Nome dos Membros

| Ordem | Nome | Género | Bairro |
|-------|------|--------|--------|
| 1 | | | |
| 2 | | | |
| 3 | | | |
| 4 | | | |
| 5 | | | |
| 6 | | | |
| 7 | | | |
| 8 | | | |
| 9 | | | |
| 10 | | | |
| 11 | | | |
| 12 | | | |
| 13 | | | |
| 14 | | | |
| 15 | | | |
| 16 | | | |
| 17 | | | |
| 18 | | | |
| 19 | | | |
| 20 | | | |
| 21 | | | |
| 22 | | | |
| 23 | | | |
| 24 | | | |
| 25 | | | |
| 26 | | | |
| 27 | | | |
| 28 | | | |
| 29 | | | |
| 30 | | | |
| 31 | | | |

Apêndice 3: Inquérito aplicado aos agricultores familiares do município de Inhambane



**UNIVERSIDADE
E D U A R D O
MONDLANE**

**FACULDADE DE AGRONOMIA E ENGENHARIA FLORESTAL
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO**

Saudações. Sou Pascoal Gota e estou a desenvolver uma pesquisa para a dissertação de mestrado na Universidade Eduardo Mondlane -Faculdade Agronomia e Engenharia Florestal (UEM-FAEF). Toda informação que for a fornecer será utilizada exclusivamente para sustentar a pesquisa com tema **“Interacção entre a agricultura familiar e o turismo no Município de Inhambane”**. Desde já expresseo meu agradecimento

Questionário aos agricultores familiares

I Dados para a codificação do questionário

1 N° do inquérito Coordenadas Lat:
 2 Data: / / geográficas Log:
 3 Bairro Código [Agrf.

II Perfil do agregado familiar

1 Nome do chefe do agregado
 2 Género do C. agregado 1.M. 2.F. Idade 1.[<25] 2.[25-50] 3.[+50]
 3 Grau de escolaridade 1. Básico 2.Médio 3.Superior
 4. Outro:
 4 Número de membros do agregado 1.[2-4] 2.[4-6] 3.[+6]
 5 Há quanto tempo (anos) está neste bairro? 1.[1-5] 1.[2-10] 1.[+10]
 6 Qual é a sua principal actividade? /* Caso não seja a agricultura as 1.Agricultura 2.Pesca
 questões seguintes devem reflectir sobre a actividade 3.Comércio 4.Pastorícia
 mencionada/* 4. Qual:
 7 Com que actividade consegue dinheiro para se sustentar? 1.Agricultura 2.Pesca
 3.Comércio 4.Pastorícia
 4. Qual:

III Questões sobre a terra [Machamba]

1 Há quantos anos está a praticar a agricultura? 1.[1-5] 2.[5-10] 3.[+10]
 2 É membro de alguma associação? 1.Sim 2.Não Porquê?
 3 Caso sim, nome:
 4 A machamba onde trabalha é sua? 1.Sim 2.Não
 5 Como é que adquiriu a machamba? 1.Emprestado 2.Herança 3.Compra
 4.Outra
 6 Qual é o tamanho da sua machamba 1.[1-5ha] 2.[5-10ha] 3.[+10ha]
 7 Tem espaço para abrir outras machambas se quiser 1.Sim 2.Não
 8 Se não, como fará se quiser abrir outras 1.Emprestar 2.Arrendar 3.Comprar
 machambas 4. Outra: Qual
 9 Tem machongo (terra húmida para produção agrícola/ baixa)? 1.Sim 2.Não
 10 Tem medo de que algum dia alguém lhe possa tirar sua machamba? 1.Sim 2.Não
 12 Se sim, por quem?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 2. | 5. | 6. |

IV Questões sobre insumos para a produção agrícola

1 Compra sementes para produzir 1.Sim 2.Não 3.Nem sempre
 2 Se sim, que tipo de sementes mais compra 1.Milho 2.Amendoim 3.Feijao
 4.Verduras 5.Outras:Quais

Se respondeu verduras, enumere-as

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

V Questões sobre a produção agrícola

1 Com quem trabalha na machamba? 1.Sozinho 1.Familiares 2.Trabalhadores
 4.Outro. Quem [_____]

2 Com quantas pessoas trabalha na machamba? 1.[1-3] 2.[3-6] 3.[+6]

3 Que culturas produz na sua machamba? 1.Milho 2.Amendoim 3.Feijao
 4.Verduras 5.Outras:Quais [_____]

4 Se respondeu sim na questão sobre machongo, que culturas produz?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

5 Tem recebido ajuda de extensionistas? 1.Sim 2.Não

6 Se respondeu sim, em que actividades têm ajudado?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

7 Tem recebido o apoio de governo? 1.Sim 2.Não

8 Se respondeu sim, que tipo de apoio?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

9 Das culturas que possui, qual é a quantidade da produção de cada cultura no ano passado (quilos/sacos)?

| | | | | | |
|------------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Produto | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] |
| Quantidade | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] |

10 Está satisfeito com a produção que tem tido actualmente? 1.Sim 2.Não

11 Se sim, porquê?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

12 Se não, porquê?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

VI Questões sobre a comercialização da produção agrícola

1 Vende as culturas que produz? 1.Sim 2.Não 3.Nem sempre

2 Se sim, onde vende seus produtos? 1. No mercado 2.Na machamba
 3. Em casa 4.Outro: Onde [_____]

3 Quais são os produtos agrícolas que mais vendeu no ano passado? 1.Milho 2. Amendoim
 3.verduras 4.Outras:Quais [_____]

4 Quanto dinheiro conseguiu no ano passado em cada cultura? (inclua as verduras)

| | | | | | |
|----------|-----|-----|-----|-----|-----|
| Produto | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] |
| Meticais | [1] | [2] | [3] | [4] | [5] |

5 Já vendeu seus produtos aos restaurantes ou hotéis do Município? 1.Sim 2.Não

6 Se respondeu sim, que tipo de produtos vende aos restaurantes?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

7 Se respondeu não, porquê é que não vende aos restaurantes?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

VII Questões sobre capital social

1 Como avalia seu relacionamento com os vizinhos 1.Mau 2.Normal 3.Muito bom

2 Confiar no seu vizinho 1.Sim 2.Não

3 A quem recorre quando precisa de dinheiro 1.Vizinho 2.Amigo 3.Familiar
 4.Qual: [_____]

VIII Questões sobre turismo rural

- 1 Gostaria de mudar a agricultura por outra actividade? 1.Sim 2.Não
- 2 Se respondeu sim, porquê?
- | | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |
- 3 Se respondeu não, porquê?
- | | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |
- 4 Se sim, em que actividade trabalharia? 1.Pesca 2.Artesanato 3.Comercio 3.Turismo
 4.Outra: Qual? [_____]
- 5 Já ouviu falar de turismo? 1.Sim 2.Não
- 6 Como classifica seu conhecimento sobre turismo? 1.Baixo 2.Médio 3.Alto
- 7 Porquê não possui um estabelecimento turístico como restaurante ou casa de hóspede?
- | | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |
- 8 Está satisfeito com o turismo desenvolvido no Município de Inhambane? 1.Sim 2.Não
- 9 Recebeu algum tipo de formação na área de turismo? 1.Sim 2.Não
- 10 Sabe que os agricultores podem desenvolver o turismo? 1.Sim 2.Não
- 11 Se não, gostaria de ser ensinado a receber turistas na sua casa? 1.Sim 2.Não
- 12 Tem casa para os hóspedes se alojarem aqui em casa? 1.Sim 2.Não
- 13 Se não, tem capacidade tem espaço para construir uma casa para hóspedes? 1.Sim 2.Não

IX Questões sobre arranjos produtivos locais

- 1 Enumere cinco pratos tradicionais que conheces e consegues preparar
- | Nome do prato | Produtos agrícolas que compõem o prato |
|---------------|--|
| 1. | |
| 2. | |
| 3. | |
| 4. | |
- 2 Pode confeccionar esses pratos para os turistas provarem? 1.Sim 2.Não
- 3 Sabe fazer algum prato tradicional usando o milho? 1.Sim 2.Não
- 4 Se sim, que tipo de prato
- | | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |
- 5 Sabe fazer algum prato tradicional usando o amendoim? 1.Sim 2.Não
- 6 Se sim, que tipo de prato?
- | | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |
- 7 Sabe fazer algum prato tradicional usando o feijão? 1.Sim 2.Não
- 8 Se sim, que tipo de prato?
- | | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

X Questões sobre os desafios do agricultor familiar

- 1 Que nível de dificuldade tem enfrentado nos seguintes aspectos (para preencher use a seguinte numeração: 1[Não dificuldade]; 2[Baixa dificuldade]; 3[Média dificuldade]; 4[Dificuldade alta])
- | Indicadores | Níveis de avaliação | | | |
|--|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Acesso a terra para fazer machambas | 1. <input type="checkbox"/> | 2. <input type="checkbox"/> | 3. <input type="checkbox"/> | 4. <input type="checkbox"/> |
| Aquisição de semente | 1. <input type="checkbox"/> | 2. <input type="checkbox"/> | 3. <input type="checkbox"/> | 4. <input type="checkbox"/> |
| Aquisição de adubo | 1. <input type="checkbox"/> | 2. <input type="checkbox"/> | 3. <input type="checkbox"/> | 4. <input type="checkbox"/> |
| Serviços de extensão | 1. <input type="checkbox"/> | 2. <input type="checkbox"/> | 3. <input type="checkbox"/> | 4. <input type="checkbox"/> |
| Ter financiamento para a produção agrícola | 1. <input type="checkbox"/> | 2. <input type="checkbox"/> | 3. <input type="checkbox"/> | 4. <input type="checkbox"/> |
| Combate a pragas e doenças | 1. <input type="checkbox"/> | 2. <input type="checkbox"/> | 3. <input type="checkbox"/> | 4. <input type="checkbox"/> |
| Produzir com qualidade | 1. <input type="checkbox"/> | 2. <input type="checkbox"/> | 3. <input type="checkbox"/> | 4. <input type="checkbox"/> |
| Vender a produção | 1. <input type="checkbox"/> | 2. <input type="checkbox"/> | 3. <input type="checkbox"/> | 4. <input type="checkbox"/> |
| Outro: [_____] | 1. <input type="checkbox"/> | 2. <input type="checkbox"/> | 3. <input type="checkbox"/> | 4. <input type="checkbox"/> |

Qual é a sua opinião sobre as afirmações abaixo (para preencher use a seguinte numeração: 1.Discordo totalmente; 2.Discordo parcialmente;3.Indeciso;4.Concordo parcialmente;5.Concordo totalmente)

- 2 A agricultura não é rentável só serve para a sobrevivência 1. 2. 3. 4. 5.
O turismo é a única actividade capaz de prover o desenvolvimento 1. 2. 3. 4. 5.
A agricultura e o turismo podem desenvolver as áreas rurais 1. 2. 3. 4. 5.

XI Questões sobre pecuária e fruticultura

- 1 Tem alguma criação? 1.Sim 2.Não

- 2 Se sim, que animais possui?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

- 3 Se sim, cria para vender? 1.Sim 2.Não

- 4 Tem pomar? 1.Sim 2.Não

- 5 Se sim, que tipo de árvores de frutas possui?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

Apêndice 4: Inquérito aplicado aos estabelecimentos turísticos versão portuguesa



**UNIVERSIDADE
E D U A R D O
MONDLANE**

**FACULDADE DE AGRONOMIA E ENGENHARIA FLORESTAL
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO**

Saudações. Sou Pascoal Gota e estou a desenvolver uma pesquisa para a dissertação de mestrado na Universidade Eduardo Mondlane -Faculdade Agronomia e Engenharia Florestal (UEM-FAEF). Toda informação que for a fornecer será utilizada exclusivamente para sustentar a pesquisa com tema **“Interacção entre a agricultura familiar e o turismo no Município de Inhambane”**. Desde já expresso meu agradecimento.

Questionário aos estabelecimentos turísticos

| I Dados para a codificação do questionário | | | | | | | | | |
|--|---|----|----|----|----|----|----|----|----|
| 1 | Nº do inquérito <input type="checkbox"/> _____ Coordenadas Lat: <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| 2 | Data: <input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/> geográficas Log: <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| 3 | Bairro <input type="checkbox"/> _____ Código [Est. <input type="checkbox"/> _____] | | | | | | | | |
| II Perfil do estabelecimento | | | | | | | | | |
| 1 | Nome do estabelecimento <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| 2 | Classificação do estabelecimento turístico <input type="checkbox"/> 1.Pensão <input type="checkbox"/> 2.Lodge <input type="checkbox"/> 3.Hotel <input type="checkbox"/> 4.Casa de hóspedes <input type="checkbox"/> 5. Outro: <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| 3 | Proprietário do estabelecimento <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| 4 | Local de proveniência do proprietário <input type="checkbox"/> 1.África <input type="checkbox"/> 1.América <input type="checkbox"/> 2.Ásia <input type="checkbox"/> _____ /* Indique o país e província/* <input type="checkbox"/> 4.Austrália País/Província: <input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| 5 | Há quantos anos está a operar no município de Inhambane <input type="checkbox"/> 1.[2-7] <input type="checkbox"/> 2.[7-14] <input type="checkbox"/> 2.[+30] | | | | | | | | |
| 6 | Quantos empregados trabalham neste estabelecimento <input type="checkbox"/> 1.[< 10] <input type="checkbox"/> 2.[10-20] <input type="checkbox"/> 3.[+20] | | | | | | | | |
| 7 | Qual é o local de proveniência da maior parte os seus empregados <input type="checkbox"/> 1.C. Maxixe <input type="checkbox"/> 1.C. Maputo <input type="checkbox"/> 2.África do Sul <input type="checkbox"/> 4. Cidade de I'bane <input type="checkbox"/> 5. Outro. Onde <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| 8 | Qual é o género mais dominante nos seus empregados <input type="checkbox"/> 1.M. <input type="checkbox"/> 2.F | | | | | | | | |
| 9 | Qual é a idade mais dominante nos seus empregados <input type="checkbox"/> 1.[<25] <input type="checkbox"/> 2.[25-50] <input type="checkbox"/> 3.[+50] | | | | | | | | |
| 10 | Qual é o grau de escolaridade dos seus empregados <input type="checkbox"/> 1. Básico <input type="checkbox"/> 2.Médio <input type="checkbox"/> 3.Superior <input type="checkbox"/> 4. Outro: <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| III Questões sobre a oferta de produtos agrícolas locais aos turistas | | | | | | | | | |
| 1 | Qual é o local de proveniência da maior parte dos seus turistas <input type="checkbox"/> 1.África <input type="checkbox"/> 1.América <input type="checkbox"/> 2.Ásia <input type="checkbox"/> _____ <input type="checkbox"/> 4.Austrália País/Província: <input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| 2 | Tem fornecido pratos locais aos turistas <input type="checkbox"/> 1.Sim <input type="checkbox"/> 2.Não | | | | | | | | |
| 3 | Se sim, enumere o nome dos pratos | | | | | | | | |
| | <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 33%;">1.</td> <td style="width: 33%;">2.</td> <td style="width: 33%;">3.</td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td>5.</td> <td>6.</td> </tr> </table> | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | | |
| 1. | 2. | 3. | | | | | | | |
| 4. | 5. | 6. | | | | | | | |
| 4 | Se não, porquê? <input type="checkbox"/> 1. São difíceis de preparar <input type="checkbox"/> 2. Não sei preparar <input type="checkbox"/> 3. Os turistas não gostam <input type="checkbox"/> 4.Outro: <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| IV Questões sobre a demanda de produtos agrícolas locais | | | | | | | | | |
| 1 | Seu estabelecimento compra produtos agrícolas nos agricultores locais? <input type="checkbox"/> 1.Sim <input type="checkbox"/> 2.Não | | | | | | | | |
| 2 | Se sim, que tipo de produtos agrícolas compra (enumere por ordem de importância)? | | | | | | | | |
| | <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 25%;">1.</td> <td style="width: 25%;">2.</td> <td style="width: 25%;">3.</td> <td style="width: 25%;">4.</td> </tr> <tr> <td>5.</td> <td>6.</td> <td>7.</td> <td>8.</td> </tr> </table> | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. | 7. | 8. |
| 1. | 2. | 3. | 4. | | | | | | |
| 5. | 6. | 7. | 8. | | | | | | |
| 3 | Se não, porquê? <input type="checkbox"/> 1. São caros <input type="checkbox"/> 2. Não são de qualidade <input type="checkbox"/> 3. Não são orgânicos <input type="checkbox"/> 4.Outro: <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |
| 4 | Para a compra de produtos agrícolas seu estabelecimento tem um fornecedor fixo? <input type="checkbox"/> 1.Sim <input type="checkbox"/> 2.Não | | | | | | | | |
| 5 | Se sim, qual é o local de proveniência do seu fornecedor? <input type="checkbox"/> 1.Chokwe <input type="checkbox"/> 1.C. Maputo <input type="checkbox"/> 2.África do Sul <input type="checkbox"/> 4. Cidade de I'bane <input type="checkbox"/> 5. Outro. Onde <input type="checkbox"/> _____ | | | | | | | | |

6 Se não, onde é que compra produtos agrícolas para seu estabelecimento? 1.Chokwe 1.C. Maputo 2.África do Sul 4. Cidade de I'bane 5. Outro. Onde [_____]

7 Sabe que os agricultores deste município podem fornecer produtos agrícolas ao seu estabelecimento? 1.Sim 2.Não

8 Gostaria de ser fornecido produtos agrícolas pelos agricultores locais? 1.Sim 2.Não

9 Se sim, que tipo de produtos?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

10 Em termos económicos este estabelecimento é importante para a comunidade rural?

11 1.Nada importante 2.Pouco importante 3.Importante 4.Muito importante

12 Porquê? [Justifique a sua resposta]

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

13 Este estabelecimento cria condições para os turistas comprarem produtos locais? 1.Sim 2.Não

14 Se sim, que condições o estabelecimento criou?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

15 Se não, porquê não cria condições?

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

16 Qual é a sua opinião sobre as afirmações abaixo (para preencher use a seguinte numeração, p. 1.Discordo totalmente; 2.Discordo parcialmente;3.Indeciso;4.Concordo parcialmente;5.Concordo totalmente)

Os estabelecimentos turísticos do Município de Inhambane não contribuem para o desenvolvimento da agricultura familiar 1.[] 2.[] 3.[] 4.[] 5.[]

17 O turismo não é capaz de promover o desenvolvimento 1.[] 2.[] 3.[] 4.[] 5.[]

18 A agricultura e o turismo podem desenvolver as áreas rurais 1.[] 2.[] 3.[] 4.[] 5.[]

Agradeço a sua participação nesta pesquisa. Muito obrigado!

Apêndice 5: Inquérito aplicado aos estabelecimentos turísticos versão inglesa



UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE

FACULDADE DE AGRONOMIA E ENGENHARIA FLORESTAL
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO

Greetings. My name is Pascoal Gota and I'm writing a Master thesis at the Eduardo Mondlane University — Faculty of Agronomy and Forestry Engineering (UEM-FAEF). All the information you'll provide is completely confidential and will exclusively be used to support my research about **“Interaction between family farming and tourism in Inhambane municipality”**. Your collaboration is greatly appreciated.

Questionnaire for Tourism Establishments

| I Data to encode the questionnaire | | | | | | | |
|--|---|----|----|----|----|----|----|
| 1 | N th survey <input type="checkbox"/> | | | | | | |
| 2 | Precinct <input type="checkbox"/> | | | | | | |
| | Code [Est. _____] Geographical Lat: [_____] Data: [_____/_____/_____] coordinates Log: [_____] | | | | | | |
| II Establishment Profile | | | | | | | |
| 1 | Name of establishment [_____] | | | | | | |
| 2 | Classification of the touristic establishment <input type="checkbox"/> 1. Pension <input type="checkbox"/> 2. Lodge <input type="checkbox"/> 3. Hotel <input type="checkbox"/> 4. Guest house <input type="checkbox"/> 5. Other [_____] | | | | | | |
| 3 | Owner of the establishment [_____] | | | | | | |
| 4 | Where does the owner originate from? <input type="checkbox"/> 1. Africa <input type="checkbox"/> 1. America <input type="checkbox"/> 2. Asia [_____] /* Specify the country or province /* <input type="checkbox"/> 4. Australia Country/Province: [_____/_____] | | | | | | |
| 5 | How long has the establishment been operating in Inhambane? <input type="checkbox"/> 1.[2-7] <input type="checkbox"/> 2.[7-14] <input type="checkbox"/> 2.[+30] | | | | | | |
| 6 | How many employees work in this establishment <input type="checkbox"/> 1.[< 10] <input type="checkbox"/> 2.[10-20] <input type="checkbox"/> 3.[+20] | | | | | | |
| 7 | Where is the place of origin of most the employees <input type="checkbox"/> 1. Maxixe City <input type="checkbox"/> 1. Maputo <input type="checkbox"/> 2. South Africa <input type="checkbox"/> 4. Inhambane City <input type="checkbox"/> 5. Other. Where [_____] | | | | | | |
| 8 | What is the most dominant gender of the employees? <input type="checkbox"/> 1. M. <input type="checkbox"/> 2. F | | | | | | |
| 9 | What is the most dominant age of the employees? <input type="checkbox"/> 1. [<25] <input type="checkbox"/> 2. [25-50] <input type="checkbox"/> 3. [+50] | | | | | | |
| 10 | What is the level of education of your employees? <input type="checkbox"/> 1. Primary <input type="checkbox"/> 2. Secondary <input type="checkbox"/> 3. University <input type="checkbox"/> 4. Other: [_____] | | | | | | |
| III Questions about supply of local produce to tourists | | | | | | | |
| 1 | What is the place of origin of most your tourists <input type="checkbox"/> 1. Africa <input type="checkbox"/> 1. America <input type="checkbox"/> 2. Asia [_____] <input type="checkbox"/> 4. Australia Country/Province: [_____/_____] | | | | | | |
| 2 | Do you provide local dishes for tourists? <input type="checkbox"/> 1. Yes <input type="checkbox"/> 2. No | | | | | | |
| 3 | If Yes, list the name of the dishes [Please, write in the table below] | | | | | | |
| | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">1.</td> <td style="width: 33%;">2.</td> <td style="width: 33%;">3.</td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td>5.</td> <td>6.</td> </tr> </table> | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. |
| 1. | 2. | 3. | | | | | |
| 4. | 5. | 6. | | | | | |
| 4 | If No, why? <input type="checkbox"/> 1. Difficult to prepare <input type="checkbox"/> 2. Don't know how to prepare it. <input type="checkbox"/> 3. Tourists don't like it <input type="checkbox"/> 4. Other: [_____] | | | | | | |
| IV Questions about demand for local agricultural products | | | | | | | |
| 1 | Does your establishment purchase agricultural products from local farmers? <input type="checkbox"/> 1. Yes <input type="checkbox"/> 2. No | | | | | | |
| 2 | If Yes, what kind of products do you buy? (Please, list in order of importance) [write in the table below] | | | | | | |
| | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%;">1.</td> <td style="width: 33%;">2.</td> <td style="width: 33%;">3.</td> </tr> <tr> <td>4.</td> <td>5.</td> <td>6.</td> </tr> </table> | 1. | 2. | 3. | 4. | 5. | 6. |
| 1. | 2. | 3. | | | | | |
| 4. | 5. | 6. | | | | | |
| 3 | If No, why? <input type="checkbox"/> 1. Too expensive <input type="checkbox"/> 2. Without quality <input type="checkbox"/> 3. Not organic <input type="checkbox"/> 4. Other: [_____] | | | | | | |
| 4 | Does your establishment have a fixed supplier for the purchase of agricultural products? <input type="checkbox"/> 1. Yes <input type="checkbox"/> 2. No | | | | | | |

5 If Yes, which is the place of provenance of your supplier? 1.Chokwe 1.MaputoCity 2.South Africa
 4.Inhambane City 5. Other: Where [_____]

6 If No, where do you buy agricultural products? 1.Chokwe 1. Maputo City 2. South Africa
 4. Inhambane City 5. Other: Where [_____]

7 Do you know that farmers in Inhambane can supply agricultural products for you? 1. Yes 2. No

8 Would you like local farmers to provide agricultural products to you? 1. Yes 2. No

9 If Yes, what kind of products [Please, write in the table below]

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

10 In economic terms, is this establishment important to the rural community?

11 1.Not important 2. Of little importance 3. Important 4. Very important

12 How come?[Justify your answer] [Write in the table below]

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

13 This establishment creates conditions for tourists to buy local products? 1. Yes 2. No

14 If Yes, which conditions have the establishment created? [write in the table below]

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

15 If No, why it does not create such conditions? [write in the table below]

| | | |
|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. |
| 4. | 5. | 6. |

What is your opinion on the following statements (use the following numbers: 1. Strongly disagree; 2. Somewhat disagree; 3. Undecided; 4. Partially agree; 5. Totally agree)

16 The tourist's establishments in Inhambane do not contribute to the development of family farming 1.[] 2.[] 3.[] 4.[] 5.[]

17 Tourism is not able to promote development 1.[] 2.[] 3.[] 4.[] 5.[]

18 Agriculture and tourism can develop rural areas 1.[] 2.[] 3.[] 4.[] 5.[]

I appreciate your participation in this research. Thank you so much!

Apêndice 6: Inquérito aplicado aos turistas versão portuguesa



**UNIVERSIDADE
EDUARDO
MONDLANE**

**FACULDADE DE AGRONOMIA E ENGENHARIA FLORESTAL
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO**

Saudações. Sou Pascoal Gota e estou a desenvolver uma pesquisa para a dissertação de mestrado na Universidade Eduardo Mondlane -Faculdade Agronomia e Engenharia Florestal (UEM-FAEF). Toda informação que for a fornecer será utilizada exclusivamente para sustentar a pesquisa com tema **“Interacção entre a agricultura familiar e o turismo no Município de Inhambane”**. Desde já expresso meu agradecimento

Questionário aos turistas

I Dados de codificação para a do questionário

1 | N° do inquérito [] Data [] / [] / []
2 | Código [Tr. []]

II Perfil do turista

1 | Género [] 1.M. [] 2.F.
2 | Idade [] 1.[<25] [] 2.[25-50] [] 3.[>50]
3 | Grau de escolaridade? [] 1. Básico [] 2.Médio [] 3.University [] 4. Outro []
4 | Com quem viaja? [] 1.Sozinho [] 2.Colegas [] 3. Amigos [] 4.Famíliares [] 5. Outro. []
5 | Se não está sozinho, com quantas pessoas viaja? [] 1.[2-4] [] 2.[4-6] [] 3.[+6]
6 | Qual é a sua proveniência (indique o país ou província)? []
7 | Qual foi o ponto de entrada em Moçambique []
8 | Esteve na África do Sul antes da sua viagem a Moçambique? [] 1.Sim [] 2. Não
9 | Qual é o seu principal objectivo de viagem? [] 1. Estudos [] 2. Negócios [] 3. Lazer [] 4. Visita a familiares [] 5.Outros: []
10 | Qual é a sua principal actividade no local de proveniência? []
11 | É sua primeira vez em Moçambique? [] 1.Sim [] 2.Não
12 | Se sim, como obteve informação turística sobre o município de Inhambane? [] 1. Internet [] 2. Agência de viagem [] 2. Guia turístico
4. : []
13 | Se não, há quantos anos tem visitado o município de Inhambane por fins turísticos? [] (anos)
14 | Durante o ano, com que frequência tem visitado o município de Inhambane? [] (vezes)
15 | Por quantos dias estará / esteve no município de Inhambane? [] (dias)

III Questões sobre agricultura familiar

1 | Já comprou pessoalmente algum produto agrícola no Município de Inhambane? [] 1.Sim [] 2.Não
2 | Se sim, que tipo de produtos agrícolas? (enumere por ordem de importância)

| | | | |
|----|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. | 4. |
| 5. | 6. | 7. | 8. |

3 | Se não, porquê? [] 1. São caros [] 2. Não são de qualidade [] 3. Não são orgânicos [] 4.Outro: []

IV Questões sobre turismo rural

1 | Qual foi o seu estabelecimento de hospedagem? [] 1.Pensão [] 2.Lodge [] 3.Hotel [] 4.Casa de hóspedes [] 5. Outro: []

| | | | | | |
|----|---|--------------------------------------|---|--|-------------|
| 2 | Onde? | <input type="checkbox"/> 1.Tofo | <input type="checkbox"/> 2.Barra | <input type="checkbox"/> 3.Tofinho | |
| | | <input type="checkbox"/> 4.Rocha | <input type="checkbox"/> 5. Outro: [_____] | | |
| 3 | Já ouviu falar de turismo rural? | | <input type="checkbox"/> 1.Sim | <input type="checkbox"/> 2. Não | |
| 4 | Se sim, como tomou conhecimento? | [_____] | | | |
| 5 | Sabia que as famílias rurais do município podem receber turistas? | | <input type="checkbox"/> 1. Sim | <input type="checkbox"/> 2. Não | |
| 6 | Se sim, como tomou conhecimento? | <input type="checkbox"/> 1. Internet | <input type="checkbox"/> 2. Comunicação pessoal | <input type="checkbox"/> 3. Guia turístico | |
| | | 4. Outro: [_____] | | | |
| 7 | Já se hospedou num estabelecimento familiar no município de Inhambane? | | <input type="checkbox"/> 1. Sim | <input type="checkbox"/> 2. Não | |
| | Se sim, como avalia os seguintes aspectos: [Use a escala entre 1 e 5; 1 corresponde a Mau e 5 a Excelente) | | | | |
| 8 | Alimentação | 1.[] | 2.[] | 3.[] | 4.[] 5.[] |
| 9 | Hospitalidade | 1.[] | 2.[] | 3.[] | 4.[] 5.[] |
| 10 | Alojamento | 1.[] | 2.[] | 3.[] | 4.[] 5.[] |
| 11 | Se não, gostaria de hospedar se num estabelecimento familiar? | <input type="checkbox"/> 1. Sim | <input type="checkbox"/> 2. Não | <input type="checkbox"/> 3. Talvez | |
| 12 | Como classifica seu conhecimento sobre turismo? | <input type="checkbox"/> 1.Baixo | <input type="checkbox"/> 2. Intermédio | <input type="checkbox"/> 3. Alto | |
| 13 | Está satisfeito pela forma como o turismo é desenvolvido no Município? | | <input type="checkbox"/> 1. Sim | <input type="checkbox"/> 2. Não | |
| | Até que ponto concorda com essas afirmações (para preencher use a seguinte numeração:1.Discordo totalmente; 2.Discordo parcialmente;3.Indeciso;4.Concordo parcialmente;5.Concordo totalmente) | | | | |
| 14 | O turismo não é capaz de promover o desenvolvimento? | 1.[] | 2.[] | 3.[] | 4.[] 5.[] |
| 15 | A agricultura e o turismo podem desenvolver as áreas rurais? | 1.[] | 2.[] | 3.[] | 4.[] 5.[] |
| 16 | Enumere, por ordem de importância aspectos que gostaria que fossem melhorados na área do turismo no Município de Inhambane. | | | | |

Agradeço a sua participação nesta pesquisa. Muito obrigado!

Apêndice 7: Inquérito aplicado aos turistas versão inglesa



**UNIVERSIDADE
E D U A R D O
M O N D L A N E**

**FACULDADE DE AGRONOMIA E ENGENHARIA FLORESTAL
DEPARTAMENTO DE ECONOMIA E DESENVOLVIMENTO AGRÁRIO**

Greetings. My name is Pascoal Gota and I'm writing a Master thesis at the Eduardo Mondlane University — Faculty of Agronomy and Forestry Engineering (UEM-FAEF). All the information you'll provide is completely confidential and will exclusively be used to support my research about **“Interaction between family farming and tourism in Inhambane municipality”**. Your collaboration is greatly appreciated.

Questionnaire for tourists

I Data to encode the questionnaire

1 | Nth survey [] Date [/ /]
2 | [Tr.]

II Tourist Profile

- 1 | Gender [] 1.M. [] 2.F.
2 | Age [] 1.[<25] [] 2.[25-50] [] 3.[+50]
3 | Your highest level of education? [] 1. Primary [] 2.Secondary [] 3.University
[] 4. Other []
4 | Who travel with you? [] 1.Alone [] 2.Colleague [] 3. Friend
[] 4.Family [] 5. Others. []
5 | If not alone, how many people travel with you? [] 1.[2-4] [] 2.[4-6] [] 3.[+6]
6 | Where do you come from? (Country/ City) []
7 | From where you entered Mozambique? []
8 | Have you been travelling in South Africa before came here? [] 1.Yes [] 2.No
9 | What is your main purpose of travel? [] 1. Studies [] 2. Business [] 3. Leisure
[] 4. Visit the family [] 5.Other: []
10 | What is your job/occupation in your country? []
11 | Is your first time in Inhambane? [] 1.Yes [] 2.No
12 | If yes, where did you get this information [] 1. Internet [] 2. Travel Agency [] 2. Tourist guide
from? 4. : []
13 | If No, how many years have you been visiting Inhambane District? [] (years)
14 | In one year, how often do you visit Inhambane District? [] (times)
15 | How many days you spent in Inhambane District? [] (days)

III Questions concerning family farming

- 1 | Did you personally bought some agricultural products in Inhambane District? [] 1.Yes [] 2.No
2 | If Yes, what kind of agricultural products you bought? (Please, list in order of importance) [write in the table below]

| | | | |
|----|----|----|----|
| 1. | 2. | 3. | 4. |
| 5. | 6. | 7. | 8. |

- 3 | If No, why? [] 1. Too expensive [] 2. Bad quality
[] 3. Not organic [] 4.Other: []

IV Questions concerning rural tourism

- 1 | What kind of establishment did you stayed in? [] 1. Pension [] 2.Lodge [] 3.Hotel
[] 4. Guest house [] 5. Other: []

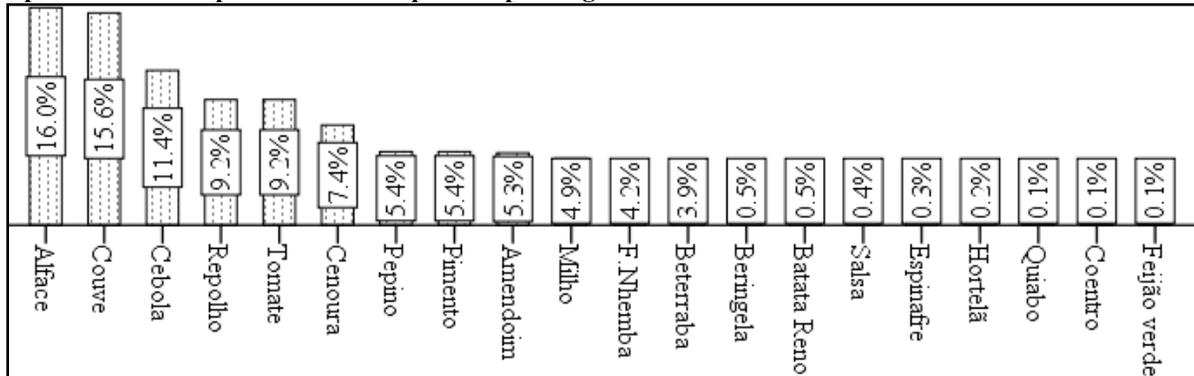
| | | | | | |
|----|---|--------------------------------------|--|---|-----------------------------------|
| 2 | Where? | <input type="checkbox"/> 1.Tofo | <input type="checkbox"/> 2.Barra | <input type="checkbox"/> 3.Tofinho | |
| | | <input type="checkbox"/> 4.Rocha | <input type="checkbox"/> 5. Other: [_____] | | |
| 3 | Have you encountered the term “rural tourism” before? | <input type="checkbox"/> 1.Yes | | <input type="checkbox"/> 2. No | |
| 4 | If Yes, how? | [_____] | | | |
| 5 | Did you know that rural families in Inhambane District can accommodate tourists? | <input type="checkbox"/> 1. Yes | | <input type="checkbox"/> 2. No | |
| 6 | If yes, where did you get this information from? | <input type="checkbox"/> 1. Internet | <input type="checkbox"/> 2. Personal information | <input type="checkbox"/> 3. Tourist guide | |
| | | 4. Other: [_____] | | | |
| 7 | Did you stayed at rural families in Inhambane District | <input type="checkbox"/> 1. Yes | | <input type="checkbox"/> 2. No | |
| | If Yes, rate the following things: [Please rate it on a scale from 1 (Bad) to 5 (Very good)] | | | | |
| 8 | Food | 1.[] | 2.[] | 3.[] | 4.[] 5.[] |
| 9 | Hospitality | 1.[] | 2.[] | 3.[] | 4.[] 5.[] |
| 10 | Accommodation | 1.[] | 2.[] | 3.[] | 4.[] 5.[] |
| 11 | If No, would you like to stay in a rural family establishment? | <input type="checkbox"/> 1. Yes | | <input type="checkbox"/> 2. No | <input type="checkbox"/> 3. Maybe |
| 12 | How do you rate your knowledge of tourism as a business? | <input type="checkbox"/> 1.Low | <input type="checkbox"/> 2. Intermediate | <input type="checkbox"/> 3. High | |
| 13 | Are you satisfied with how tourism has developed in Inhambane District? | <input type="checkbox"/> 1. Yes | | <input type="checkbox"/> 2. No | |
| | To what extent do you agree with these statements (use the following numbers: 1. Strongly disagree; 2.Somewhat disagree; 3.Undecided; 4.Partially agree; 5.Totally agree) | | | | |
| 14 | Tourists do not contribute to the development of rural families | 1.[] | 2.[] | 3.[] | 4.[] 5.[] |
| 15 | Tourism is not able to promote development | 1.[] | 2.[] | 3.[] | 4.[] 5.[] |
| 16 | What you would like to see improved in tourism sector in Inhambane District[please, write below] | | | | |

I appreciate your participation in this research. Thank you so much!

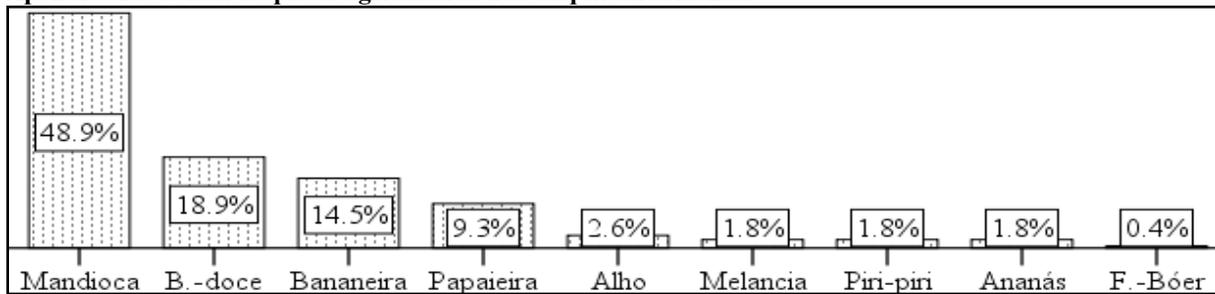
Apêndice 8: Distribuição de sementes aos agricultores membros de associações



Apêndice 9: Principais sementes adquiridas pelos agricultores familiares



Apêndice 10: Culturas que os agricultores não adquirem sementes



Apêndice 11: Pragas e doenças que afectam a produção agrícola no município de Inhambane



Legenda:

A = Pulgão da couve; B = Podridão do fruto do tomateiro;

C = Ataque da cultura de repolho por lagartos; D = Ataque da cultura de couve por lagartos

Apêndice 12: Variáveis de oferta de produtos agrícolas aos estabelecimentos turísticos

| Oferta de produtos agrícolas aos estabelecimentos turísticos | | n | Codificação | | |
|--|------------------|-----|-------------|-----|-----|
| | | | (1) | (2) | (3) |
| Região do Município de Inhambane | Norte | 84 | 1 | 0 | * |
| | Centro | 124 | 0 | 1 | * |
| | Sul | 22 | 0 | 0 | * |
| Género do chefe do agregado familiar | Feminino | 128 | 1 | * | * |
| | Masculino | 102 | 0 | * | * |
| Idade do chefe do agregado familiar |] -25] | 18 | 1 | 0 | * |
| | [25-50] | 120 | 0 | 1 | * |
| | [+50[| 92 | 0 | 0 | * |
| Grau de escolaridade chefe do agregado familiar | Básico | 117 | 1 | 0 | * |
| | Médio | 53 | 0 | 1 | * |
| | Sem escolaridade | 60 | 0 | 0 | * |
| Membro de alguma associação agrícola | Sim | 134 | 1 | * | * |
| | Não | 96 | 0 | * | * |

| | | | | | |
|---|------------|-----|---|---|---|
| O agregado possui <i>machongo</i> para a produção | Sim | 188 | 1 | * | * |
| | Não | 42 | 0 | * | * |
| Forma de aquisição da <i>machamba</i> | Herança | 89 | 1 | 0 | 0 |
| | Compra | 32 | 0 | 1 | 0 |
| | Outra | 22 | 0 | 0 | 1 |
| | Empréstimo | 87 | 0 | 0 | 0 |
| Segurança na posse da <i>machamba</i> | Sim | 99 | 1 | * | * |
| | Não | 131 | 0 | * | * |
| Preferência de mudar a agricultura por outra actividade | Não | 168 | 1 | * | * |
| | Sim | 62 | 0 | * | * |

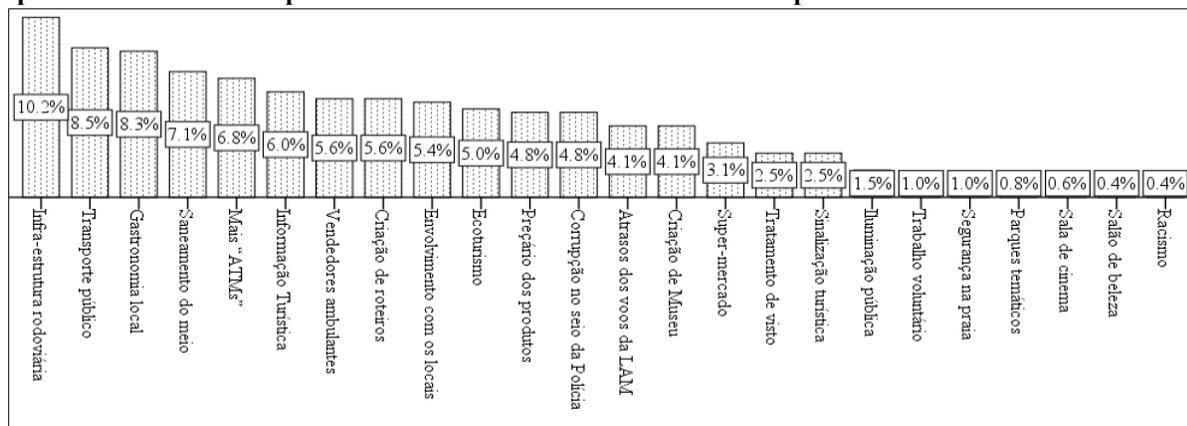
Legenda: * não se aplica

Apêndice 13: Variáveis de demanda de produtos agrícolas nos agricultores locais

| Demanda de produtos agrícolas nos agricultores locais | | n | Codificação | |
|---|------------------|----|-------------|-----|
| | | | (1) | (2) |
| Classificação do estabelecimento | Lodge | 23 | 1 | 0 |
| | Restaurante | 10 | 0 | 1 |
| | Hotel | 4 | 0 | 0 |
| Fornecimento de pratos locais aos turistas | Sim | 17 | 1 | * |
| | Não | 20 | 0 | * |
| Nível de importância do estabelecimento para a comunidade local | Importante | 25 | 1 | * |
| | Muito importante | 12 | 0 | * |

Legenda: * não se aplica

Apêndice 14: Desafios e oportunidades do sector do turismo no município de Inhambane



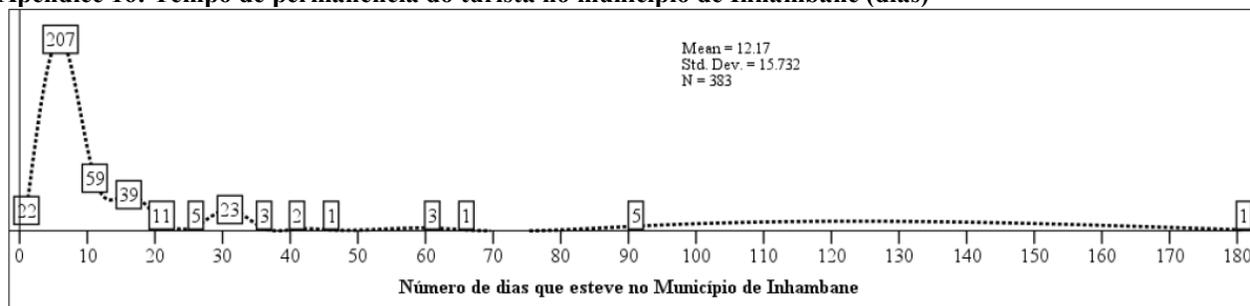
Apêndice 15: Variáveis de demanda de produtos agrícolas pelos turistas

| Demanda de produtos agrícolas pelos turistas | | n | Codificação | | |
|--|-----------|-----|-------------|-----|-----|
| | | | (1) | (2) | (3) |
| Género | Feminino | 200 | 1 | * | * |
| | Masculino | 153 | 0 | | * |
| Idade | [-25] | 87 | 1 | 0 | * |
| | [25-50] | 216 | 0 | 1 | * |
| | [+50] | 50 | 0 | 0 | * |
| Grau de escolaridade | Superior | 282 | 1 | * | * |
| | Médio | 71 | 0 | * | * |

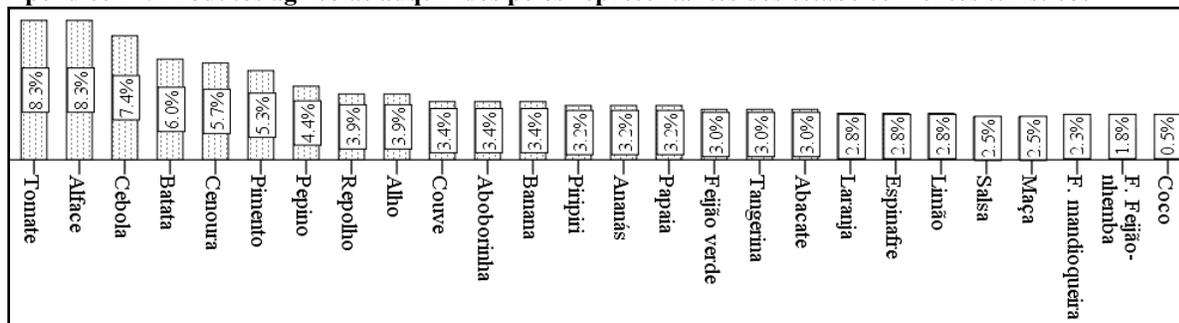
| | | | | | |
|---|--|-----|-----|---|---|
| Companhia na viagem | Sozinho | 80 | 1 | 0 | 0 |
| | Colegas | 120 | 0 | 1 | 0 |
| | Família | 138 | 0 | 0 | 1 |
| | Outros | 15 | 0 | 0 | 0 |
| Objectivo da viagem ao Município de Inhambane | Negócios | 43 | 1 | 0 | 0 |
| | Lazer | 274 | 0 | 1 | 0 |
| | Visita a familiares | 16 | 0 | 0 | 1 |
| | Outros | 20 | 0 | 0 | 0 |
| Companhia na viagem | Sozinho | 80 | 1 | 0 | 0 |
| | Colegas | 120 | 0 | 1 | 0 |
| | Família | 138 | 0 | 0 | 1 |
| | Outros | 15 | 0 | 0 | 0 |
| Primeira visita a Moçambique | Sim | 242 | 1 | * | * |
| | Não | 111 | 0 | * | * |
| Tipo de estabelecimento | Lodge | 131 | 1 | 0 | 0 |
| | Hotel | 86 | 0 | 1 | 0 |
| | Casa de hóspedes | 84 | 0 | 0 | 1 |
| | Outros | 52 | 0 | 0 | 0 |
| Local de hospedagem | Barra | 52 | 1 | 0 | 0 |
| | Tofo | 209 | 0 | 1 | 0 |
| | C. Inhambane | 18 | 0 | 0 | 1 |
| | Outro | 74 | 0 | 0 | 0 |
| | Gostaria de estar em um estabelecimento de turismo rural no Município de Inhambane | Sim | 128 | 1 | 0 |
| | Não | 225 | 0 | 1 | * |

Legenda: * não se aplica

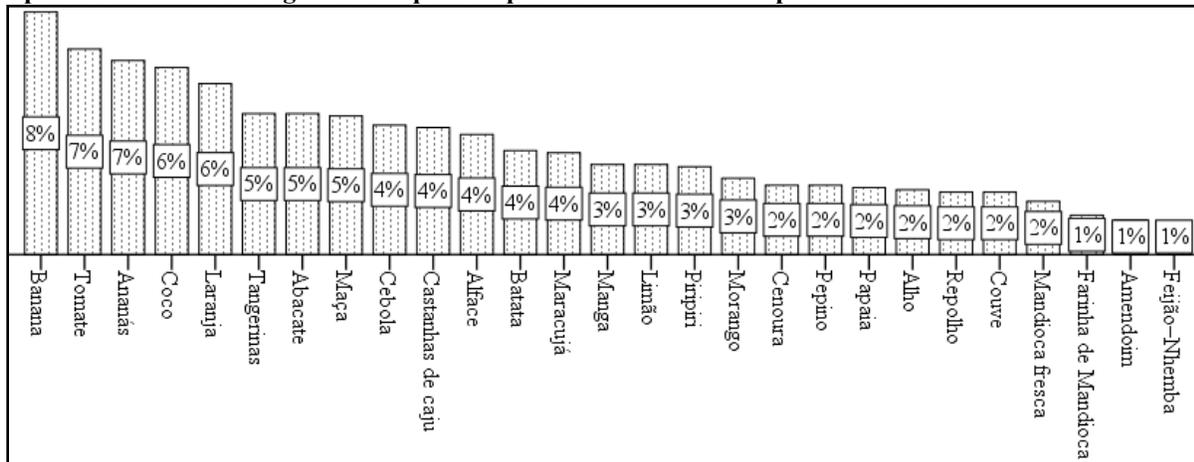
Apêndice 16: Tempo de permanência do turista no município de Inhambane (dias)



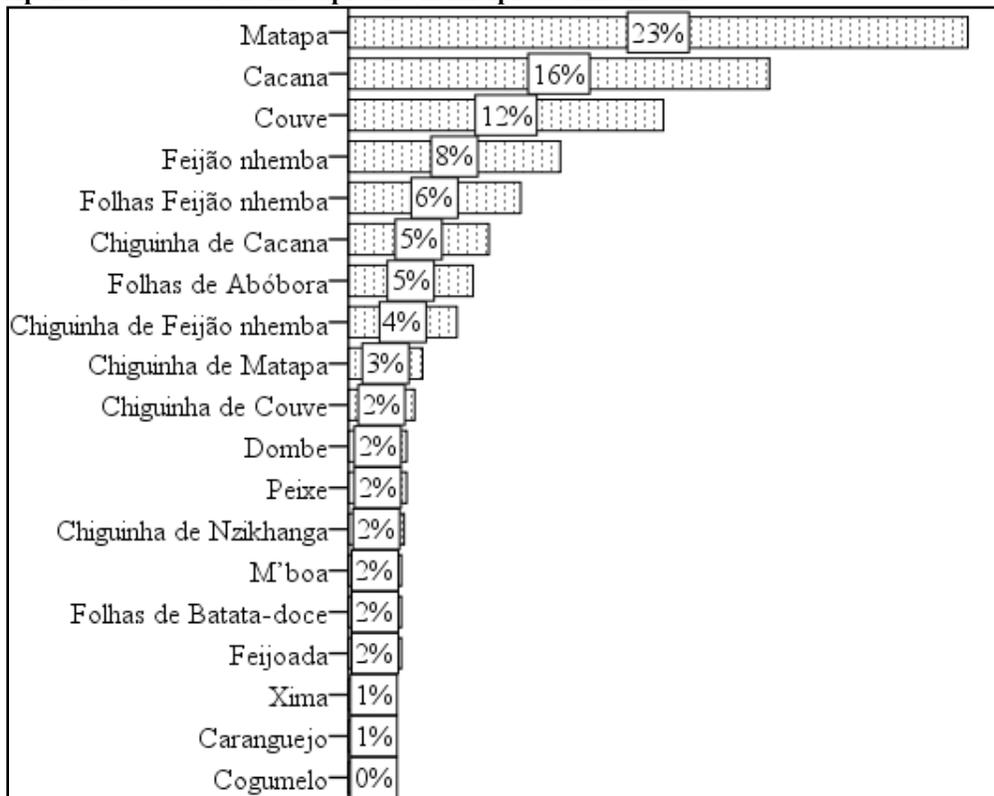
Apêndice 17: Produtos agrícolas adquiridos pelos representantes dos estabelecimentos turísticos



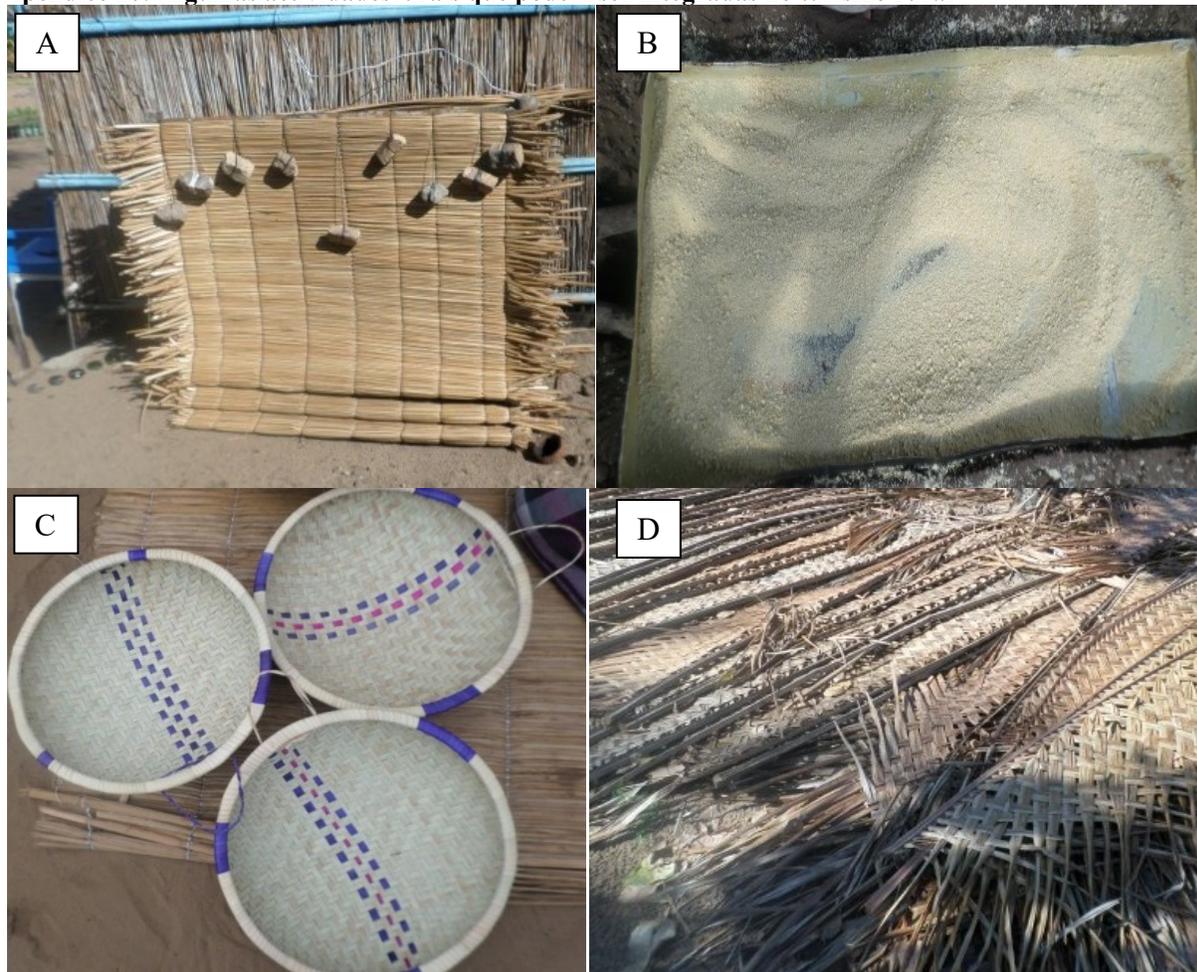
Apêndice 18: Produtos agrícolas adquiridos pelos turistas no município de Inhambane



Apêndice 19: Gastronomia típica no município de Inhambane



Apêndice 20: Algumas actividades rurais que podem ser integradas no turismo rural



Legenda:

A = Tecelagem de esteiras; B = Preparação da marinha tapioca;
C = Tecelagem de peneiras; D = Tecelagem de *macute*

Apêndice 21: Variáveis de preferência do agregado em desenvolver actividades turísticas

| Preferência do agregado desenvolver actividades turísticas | | n | Codificação | |
|--|------------------|-----|-------------|-----|
| | | | (1) | (2) |
| Género do chefe do agregado familiar | Feminino | 119 | 0 | * |
| | Masculino | 97 | 1 | * |
| Idade do chefe do agregado familiar | [-25] | 17 | 1 | 0 |
| | [25-50] | 110 | 0 | 1 |
| | [+50] | 89 | 0 | 0 |
| Grau de escolaridade chefe do agregado familiar | Básico | 112 | 1 | 0 |
| | Médio | 49 | 0 | 1 |
| | Sem escolaridade | 55 | 0 | 0 |
| Anos a praticar a agricultura | [1-5] | 31 | 0 | 0 |
| | [5-10] | 24 | 1 | 0 |
| | [+10] | 161 | 0 | 1 |
| Membro de alguma associação agrícola | Sim | 128 | 1 | * |
| | Não | 88 | 0 | * |

| | | | | |
|---|-----|-----|---|---|
| Preferência de mudar a agricultura por outra actividade | Não | 163 | 1 | * |
| | Sim | 53 | 0 | * |
| Conhecimento de que os agricultores podem desenvolver o turismo | Não | 108 | 0 | * |
| | Sim | 108 | 1 | * |
| Recebimento de formação na área do turismo | Não | 196 | 0 | * |
| | Sim | 20 | 1 | * |
| Existência de casa para hóspedes | Não | 175 | 0 | * |
| | Sim | 41 | 1 | * |

Legenda: * não se aplica

Apêndice 22: Variáveis para a preferência de o turista praticar o turismo rural

| Preferência de o turista praticar o turismo rural | | n | % Marginal |
|---|--------------|-----|------------|
| Gostaria de estar em um estabelecimento rural no Município de Inhambane | Não | 51 | 14,1% |
| | Talvez | 182 | 50,4% |
| | Sim | 128 | 35,5% |
| Género | Feminino | 209 | 57,9% |
| | Masculino | 152 | 42,1% |
| Idade | [-25] | 88 | 24,4% |
| | [25-50] | 222 | 61,5% |
| | [+50] | 51 | 14,1% |
| Compra de produtos agrícolas locais | Sim | 184 | 51,0% |
| | Não | 177 | 49,0% |
| Primeira visita a Moçambique | Sim | 249 | 69,0% |
| | Não | 112 | 31,0% |
| Número de pessoas na viagem | [1] | 78 | 21,6% |
| | [2-4] | 213 | 59,0% |
| | [4-6] | 31 | 8,6% |
| | [+6[| 39 | 10,8% |
| Grau de escolaridade | Superior | 287 | 79,5% |
| | Médio | 74 | 20,5% |
| Satisfação em relação ao turismo desenvolvido no Município de Inhambane | Sim | 286 | 79,2% |
| | Não | 75 | 20,8% |
| Local de hospedagem | Barra | 54 | 15,0% |
| | Tofo | 219 | 60,7% |
| | C. Inhambane | 17 | 4,7% |
| | Outro | 71 | 19,7% |
| Dados válidos | | 361 | 100% |