

Os *stakeholders* do setor hoteleiro no Município de Inhambane, Moçambique: identificação de **impactes, vulnerabilidade social e estratégias alternativas**

The **hotel sector stakeholders** in the Municipality of Inhambane, Mozambique: identification of **impacts, social vulnerability and alternative strategies**

ORLANDO ALCOBIA * [orlando.alcobia@eshte.pt]

NUNO SILVA GUSTAVO ** [nuno.gustavo@eshte.pt]

Resumo | O presente artigo identifica os impactes do setor hoteleiro no município de Inhambane sob o prisma dos seus principais *stakeholders*, mede o Índice da Vulnerabilidade Social dos *stakeholders* perante a atividade dos empreendimentos de hoteleiros e formula estratégias hoteleiras alternativas tendentes à maximização do desenvolvimento socioeconómico e bem-estar social local. Metodologicamente, a pesquisa segue o paradigma construtivista preconizado por Aledo e Domínguez-Gómez (2018a), apresentando um carácter misto (qualitativo e quantitativo) e assente numa abordagem participativa. Neste contexto, são entrevistados 3 proprietários de empreendimentos hoteleiros, a Associação de Hotelaria e Turismo local, a Direção Provincial da Cultura e Turismo de Inhambane, a Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane, sendo ainda inquiridos 279 *stakeholders* e 18 diretores hoteleiros. Observa-se que os principais impactes do setor hoteleiro são do foro económico, podendo-se destacar também a capacidade do setor em empoderar a população local e estimular o desenvolvimento sociocultural. Pela negativa, constata-se impactos ao nível institucional – legal e no âmbito demográfico. Conclui-se que, apesar da indubitável relevância do setor hoteleiro para a dinamização socioeconómica do município, os seus *stakeholders* valorizam mais os seus impactes indiretos do que os diretos, sendo urgente implementar fóruns de auscultação comunitária que permitam melhorar a colaboração entre as empresas hoteleiras e a comunidade local.

Palavras-chave | Setor hoteleiro, *stakeholders*, impactes sociais, alternativas estratégicas

* **Doutor em Turismo** pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte. **Professor Adjunto** na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

** **Doutor em Turismo, Lazer e Cultura** pela Universidade de Coimbra. **Professor Coordenador** na Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. **Investigador** do CITUR - Centro de Investigação, Desenvolvimento e Inovação em Turismo

Abstract | This article identifies the hotel sector impacts in the municipality of Inhambane from the perspective of its main stakeholders, measures the stakeholders' Social Vulnerability Index of stakeholders in face of the hotel companies' activity and formulates alternative hotel strategies to maximize the local socioeconomic development and social welfare. Methodologically, the research follows the constructivist paradigm advocated by Aledo and Domínguez-Gómez (2018a), presenting a mixed character (qualitative and quantitative) and based on a participatory approach. In this context, 3 hotel owners, the local Hospitality and Tourism Association, the Provincial Directorate of Culture and Tourism, the Inhambane Higher School for Hospitality and Tourism are interviewed, 279 stakeholders and 18 hotel directors are also surveyed. It's observed that the main impacts of the hotel sector are from the economic sphere, and the sector's capacity to empower the local population and stimulate sociocultural development can also be highlighted. On the negative side, there are impacts at the institutional – legal level and in the demographic scope. It's concluded that, despite the undoubted relevance of the hotel sector for the municipality socio-economic dynamics, its stakeholders' value more the indirect impacts than its direct ones, being urgent to implement community consultation forums that allow improving the collaboration between hotel companies and the local community.

Keywords | Hotel sector, stakeholders, social impacts, strategic alternatives

1. Introdução

Segundo o Índice de Desenvolvimento Humano do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (2019), Moçambique é considerado o décimo país mais pobre do mundo. Ocupando a 180ª posição do *ranking*, este é catalogado como país de “desenvolvimento humano baixo” tendo em conta os seus periclitantes índices sobre a esperança média de vida à nascença, anos médios de escolaridade, anos esperados de escolaridade e o valor do Produto Interno Bruto per capita.

É indefetível que, utilizando esses critérios de avaliação, Moçambique é mesmo um dos países mais pobres e desiguais do mundo. Porém, quem contabiliza as suas riquezas culturais, patrimoniais, históricas, paisagísticas, faunísticas, entre tantas outras? Todos esses recursos, dificilmente adquiríveis e de avaliação incalculável, não conferem riqueza e competitividade à, aparentemente, frágil nação moçambicana? Para um poderoso e galopante setor económico, sim! O turismo.

Neste sentido, para Krippendorf (2003), Ja-

fari (2005), Sharpley e Telfer (2008) e De Pieri e Panosso Netto (2015), é com naturalidade que a aposta no setor turístico, como veículo para o desenvolvimento económico e social, seja uma realidade transversal a todos os governos, desde os países centrais e desenvolvidos até aos países periféricos e em vias de desenvolvimento.

Deste modo, Nóbrega (2013), Fazito, Rodrigues, Nascimento e Pena (2017) e Sousa Moniz e Silva (2021) realçam que, se implementado sob premissas que promovam a responsabilidade social dos seus agentes e o respeito pelas heterogeneidades particulares de cada local, a atividade turística deverá afetar positivamente o rendimento, o emprego, o volume de negócios, as receitas fiscais e uma melhoria substancial das infraestruturas de bem-estar social.

Sob este prisma, em entrevista ao jornal O País (2018), o atual Presidente da República de Moçambique, Filipe Nyusi, profere as seguintes palavras: “acreditamos no imenso potencial que o turismo tem para impulsionar a economia e combater a pobreza”.

Se o turismo se configura, hoje, num dos mais proeminentes vetores económicos à escala mundial, tal deve-se à importância dos inúmeros setores de atividade que o incorporam e, juntos, formam o *trade* turístico. Contudo, para o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (2002), o que possui maior relevância socioeconómica é o setor hoteleiro. Consubstanciando, Ogunleye e Adesuyan (2012) e Ajake (2015) afirmam que a hotelaria compreende mais de 60% da globalidade dos serviços turísticos, pois, um só hotel, para além de incluir as tradicionais áreas de alojamento e de alimentação e bebidas, pode conter lojas de conveniência, serviços de animação, serviços de transporte, serviços de informação turística, centro de conferências, centro de negócios, áreas destinadas a atividades de lazer, casinos, entre outros.

Por conseguinte, Kuslivan e Karamustafa (2001), de Grosbois (2012), Cain (2012) e Ajake (2015) revelam que a hotelaria consegue reproduzir todos os benefícios associados ao turismo, pois pode constituir-se como um empregador massivo, gerar divisas, atrair investimentos, alavancar a taxa de variados impostos, promover a imagem do destino, auxiliar na criação de infraestruturas de “bem-estar” social, fomentar a rede de transportes e a segurança pública, apoiar manifestações artísticas e culturais locais e, por último, mas não menos importante, tem um altíssimo potencial para gerar um efeito multiplicador na economia através da compra de bens e serviços a fornecedores locais.

No entanto, para a Organização Internacional do Trabalho (2010), de Grosbois (2012), Organização Mundial do Turismo (2013), Ivanov e Ivanova (2016), Gustavo (2018), Kubickova e Smith (2019), principalmente nos países em vias de desenvolvimento, a aposta no setor hoteleiro pode produzir, também, impactes nefastos. A excessiva dependência de investimentos de capital estrangeiro, a ocorrência de fuga de capitais, importação de mão de obra e bens de consumo, precariedade das condições laborais, políticas comerciais de integração vertical, impactes ambientais, excesso de

consumo de recursos hídricos e energéticos ou choques culturais com a população local são apenas alguns dos problemas recorrentemente associados à implantação hoteleira nos países periféricos.

Observando o panorama turístico moçambicano, este possui no município de Inhambane um dos seus maiores ex-libris. Segundo o Instituto Nacional de Estatística - INE (2019a), Inhambane é a segunda província do país com o maior número de quartos oferecidos (11%), a segunda quanto à capacidade de alojamento (7 camas por 10.000 habitantes) e a segunda quanto ao número de dormidas (26%). Somado a isto, Inhambane lidera, à escala nacional, o índice de estada média por hóspede (8,1 noites), sendo que os seus empreendimentos hoteleiros apresentam, também, a maior média de taxa de ocupação (54,6%).

Não obstante, em total dessintonia com a relevância e o brilhantismo dos números alcançados pelo seu setor hoteleiro, a realidade social da população local apresenta sérias debilidades. Analisando os dados do INE (2019b), constata-se que 63% da população do município não possui habitação com água canalizada, enquanto 64% dos mesmos não desfruta de rede elétrica. Aferindo a posse de bens duráveis por agregado familiar, constantes nos dados do INE (2017), o cenário é semelhante, na medida em que 52% não possui rádio, 44% não possui televisão, 83% não tem computador, 94% não tem acesso a Internet fixa, 59% cozinha a carvão ou a lenha, 62% não dispõe de frigorífico, apenas 14% possui carro ou moto, e, por fim, 19% dos agregados familiares não possui nenhum dos bens duráveis descritos.

Nesta perspetiva, apesar da pujança do seu setor turístico/hoteleiro, constata-se que, no município de Inhambane, tal setor económico não tem conseguido impulsionar o desenvolvimento social da comunidade recetora. Assim, uma pergunta se faz pertinente: qual o contributo do setor hoteleiro para o desenvolvimento social dos seus principais *stakeholders*?

2. Contextualização teórica

O rápido crescimento do mercado hoteleiro nos mais diversos rincões geográficos, assim como a magnitude de todos os seus impactes, faz deste setor, que até aqui recebia menos atenção que indústrias como a mineração, a química ou a manufatureira, um alvo da preocupação do público em geral e das comunidades científicas em particular.

Cain (2012), especialista em turismo da Corporação Financeira Internacional do Banco Mundial, elabora uma pergunta de grande relevância: como um hotel pode fazer a diferença na vida das comunidades ao seu redor?

Cientes da importância em responder a esta pergunta, até por motivos mercadológicos, o setor hoteleiro tem assumido, progressivamente, a implementação de programas de responsabilidade social, tal como tem apostado na divulgação de relatórios sobre a sustentabilidade das suas operações e dos esforços por si encetados.

No entanto, para Garay e Font (2012), Miranda, Plaza e Brea (2016), Rhou e Singal (2020), Lamas e Júnior (2021) apesar dos discursos positivos que o setor hoteleiro tem sobre a responsabilidade social corporativa, as suas atitudes raramente se traduzem em ações concretas junto das comunidades recetoras. Segundo os autores, a maioria das empresas hoteleiras, por serem de pequena ou média dimensão, comunica a assunção de práticas de responsabilidade social simples, geralmente relacionadas com a economia de custos como a poupança no consumo de água e energia, não precisando de um sistema organizacional assente em investimentos em inovação/tecnologia e em práticas avançadas de gestão ambiental, mas que são suficientes para levantar o estandarte das eco economias promovendo a importância das razões éticas e sociais ao lado das razões económicas. Assim, muitas vezes o que dita a orientação das práticas de responsabilidade social das empresas hoteleiras são a escassez de recursos, a busca por vantagens competitivas e os imperativos legais associados ao

setor, o que leva a que as empresas hoteleiras de menor dimensão tenham menos propensão em implementar práticas de responsabilidade social efetivas. Seguindo o raciocínio, são os grupos hoteleiros de maiores dimensões, até pela exposição mediática a que estão sujeitos, que mais adentram nas práticas como, principalmente, nos *reporting* sobre a responsabilidade social corporativa.

Contudo, dentro deste cenário, de Grosbois (2012) e Pérez-Aranda e Boronat-Navarro (2022) advertem que várias são as empresas que estabelecem metas quanto à sua responsabilidade social corporativa. Contudo, um número muito menor fornece detalhes sobre as iniciativas específicas realizadas para alcançar essas mesmas metas e, ainda em menor número, são aquelas que mensuram o seu real desempenho. Consta-se assim que, para a maioria das empresas hoteleiras, a responsabilidade social corporativa não passa de uma operação cosmética, tentando apresentar uma imagem apelativa aos olhos dos consumidores com claros objetivos comerciais. Estas circunstâncias levam a autora a concluir que há necessidade de uma maior padronização de metodologias que permitam, a terceiras entidades, uma efetiva fiscalização dos esforços inerentes à responsabilidade social das empresas hoteleiras.

Perante a impossibilidade de contar com as empresas hoteleiras para aferir quais os impactes concretos que a sua atividade exerce sobre as comunidades recetoras, entidades externas ao setor, na maioria com ligações à comunidade científica, desenvolveram modelos de avaliação de impactes sociais.

Conforme o Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (2007), a avaliação de impacte social representa um processo de investigação, planificação e gestão das alterações sociais (positivas e negativas, previstas e imprevistas) que resultam das políticas, planos e projetos de desenvolvimento. Já McCombes, Vanclay e Evers (2015) realçam que a avaliação de impacte social trata dos processos de gestão das questões sociais ine-

rentes às intervenções planeadas e é um campo de prática, discurso e paradigma por si só. Para Domínguez-Gómez e Aledo (2018), esta estuda os efeitos que os Projetos de Intervenção sobre o Meio - PIM, causam nas pessoas, com o objetivo de maximizar as suas consequências positivas e eliminar, mitigar ou compensar os seus efeitos negativos.

McCombes et al. (2015) sustenta que os modelos de avaliação de impacte social possuem um enorme potencial para apoiar as empresas do setor turístico a gerir os seus impactes de maneira mais responsável pelas seguintes razões: os seus princípios ideológicos partilham muitos pontos em comum com a Declaração da Cidade do Cabo sobre o Turismo Responsável e sobre o Turismo *Pro-poor*, configura-se como um mecanismo formal e estruturado para a gestão responsável dos impactes sociais advindos do turismo, é um método prático que pode ser integrado a cada estágio dos projetos turísticos, facilita o envolvimento da comunidade no processo de tomada de decisão, enfatiza a gestão adaptativa, conhece as realidades organizacionais e pode ser incorporada aos processos organizacionais existentes no setor turístico.

Segundo Silva, Antunes, Wada e Oliveira (2022) a estrutura do mercado hoteleiro e os profundos impactes que dele resultam produzem um vasto leque de *stakeholders* cujos interesses são bastantes diversos e, por vezes, conflitantes. Logo à partida, invariavelmente, destacam-se os trabalhadores dos empreendimentos hoteleiros, contudo outros agentes económicos locais compõem a lista das partes interessadas na atividade dos empreendimentos, tais como: comerciantes, artistas, empresas turísticas, transportadores, construtores civis, agricultores, empresários do ramo da animação e entretenimento, a própria população local no geral, entre muitos outros.

Com efeito, observando os modelos de avaliação de impactes sociais, como podemos medir o impacte que os empreendimentos hoteleiros impõem aos seus diversos *stakeholders*? Para solucionar esta questão, toma-se como diretriz as eta-

pas metodológicas constantes do Modelo Avaliação de Impacte Social - Modelo EIS, preconizado por Aledo e Domínguez-Gómez (2018a). Neste sentido, Crespo e Aledo (2018a) estratificam a totalidade do Modelo EIS nas seguintes cinco etapas de avaliação de impactes: 1) Estudo de Base; 2) Análise de *stakeholders*; 3) Identificação e Avaliação dos Impactes; 4) Formulação e Avaliação de Alternativas; e 5) Acompanhamento e Informe Final. Contudo, para a delimitação dos objetivos propostos para esta pesquisa, apenas importa operacionalizar as etapas de Estudo de Base, Análise de *stakeholders*, Identificação e Avaliação dos Impactes e, por último, Formulação e Avaliação de alternativas.

Começando pela etapa do Estudo de Base, para Crespo e Aledo (2018b), esta encerra a fase de delimitação, caracterização, análise de contexto da pesquisa. Assim os elementos principais que um Estudo de Base deve analisar são o alcance de ação de um Projeto de Intervenção sobre o Meio - PIM, o seu contexto sociocultural e o estado de vulnerabilidade estrutural da comunidade. Neste contexto, o Estudo de Base deve esboçar a magnitude do PIM, as suas linhas de atuação, analisar o contexto sociocultural em que o projeto se desenvolverá e identificar os principais *stakeholders*, prestando especial atenção a putativos grupos vulneráveis.

Seguidamente, para Aledo e Domínguez-Gómez (2018b), a etapa da Análise de *stakeholders* consiste na identificação dos grupos sociais afetados pelos impactes dos PIM. Para tal, quatro são os objetivos primordiais ao se realizar esta etapa: conhecer os grupos mais vulneráveis perante os PIM, conhecer os grupos de maior poder e influência sobre os PIM, identificar e compreender os impactes a partir da posição dos afetados/interessados e, por fim, entender a geografia social dos impactes.

Quanto à etapa da Identificação e Avaliação dos Impactes, Aledo e Crespo (2018a) alertam que esta é a fase central do processo. Para uma coe-

rência paradigmática, a identificação dos impactes parte da forma como estes incidem na construção social ao entender o impacte como o modo que os afetados percebem, física e cognitivamente, as alterações das suas estruturas sociais causadas pelos efeitos de um PIM. Esta etapa contempla a seleção dos representantes dos diferentes grupos de *stakeholders* que foram identificados na fase anterior e que serão agora avaliados. A seleção dos mesmos deve cobrir todas as áreas de impacte que um PIM pode gerar.

Continuando, Aledo e Crespo (2018a) alertam que a Identificação e Avaliação dos Impactes consiste na sua medição, mas também na sua categorização, assim não é suficiente a identificação dos impactes e a sua mensuração. O enfoque do Modelo EIS exige que os impactes sejam qualificados numa série de categorias analíticas para a sua posterior análise e gestão. Tais categorias analíticas são apresentadas por Aledo e Crespo (2018b), compreendendo as seguintes seis dimensões: a) Demográfica, b) Económica, c) Ambiental – Territorial, d) Institucional – Legal, e) Emancipatória – Empoderamento e f) Sociocultural.

Discorrendo sobre a etapa final, a Formulação e Avaliação de Alternativas, Climent-Gil, Mañas-Navarro e Aledo (2018) afirmam que, para a sua prossecução, faz-se necessário o uso de metodologias participativas, pois esta abordagem enfatiza a necessidade de implementar métodos que atendam à complexidade dos processos e esbatam as geografias da desigualdade, focando as ações nos grupos mais vulneráveis. Assim, e ainda segundo os mesmos autores, este ponto do Modelo EIS compreende ações como a organização de mesas temáticas, formulação de *brainstorming* e análise da viabilidade das alternativas estratégicas propostas.

3. Metodologia

Sustentada no modelo EIS preconizado por Aledo e Domínguez-Gómez (2018a), a presente pesquisa, cujo trabalho de campo decorreu entre abril e outubro de 2020, rege-se por um paradigma construtivista, apresentando um viés qualitativo e quantitativo, reconhecendo os impactes tal como são percebidos pelos diversos atores sociais ao fomentar uma abordagem participativa. Para tal, metodologicamente, a investigação é dividida em quatro atos principais: 1) Estudo de Base, 2) Análise de *stakeholders*; 3) Identificação e Avaliação dos Impactes; e 4) Formulação e Avaliação de Alternativas.

No Estudo de Base, tentando caracterizar o desenvolvimento hoteleiro no município de Inhambane e identificar que grupos sociais compõe a lista dos seus principais *stakeholders*, foram entrevistados em profundidade três proprietários de empreendimentos hoteleiros (situados na praia do Tofo, praia da Barra e cidade de Inhambane), o diretor da Direção Provincial da Cultura e Turismo de Inhambane, o presidente da Associação de Hotelaria e Turismo de Inhambane e o diretor da Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane, pertencente à Universidade Eduardo Mondlane.

Na etapa de Análise dos *stakeholders*, recorrendo a questionários, foram inquiridos 279 *stakeholders* referentes a 15 grupos sociais distintos, *stakeholders* esses que vivem ou desempenham a sua atividade económica num dos seguintes três polos: Tofo, Barra ou cidade de Inhambane. Os diversos *stakeholders* foram questionados sobre quais os impactes positivos que a atividade do setor hoteleiro tem na sua vida ou atividade económica, quais os impactes negativos e, por fim, foram instados a classificar numa escala de 0 a 8, onde 0 corresponde a “Extremamente Beneficiado” e 8 a “Extremamente Prejudicado”, qual o seu sentimento em relação aos impactes dos empreendimentos hoteleiros. Observe a figura 1:



Figura 1 | Escala da percepção dos *stakeholders* quanto aos impactes do setor hoteleiro
Fonte: Elaboração própria

Ainda na etapa de Análise dos *stakeholders*, foram inquiridos 18 diretores hoteleiros do município de Inhambane. Tais diretores, seguindo uma escala semelhante, tiveram que classificar de 0 a 8, onde 0 corresponde a “Importância Vital” e 8 a

“Totalmente Irrelevante”, qual o nível de influência/poder que cada grupo de *stakeholders* exerce na planificação ou operação dos seus empreendimentos hoteleiros. Atente para a figura 2:



Figura 2 | Escala de importância de cada grupo de *stakeholders* para os empreendimentos hoteleiros
Fonte: Elaboração própria

Perante tais classificações obtidas e aplicando o Método da Soma Ponderada (WSM) através da técnica de Análise de Decisão Multicritério (MCDA), tal como preconizado por Ortiz, Domínguez-Gómez, Aledo, Urgeghe e Jiménez-Loaisa (2018), pôde-se calcular o Índice de Vulnerabilidade Social de cada grupo de *stakeholders*. O Índice de Vulnerabilidade Social é traduzido pela seguinte fórmula:

$$VS_i = \sum_j^n W_{ij} X_{ij}$$

Legenda: VS - Índice de Vulnerabilidade Social; n - número de critérios; W_{ij} - peso de critério j; X_{ij} - desempenho da categoria social i em face do critério j

Sendo-se da opinião que, para o cálculo do Índice de Vulnerabilidade Social, a importância da qualidade dos impactes sofridos pelos *stakeholders* é equivalente à capacidade que cada um deles tem de influenciar a tomada de decisões por parte dos empreendimentos hoteleiros, vai-se ao encontro do sugerido por Ortiz et al. (2018) estipulando-se como peso dos dois critérios-chave o mesmo valor,

neste caso 1.

Na terceira etapa, Identificação e Avaliação dos Impactes, através de amostra por conveniência, foram selecionados 58 representantes-chave pertencentes aos 15 grupos de *stakeholders*. Nesta etapa, cada representante-chave ordenou pelo grau de importância (elevado, médio ou baixo), os impactes positivos e negativos, provenientes das operações do setor hoteleiro, identificados no âmbito da etapa anterior.

Além disso, indo ao encontro do recomendado por Aledo e Crespo (2018a), procedeu-se à categorização de cada um dos impactes pelas dimensões analíticas sugeridas por Aledo e Crespo (2018b): dimensão demográfica, económica, ambiental-territorial, institucional-legal, emancipatória-empoderamento e sociocultural.

Por último, na etapa de Formulação e Avaliação de Alternativas, os 58 representantes-chave foram convidados a participar em reuniões com formato de mesas redondas, para, através da técnica de *brainstorming*, formularem estratégias alternativas de atuação dos empreendimentos hoteleiros, tendentes a maximizar os impactes positivos e mitigar os impactes negativos do setor.

4. Resultados

Ao serem entrevistados, no âmbito da etapa do Estudo de Base, os três proprietários de empreendimentos hoteleiros, a Associação de Hotelaria e Turismo, a Direção Provincial da Cultura e Turismo e a Escola Superior de Hotelaria e Turismo, relatam que o desenvolvimento do parque hoteleiro no município de Inhambane ocorreu, apenas, a partir de meados da década de 1990. Contabilizando os empreendimentos abertos durante todo o ano e que oferecem, no mínimo, serviços de *bed and breakfast*, Inhambane conta com um total de 39 estabelecimentos de alojamento (3 hotéis, 21 lodges e 15 guest houses). Assentes, maioritariamente, em investimentos de capital sul-africano, as unidades hoteleiras do município são de pequena dimensão, pois 85% das mesmas oferecem, no máximo, 80 camas. Associado à sua pequena dimensão, observa-se também outras duas características importantes: pouca capacidade de investimento por parte dos empresários hoteleiros e uma parca formação ou *know-how* dos seus gestores.

Outro ponto a ser destacado, prende-se com o efeito multiplicador do setor hoteleiro na economia local. Todos os entrevistados realçaram que, pelo fato da maioria dos empreendimentos hoteleiros e dos turistas serem de nacionalidade sul-africana, por razões culturais, estes privilegiam, sempre, as trocas comerciais entre eles. Deste modo, o tecido empresarial local sente-se marginalizado.

Instigados a identificar quais os *stakeholders* mais afetados, positiva ou negativamente, pelo setor hoteleiro do município, os entrevistados contribuíram para o reconhecimento de 15 grupos sociais: 1) trabalhadores hoteleiros; 2) empresas de atividades turísticas; 3) restaurantes, bares e estabelecimentos de entretenimento; 4) comerciantes no geral; 5) vendedores dos mercados municipais; 6) vendedores informais ou ambulantes; 7) empresas de construção civil; 8) postos de combustível; 9) empresas de transportes rodoviários; 10) carpinteiros e marceneiros; 11) agricultores; 12) pescadore-

res; 13) músicos e grupos de dança; 14) pintores, artistas plásticos e artesãos; e 15) comunidade no geral.

Cruzando as respostas dos 279 indivíduos pertencentes aos diversos grupos sociais através da escala da percepção dos *stakeholders* quanto aos impactes que o setor hoteleiro tem nas suas vidas, com as respostas dadas pelos 18 diretores hoteleiros à escala de importância de cada grupo de *stakeholders* tem para os seus empreendimentos hoteleiros, apurou-se a dispersão da percepção entre os *stakeholders* e os diretores hoteleiros plasmada na figura 3.

Aplicando a fórmula preconizada por Ortiz et al. (2018), usando o Método da Soma Ponderada (WSM) e a técnica de Análise de Decisão Multi-critério (MCDA), calcula-se o Índice de Vulnerabilidade Social de cada grupo de *stakeholders*, como demonstra a figura 4.

Como se constata na figura 3, nem sempre coincide a percepção da importância que os *stakeholders* atribuem ao setor hoteleiro e a relevância que este atribui aos diferentes grupos sociais. Como claro exemplo, observe-se os dois seguintes grupos de *stakeholders*: os trabalhadores hoteleiros e os vendedores informais e ambulantes. Os diretores hoteleiros classificaram a relevância dos seus trabalhadores com o valor de 1, atribuindo-lhes o grau de “Extremamente Importantes”, enquanto os trabalhadores atribuíram à importância que os empreendimentos hoteleiros têm na sua vida o valor de 2, sentindo-se “Beneficiados”. Em comparação, os vendedores informais e ambulantes, que pululam os areais de Inhambane, sentem-se mais beneficiados pelo setor hoteleiro do que os próprios trabalhadores hoteleiros. Porém, quando confrontados sobre a relevância que tais vendedores têm para os seus empreendimentos, os gestores hoteleiros atribuem-lhes uma nota superior a 5 valores, classificando-os como “Pouco Relevantes”.

É interessante observar que o grupo que se sente mais beneficiado pela presença do setor hoteleiro em Inhambane são os empresários dos postos

de combustíveis, seguidos pelos pescadores e pelos vendedores informais e ambulantes, surgindo os trabalhadores hoteleiros, apenas, em quarto lugar. Em contrapartida, os empreendimentos hoteleiros apontam os vendedores dos mercados municipais como o segundo grupo social mais relevante para as suas operações. Contudo, estes últimos sentem-se “Pouco Beneficiados” pelo setor hoteleiro, sendo, até, o penúltimo grupo de *stakeholders* a valorizar a presença deste setor no município, somente superados pelo grupo de *stakeholders* que compreende os pintores, artistas plásticos e ar-

tesãos.

Posto isto, analisando a figura 4, verifica-se que o Índice de Vulnerabilidade Social dos diversos grupos de *stakeholders* varia dos 3,06 valores até aos 7,54 valores. Neste sentido, estabelece-se que os grupos de *stakeholders* com pontuação acima dos 6 valores são classificados como “altamente vulneráveis”, os grupos de *stakeholders* com pontuação entre os 4 e os 5,99 valores são classificados como “moderadamente vulneráveis” e os grupos de *stakeholders* com pontuação abaixo dos 4 valores são considerados de “baixa vulnerabilidade”.

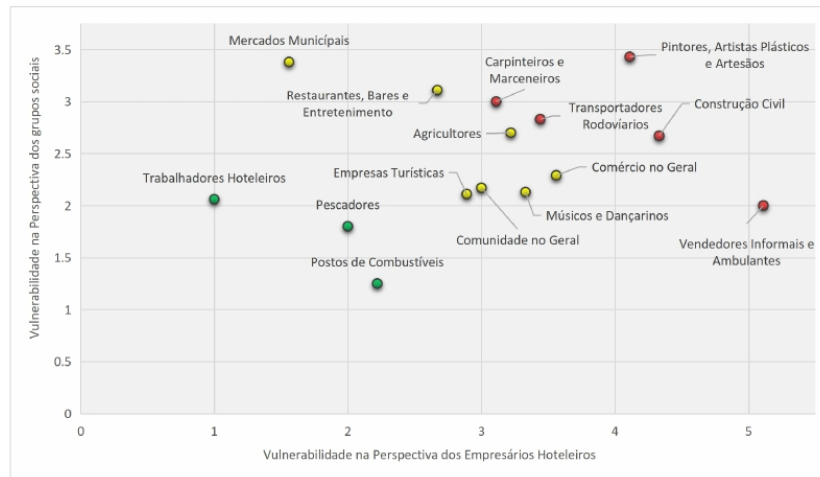


Figura 3 | Dispersão do nível de vulnerabilidade na perspectiva de todos os *stakeholders*
Fonte: Elaboração própria

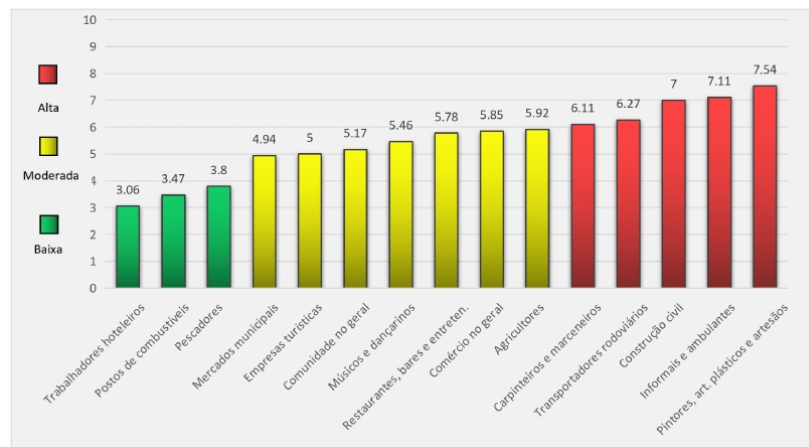


Figura 4 | Índice de Vulnerabilidade Social dos *stakeholders* do setor hoteleiro
Fonte: Elaboração própria

Importa, então, perceber os impactes positivos e negativos do setor hoteleiro pela perspetiva dos seus *stakeholders* locais, assim como as estratégias que poderão maximizar o seu contributo para o desenvolvimento da economia local ou do bem-estar

social. Começa-se pela perceção dos trabalhadores hoteleiros representada pelo quadro 1, seguindo-se os outros grupos sociais representados pelos seus respetivos quadros.

Quadro 1 | Identificação e avaliação dos impactes pelos trabalhadores hoteleiros

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Elevado	Salário	Económica	Elevado	Baixos salários	Económica
Elevado	Regalias extrassalariais	Demográfica	Elevado	Incumprimento de carga horária e horas extra	Institucional-Legal
Médio	Experiência profissional	Emancipatória	Médio	Falta de tempo para lazer	Demográfica
Médio	Interação com turistas	Sociocultural	Médio	Falta de formação profissional	Emancipatória
Baixo	Oportunidades de novas etapas profissionais	Emancipatória	Médio	Assédio moral e sexual	Institucional-Legal

Fonte: Elaboração própria

Como estratégias alternativas, os representantes-chave dos trabalhadores hoteleiros afirmaram ser necessária a implementação de práticas corporativas que permitam a sua participação nas tomadas de decisão, inclusive nas suas políticas salariais, reconhecer o desempenho através do estabelecimento de prémios e incentivos,

aumentar as políticas de fiscalização do cumprimento do horário laboral e respetiva remuneração, desenvolver estratégias comerciais de combate à sazonalidade da oferta turística, reforçar a aposta na formação profissional e desenvolver estratégias de controlo internas que mitiguem a vulnerabilidade dos trabalhadores ao assédio sexual e moral.

Quadro 2 | Identificação e avaliação dos impactes pelos empresários do setor turístico

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Elevado	Fonte de clientes	Económica	Elevado	Parcerias c/ operadores não licenciados	Institucional-Legal
Elevado	Parcerias para venda de serviços	Económica	Médio	Acordos comerciais informais	Institucional-Legal
Médio	Divulgação dos serviços	Económica	Médio	Pagamento de comissões baixas	Económica
Baixo	Auxílio no câmbio de moedas estrangeiras	Económica

Fonte: Elaboração própria

Os representantes-chave das empresas que operam no setor turístico traçam as seguintes estratégias para melhorar o efeito do setor hoteleiro no seu ramo de atividade: reforçar a fiscalização sobre a contratação, por parte dos hotéis, de serviços turísticos praticados por operadores não licenciados; estabelecer protocolos comerciais formais

entre os empreendimentos hoteleiros e os restantes operadores turísticos, encetar diálogos institucionais para a criação de mais *packages* turísticos e criar entraves à prática de estratégias de integração vertical por parte das empresas hoteleiras, evitando, assim, o aumento da concorrência.

Quadro 3 | Identificação e avaliação dos impactes pelos empresários dos restaurantes, bares e estabelecimentos de entretenimento

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Médio	Fonte de clientes	Económica	Elevado	Forte concorrência	Económica
Médio	Estimulam o comércio local para o fornecimento de produtos	Económica	Médio	Desencorajam os hóspedes a usufruir dos serviços	Económica
Baixo	Acordos de prestação de serviços	Económica	Médio	Contribuem para a rotura de stocks de fornecimento e aumento dos preços	Económica

Fonte: Elaboração própria

Visando melhorar o impacto do setor hoteleiro no desenvolvimento dos seus negócios, os empresários dos restaurantes, bares e estabelecimentos de entretenimento apontam como exequíveis as seguintes estratégias: criar fóruns empresariais para partilha de experiências como *players* que atuam no mesmo mercado, incentivar o aumento de par-

cerias comerciais para o fornecimento de serviços externos aos hotéis como fornecimento de alimentação ou de equipamentos em eventos, e melhorar a postura colaborativa entre as empresas do setor e os empreendimentos hoteleiros, passando por um acordo comum de divulgação de produtos e serviços.

Quadro 4 | Identificação e avaliação dos impactes pelos comerciantes no geral

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Elevado	Fonte de clientes	Económica	Elevado	Preferência dos hotéis por fornecedores fora de Inhambane	Económica
Elevado	Estabelecimento de parcerias comerciais	Económica	Médio	Escassos contratos de parceria comercial	Económica
Médio	Oportunidade de expansão para outros tipos de comércio	Económica	Médio	Falta de promoção de itinerários turísticos na cidade de Inhambane	Institucional-Legal
Médio	Aumento de preços na época alta de turismo	Económica	Médio	Parco poder negocial do comércio local	Económica
Médio	Valorização dos produtos locais	Sociocultural

Fonte: Elaboração própria

Como estratégias de melhoria dos impactes do setor hoteleiro, estes *stakeholders* frisam ser necessário constituir um órgão representativo dos comerciantes locais que sirva de plataforma para auscultar o setor hoteleiro sobre as suas necessidades e empreender parcerias comerciais, incentivar fiscalmente os hotéis que mais contribuam para o comércio local, encetar movimentos de colabora-

ção entre os comerciantes locais para que seja possível ofertar os seus produtos a preços competitivos para fazer frente aos mercados fornecedores de Maputo e África do Sul; aumentar a oferta de itinerários turísticos na cidade de Inhambane e criar mais eventos na cidade que sirvam de atrativo para os turistas alojados na praia do Tofo e praia da Barra.

Quadro 5 | Identificação e avaliação dos impactes pelos vendedores dos mercados municipais

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Médio	Venda de produtos aos hotéis	Económica	Elevado	Inexistência de contratos formais de fornecimento de insumos	Institucional-Legal
Médio	Venda de produtos aos turistas	Económica	Médio	Falta de poder negocial	Económica
Baixo	Melhoria das infraestruturas dos mercados municipais	Ambiental-Territorial	Baixo	Aumento da criminalidade nas áreas de concentração turística	Demográfica
Baixo	Saída de vendedores da informalidade laboral	Institucional-Legal	Baixo	Conflitos entre vendedores e turistas	Sociocultural

Fonte: Elaboração própria

Por forma a aprimorar os impactos da atividade do setor hoteleiro para os vendedores dos mercados municipais, os representantes-chave afirmam ser necessário que haja uma padronização de preços na tentativa de aumentar o poder negocial aos vendedores, conceder benefícios estatais aos hotéis que façam contratos de fornecimento de produtos

com os vendedores dos mercados municipais, implementar políticas de consciencialização dos turistas para que estes respeitem os vendedores e os preços pedidos pelos produtos e, por fim, aumentar o policiamento nas praias do Tofo, da Barra e mercados adjacentes.

Quadro 6 | Identificação e avaliação dos impactos pelos vendedores informais e ambulantes

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Elevado	Venda direta aos turistas	Económica	Elevado	Proibição de vender nos hotéis	Económica
Elevado	Valorização dos produtos locais	Económica	Elevado	Diminuição das vendas pela sazonalidade turística	Económica
Médio	Ganho de competências em idiomas estrangeiros	Emancipatória	Médio	Falta de parcerias comerciais	Económica

Fonte: Elaboração própria

Os representantes-chave dos vendedores ambulantes e informais expressam que seria vantajoso se lhes fossem concedidas bancas para venda nos mercados municipais ou mercados de arte, apostar na consciencialização dos empresários hoteleiros para a precariedade dos vendedores ambulantes

por forma a estabelecer acordos comerciais para a exposição e venda dos seus produtos nos hotéis, fomentar itinerários turísticos nas comunidades locais e estimular os turistas a comprar os seus produtos como forma de solidariedade social.

Quadro 7 | Identificação e avaliação dos impactos pelos empresários da construção civil

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Médio	Edificação e manutenção dos empreendimentos hoteleiros	Económica	Elevado	Contratação de empresas de construção civil estrangeiras ou de Maputo	Económica
Médio	Pressão do setor para a melhoria das infraestruturas públicas	Económica	Elevado	Preferência por contratar mestres de obra informais	Institucional-Legal
Baixo	Construção de residências para turistas	Económica	Médio	Parca capacidade financeira de algumas empresas hoteleiras e incumprimento de prazos de pagamento	Económica
Baixo	Aumento da qualidade da prestação de serviços	Institucional-Legal

Fonte: Elaboração própria

Quanto às estratégias para alavancar o contributo dos hotéis para o seu setor económico, os empresários da construção civil consideram que se deviam implementar políticas de aprovação de investimentos hoteleiros que passem pela contratação de empresas de construção civil locais, priorizar projetos de investimentos hoteleiros a grupos em-

presariais de grande capacidade financeira, aumentar a fiscalização sobre a contratação de serviços de manutenção de mestres de obras que trabalham na informalidade e existir um reforço do investimento na melhoria das infraestruturas públicas que servem de suporte ao setor hoteleiro.

Quadro 8 | Identificação e avaliação dos impactes pelos empresários dos postos de combustível

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Elevado	Abastecimento dos carros dos turistas	Económica	Médio	Diminuição das vendas pela sazonalidade turística	Económica
Elevado	Fornecimento de combustível às viaturas e geradores dos hotéis	Económica	Baixo	Cultura do turista sul-africano em viajar com reservas de combustível	Económica
Elevado	Abastecimento dos transportes públicos rodoviários	Económica
Médio	Vendas nas lojas de conveniência	Económica
Baixo	Contratos de fornecimento de combustível aos hotéis	Económica

Fonte: Elaboração própria

Apesar de pertencerem ao grupo social que mais se sente beneficiado pela atividade do setor hoteleiro do município, os representantes-chave dos empresários dos postos de combustível acreditam que os impactes do setor hoteleiro poderiam

ser otimizados se os empreendimentos apostassem no uso de geradores de energia elétrica, intensificassem as atividades relacionadas com passeios e itinerários turísticos e aumentassem os contratos de fornecimento de combustíveis.

Quadro 9 | Identificação e avaliação dos impactes pelos empresários da carpintaria e marcenaria

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Médio	Fabrico de mobiliário como camas, mesas, cadeiras, móveis, etc.	Económica	Elevado	Preferência dos hotéis para comprar mobiliário importado	Económica
Médio	Construção ou manutenção das instalações hoteleiras	Económica	Elevado	Contratação de serviços de carpinteiros informais ou assédio a trabalhadores das empresas legalizadas	Institucional-Legal
Baixo	Contratos de prestação de serviços de manutenção	Económica	Médio	Desrespeito pelos prazos de pagamento	Económica
Baixo	Fornecimento de material aos artesãos locais	Económica	Baixo	Pouca existência de contratos de prestação de serviços de manutenção	Económica

Fonte: Elaboração própria

Para estes *stakeholders*, o contributo do setor hoteleiro poderá ser maximizado se se priorizar a construção de empreendimentos hoteleiros que tenham por base a utilização de materiais locais, aumentar a fiscalização das atividades dos carpinteiros/marceneiros locais e criar uma associação

dos carpinteiros/marceneiros locais que lute pela valorização das empresas legalizadas, assim como pelo cumprimento dos contratos estabelecidos com os empreendimentos hoteleiros.

Quadro 10 | Identificação e avaliação dos impactes pelos empresários dos transportes rodoviários

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Médio	Venda de passagens aos turistas	Económica	Elevado	Os hotéis transportam turistas sem licença de transporte de passageiros	Institucional-Legal
Médio	Venda de passagens aos trabalhadores hoteleiros	Económica	Elevado	Falta de parcerias comerciais	Económica
Médio	Prestação de serviços de transporte de grupos de turistas	Económica	Médio	Aumento do tráfego e periculosidade rodoviária	Demográfica
Médio	Melhoria das estradas, pontes e vias de acesso	Ambiental-Territorial	Médio	Inexistência de preços estandardizados	Económica
Baixo	Transporte de mercadorias para os hotéis	Económica	Médio	Diminuição das vendas pela sazonalidade turística	Económica
Baixo	Implementação de novas rotas municipais	Demográfica	Baixo	Pouca divulgação da oferta de transportes	Institucional-legal

Fonte: Elaboração própria

Para os representantes-chave dos empresários dos transportes rodoviários é fundamental aumentar a fiscalização e a atuação do transporte de passageiros feito pelas das empresas hoteleiras, existir maior rigor das autoridades municipais na atribuição de espaços de estacionamento para os transportes públicos, padronizar os preços dos ser-

viços de transportes de passageiros e mercadorias, criar plataformas de informação turística sobre os serviços de transporte público e, por último, fomentar políticas de estímulo ao estabelecimento de contratos de prestação de serviços entre os hotéis e as suas empresas.

Quadro 11 | Identificação e avaliação dos impactes pelos agricultores

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Elevado	Aumento de vendas para os mercados municipais	Económica	Elevado	Dificuldade de fornecimento direto aos hotéis	Emancipatória
Médio	Diversificação dos produtos cultivados	Emancipatória	Médio	Procura de produtos fora da época levando à sua importação	Económica
Médio	Valorização dos produtos locais	Económica	Médio	Inexistência de padronização de preços	Económica
...	Médio	Inexistência de padronização de preços	Económica

Fonte: Elaboração própria

Para os representantes-chave dos agricultores os impactes do setor hoteleiro podem ser maximizados através da constituição de uma associação que auxilie os produtores a legalizarem a sua atividade, existência de fóruns para elucidar os agricultores sobre quais os produtos mais desejados pelo

setor hoteleiro e quais as suas exigências de qualidade, criação de cursos de formação profissional e assistência técnica e, por último, implementação de uma tabela de preços padronizados para venda dos seus produtos.

Quadro 12 | Identificação e avaliação dos impactes pelos músicos e grupos de dança

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Elevado	Oportunidade de atuar ao vivo	Emancipatória	Elevado	Vencimentos irregulares e de baixo valor monetário	Económica
Elevado	Fonte de rendimento e de outras regalias	Económica	Elevado	Boa parte dos hotéis não aposta em espetáculos musicais	Económica
Elevado	Conceção de instalações para vídeos promocionais	Emancipatória	Médio	Excluem os artistas locais dos eventos de maior envergadura	Emancipatória
Médio	Fazem a ligação com os promotores de eventos	Económica	Médio	Não providenciam equipamentos de som nem espaços condignos	Económica
Médio	Visibilidade promocional nas redes sociais	Emancipatória	Médio	Falta de contratos formais para a prestação de serviços	Económica
Médio	Oportunidade para troca de experiências entre artistas locais, nacionais e internacionais	Sociocultural
Médio	Apresentação de artistas locais para público nacional e internacional	Emancipatória
Médio	Revitalização da herança cultural endógena	Sociocultural
Baixo	Estímulo ao aparecimento de novos grupos musicais	Sociocultural

Fonte: Elaboração própria

Sobre as possíveis estratégias que visem a otimização dos impactos do setor hoteleiro na vida dos músicos e grupos de dança locais, os representantes-chave aludem à criação de uma agência local que gira as relações entre os empreendimentos hoteleiros e os artistas de forma a uniformizar e melhorar os vencimentos auferidos, melhorar as condições oferecidas tais como palco,

transporte ou equipamentos de som e dar assistência para a elaboração de contratos de prestação de serviços para o meio artístico. Outras políticas passam por estabelecer valores mínimos para a contratação de músicos e artistas locais para fins de animação turística e implementar políticas de investimento público de incentivo à existência de mais espetáculos musicais como atrativo turístico.

Quadro 13 | Identificação e avaliação dos impactos pelos pescadores

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Elevado	Venda direta aos hotéis	Económica	Elevado	Fraco poder negocial	Económica
Elevado	Venda direta aos turistas	Económica	Médio	Turismo de pesca em alto mar	Ambiental-Territorial
Elevado	Contratos de fornecimento diário ou semanal aos hotéis	Económica	Médio	Invasão de espaços para pesca artesanal por barcos a motor	Demográfica
Médio	Oferta de material como redes, anzóis e barcos	Emancipatória
Médio	Aumento de preços em épocas turísticas	Económica

Fonte: Elaboração própria

De acordo com os representantes-chave do grupo de pescadores, as estratégias que podem ser postas em prática para acurar os impactos por si sentidos são: a fixação de preços padronizados para salvaguardar o seu poder negocial, o aumento

da fiscalização da atividade de pesca ilegal praticada pelos turistas, a delimitação de espaços reservados para a pesca artesanal e a criação de programas municipais para a aquisição de equipamentos para a pesca.

Quadro 14 | Identificação e avaliação dos impactos pelos pintores, artistas plásticos e artesãos

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Médio	Venda de <i>souvenirs</i> a turistas	Económica	Elevado	Pouca aposta dos hotéis em peças de arte para a decoração das instalações	Económica
Médio	Interação com outros artistas locais, nacionais e internacionais	Sociocultural	Elevado	Poucos guias turísticos levam seus clientes aos mercados de arte	Económica
Médio	Valorização da arte local	Sociocultural	Médio	Falta de receptividade dos hotéis em expor para venda material artístico	Económica
Baixo	Venda de peças de decoração para os hotéis	Económica	Baixo	Escassas atitudes de mecenato por parte dos empresários hoteleiros	Económica
Baixo	Melhoramento das infraestruturas dos mercados de arte	Ambiental-Territorial

Fonte: Elaboração própria

Considerando que este grupo social é aquele que avalia de forma menos positiva o impacto do setor hoteleiro para o seu ramo de atividade e também aquele que apresenta um Índice de Vulnerabilidade Social maior perante as operações dos

empreendimentos hoteleiros do município, os seus representantes-chave alertam para a necessidade da existência de campanhas para que os hotéis apostem fortemente na compra de peças decorativas junto dos artistas locais, estabelecimento de

parcerias para que os empreendimentos passem a expor quadros ou esculturas de artistas locais para posterior venda aos turistas, criação de espaços

nos hotéis para vender *souvenirs* feitos por si e encetar políticas de incentivo à aplicação da Lei de Mecenato.

Quadro 15 | Identificação e avaliação dos impactes pelos líderes comunitários

Impactes Positivos			Impactes Negativos		
Grau de Importância	Impacte	Dimensão	Grau de Importância	Impacte	Dimensão
Elevado	Aumento da empregabilidade	Económica	Elevado	Empregabilidade de baixos salários	Económica
Elevado	Efeito multiplicador na economia local	Económica	Elevado	Aumento do custo de vida	Económica
Elevado	Interação intercultural com os turistas	Sociocultural	Elevado	Sobrelotação dos espaços públicos em época de alta demanda turística	Demográfica
Médio	Valorização da cultura e produtos locais	Sociocultural	Elevado	Construção de empreendimentos na primeira linha costeira	Ambiental-Territorial
Médio	Pressão exercida para a melhoria das infraestruturas públicas	Ambiental-Territorial	Médio	Poliuição sonora na praia do Tofo e orla da baía de Inhambane	Ambiental-Territorial
Médio	Dinamização de eventos e espaços comerciais de lazer	Demográfica	Médio	Aumento da prostituição informal e consumo de drogas	Demográfica
Médio	Contributo para manter o aeroporto com voos diários	Ambiental-Territorial	Médio	Aumento de conflitos na comercialização de terras nas praias de Tofo e Barra	Ambiental-Territorial
Baixo	Exposição mediática do município	Emancipatória	Baixo	Aumento da criminalidade	Demográfica
...	Baixo	Proibição de acesso da população local a algumas estâncias hoteleiras	Institucional-Legal

Fonte: Elaboração própria

Por último, os representantes-chave dos líderes comunitários afirmam ser necessário estabelecer mecanismos de pressão para que o setor hoteleiro aumente o valor dos salários praticados, fomentar o fornecimento de bens e serviços das empresas locais aos hotéis, criar fóruns de auscultação comunitária sobre o planeamento e atividades do setor turístico/hoteleiro, implementar mais itinerários turísticos que visem a interação dos turistas com as diversas comunidades locais, conceber mais programas de formação profissional ligados ao setor turístico/hoteleiro, estimular políticas de mecenato por parte dos empreendimentos hoteleiros, aumentar o policiamento nas praias do Tofo e da Barra, melhorar as infraestruturas públicas nas praias do Tofo e da Barra, aperfeiçoar os serviços municipais de limpeza do espaço público, construir infraestruturas municipais para o tratamento do lixo e instituir um imposto municipal sobre as atividades turísticas/hoteleiras que reverta, diretamente, para a população local.

Fazendo uma análise aos 135 impactes (73 po-

sitivos e 62 negativos) identificados pelos 15 grupos de *stakeholders* inquiridos, observa-se, sem surpresa, que a grande maioria (60%) se reveste de um cariz económico. Para isso, muito contribui o fato da generalidade dos *stakeholders* enquadrar-se na cadeia fornecedora de serviços e insumos do setor hoteleiro ou, então, em setores de prestação de serviços complementares à própria atividade hoteleira.

Não obstante, no que tange aos impactes positivos, é digno de realce os impactes do setor hoteleiro ao nível da emancipação e empoderamento da comunidade recetora (14% dos impactes positivos) e no âmbito sociocultural (12% dos impactes positivos). Quanto aos impactes negativos, há que ressaltar os problemas de cariz institucional – legal (18% dos impactes negativos) e, também, do foro demográfico (11% dos impactes negativos).

5. Conclusão

É indubitável que o setor hoteleiro possui uma extrema relevância na dinâmica socioeconómica do município de Inhambane. Fustigado por elevados índices de desemprego e carente de um tecido industrial significativo, os empreendimentos hoteleiros configuram-se como relevantes fontes de emprego, espaços de lazer e atratores de uma demanda turística importantíssima para a economia local. Talvez por isso, reconhecendo-o como o principal motor da economia do município, nenhum dos 15 grupos de *stakeholders* afirmou sentir-se prejudicado pela presença do setor no território.

Contudo, tal como preconizado por Sharpley e Telfer (2008), De Pieri e Panosso Netto (2015), Fazito et al. (2017), Sousa et al. (2021) e Silva et al. (2022) ao observar-se as respostas dadas pelos diferentes grupos de *stakeholders*, constata-se que enaltecem mais os impactes indiretos da presença do setor hoteleiro, consequência da demanda turística que atrai, do que valorizam os seus impactes diretos assentes na aquisição de produtos e serviços locais, postos de emprego gerados, parcerias institucionais estabelecidas, e outros. Como flagrante exemplo, os empresários dos postos de combustíveis, vendedores ambulantes e pescadores, consideram-se mais beneficiados pelo setor hoteleiro do que os próprios trabalhadores hoteleiros.

Quanto a estes últimos, ao serem, apenas, o quarto grupo de *stakeholders* a valorizar a influência que o setor hoteleiro tem nas suas vidas, assim como pelo carácter dos impactes negativos relatados, pode-se concluir que estão sujeitos a práticas laborais precárias, tal como referido pela Organização Internacional do Trabalho (2010) e por Kubickova e Smith (2019).

Por fim, outra questão que emerge deste estudo é a falta de implementação de canais de auscultação dos *stakeholders* locais, como defendido por Aledo e Domínguez-Gómez (2018a). Empresários do setor turístico, donos de restaurantes, ba-

res e estabelecimentos de entretenimento, representantes dos comerciantes locais, empresários do ramo da carpintaria, agricultores, músicos e grupos de dança, trabalhadores hoteleiros e os líderes comunitários, todos frisam a necessidade de empreender fóruns comunitários e empresariais, associações e outros órgãos representativos para que, por um lado, os seus anseios sejam incorporados nas práticas operacionais hoteleiras e, por outro, para que se transformem nos parceiros válidos e qualificados que o setor hoteleiro necessita.

Neste contexto, as instituições governamentais locais com responsabilidade no planeamento e regulação da atividade turística, como a Direção Provincial da Cultura e Turismo, a Direção Provincial da Indústria e Comércio, ou Concelho Municipal de Inhambane, não se podem demitir do papel de agentes facilitadores do desenvolvimento local, articulando a cooperação entre o setor hoteleiro e os seus *stakeholders*, como advogam Lamas e Nascimento (2021) e Fogaça e Mendonça (2021).

Por fim, há que realçar que esta investigação decorreu durante o início da crise pandémica do novo coronavírus SARS-CoV-2 | Covid-19. Deste modo, alguns estabelecimentos hoteleiros do município encontravam-se encerrados dificultando a auscultação dos seus diretores e trabalhadores. Para o futuro, visando o desenvolvimento social do território em estudo, será de grande relevância estudar fenómeno da retenção dos capitais gerados pelo setor hoteleiro em Inhambane e definir estratégias de potencialização dos circuitos de produção e círculos de cooperação associados às suas operações.

Referências

- Ajake, A. O. (2015). Assessing the Impacts of Hospitality Industry in Enugu, Nigeria. *American Journal of Tourism Managemet*, 4(3), 43-53.
- Aledo, A. & Crespo, P. (2018a). Fases de La EIS: Identificación y Evaluación de Impactos. In Aledo, A. & Domínguez-

- Gómez, J. (eds). *Evaluación de Impacte Social: Teoría, Método y Casos Prácticos*. Alicante: Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- Aledo, A. & Crespo, P. (2018b). Conceptualización de la EIS y Definiciones Clave. In Aledo, A. & Domínguez-Gómez, J. (eds). *Evaluación de Impacte Social: Teoría, Método y Casos Prácticos*. Alicante: Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- Aledo, A. & Domínguez-Gómez, J. (2018a). *Evaluación de Impacte Social: Teoría, Método y Casos Prácticos*. Alicante: Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- Aledo, A. & Domínguez-Gómez, J. (2018b). Fases de La EIS: Análisis de stakeholders. In Aledo, A. & Domínguez-Gómez, J. (eds). *Evaluación de Impacte Social: Teoría, Método y Casos Prácticos*. Alicante: Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- Cain, C. L. (2012). *Assessing the Economic Impact of Hotel Investments*. San Diego: Global Hospitality Resources.
- Climent-Gil, E., Mañas-Navarro, J. & Aledo, A. (2018). Fases de La EIS: Formulación y Evaluación de Alternativas. In Aledo, A. & Domínguez-Gómez, J. (eds). *Evaluación de Impacte Social: Teoría, Método y Casos Prácticos*. Alicante: Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- Crespo, P. & Aledo, A. (2018a). Preguntas de Investigación Previas a Una EIS. In Aledo, A. & Domínguez-Gómez, J. (eds). *Evaluación de Impacte Social: Teoría, Método y Casos Prácticos*. Alicante: Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- Crespo, P. & Aledo, A. (2018b). Fases de La EIS: Estudio de Base. In Aledo, A. & Domínguez-Gómez, J. (eds). *Evaluación de Impacte Social: Teoría, Método y Casos Prácticos*. Alicante: Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- De Grosbois, D. (2012). Corporate social responsibility reporting by the global hotel industry: Commitment, initiatives and performance. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 896-905.
- De Pieri, V. & Panosso Netto, A. (2015). *Turismo internacional: fluxos, destinos e integração regional*. Boa Vista: UFRR.
- Domínguez-Gómez, J. & Aledo, A. (2018). Justificación. In Aledo, A. & Domínguez-Gómez, J. (eds). *Evaluación de Impacte Social: Teoría, Método y Casos Prácticos*. Alicante: Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- Fazito, M., Rodrigues, B., Nascimento, E. & Pena, L. (2017). O Papel do Turismo no Desenvolvimento Humano. *Papers do NAEA*, 372, 1-21.
- Fogaça, I., Costa, M., & Mendonça, T. (2021). Planejamento turístico, arranjos de gestão participativa e a importância da extensão universitária: a experiência na região Turismo da Baixada Verde. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(1), 437-449. <https://doi.org/10.34624/rt.d.v1i36.9467>
- Garay, L., & Font, X. (2012). Doing good to do well? Corporate social responsibility reasons, practices and impacts in small and medium accommodation enterprises. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 329-337.
- Gustavo, N. (2018). Trends in Hospitality Marketing and Management: facing the 21st century challenges. In Cagica, L. & Isaías, P. (Eds.), *Handbook of Research on Entrepreneurship and Marketing for Global Reach in the Digital Economy*. Hershey, PA: IGI Global.
- Instituto Nacional de Estatística. (2017). *IV Recenseamento Geral da População e Habitação: agregados familiares por posse de bens duráveis segundo área de residência, distrito e sexo do chefe do agregado familiar na Província de Inhambane*. Maputo.
- Instituto Nacional de Estatística. (2019a). *Estatísticas do Turismo 2016-2018*. Maputo.
- Instituto Nacional de Estatística. (2019b). *Indicadores em Flash Distrito de Inhambane 2018*. Maputo.
- Ivanov, S. & Ivanova, M. (2016). Do hotel chains improve destination's competitiveness? *Tourism Management Perspectives*, 19, 74-79.
- Jafari, J. (2005). El turismo como disciplina científica. *Política y Sociedad*, 42(1), 39-56.
- Krippendorf, J. (2003). *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. Aleph.
- Kubickova, M., & Smith, S. J. (2019). Role of destination competitiveness and national corruption in hotel performance: A study of developing economies of Central America. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 20(3), 354-37.
- Kusluvan, S. & Karamustafa K. (2001). Multinational Hotel Development in Developing Countries: an exploratory analysis of critical policy issues. *International Journal of Tourism Research*, 3(3), 179-197.
- Lamas, S., & Júnior, S. (2021). Indicadores de sustentabilidade inclusiva para meios de hospedagem. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(2), 369-380.
- Lamas, S., & Nascimento, E. (2021). O debate sobre acessibilidade e sustentabilidade no turismo pela governança turística de Socorro, São Paulo, Brasil. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 36(2), 393-403.

- McCombes, L., Vanclay, F., & Evers, Y. (2015). Putting social impact assessment to the test as a method for implementing responsible tourism practice. *Environmental Impact Assessment Review*, 55, 156–168.
- Miranda, D., Plaza, A., & Brea, J. (2016). La investigación de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Análisis y revisión de la literatura científica. *Turismo y Sociedad*, 18, 137-158.
- Nóbrega, Wilker (2013). Turismo, Desenvolvimento e Políticas Públicas: limites e avanços no Estado do Pará. In Azevedo, F., Figueiredo, S., Nóbrega, W. & Maranhão, C. (organizadores). *Turismo em Foco*. Belém: NAEA.
- O País (2018). *Nyusi quer turismo a impulsionar a economia do país*. Retirado de <https://www.opais.co.mz/nyusi-quer-turismo-a-impulsionar-a-economia-do-pais/> em 13 de novembro de 2020.
- Ogunleye, O. S. & Adesuyan A. J. (2012, June). Tourism and Hospitality, Issues and Strategies for Sustainable Socio-Economic Development in Ondo State, Nigeria. In *2nd Advances in Hospitality and Tourism Marketing and Management Conference* (pp. 1–9).
- Organização Internacional do Trabalho. (2010). *Developments and Challenges in the Hospitality and Tourism Sector*. Global Dialogue Forum for Hotels, Catering, Tourism Sector. Geneva.
- Organização Mundial do Turismo. (2013). *Sustainable Tourism for Development*. Madrid.
- Ortiz, G., Domínguez-Gómez, J., Aledo, A., Urgeghe, A. & Jiménez-Loaisa, F. (2018). Caso V. Herramienta Para El Análisis de La Vulnerabilidad de Grupos de Interés en Eis. In Aledo, A. & Domínguez-Gómez, J. (eds). *Evaluación de Impacte Social: Teoría, Método y Casos Prácticos*. Alicante: Publicacions de la Universitat d'Alacant.
- Pérez-Aranda, J. & Boronat-Navarro, M. (2022). Which corporate social responsibility issues do consumers perceive as relevant to be evaluated in the hotel sector?. *European Journal of International Management*, 17(1), 60-85.
- Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (2019). *Human Development Indices and Indicators 2019 Statistical Update*. New York.
- Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (2002). *Tourism Industry as a partner for sustainable development*. United Kingdom.
- Programa das Nações Unidas para o Meio Ambiente (2007). *Dams and development project compendium on relevant practices (Social Impact Assessment of Affected People: Final Report)*. Nairobi: PNUMA
- Rhou, Y. & Singal, M. (2020). A review of the business case for CSR in the hospitality industry. *International Journal of Hospitality Management*, 84, 1-10.
- Sharpley, R. & Telfer, D. (2008). *Tourism and Development in the Developing World*. Routledge.
- Silva, C., Antunes, A., Wada, E., & de Oliveira, P. (2022). Hospitalidade e Gestão para stakeholders: uma análise qualitativa das contribuições em eventos corporativos. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*, 16, 2309-2309.
- Sousa, D., Moniz, A. I., & Silva, O. (2021). Perceção dos residentes sobre os impactes do turismo na sua qualidade de vida, bem-estar e felicidade. *Revista Turismo & Desenvolvimento*, 37, 111-123. <https://doi.org/10.34624/rt.d.v37i0.26386>