

Júlio Afonso

**AVALIAÇÃO DO POTENCIAL TURÍSTICO DA PRAIA DE CHUANGA PARA A  
PRÁTICA DO TURISMO**

Licenciatura em Gestão Ambiental e Desenvolvimento Comunitário com Habilitações em  
Ecoturismo

Universidade Pedagógica

Lichinga

2015

Júlio Afonso

**AVALIAÇÃO DO POTENCIAL TURÍSTICO DA PRAIA DE CHUANGA PARA A  
PRÁTICA DO TURISMO**

Monografia científica a ser apresentada ao curso de GADEC, Departamento de Ciências da Terra e Ambiente, Delegação de Niassa, como requisito parcial para a obtenção do grau académico de licenciatura em Gestão Ambiental e Desenvolvimento Comunitário com Habilitações em Ecoturismo.

Supervisor: dr. Inoque Comia.

Universidade Pedagógica

Lichinga

2015

**Índice**

Dedicatória.....	IV
Agradecimentos .....	V
Declaração de Honra .....	VI
Lista de Siglas: .....	VII
Lista de Gráficos:.....	VIII
Lista de Tabelas:.....	VIII
Glossário.....	IX
RESUMO .....	11
CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO.....	12
1.1. Delimitação do tema .....	13
1.1.1. Objecto de estudo .....	13
1.1.2. Relevância da pesquisa.....	13
1.2. Objectivos .....	13
1.2.1. Geral:.....	13
1.2.2. Específicos: .....	13
1.3. Formulação do problema .....	13
1.4. Hipóteses.....	14
1.5. Justificativa .....	14
CAPÍTULO II: REVISÃO DA LITERATURA .....	16
2.1. Identificação e análise das potencialidades turísticas .....	16
2.2. Classificação dos recursos turísticos.....	17
2.3. Avaliação do potencial turístico de um território .....	18
2.3.1. Fases da avaliação do potencial turístico .....	19
2.3.1.1. Análise da situação .....	19
2.3.1.2. Análise da oferta.....	20
2.3.1.3. Análise da procura .....	21
2.3.1.4. Diagnóstico.....	21
2.4. Métodos de avaliação do potencial turístico .....	21
2.4.1. Potencial turístico de uma zona.....	22
2.4.2. Actividades e equipamentos de apoio ao turismo .....	22
2.4.3. Marketing, promoção e comercialização .....	23
CAPÍTULO III: METODOLOGIA.....	25
3.1. Classificação da pesquisa.....	25

3.2. Universo.....	25
3.2.1. Amostra.....	25
3.3. Métodos .....	26
3.4. Técnicas de colecta de dados .....	26
CAPÍTULO IV: CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO .....	30
4.1. Localização geográfica da praia de Chuanga.....	30
4.2. População.....	30
4.3. Clima Relevo e Solo .....	31
4.4. Infra-estruturas públicas .....	32
4.5. Infra-estruturas turísticas .....	32
4.5.1. Centro Turístico Katawala (CETUKA).....	32
4.5.1.1. Iguarias .....	32
4.5.1.2. Bebidas .....	33
4.5.2. Repouso da praia .....	33
CAPÍTULO V: APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS.....	34
5.1. Perfil de turistas que visitam a praia de Chuanga .....	34
5.2. Motivação do turista .....	34
5.3. Saneamento do meio na praia de Chuanga .....	35
5.4. Potencialidades turísticas da praia de Chuanga .....	35
5.5. Meios de transporte e actividades turísticas desenvolvidas na praia de Chuanga .....	39
5.6. Satisfação dos turistas em relação as condições existentes na praia de Chuanga.....	40
5.7. Avaliação do potencial turismo da praia de Chuanga.....	41
6.1. CONCLUSÕES .....	43
6.2. SUGESTÕES .....	44
BIBLIOGRAFIA .....	45

**Dedicatória**

À minha irmã, Catija Afonso!

**Agradecimentos**

Em primeiro lugar, agradeço a Deus pela saúde e sucesso que mi concebeu durante os quatro anos de formação.

Ao dr. Inoque Comia pela ajuda e ensinamentos dados durante a realização deste trabalho, pela paciência e empenho no processo de supervisão.

À Direcção do Curso de GADEC por acreditar em mim e aceitar o tema desenvolvido neste trabalho.

Aos docentes desta delegação universitária pelo esforço e persistência prestados durante os quatro anos de formação.

Aos operadores turísticos da praia de Chuanga, pela disponibilidade no fornecimento de informação.

Ao Governo do Distrito do Lago, pela permissão dada no processo de recolha de dados.

Aos residentes na região de Chuanga, pela colaboração, confiança e fornecimento de informação.

Aos meus pais, Afonso Henriques e Maria Natália; minha esposa Nelsa Rafael Sale e meus irmãos, pelo apoio prestado em momentos difíceis da formação.

### **Declaração de Honra**

Declaro por minha honra que este trabalho é resultado da minha pesquisa pessoal e das orientações do meu supervisor, feita segundo os critérios em vigor na Universidade Pedagógica. O seu conteúdo é original e todas as fontes consultadas estão devidamente mencionadas no texto e na bibliografia.

Declaro também que este trabalho não foi apresentado em nenhuma instituição de ensino para obtenção de qualquer grau académico.

Lichinga, Janeiro de 2015

---

Júlio Afonso

**Lista de Siglas:**

GADEC – Gestão Ambiental e Desenvolvimento Comunitário.

UP – Universidade Pedagógica;

CETUKA – Centro Turístico Katawala;

MAE – Ministério da Administração Estatal;

EN – Estrada Nacional.

**Lista de Gráficos:**

Gráfico 1: População activa por ramo de actividade.....	30
Gráfico 2: Níveis de satisfação dos turistas .....	40
Gráfico 3: Serviços turísticos prestados na praia de Chuanga .....	42

**Lista de Tabelas:**

Tabela 1: Actividades praticadas no turismo de sol e praia.....	22
Tabela 2: Hierarquia e classificação dos atractivos turísticos da praia de Chiwanga.....	36
Tabela 3: Identificação de atractivo natural e histórico-cultural.....	38
Tabela 4: Características intrínsecas e extrínsecas dos atractivos.....	38

## **Glossário**

**Turista** – visitantes temporários que permanecem pelo menos 24 horas no país que visitam e que devem pernoitar nele, (MONTEJANO, 2001:3).

**Excursionista** – visitante que permanece menos de 24 horas no país visitado, isto é, o visitante que não pernoita em um meio de hospedagem colectiva ou privada no país visitado, inclusive os viajantes que realizam cruzeiros e os viajantes em transito, em aeroportos e que devem permanecer algumas horas na cidade fazendo escala, (MONTEJANO, 2001:3).

**Factores intrínsecos** – são os aspectos que definem a própria natureza do atractivo e sua qualidade, como exemplo pode-se apontar uma cachoeira, onde teremos que considerar a altura da queda, a quantidade de pequenas pedras que a seguem, o volume de água, a temperatura, o factor de segurança o nível de contaminação da agua, grau de utilização, transparência da agua, etc. (MAGALHÃES 2002:112).

**Factores extrínsecos** – refere-se a paisagem, ao entorno do atractivo (é distinguido pelo valor cénico incluindo o atractivo), como por exemplo a vegetação do entorno, o tipo de solo, a presença de sombra e local para se deitar ou tomar sol, (MAGALHÃES 2002:112).

**Comunidade local** – agrupamento de famílias e indivíduos vivendo numa circunstancia territorial de nível de localidade ou inferior, que visa a salvaguarda de interesses comuns através da protecção de áreas habitacionais, áreas agrícolas, sejam cultivadas ou em pousio, florestas, locais de importância cultural, pastagens, fontes de agua, áreas de caça e de expansão. (Lei nº 4/2014 de 17 de Junho, Lei do Turismo).

**Atractivo** – o que motiva o deslocamento turístico, aquilo que faz com que a pessoa saia de sua cidade e viaje, por vezes, grandes distâncias, para conhecê-lo, (CORIOLANO, 2003:53).

**Praia** – área situada ao longo de um corpo de água, constituída comumente de areia, lama ou diferentes tipos de pedras. (SEBRAE, 1999).

**Recifes** - ecossistemas marinhos rochosos de grande biodiversidade que se desenvolvem em águas tropicais, (IRANI, 2013:19).

**Cichlidae** – família de peixes de água doce da ordem Perciformes que inclui cerca de 227 géneros e 27,977 espécies. Os ciclídeos representam a maior família de peixes (em termos de número) e cerca de 5% dos vertebrados existentes na Terra, (SHEARS, 2007:53).

**Hornitofilia** – actividade turística que se dedica na observação de aves, (CORIOLANO, 2003:47).

**Masfofauna** – actividade turística que se dedica na observação da fauna terrestre, (CORIOLANO, 2003:32).

**Ictiofauna** – actividade turística que se dedica na observação de espécies piscícolas, (CORIOLANO, 2003:12).

**Chambo, ocipa, ntchila, utaca, kampango e kuio** – nomes locais de espécies piscícolas, que ocorrem no lago Niassa.

**Chioda; Nganda; Macanha; Nzulubi e Cigoma** – nomes locais de danças da região de Chuanga.

## RESUMO

O presente trabalho teve por objectivo avaliar as potencialidades turísticas da praia de Chuanga no Município de Metangula. A Praia de Chuanga é um destino turístico do Município de Metangula com potencialidades para realização do turismo. No entanto, não se conhece o grau de atractividade das suas potencialidades naturais e culturais para o desenvolvimento do turismo. Portanto, para a avaliação das potencialidades da praia recorreu-se a vários modelos com destaque para o Modelo de Magalhães. Avaliação das potencialidades turísticas foi feita através do inventário das potencialidades turísticas da praia, onde foram identificados os factores externos, internos e de estrutura da praia. A avaliação final dos atractivos naturais e culturais da praia de Chuanga, foi feita com base na escala proposta por Magalhães (2002), que se efectiva com a aplicação de uma escala de valores a cada factor considerado. Como resultado desta, observou-se que os atractivos/potencialidades naturais e culturais da mesma são possuidores de boa qualidade e de interesse para o aproveitamento turístico, observando-se factores restritivos ou entraves para o turismo na praia de Chuanga os aspectos associados a oferta turística.

**Palavras – chave:** Potencialidades turísticas; praia de Chuanga; atractivos turísticos; oferta turística; avaliação.

## **CAPÍTULO I: INTRODUÇÃO**

A presente pesquisa tem como tema: Avaliação do potencial turístico da praia de Chuanga para a prática do turismo. Tem como linha de pesquisa: Impactos da actividade turística. A escolha deste tema deveu-se ao facto da praia de Chuanga ser um dos destinos turístico da província do Niassa com maior fluxo de visitantes. Porém, não se conhece o grau de relevância e de atractividade de cada recurso turístico existente.

Assim sendo, desenvolveu-se esta pesquisa com intuito de avaliar o grau de atractividade de recursos naturais, culturais e de estrutura da praia de forma propor estratégias que visam maximizar os recursos com alto grau de atracção visando o desenvolvimento turístico da região.

Para a avaliação do potencial turístico da praia, fez-se inventário dos recursos naturais, culturais e de estrutura da região; Elaborou-se um guião de entrevista dirigidas as comunidades locais e aos turistas que frequentam naquele destino turístico; Elaborou-se um guião de observação visando o registo de informações a serem colectadas, tais como: qualidade da areia; da água; conservação da praia e de todas as potencialidades turística da região.

Constituiu amostra da pesquisa, 57 turistas e igual número dos membros da comunidade local, recorrendo-se aos métodos: estatístico, quantitativo e qualitativo. O trabalho de campo foi orientado pelas seguintes hipóteses: H1: Uma vez que a praia de Chuanga é um dos destinos turísticos da província do Niassa que afluem turistas para a realização do turismo, as suas potencialidades turísticas possuem elevado grau de atractividade; H2: Apesar da praia de Chuanga ser um dos destinos turísticos da província do Niassa que afluem turistas para a realização do turismo, as suas potencialidades turísticas não tem a capacidade de retenção de turistas dado o baixo nível de atractividade das mesmas.

Para provar estas hipóteses, fez-se inventário de todos os recursos intrínsecos e extrínsecos da praia usando a metodologia proposta por Magalhães (2002), que se efectiva com a aplicação de uma escala de valores a cada factor considerado.

Importa salientar que a presente pesquisa monográfica ostenta a seguinte estrutura: Capítulo I: Introdução (composta pela delimitação do tema, objecto de estudo, a relevância da pesquisa, os objectivos, a formulação do problema, as hipóteses e a justificativa); Capítulo II: Revisão da literatura (mostra as diferentes teorias dos autores a cerca do tema); Capítulo III:

Metodologia (ilustra os procedimentos, métodos e técnicas usadas para a colecta e processamento dos dados); Capítulo IV: Caracterização da área de estudo (Descreve sobre as condições físico-naturais e humanas existentes na área de estudo); Capítulo V: Apresentação e interpretação dos dados (confronta os dados colhidos no campo com as diferentes teorias dos autores); Capítulo VI: Conclusões e sugestões (mostra as conclusões do autor sobre a pesquisa e as respectivas sugestões da mesma) e a Bibliografia.

### **1.1. Delimitação do tema**

O presente trabalho tem como linhas de pesquisas: Impactos da actividade turística, sendo que o tema é: **Avaliação das potencialidades turísticas da praia de Chuanga para a prática do turismo.**

#### **1.1.1. Objecto de estudo**

Constitui objecto de estudo da presente pesquisa, a Praia de Chuanga e as potencialidades naturais, culturais e de estrutura da região.

#### **1.1.2. Relevância da pesquisa**

Com a presente pesquisa, avaliou-se as potencialidades turísticas da praia de Chuanga sob ponto de vista da sua atractividade, permitiu fazer o levantamento da oferta turística existente, conhecendo assim a vocação turística do destino e propondo estratégias de atracção de turistas internacionais.

### **1.2. Objectivos**

#### **1.2.1. Geral:**

Avaliar as potencialidades turísticas da praia de Chuanga para a prática do turismo.

#### **1.2.2. Específicos:**

1. Inventariar as potencialidades turísticas da praia de Chuanga;
2. Analisar o grau de atractividade das potencialidades turísticas da praia de Chuanga; e
3. Propor estratégias para o desenvolvimento de turismo na região de Chuanga.

### **1.3. Formulação do problema**

O turismo é apontado como alavanca para o desenvolvimento socioeconómico de qualquer destino por onde se desenvolve, pela sua capacidade de geração de renda e emprego para as comunidades locais, principalmente para os destinos com poucos recursos como o Município de Metangula.

A praia de Chuanga é um dos destinos turísticos de renome na província do Niassa e não só, como também do país em geral. Ostenta potencialidades de oferta turística natural e cultural capazes de atrair turistas nacionais e internacionais.

No entanto, apesar dessa importância do turismo e da Praia de Chuanga, não se conhece o grau de relevância e de atractividade de cada recurso existente e da vocação da região para a realização do turismo. Assim sendo, coloca-se a seguinte questão: **Qual é o grau de atractividade dos recursos turísticos da praia de Chuanga para a realização do turismo?**

#### **1.4. Hipóteses**

Segundo Costa (2001:27), “*as hipóteses são respostas antecipadas, provisórias, relativas a alguma situação*”. Neste contexto, constituirão como hipóteses na presente pesquisa, as seguintes:

**H1:** Uma vez que a praia de Chuanga é um dos destinos turísticos da província do Niassa que afluem turistas para a realização do turismo, as suas potencialidades turísticas possuem elevado grau de atractividade.

**H2:** Apesar da praia de Chuanga ser um dos destinos turísticos da província do Niassa que afluem turistas para a realização do turismo, as suas potencialidades turísticas não tem a capacidade de retenção de turistas dado o baixo nível de atractividade das mesmas.

#### **1.5. Justificativa**

Para que o turismo se desenvolva perfeitamente numa região depende do grau de importância e de atractividade do destino. Daí a necessidade de se avaliar as potencialidades turísticas da região com vista a conhecer os recursos de elevado ou menor grau de atractividade de forma a criar estratégias de posicionamento mercadológico da região.

A escolha da praia de Chuanga deveu-se ao facto de ser um destino que se desenvolve o turismo na província do Niassa e que recebe demanda turística oriunda de vários pontos do mundo. No entanto, não se conhece o grau de relevância e de atractividade de cada recurso turístico existente no destino. O turismo sendo uma actividade que atrai muita demanda, pode impulsionar o desenvolvimento socioeconómico da região onde se desenvolve. Porém, para a sua realização depende da capacidade de atracção dos recursos turísticos da região.

Portanto, é nesse contexto que se realizou o presente trabalho, com vista a avaliar o grau de atractividade de recursos naturais, culturais e de estruturas da praia de Chuanga e traçar

estratégias que visam maximizar os recursos com alto grau de atracção visando o desenvolvimento turístico socioeconómico da praia e da região de Chuanga.

Com a realização desta pesquisa, contribuiu para a inventariação de todos os recursos da praia de Chuanga, conhecer o grau de atracção dos recursos da região e contribuir para atracção de mais turistas nacionais e internacionais com vista o desenvolvimento socioeconómico da região.

## **CAPÍTULO II: REVISÃO DA LITERATURA**

De acordo com Magalhães (2002:102), “*Turismo é um fenómeno espacial e social que propicia um fluxo de pessoas e múltiplas interacções, podendo trazer resultados positivos e negativos a partir dos relacionamentos. É encarado como uma actividade económica, e manifesta-se de acordo com os princípios do modo de produção em vigor. Nesse sentido, produz, organiza e consome os espaços, obedecendo a um modelo já consolidado. Está subordinado, de forma planejada ou espontânea, às políticas públicas, à iniciativa privada ou à parceria de ambas*”.

Para a OMT Apud Dias (2005:18), “*Turismo é o conjunto das actividades que as pessoas realizam (...) durante suas viagens e estadias em lugares distintos de seu entornam habitual, por um período consecutivo inferior a um ano, com a finalidade de lazer, por negócios e outros motivos, não relacionados com o exercício de uma actividade remunerada no lugar visitado*”.

Na visão da Lei do Turismo em Moçambique (2004:5), “*Turismo é o conjunto de actividades profissionais relacionadas com o transporte, alojamento, alimentação e actividades de lazer destinadas a turistas*”.

Na presente pesquisa percebe-se turismo como sendo um processo que parte pela deslocação de pessoas para lugares diferentes de suas residências habituais, num período mínimo de 24 horas e máximo à 365 dias, por motivos de lazer ou negócio, desde que o viajante não pratique actividades lucrativas no local de chegada, sendo imperioso o uso de equipamentos e serviços como a hospedagem, alimentação, entretenimento, transporte, segurança entre outros, com vista a satisfação dos mesmos viajantes.

### **2.1. Identificação e análise das potencialidades turísticas**

De acordo com Galvão (2005:82), “*para desenvolver as potencialidades turísticas de uma região, é imprescindível que haja planeamento. Assim, o levantamento de informações turísticas e não turísticas, dentro dos processos de planeamento e gestão, é fundamental para a elaboração de um pensamento estratégico sobre aquilo que se pretende em relação ao destino trabalhado. Ou seja, para que se possa identificar a viabilidade para o desenvolvimento do Turismo em uma região é preciso conhecer os espaços e recursos naturais que poderão potencializar as actividades desenvolvidas a partir da água, do sol e calor, em associação com as estruturas, os serviços turísticos e de apoio existentes nas regiões*”.

Com o intuito de buscar informações acerca da região, uma estratégia recomendada é a inventariação da oferta turística, que compreende o levantamento, a identificação e o registo dos atractivos, dos serviços e equipamentos turísticos e da infra-estrutura de apoio a actividade, tendo como finalidade servir de instrumento de consolidação das informações para fins de planeamento e gestão da actividade turística. O processo de inventariação possibilita o levantamento das potencialidades da oferta turística, tais como:

- ✓ Os atractivos naturais existentes na região, como costas ou litoral, hidrografia, terras insulares etc. Assim como suas características relevantes (fauna, flora, qualidade da água e areia etc.);
- ✓ A infra-estrutura de apoio ao turismo e os serviços e equipamentos turísticos (de hospedagem, alimentação, transporte etc.);
- ✓ Informações básicas do município (legislação, administração, feriados etc.), meios de acesso, sistema de comunicação, segurança etc.

Vale ressaltar que informações actualizadas e confiáveis acerca da oferta turística de determinado município são fundamentais para a formatação de produtos e estratégias de promoção eficazes, podendo facilitar e incrementar a oferta de produtos complementares, aumentando assim a permanência média e a qualidade da experiência do turista que o visita.

Os destinos turísticos, além das características físicas e geográficas, também se diferenciam em seu processo de desenvolvimento ao longo do território, em função das diferentes actividades sociais e económicas locais, ou seja, da dinâmica de uso e ocupação em termos de espaço e tempo. É importante compreender se existem áreas naturais sensíveis na zona da costa, sítios de valor histórico-cultural, quais são os ecossistemas existentes na região, entre outras informações essenciais para o desenvolvimento do segmento (GALVÃO, 2005).

## **2.2. Classificação dos recursos turísticos**

De acordo com Cunha (2006:27), “*os recursos turísticos são classificados em categorias, tipos e subtipos e, de seguida hierarquizados de acordo com o seu interesse turístico consoante o seu atractivo seja pouco ou muito relevante*”. São 5 as hierarquias, a destacar:

- ✓ **Hierarquia 5:** recurso com características excepcionais e de grande significado para o mercado turístico internacional, capaz de por si só originar uma importante corrente de visitantes (actual e potencial) (interesse internacional);

- ✓ **Hierarquia 4:** atractivo excepcional capaz de motivar uma corrente (actual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja por si só ou em conjunto com outros atractivos locais (interesse nacional);
- ✓ **Hierarquia 3:** atractivo com alguma capacidade de atracção capaz de interessar visitantes de longa distância mas que se deslocam ao local por outras razões turísticas;
- ✓ **Hierarquia 2:** atractivo com interesse, capaz de originar correntes turísticas regionais ou locais; e
- ✓ **Hierarquia 1:** atractivos sem méritos suficientes para considerar o recurso como relevante mas que desempenha um papel complementar, diversificado e potenciando os restantes recursos.

Quando os recursos, por si sós ou em conjunto com outros, provocam correntes turísticas com carácter de permanência, de uma certa dimensão, dão origem a actividades turísticas que se desenvolvem em espaços territoriais de maior ou menor extensão. Estas actividades podem surgir por iniciativas informais sem obediência a qualquer plano ou estratégia, que a pouco e pouco vão alterando o espaço inicial, ou podem surgir pela decisão de organizar estrategicamente um espaço com vista a atrair pessoas que aí obtêm experiências novas e estabelecem, temporariamente, vivências e relações diferentes das do seu quotidiano no local de residência, (BENI, 1993:205).

### **2.3. Avaliação do potencial turístico de um território**

O turismo pode ser uma alavanca para o desenvolvimento local de muitas zonas rurais. Sector em plena expansão, permite dinamizar as actividades económicas tradicionais e valorizar as especificidades culturais locais, proporcionando oportunidades de emprego aos jovens nas zonas rurais e travando ao mesmo tempo o êxodo rural.

No entanto, o turismo não é a panaceia para resolver os problemas de desenvolvimento, além de que nem todas as zonas rurais se prestam para isso. Seria um erro ver neste sector a única alternativa possível à agricultura ou a qualquer outra actividade económica local em dificuldade. Só uma avaliação rigorosa, que tenha em conta a oferta, a procura, a concorrência e as tendências do mercado, permitirá concluir se um território possui ou não um verdadeiro potencial de desenvolvimento turístico capaz de justificar investimentos.

Para além das pistas que fornece a nível das oportunidades turísticas do território, esta avaliação permite igualmente ultrapassar obstáculos importantes e evitar um certo número de erros, por exemplo:

- ✓ Uma visão errada do potencial turístico local pode provocar um sobredimensionamento dos projectos, com efeitos negativos para o ambiente (poluição, degradação dos sítios naturais, etc.), a cultura (perda ou “folclorização” da identidade local, etc.) e a actividade económica do território (dependência, aumento do custo de vida, endividamento das autarquias, etc.);
- ✓ A má percepção das características e das especificidades do território dificulta a elaboração de uma oferta turística local original que permita diferenciar-se de regiões comparáveis concorrentes;
- ✓ O desconhecimento das características da clientela e das tendências do mercado prejudica a elaboração de produtos turísticos que respondam à procura.

### **2.3.1. Fases da avaliação do potencial turístico**

Segundo Zimmer & Grassmann (1996:4), “a avaliação do potencial turístico comporta às seguintes fases essenciais”:

#### **2.3.1.1. Análise da situação**

Esta primeira etapa de avaliação consiste em proceder a um “levantamento” do sector turístico local: a oferta, a procura, a concorrência e as tendências (aspirações do consumidor, por exemplo). A análise da oferta deve dizer respeito, nomeadamente:

- ✓ À organização da actividade turística;
- ✓ À comercialização do turismo;
- ✓ À formação inicial e contínua no domínio do turismo;
- ✓ Às cooperações existentes e aos parceiros potenciais;
- ✓ Aos dispositivos de apoio disponíveis.

Além disso, é útil identificar no território em questão, certos indicadores económicos: o volume de negócios global do sector turístico local, o valor acrescentado gerado por esta actividade e o número de postos de trabalho ligados ao turismo. Estes parâmetros cifrados, a reactualizar todos os anos, fornecem igualmente aos responsáveis locais os elementos essenciais que lhes permitam conduzir a estratégia de desenvolvimento do turismo.

Embora estas informações internas já permitam identificar as forças e fraquezas do território, é igualmente necessário elaborar um mapa das condições gerais externas: os operadores turísticos locais devem poder dispor de informações sobre as características do mercado no seu conjunto, especialmente sobre a procura e a concorrência. A evolução previsível das tendências a curto e médio prazo condiciona também o desenvolvimento do turismo.

#### **2.3.1.2. Análise da oferta**

Antes de mais, a análise da oferta turística local deverá possibilitar o levantamento dos elementos seguintes:

##### **a) Factores naturais:**

- ✓ Situação geográfica e extensão do território;
- ✓ Situação geológica e condições climáticas
- ✓ Planos de água (mar, rios, lagos, etc.);
- ✓ Paisagens, fauna e flora.

##### **b) Factores socioeconómicos**

- ✓ Estrutura económica (importância dos diversos sectores de actividade, etc.);
- ✓ Estrutura sócio demográfica (pirâmides etárias, saldo migratório, repartição socioprofissional, etc.);
- ✓ Estrutura político-administrativa.

##### **c) Infra-estruturas e serviços disponíveis:**

- ✓ Equipamentos (água, gás, electricidade, tratamento de resíduos, etc.);
- ✓ Transportes (rede rodoviária, ferroviária, transportes colectivos, etc.);
- ✓ Serviços (comércios, serviços de saúde, etc.)

##### **d) Factores culturais:**

- ✓ História;
- ✓ Tradições/produtos artesanais locais;
- ✓ Configuração dos locais;
- ✓ Monumentos e curiosidades;
- ✓ Locais a visitar, visitas com guia;
- ✓ Distracções, acontecimentos culturais, etc;
- ✓ Formação turística;

- ✓ Qual é o nível de qualificação das pessoas que trabalham no turismo?
- ✓ Quais são os défices em matéria de formação?
- ✓ Quais são as possibilidades de formação profissional inicial e contínua a nível local e regional?
- ✓ Quais são os programas de formação que considera necessários mas que não existem localmente?

### **2.3.1.3. Análise da procura**

De acordo com Zimmer & Grassmann (1996:17), *“a análise da procura deve permitir responder a certas questões quantitativas respeitantes à frequência existente: quantos clientes? Que produtos turísticos consumiram? Onde ficaram hospedados (estabelecimento/local)? Durante quanto tempo (duração da estadia por pessoa)? Quando (estação)? Que quantia gastaram no local? Importa igualmente recolher informações qualitativas: que tipo de clientes (grupos-alvo) vieram? Donde? O que é que esperavam, o que é que os atraiu, etc? O que apreciaram mais? O que apreciaram menos?”*.

### **2.3.1.4. Diagnóstico**

A confrontação dos resultados da análise da situação, permite identificar as forças e as fraquezas do território, determinar as oportunidades e os riscos e, finalmente, decidir da pertinência de desenvolver ou não do turismo na zona.

## **2.4. Métodos de avaliação do potencial turístico**

De acordo com Cunha (2006:28), *“os métodos de avaliação do potencial turístico têm como objectivo estabelecer uma medida de valor que permita fundamentar as decisões relativas ao aproveitamento turístico de certos territórios ou recursos. Porém, dada a grande variedade dos recursos e dos territórios turísticos não é viável utilizar um único método de avaliação que permita abarcar realidades tão diferentes como praias, montanhas, parques naturais ou cidades”*.

Deste modo a avaliação do potencial turístico consiste num conjunto de técnicas que partem da hipótese de que, considerando a presença de determinados componentes e atribuindo um valor a cada uma delas, se pode chegar à avaliação da qualidade turística de um recurso ou de uma zona. O processo de avaliação do potencial turístico começa pelo inventário e classificação dos recursos turísticos, seguida da hierarquização de cada um deles e por fim à avaliação do potencial turístico desta zona. (ZIMMER & GRASSMANN, 1996:79).

### 2.4.1. Potencial turístico de uma zona

Segundo Cunha (2006:29), “os principais objectivos da avaliação do potencial turístico de uma determinada zona são:

- ✓ *Determinar o valor de diversas zonas a fim de estabelecer uma ordem de prioridades de desenvolvimento ou de programação dos investimentos a realizar;*
- ✓ *Avaliar em que medida uma determinada zona aumenta ou diminui o seu potencial turístico em função do seu crescimento;*
- ✓ *Comparar o potencial turístico de uma zona com o de outras que com ela concorrem;*
- ✓ *Avaliar a capacidade de atracção de uma zona após um acontecimento positivo (recuperação de uma área degradada, construção de equipamentos em resultado de um evento desportivo) ou de um acontecimento negativo (catástrofe natural, poluição das praias por derrame de petróleo, incêndios florestais) ”.*

O valor turístico da zona baseia-se nos recursos turísticos de que dispõe e das características que a identificam (clima, cultura) mas a análise do valor real do seu potencial turístico não se mede apenas pelo número dos recursos que possui mas também pela sua qualidade. Em geral o potencial turístico depende das acessibilidades, dos recursos em número e qualidade bem como das infra-estruturas e equipamentos. (CUNHA, 2006).

### 2.4.2. Actividades e equipamentos de apoio ao turismo

No turismo é possível realizar uma grande diversidade de actividades, tais como a visita a monumentos históricos, feiras de artesanato, restaurantes típicos e manifestações artísticas e culturais e actividades de adrenalina, como ilustra a tabela a baixo, (CORIOLANO, 2003).

Tabela 1: Actividades praticadas no turismo

<b>Actividade</b>	<b>Descrição</b>
Recreação de contacto primário com a água	Ex: banho de mar, lago, rio; nado etc.
<i>Surf</i>	É uma prática desportiva marítima, frequentemente considerada parte do grupo de actividades denominadas desportos radicais, dado o seu aspecto criativo, cuja proficiência é verificada pelo grau de dificuldade dos movimentos executados ao acompanhar o movimento de

	uma onda do mar sobre uma prancha, à medida que esta onda se desloca em direcção à praia. <i>Ex: Surf, Skimboard, Bodyboard, Stand Up Paddle etc.</i>
<i>Kitesurf</i>	É um desporto aquático que utiliza uma pipa (também conhecida como papagaio) e uma prancha com uma estrutura de suporte para os pés. A pessoa, com a pipa presa à cintura, coloca-se em cima da prancha e, sobre a água, é impulsionada pelo vento que atinge a pipa. Ao controlá-lo, através de uma barra, consegue-se escolher o trajecto e realizar saltos.
<i>Windsurf</i>	O <i>windsurf</i> , ou prancha a vela, é praticado com uma prancha idêntica à prancha de surf e com uma vela entre 2 e 5 metros de altura e consiste em planar sobre a água utilizando a força do vento.
Mergulho	É uma prática que consiste na exploração subaquática, utilizando-se ou não de equipamentos especiais. <i>Ex: livre, autónomo, dependente, flutuação etc.</i> O mergulho é uma actividade normalmente considerada como turismo de aventura ou ecoturismo e, na maioria dos casos, são realizados no ambiente de Sol e Praia.
Actividades com equipamentos náuticos	Actividades relativas ao mar, lago, rio, e/ou praticadas nas áreas marítimas, lacustres ou fluviais, com auxílio de equipamentos náuticos. <i>Ex: Passeios de barco, jet ski, banana boat, caiaque, lancham, esqui-aquático, etc.</i>
Actividades desportivas e recreativas (areia)	Todas as actividades desportivas e recreativas praticadas na parte terrestre da orla. <i>Ex: banhos de sol, caminhadas, frescobol, vôlei de praia, futevôlei, futebol de areia etc.</i>

Fonte: Coriolano (2003).

#### 2.4.3. Marketing, promoção e comercialização

Segundo Pearce (2002:49), “o turismo possibilita a caracterização de um consumidor heterogéneo, desde jovens interessados em novas descobertas, praias isoladas até famílias compostas de pessoas de diferentes idades e com necessidades diferenciadas que buscarão no destino actividades que possam suprir os desejos de cada um”.

A análise de mercado é primordial na busca de estratégias de marketing e de comunicações junto a diversos subgrupos. Para tanto, torna-se necessária a elaboração de um plano estratégico para identificação da oferta e da demanda, utilizando primeiramente as características de cada região e do destino como elemento indicador.

A marca, como em outros segmentos, é um instrumento fundamental para posicionar o destino no mercado turístico, diferenciando-o da concorrência e deve transmitir o conceito do produto, seus atributos e benefícios, como identidade cultural e paisagística da região. Por sua vez, a mensagem a ser transmitida deve focar a real amplitude do valor cultural e das características dos ecossistemas envolvidos. O planejamento de marketing define, entre outros, as estratégias de comunicação e divulgação do local ou região, constando os tipos de materiais a serem desenvolvidos, conteúdos, mensagens, ilustrações, entre outros aspectos (PEARCE, 2002).

## **CAPÍTULO III: METODOLOGIA**

De acordo com Moretti (2008:26), *“Metodologia é a explicação minuciosa, detalhada, rigorosa e exacta de toda acção desenvolvida no método (caminho) do trabalho de pesquisa”*. De forma simplificada, pode-se afirmar que a metodologia é o procedimento regular, explícito e passível de ser repetido para se conseguir algo. Ela ajuda-nos a compreender não apenas os resultados, mas também o processo da própria pesquisa.

### **3.1. Classificação da pesquisa**

Segundo Koche (1997:121), *“pesquisar significa identificar uma dúvida que necessite ser esclarecida, construir e executar o processo que apresenta a solução desta, quando não há teorias que a expliquem ou quando as teorias que existem não estão aptas para fazê-lo.”* Portanto, pesquisar é descobrir, e assim sendo, é um fato natural a todos os indivíduos.

Para Gil (1999:99), *“existem várias formas de classificar as pesquisas, sendo que a presente pesquisa é do tipo exploratória, isto é, visa proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo explícito ou a construir hipóteses. Envolve levantamento bibliográfico; entrevistas com pessoas que tiveram experiências práticas com o problema pesquisado; análise de exemplos que estimulem a compreensão. Assume, em geral, as formas de pesquisas bibliográficas e estudos de caso”*.

### **3.2. Universo**

Segundo Gil (1996:23), *“universo é um conjunto de seres que apresentam pelo menos uma característica comum”*. Portanto, constituiu universo da presente pesquisa, os turistas e visitantes que frequentam a praia de Chuanga assim como as comunidades locais da região.

#### **3.2.1. Amostra**

De acordo com Bergamaschi (2010:86), *“amostra constitui uma parte da população de estudo. Ela ajuda na obtenção de resultados com menor custo e menor tempo, possibilitando assim na obtenção de dados mais fidedignos.”* Neste contexto no presente trabalho foram usadas as seguintes amostras: visitantes da praia de Chuanga e a comunidade local da região. O tipo de amostra aplicada foi probabilística simples, onde cada elemento da população tem a mesma probabilidade de fazer parte da amostra, sendo 57 visitantes e igual número da comunidade local.

### 3.3. Métodos

De acordo com Ruiz (1996:17), “*método é o conjunto de etapas e processos a serem vencidos ordenadamente na investigação dos factos ou na procura da verdade*”. É neste contexto que, para a materialização dos objectivos na presente pesquisa foram usados os seguintes caminhos e/ou métodos:

- ✓ **Estatístico:** usou-se uma representação simples, através de conjuntos complexos usando instrumentos estatísticos tais como: gráficos e tabelas.
- ✓ **Quantitativo:** as informações e opiniões foram traduzidas em números. Para tal, usaram-se técnicas estatísticas, a destacar: percentagem, média e moda.
- ✓ **Qualitativo:** “*considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objectivo e a subjectividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenómenos e a atribuição de significados são básicos no processo de pesquisa qualitativa. Não requer os usos de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte directa para colecta de dados e o pesquisador é o instrumento chave.*” (LAKATOS & MARCONI, 2000).

### 3.4. Técnicas de colecta de dados

Para a avaliação do potencial turístico da praia de Chuanga recorreu-se as seguintes técnicas: inventario dos recursos naturais, culturais e de estrutura da região. Para sua inventariação, elaborou-se um guião de entrevista dirigida as comunidades locais circunvizinhas à praia de Chuanga e aos visitantes que frequentam naquele destino turístico. Para a avaliação dos mesmos, elaborou-se um guião dirigido aos visitantes que demandam a praia de Chuanga. E elaborou-se também um guião para o registo de informações a serem colectadas na praia tais como: qualidade da areia, da água, conservação da praia entre outras.

#### 1ª Fase: Preparação do trabalho de campo

Identificou-se os métodos e técnicas a usar para a materialização da pesquisa, a destacar: Revisão bibliográfica; Pesquisa documental; Produção de instrumentos de colecta de dados e determinação do tamanho da amostra

- ✓ **Revisão bibliográfica:** foram consultadas diversas obras, com destaque a de MAGALHÃES, Cláudia Freitas. *Directrizes para o Turismo Sustentável em Municípios*. 2002; CUNHA, Licinho. *Avaliação do Potencial Turístico*. 2002. Estes

livros apresentam a base metodológica para a avaliação do potencial turístico onde se desenvolve o turismo.

- ✓ **Pesquisa Documental:** Constituiu na consulta de documentos tais como: Lei do Turismo em Moçambique; Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Moçambique e o Perfil do Distrito do Lago.

## **2ª Fase: Trabalho do campo**

**Levantamento e conhecimento da área de estudo:** esta etapa teve como objectivo buscar o conhecimento profundo de todas as características da praia de Chuanga. O segundo passo foi de cadastrar todas as características que podem e devem ser aproveitadas turisticamente e o terceiro foi de determinar a atractividade turística da praia de Chuanga, indicando a validade dos investimentos necessários para incrementar a actividade turística.

**Inventário turístico:** de acordo com a OMT (1978:69), “ *O inventário é um instrumento sumamente valioso para a planificação turística, tanto sectorial como territorial, pois a partir dele pode-se realizar avaliações e estabelecer as prioridades necessárias para a aplicação dos meios humanos e económicos com que se conta para o desenvolvimento do sector*”. Nesta fase, fez-se o levantamento de todos os atractivos, equipamentos e serviços turísticos com possibilidade de exploração na praia de Chuanga.

**Avaliação do potencial turístico da praia de Chuanga:** foi feita a descrição e hierarquização do potencial turístico e teve como objectivo geral investigar a viabilidade e a vocação da praia de Chuanga para prática de actividade turística. Pode-se dizer que é um exame crítico dos atractivos mais relevantes, visando estabelecer o seu interesse para o turismo, sobre bases objectivas e comparáveis.

De acordo com Cerro (1993:33), “*para se proceder a avaliação, são necessários três (3) enfoques básicos*”, a destacar:

- a) **Enfoque analítico:** permite analisar e comparar áreas ou municípios em regiões (um estado, um país), determinando a atractividade de cada área analisada, possibilitando a hierarquização das mesmas e, dessa forma, dirigindo investimentos para as que atingem o coeficiente ideal de atractividade.
- b) **Avaliação económica dos recursos:** atende à expectativa do planeador que necessita quantificar e atribuir um valor económico para o atractivo. Ele planeia estabelecer uma

metodologia que permita desde o ponto de vista económico, tomar decisões sobre os possíveis usos alternativos e incompatíveis, em uma área determinada. Trata-se de formular uma série de ferramentas que permitam uma avaliação económica daqueles recursos que não são de carácter comercial e que, portanto, não tem um preço no mercado, aplicando para elas técnicas e conceitos da teoria económica convencional a situação não convencional.

- c) **Análise das preferências da demanda:** tem como finalidade, analisar e comparar áreas ou municípios em regiões, determinando a atractividade de cada área analisada, possibilitando a hierarquização das mesmas e, dessa forma, dirigindo inventários para as que atingem o coeficiente ideal de atractividade, em detrimento de outras menos favorecidas, ou mesmo vice-versa.

De acordo com Magalhães (2002:103), *“a avaliação final dos atractivos naturais e culturais será feita com a aplicação de uma escala de valores a cada factor considerado. A escala utilizada será de 0 a 3 pontos, que indicará, unicamente, a intensidade do factor considerado. O valor turístico do recurso determinou-se pelo produto das pontuações obtidas dos factores internos (intrínsecos), externos (extrínsecos) e de estrutura”*. Assim, demonstra-se que:

$$VTa = \frac{X + Y + Z}{3}$$

Onde:

- ✓ Vta = Valor turístico do atractivo;
- ✓ X = Factores intrínsecos;
- ✓ Y = Factores extrínsecos;
- ✓ Z = Factores de estrutura (do atractivo).

A pontuação resultante da aplicação da fórmula indica a classificação do atractivo para o aproveitamento turístico. Sendo assim, o valor 3 determina os atractivos que possuem qualidades excepcionais e de grande significado para o aproveitamento turístico. Os valores 2,5 a 2,9 determinam os atractivos que possuem boa qualidade, sendo de interesse para o aproveitamento turístico. Os valores 2 a 2,4 determinam os atractivos possuidores de boa

qualidade e de interesse para aproveitamento turístico, observando-se factores restritivos. Os valores 1 a 1,9 determinam os atractivos que possuem razoável qualidade e poderão ser aproveitados para a exploração turística, caso se proceda a uma avaliação (e possível correcção) dos factores que contribuíram para sua classificação. O valor 0 determina o atractivo que não deve ser considerado para o aproveitamento turístico.

### **3ª Fase: Análise e Interpretação dos Resultados**

De acordo com Moretti (2008:74), *“A interpretação procura um sentido mais amplo nas respostas, estabelecendo uma rede de ligações entre os resultados da pesquisa, que são cotejados com outros conhecimentos anteriormente adquiridos”*.

Nesta fase, após a colecta dos dados no campo, estes foram confrontados com as varias teorias e/ou abordagens dos autores, respondendo assim o problema da pesquisa, ou seja, confrontado as diferentes teorias com a prática, se avaliou o potencial turístico da praia de Chuanga para a prática de turismo.

## CAPÍTULO IV: CARACTERIZAÇÃO DA ÁREA DE ESTUDO

### 4.1. Localização geográfica da praia de Chuanga

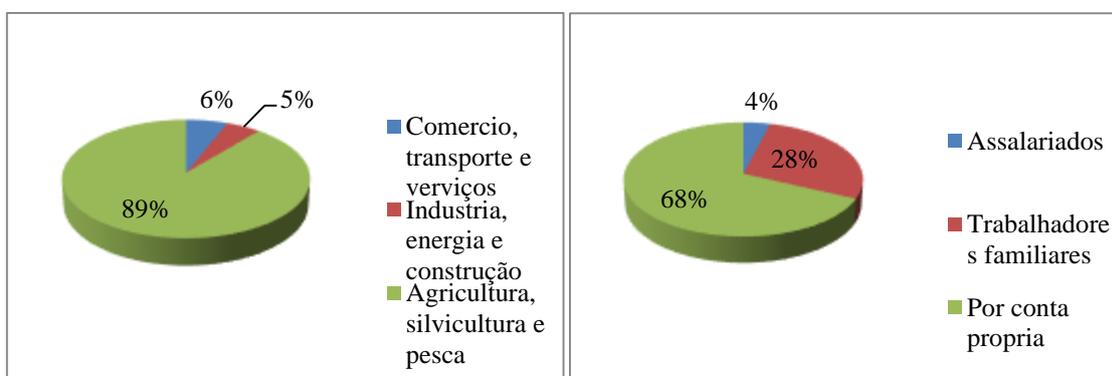
A praia de Chuanga fica situada a cerca de 7 km ao norte da Sede do Distrito do Lago (Metangula), numa aldeia do mesmo nome e estende-se por uma distância de 3 km de comprimento no sentido sul-norte, até à foz do rio Lunho, numa extensão de água e areia limpa. A parte mais comprida, as águas vão até 50 metros para o interior do Lago antes de atingir até 2 metros de profundidade e até 250 metros para o interior do Lago antes de atingir 5 metros de profundidade, (Governo do Distrito do Lago, 2014).

As águas da praia de Chuanga são sempre agradáveis e atraentes para o banho durante 24 horas por dia, excepto nos dias que sopra violentamente o vento sul, que traz consigo violentas ondas sobre a praia. A localização da praia perto da Sede Distrital, facilita o acesso a esta por via fluvial e terrestre, (Governo do Distrito do Lago, 2014).

### 4.2. População

A região de Chuanga tem uma população jovem (45%, abaixo dos 15 anos de idade), maioritariamente feminina (taxa de masculinidade de 50%) e de matriz rural (taxa de urbanização de 11%). A estrutura etária da população reflecte uma dependência económica aproximada de 1:1, isto é, por cada 10 crianças ou anciões existe 10 pessoas em idade activa. A população activa segundo o ramo de actividade reflecte a dominância do sector agrário e de pesca, (MAE, 2005:48).

Gráfico 1: População activa por ramo de actividade



Fonte: MAE, (2005:48).

### 4.3. Clima Relevo e Solo

Em termos gerais, o clima é tropical húmido com duas estações distintas: seca e fria e quente e chuvosa. A temperatura média varia entre 22° a 24° C, a pluviosidade média anual oscila entre 1.000 mm. A época das chuvas decorre entre Novembro a Abril. As precipitações são em regime torrencial, acompanhados de fortes tempestades.

Quase metade da rede hidrográfica da região de Chuanga faz parte da sub-bacia do lago Niassa, e esta, é parte integrante da grande bacia hidrográfica do rio Zambeze. Os rios, riachos e torrentes são em grande número e, em geral, são rápidos, com orientação este-oeste, pouco caudalosos, de regime periódico, secam e desaparecem durante a estação seca e fria. A exceção do rio Lunho que é o mais importante curso da sub-bacia. O lago é depositado dessas correntes hídricas, (MAE, 2005:10).

A zona costeira insere-se na zona das montanhas que circundam o Vale do *Rift*, numa área de montanhas dobradas, que incluem unidades geomorfológicas conhecidas por Região Montanhosa do Niassa. Há ocorrência de maciços erosivos na forma de *inselbergs* que chegam a atingir os 1.200 metros. Embora surjam áreas planas, a região apresenta um relevo muito acidentado, dominado por montanhas e vales, dentro dos quais podem ser distinguidas três importantes partes: a faixa de baixas costeiras; a porção de altas montanhas sub-costeira e a porção de encostas pendentes do oriente.

Quanto a morfologia das margens, distinguem-se duas formas básicas: um tipo correspondente a superfícies baixas e arenosas, associadas a praias e aos caniçais lamacentos e, ainda, à foz dos rios. O outro é de troços de arribas, altos, declivosos, rochosos ou pedregosos e com vegetação rara.

Na zona costeira do lago Niassa existem dois complexos geológicos, nomeadamente o complexo gnaisse-migmatítico e o complexo sedimentar do karroo indiferenciado. A zona costeira leste do Lago Niassa apresenta muitas falhas e é dita como instável, isto é, propensa a abalos sísmicos. Os solos têm a origem em rochas gneisse-graníticas do pré-câmbrico e sedimentares/aluvionares do quaternário. Em geral, são solos castanhos e avermelhados, profundos, de texturas média e grossa, franco argilosos, de fertilidade variável de moderada a excelente, com uma aptidão para actividades agrícolas incluindo a irrigação. As suas

principais limitações, em alguns tipos, relacionam-se à sua forte sensibilidade à erosão e à formação de crostas, dificultando a germinação das sementes. (MAE, 2005:11).

A zona costeira leste são constituídas por manchas ou domínio vegetais individualizados na forma de pradarias arborizadas; matagais (baixos, médios e altos) e florestas.

#### **4.4. Infra-estruturas públicas**

Existe a EN 249 que liga Lichinga/Metangula (Sede do Distrito do Lago), continuando para Chuanga de terra batida reabilitada, o que facilitou a existência de transportes semi-colectivos, os vulgos “Chapa 100”, que fazem a ligação Metangula à Cidade de Lichinga. De salientar que não existe um transporte público específico (terrestre e fluvial) que liga Metangula à praia de Chuanga. (MAE, 2005:11).

Em termos de comunicação, existe um posto de rádio e telefone assim como as empresas de telefonia móvel como a Vodacom Mcel e Movitel. Os tipos de fonte de água variam entre poços e furos. As fontes estão em funcionamento a ano todo. A Vila Sede de Metangula e a praia de Chuanga estão iluminados pela energia da rede nacional “Cahora Bassa”.

Na região de Chuanga não tem um estabelecimento comercial de renome, apenas pequenas barracas improvisadas, o que faz com que os visitantes desloquem para a Vila Sede de Metangula que dista a 7 quilómetros, para efectuarem suas compras.

#### **4.5. Infra-estruturas turísticas**

##### **4.5.1. Centro Turístico Katawala (CETUKA)**

O Centro Turístico Katawala, localiza-se na zona central da praia de Chuanga, prevendo-se a sua expansão no futuro para a direcção sul e/ou norte, de acordo com as necessidades de desenvolvimento, ostenta um restaurante/bar, onde são servidas bebidas espirituosas e comidas. Com 25 camas, este centro turístico oferece alojamento, cujos preços de dormida diária variam dos 350 à 1500 meticais, isto é, 350 para cama solteira, 650 para cama casal e 1500 para cama tripla. A área de laser do CETUKA ostenta várias palhotas, construídas com o material local, o que favorece aos visitantes uma ventilação natural.

##### **4.5.1.1. Iguarias**

Constituem principais iguarias servidas no CETUKA, as seguintes:

- ✓ Arroz com carne de vaca ou de cabrito;
- ✓ Arroz com peixe *chambo*;
- ✓ Arroz com feijão;

- ✓ Massas esparguete com carne de vaca ou de cabrito;
- ✓ Sandes de carne de vaca ou de cabrito;
- ✓ Sandes de peixe chambo;
- ✓ Massa com carne de vaca ou de cabrito
- ✓ Massa com carne de galinha/frango;
- ✓ Massa com feijão;
- ✓ Massa com peixe *chambo*, etc.

#### 4.5.1.2. Bebidas

No que diz respeito as bebidas, o CETUKA oferece às seguintes:

- ✓ Cerveja (marcas nacionais e estrangeiras);
- ✓ Coca-Cola;
- ✓ Sumos;
- ✓ Fanta;
- ✓ Coca-Cola;
- ✓ Sumos;
- ✓ Vinhosa;
- ✓ *Whisky*;
- ✓ *Gin*;
- ✓ *Cognac*;
- ✓ *Mowa (local)*;
- ✓ *Kacholima (local)*;
- ✓ *Tobwa (local)*;
- ✓ *Sprite*; e
- ✓ *Martin*.

#### 4.5.2. Repouso da praia

Este estabelecimento turístico encontra-se localizado a poucos metros da praia de Chuanga, oferece serviços de hospedagem, restauração e bar. Quanto a hospedagem, este estabelecimento ostenta 12 quartos, com um total de 17 camas, cujos preços variam dos 300 à 1.200 meticais, sendo 600 meticais para cama casal, 300 meticais para cama solteira e 1.200 meticais para uma cama tripula. O repouso da praia opera através de 2 funcionários que garantem a higiene, isto é, constantemente garantem a mudança de lençóis nas camas.

## CAPÍTULO V: APRESENTAÇÃO E INTERPRETAÇÃO DOS DADOS

### 5.1. Perfil de turistas que visitam a praia de Chuanga

Segundo a comunidade local, a praia de Chuanga é frequentada por muitos turistas na sua maioria de nacionalidade Moçambicana, sendo a cidade de Lichinga com maior representatividade (80%), seguidas da vila sede de Metangula (16%), e os restantes 4%, representando as restantes províncias e o mundo em geral. Os turistas, segundo a comunidade local, frequentam mais a praia de Chuanga nos meses de Agosto à Dezembro, sendo motivados pela qualidade das águas e das potencialidades da região.

Xima de mandioca “*condole*”, acompanhado pelo caril de peixe *chambo*, *ocipa*, *ntchila*, *utaca*, *kampango*, *kuio*, entre outras espécies piscícolas nativas constituem os pratos típicos da região e mais procurados pelos visitantes. Segundo a comunidade local, os turistas que visitam a praia de Chuanga praticam o mergulho, natação e bronzamento na areia. Visitam igualmente as montanhas, observam as aves e peixes além de prática de outras actividades de lazer.

De acordo com as informações acima citadas, pode-se perceber que a praia de Chuanga é detentora de atractivos turísticos (naturais, culturais e de estrutura), que motivam vários visitantes a deslocam para este destino, com intuito de experimentar e deliciar as potencialidades da região.

### 5.2. Motivação do turista

De acordo com os turistas que visitam a praia de Chuanga, a qualidade da praia, da areia, das águas (cristalinas com temperaturas médias), paisagem, as espécies marinhas, das aves, dos répteis, as montanhas e entre outros, constituem os principais factores que motivam os turistas a visitarem a praia, além dos recursos culturais tais como: as danças e artes da região. Aqueles turistas, permanecem no local entre 2 à 3 dias e gastam em média 18.200,00Mt (Dezoito mil e duzentos meticais).

De acordo com as informações acima citadas, constituem motivação de visita à praia de Chuanga os recursos naturais e culturais da região. Porém, os factores de estrutura constituem limitante aos visitantes dada a qualidade das vias de acesso, as infra-estruturas turísticas (alojamento), a oferta, a qualidade dos serviços (diversificação dos pratos e bebidas) e entretenimento. A menor permanência por parte dos visitantes na praia, tem a ver com baixa qualidade dos serviços turísticos oferecidos, isto é, pouca capacidade de alojamento, muitas das vezes os visitantes encontram os poucos quartos existentes já ocupados; outro aspecto tem

a ver com a baixa diversificação dos pratos e bebidas servidas por parte dos estabelecimentos turísticos existentes e falta de entretenimento.

### **5.3. Saneamento do meio na praia de Chuanga**

No que diz respeito ao saneamento do meio na praia de Chuanga, os turistas afirmaram que este é deficiente, aliado ao hábito local de lavagem de pratos nas margens desta. Outro aspecto destacado, tem a ver com a não existência de cestos para o depósito de resíduos sólidos produzidos pelos utentes da praia e pelos pescadores que realizam a actividade pesqueira na mesma.

Tendo em conta estas declarações, pode-se notar que a componente saneamento do meio, constitui um limitante para o desenvolvimento da actividade turística na praia de Chuanga, sendo necessário traçar estratégias para uma melhor gestão de resíduos sólidos, incluindo a componente sensibilização da comunidade local, sobretudo no que diz respeito a lavagem de pratos na praia.

### **5.4. Potencialidades turísticas da praia de Chuanga**

De acordo os turistas entrevistados, a praia de Chuanga detém um enorme potencial de atracção mundial, compatível em termos de turismo internacional. A endemicidade do Lago é notável, no que diz respeito a fauna de *Cichlideos*, com mais de 1000 espécies diferentes.

A população de peixes varia em intervalos de distâncias muito curtas no lago, conforme as condições do fundo e das margens, as barreiras rochosas, e os níveis de água. Os peixes do lago são extremamente coloridos, harmonizando sob todos os aspectos com os recifes. As condições do ambiente são tais que o peixe do lago aproxime-se espontaneamente de qualquer “visitante”. A variedade de peixes existentes no lago é tão grande, que numa pequena área, da dimensão de uma piscina grande, é possível registar mais de 40 espécies diferentes, o que favorece a prática da *ictiofauna*.

Do ponto de vista do artesanato, os turistas ouvidos afirmaram que na região de Chuanga produzem-se cadeiras e chapéus de boa qualidade, com recurso ao material local. Fabricam-se também pequenas embarcações “canoas” usadas na pesca artesanal e na actividade de canoagem por parte dos visitantes, que pagam aos proprietários vinte meticais por volta.

A praia em si oferece águas cristalinas e transparentes com temperaturas amenas durante todo o ano, fazendo com que hajam condições favoráveis para a prática do mergulho e/ou natação. A praia ostenta uma areia limpa que os turistas usam-na para bronzear, e praticar actividades

desportivas como o futebol e voleibol de praia. Outro aspecto destacado na praia de Chuanga tem a ver com aurora que começa pelas seis horas da manhã cuja reflexão dos raios solares na água dão uma imagem impressionante, facto este, que repete-se no final do dia com o pôr-do-sol pelas dezassete horas e trinta minutos. Em geral, o sol é picante, que começa a sentir-se logo pela manhã o que motiva aos visitantes a procurarem a praia. Durante a noite, as águas continuam quentes, o que faz com que alguns visitantes mergulhem a este período.

Além das águas, pode-se observar também em Chuanga, belas montanhas, que podem ser usadas para a prática do alpinismo, uma diversidade de aves endémicas, que podem ser usadas para a prática da *hornitofilia*, uma diversidade de lagartos das pedras, que favorecem a prática da *mastofauna*.

Tabela 2: Hierarquia e classificação dos atractivos turísticos da praia de Chuanga

<b>Categoria</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>
Naturais e ecológicos	Costas ou litoral	Areia, Sol e Praia
	Montanhas	Picos, cumes, serras
	Planalto/planície	Chapadas/tabuleiros, patamares, pedras, vales, rochados, etc.
	Hidrografia	Rio Lunho.
	Pântano	Planície de inundação do rio Lunho
Históricos e culturais	Monumentos	Vestígios de equipamentos militares
	Sítios culturais de interesse científico	Grutas que retratam a historia local
Manifestações folclóricas	Festas, danças e comemorações	<i>Chioda; Nganda; Macanha; Nzulubi e Cigoma.</i>
Meios de hospedagem	Centro Turístico Katawala (CETUKA)	25 Camas
	Repouso da praia	17 Camas

Alimentação	Xima de mandioca “ <i>condole</i> ”, acompanhado pelo caril de peixe <i>chambo</i> , <i>ocipa</i> , <i>ntchila</i> , <i>utaca</i> , <i>kampango</i> e <i>kuiio</i> .	Arroz com carne de vaca ou de cabrito; Arroz com peixe <i>chambo</i> ; Arroz com feijão; Massas esparguete com carne de vaca ou de cabrito; Sandes de carne de vaca ou de cabrito; Sandes de peixe <i>chambo</i> ; Massa com carne de vaca ou de cabrito; Massa com carne de galinha/frango; Massa com feijão; Massa com peixe <i>chambo</i> , etc
Entretenimento	Discoteca, baile, musicas ao vivo, futebol de praia e voleibol e torneios de natação.	Danças locais: <i>Nganda</i> , <i>Chioda</i> , <i>Macanha</i> , <i>Nzulubi</i> e <i>Cigoma</i> .
Outros serviços	Agências de viagens	Informação turística gratuita e difusão de material de propaganda, assim como a venda de guias turísticos e de transporte, horários e publicações do mesmo género; Troca de divisas e venda e câmbio de cheques de viagem; Expedição e transferência de bagagens; Aluguer de veículos com ou sem motorista; e Aluguer de utensílios e equipamentos destinados à prática do turismo desportivo.
	Cultos e representações religiosas	Predominância da igreja católica

Fonte: Adaptado de Magalhães (2002:109).

Tabela 3: Identificação de atractivo natural e histórico-cultural

<b>Classificação:</b> Atractivo turístico	<b>Categoria:</b> Naturais/ecológicos	<b>Tipo:</b> Hidrografia	<b>Subtipo:</b> Lago/praia
<b>Denominação:</b> Praia de Chiwanga	<b>Localização:</b> Município de Metangula	<b>Localização mais próxima:</b> Vila sede de Metangula	<b>Acesso:</b> Estrada de terra batida
<b>Transporte até ao local:</b> Mini-bus e motorizada.	<b>Acessibilidade de carga do atractivo:</b> É acessível toda a época	<b>Distancia a partir da Cidade de Lichinga</b> 157 km	<b>Equipamentos e serviços no local do atractivo:</b> Restaurante/bar e alojamento.
<b>Actividades que podem ocorrer:</b> Canoagem, natação, pesca desportiva, <i>hornitofilia</i> , <i>mastofauna</i> , <i>Ictiofauna</i> e alpinismo.	<b>Capacidade de carga do atractivo:</b> 2.500 Pessoas	<b>Avaliação:</b> 2,4 (atractivos possuidores de boa qualidade e de interesse para o aproveitamento turístico, observando-se factores restritivos)	<b>Fonte:</b> Inventário turístico

Fonte: Adaptado de Magalhães (2002:111).

Tabela 4: Características intrínsecas e extrínsecas dos atractivos

<b>Categoria</b>	<b>Tipo</b>	<b>Subtipo</b>	<b>Características intrínsecas</b>	<b>Características extrínsecas</b>
<b>Atractivo turístico</b>	<b>Naturais</b>	Praia	Águas cristalinas com temperaturas amenas oscilando nos 20 à 25° C.	Deficiente saneamento do meio; Pouca oferta por parte dos estabelecimentos turísticos locais.

		Montanha	Configuração morfológica propícia para a prática do alpinismo	Belas paisagens para visitas
		Rio	Queda das águas	Falta de iniciativas/investimentos para o seu aproveitamento
		Aurora e Pôr-do-sol	Reflexão dos raios solares na água	Dá uma imagem/paisagem impressionante
		Temperatura	Boa para o turismo de sol e praia (22° à 24° C)	Poucos espaços com cobertura para se “esconder” dos raios solares.
		Fauna terrestre e aquática	Diversidade de peixes, pássaros e lagartos endémicos, atraem os visitantes.	Poucas iniciativas para a protecção ma mesma.
<b>Atractivo turístico</b>	<b>Culturais e históricos</b>	Manifestações folclóricas	<i>Nganda; Chioda; Macanha; Nzulubi e Cigoma</i>	Preservadas a nível local
		Artesanato	Fabrico de cadeiras e chapéus de palha de boa qualidade	Pouca promoção a nível local

**Fonte:** Adaptado de Magalhães, (2002:115).

### 5.5. Meios de transporte e actividades turísticas desenvolvidas na praia de Chuanga

No que tange aos meios de transporte, os turistas entrevistados afirmaram que estes não existem, neste contexto, estes são obrigados a usarem viaturas particulares. Não existe um meio de transporte específico que dá acesso a praia de Chuanga a partir da Vila Sede de Metangula. Os transportes semi-colectivos existentes partem da Capital Provincial, Lichinga, e terminam em Metangula.

De acordo com os turistas, as actividades desenvolvidas na praia são: mergulho, natação e bronzamento, actividades desportivas, como é o caso de voleibol e futebol de praia, assim

como a apreciação das belas paisagens, das manifestações folclóricas (*Nganda, Chioda, Macanha e Chigoma*).

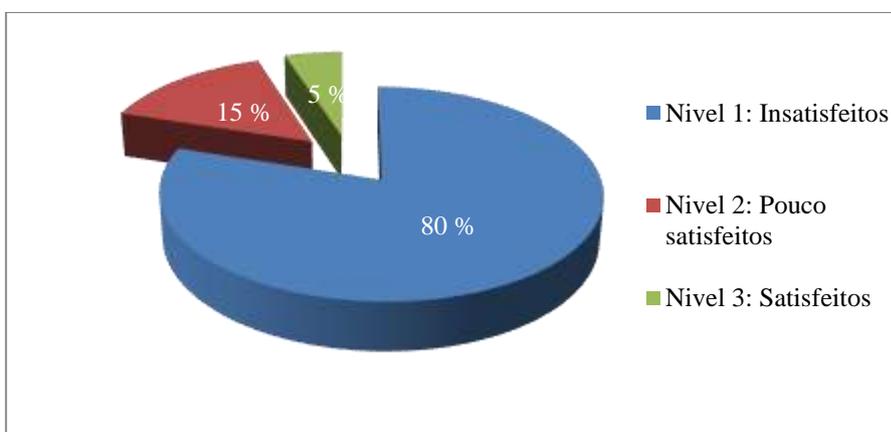
Pode-se notar assim que para o turismo firmar-se ao nível internacional, precisa ser potenciada em termos de meios de transporte e de equipamentos turísticos especiais para além de oferta turística que é deficiente.

### 5.6. Satisfação dos turistas em relação as condições existentes na praia de Chuanga

Os turistas entrevistados na praia de Chuanga, afirmaram que não estão satisfeitos com as condições existentes no local devido aos factores anteriormente referidos, razão pela qual esta praia não recebe grande número de turistas internacionais (Vide o gráfico a seguir: o nível de satisfação dos turistas).

Para tal, os turistas sugeriram a melhoria das condições de saneamento, vias de acesso e dos serviços turísticos prestados (restaurante e bar, entretenimento, atendimento ao cliente, guias turísticos e outros serviços de apoios ao turismo).

Gráfico 2: Níveis de satisfação dos turistas



Fonte: O Autor, (2015).

As percentagens dos níveis de satisfação dos turistas à cima, mostra claramente que o turismo na praia de Chuanga encontra-se ainda na fase de comprometimento ou envolvimento. Porém, em turismo a satisfação é a componente *sine-qua-non* para o desenvolvimento de qualquer destino turístico, pois, os turistas insatisfeitos com as condições e serviços prestados, num destino, podem vincular uma imagem negativa do destino em causa, deixando-o em declínio.

### 5.7. Avaliação do potencial turismo da praia de Chuanga

Se baseando da metodologia sugerida por Magalhães (2002:103), observou-se que os atractivos naturais e culturais da praia da praia de Chuanga, são possuidores de boa qualidade e de interesse para o aproveitamento turístico, observando-se factores restritivos, como ilustra a equação a baixo:

$$V_{Ta} = \frac{X + Y + Z}{3}$$

$$V_{Ta} = \frac{3+2,4+1,9}{3}$$

$$V_{Ta} = \frac{7,3}{3}$$

$$V_{Ta} = 2,4$$

Onde:

V<sub>ta</sub> = Valor turístico do atractivo;

3 = Factores intrínsecos;

2,4 = Factores extrínsecos;

1,9 = Factores de estrutura.

Apesar dos atractivos naturais e culturais da praia da praia de Chuanga sejam de boa qualidade, ainda há-de melhorar alguns aspectos associados a oferta turística, para que a praia seja de atracção mundial, no diz respeito a alimentação e bebidas, não há diversidade de pratos e bebidas oferecidas, facto este que faz com que a maioria dos visitantes tragam consigo comidas e bebidas nas suas mochilas; no que tange ao alojamento, os dois estabelecimentos turísticos existentes, ostentam poucos quartos, cujas condições de higiene não é das melhores, não oferecem áreas de diversão, como é o caso de discotecas, mesas de bilhares, campo de ténis, sessões cultural e de cinema, entre outras.

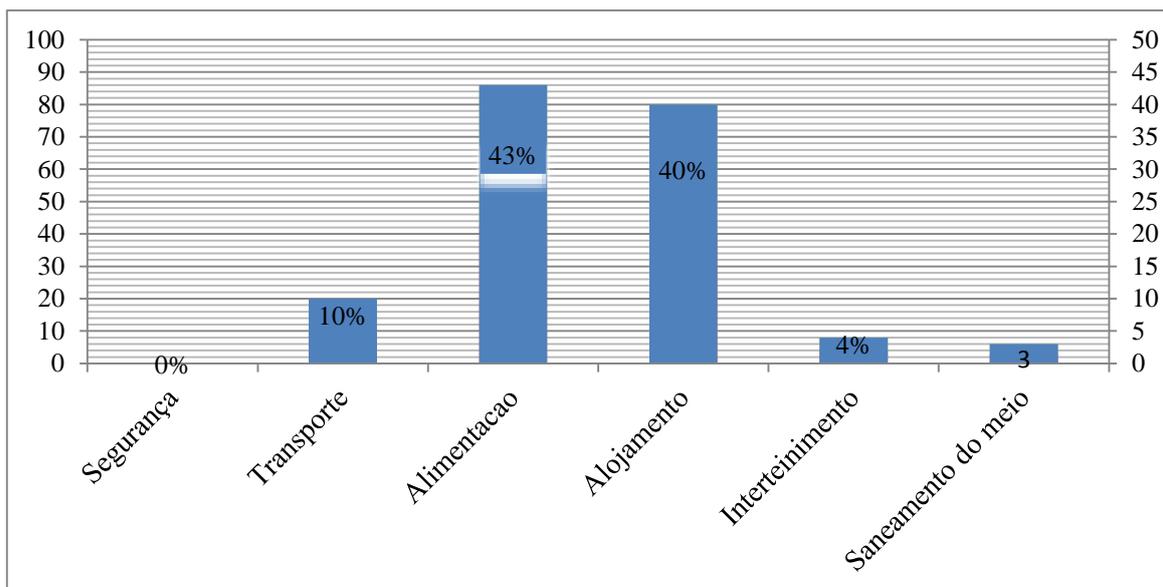
Falta de investimentos, no que concerne aos equipamentos de natação, canoagem e de alpinismo sofisticadas, como refere Coriolano (2003:1002), a actividade turística para que seja bem desenvolvida é necessário que se invista em equipamentos específicos como pranchas, para a prática de *surf*; *pipas* (papagaio), para a prática do *kitesurf*; pranchas a vela para a prática do *windsurf* e equipamentos náuticos (embarcações específicas), para a prática de actividade do mergulho.

Não existe transporte específico que dá acesso à praia de Chuanga a partir da Vila Sede de Metangula, aliado a difícil circulação de viaturas, pois a estrada é de terra batida, facto este que agrava-se mais na época chuvosa, pós como refere Zimmer & Grassmann (1996:4), um

destino turístico precisa de equipamentos de transporte (rede rodoviária e transportes colectivos).

A praia não tem um corpo de salvação pública, assim como guias turísticas, que possam orientar os visitantes.

Gráfico 3: Serviços turísticos prestados na praia de Chuanga



Fonte: O Autor, (2015).

Outro aspecto, tem a ver com a fraca promoção e/ou divulgação das potencialidades turísticas locais além fronteira, que na visão de Pearce (2002:49), o turismo possibilita a caracterização de um consumidor heterogéneo, desde jovens interessados em novas descobertas, praias isoladas até famílias compostas de pessoas de diferentes idades e com necessidades diferenciadas que buscarão no destino turístico actividades que possam suprir os desejos de cada um, para isso, é necessário a implementação de estratégias de marketing específicos para promover a imagem do destino.

## **CAPITULO VI: CONCLUSÕES E SUGESTÕES**

### **6.1. CONCLUSÕES**

Segundo as análises feitas no local, a praia de Chuanga possui enormes potencialidades para a prática de várias actividades turísticas, avaliando pelos recursos turísticos naturais, culturais e de estrutura existentes na região. Porém, constituem factores limitantes da praia: as vias de acesso; a oferta turística (não diversificação de pratos e bebidas; fraca capacidade de alojamentos entre outros); serviços (fraco entretenimento: mesas de bilhares, campo de ténis, sessões cultural e de cinema, higiene nos quartos).

As águas cristalinas e transparentes com temperaturas amenas durante todo o ano, a areia limpa da praia, as manifestações folclóricas e as iguarias locais, a beleza cénica paisagística, a aurora, o pôr-do-sol constituem as principais motivações dos turistas que demandam a praia de Chuanga.

Não obstante, o deficiente saneamento do meio, a falta de equipamentos de natação e difícil circulação de viaturas constituem outros factores limitantes, aliado ao hábito local de lavagem de pratos nas margens da praia, além, canoagem e de alpinismo sofisticados.

Assim, feita a avaliação final dos atractivos naturais e culturais da praia, com base na metodologia de Magalhães (2002:103), que se efectiva com a aplicação de uma escala de valores a cada factor considerado, observou-se que os mesmos são possuidores de boa qualidade e de interesse para o aproveitamento turístico, observando-se factores restritivos.

## **6.2. SUGESTÕES**

Com vista a melhoria dos aspectos restritivos a cima mencionados, sugere-se que as instâncias turísticas da praia de Chuanga aumentem a sua capacidade de carga, pelo menos tenham 100 camas cada, e mantenhas condições de saneamento do meio; invistam em formações e/ou capacitações de recursos humanos, fazendo com que tenham guias turísticos, corpo de salvação pública, cozinheiros e pessoal de serviços de mesa e bar prestando serviços de alta qualidade. Auscultem e incentivem os escultores locais na produção de peças de arte e exponham semanalmente e criem programas de entretenimento (discoteca, cinema, campo de ténis, mesa de bilhares e danças locais), para entreter os turistas e/ou visitantes.

Instalem cestos de lixo a intervalos regulares e em sítios estratégicos ao longo da praia, sensibilizando aos utentes da mesma (visitantes), sobre boas condutas, no que concerne ao depósito de resíduos sólidos.

Sugere-se as entidades governamentais locais, o sector do turismo e os operadores turísticos a fazer parcerias e/ou investimentos ao nível local, nacional e internacional com vista a aquisição de equipamentos turísticos sofisticados, tais como, embarcações, equipamentos de mergulho, de natação e de alpinismo. Contudo, devem adquirir um transporte que dê acesso a praia de Chuanga a partir da Vila Sede de Metangula, melhorando também a via de acesso.

Sugere-se, diante da realidade da região, traçar estratégias de marketing, através de programas televisivos, radiofónicos, cartazes, folhetos e outros, com vista a promover e divulgar mais as potencialidades turísticas da praia de Chuanga visando atrair muitos turistas nacionais e internacionais de forma a desenvolver o turismo na região, província e país em geral.

**BIBLIOGRAFIA**

1. BERGAMASCHI, Denise Pimentel, et all. **Bioestatística aplicada a nutrição**. 2010;
2. BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do Turismo**. São Paulo: Senac, 2002;
3. SHEARS, N.T. Biogeography, community structure and biological habitat types of subtidal reefs on the South Island West Coast. **Science for Conservation 281**. New Zealand. 2007.
4. CERRO, F.L. Ministério de Industria, Comercio Y Turismo (MICYT). **Técnicas de evaluación del potencial turístico**. Madrid: Centro de Publicaciones del Ministerio de Industria, Comercio Y Turismo. 1993;
5. CORIOLANO, Luzia Neide M. T. **O Turismo e o movimento cooperativista**. in: Coriolano Luzia Neide M.T. (org) O Turismo de Inclusão e o desenvolvimento local. Fortaleza: Funece, 2003;
6. COSTA, António Fernando Gomes da. **Guia para elaboração de relatórios de pesquisa: monografia**. 2. ed. Rio de Janeiro: UNITEC. 1998;
7. CUNHA, Licínio. **Avaliação do potencial turístico**. Editorial Verbo. Lisboa. 2006;
8. DIAS, Reinaldo. **Introdução ao turismo**. São Paulo: Atlas, 2005;
9. GALVÃO Filho, C. E. P. A. **Geografia Estudando o Turismo: uma análise dos trabalhos apresentados em dois eventos nacionais**. Londrina, 2005;
10. GIL, António Carlos. **Como elaborar Projectos de Pesquisa**, 3ed. São Paulo, Edições Atlas, 1996;
11. GIL, António Carlos. **Métodos e técnicas em pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999;
12. IRANI, Alves Ferreira. **Mapeamento cromossômico comparativo em peixes ciclêdeos utilizando sequências repetitivas de DNA**. Instituto de biociências de Botucatu - Universidade Estadual Paulista. Brasil, 2013.
13. KOCHÉ, José Carlos. **Fundamentos de metodologia científica**. 19ª ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 1997;
14. LAKATOS, Eva Maria & MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2000;
15. MAGALHÃES, Cláudia Freitas. **Directrizes para o Turismo Sustentável em Municípios**. São Paulo. Editora Rioca Lda.2002;
16. Ministério da Administração Estatal. **Perfil do Distrito do Lago, Província do Niassa**. Maputo, 2005;
17. MONTEJANO, Jordi Montaner. **Estrutura do Mercado Turístico**. 2ª Ed. Editorial Síntesis, S.A. Sao Paulo. 2001.

18. MORETTI, Neusa. **Manual de Metodologia Científica: Como elaborar trabalhos académicos**. União de ensino superior Editora. Brasil 2008;
19. Organização Mundial de Turismo (OMT). **Evaluación de los recursos turísticos**. Madrid. 1978;
20. PEARCE. G. Douglas, RICHARD, W. Butler (org.). **Desenvolvimento em Turismo: Temas contemporâneos**. São Paulo: Contexto, 2002. (coleção turismo);
21. RUIZ, João Álvaro. **Metodologia científica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991;
22. SEBRAE, **Turismo no mar**. Rio de Janeiro: Sebrae, 1999;
23. ZIMMER, Peter & GRASSMANN, Simone. **Avaliar o potencial turístico de um território**. Espanha. 1996;

**Legislação:**

- ✓ Lei nº 4/2014 de 17 de Junho, Lei do Turismo.

**Fontes orais:**

1. Governo do Distrito do Lago, 2014;
2. Erasto Alissane Silva – Responsável do complexo turístico repouso da praia;
3. Fernando Feliciano – Turista frequentador da praia de Chuanga;
4. Cândido Marcos – Turista frequentador da praia de Chuanga
5. Teresa Matias Cabriel – Turista frequentadora da praia de Chuanga;
6. Jaime Manjawila – Residente na Vila Sede de Metangula e visitante da praia de Chuanga;
7. Maria de Almeida – Professora na Vila Sede de Metangula e visitante da praia de Chuanga;
8. Mavuto Jawma – Residente em Chuanga;
9. Anastácia António Gabriel – Residente em Chuanga;
10. Américo de Rosário Mário – Residente em Chuanga.

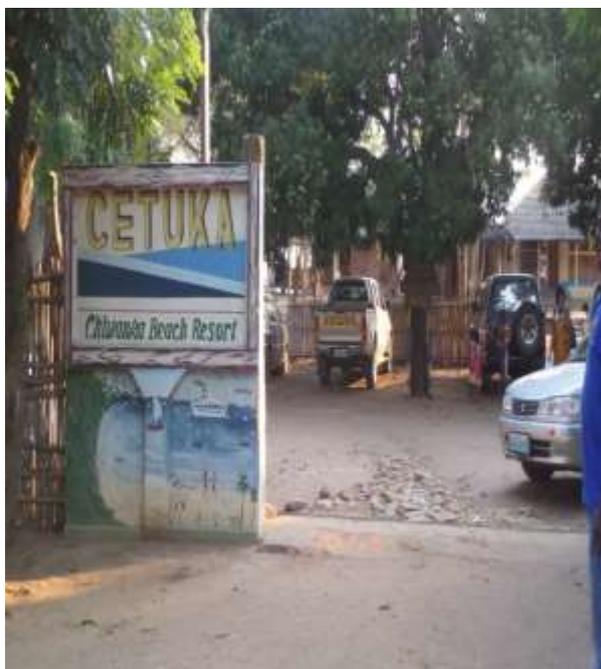
# APÊNDICES

Figuras ilustrativas: Praia de Chuanga



Fonte: O Autor, (2015).

Centro Turístico Katawala (CETUKA)



Fonte: O Autor, (2015).

Figuras ilustrativas: Repouso da praia

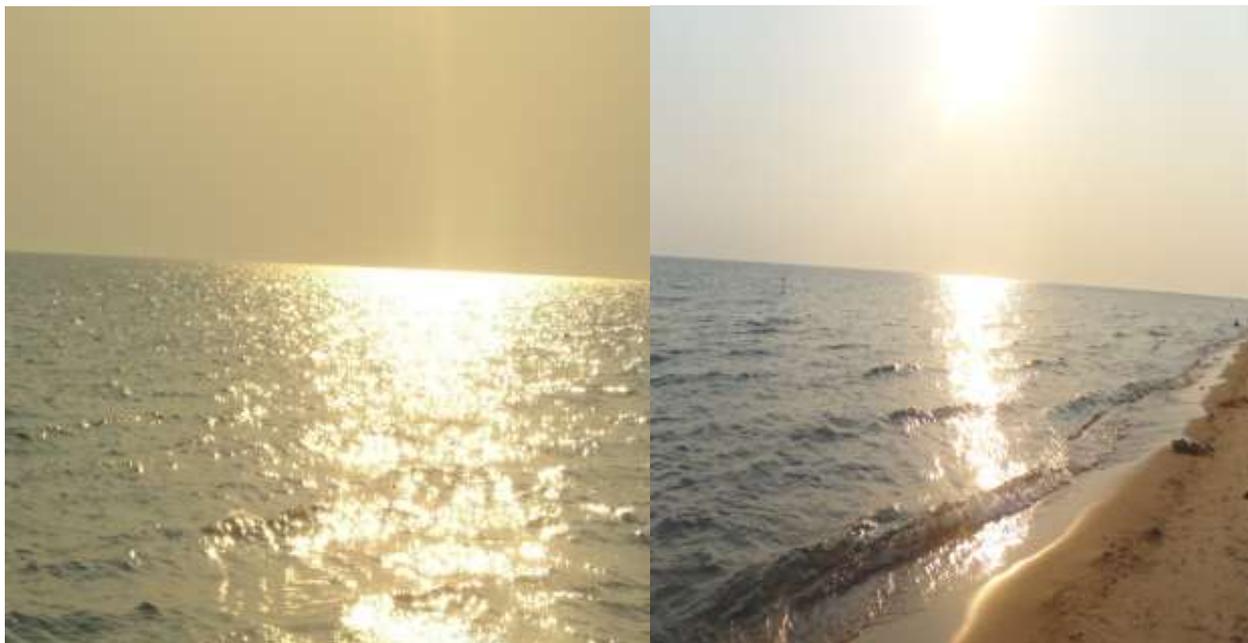


Fonte: O Autor, (2015).



Fonte: O Autor, (2015).

Figuras ilustrativas: Pôr-do-sol, Praia de Chuanga



Fonte: O Autor, (2015).

Lavagem de pratos nas margens da praia



Fonte: O Autor, (2015).

**Grelha de avaliação**

<b>Variáveis observados</b>	<b>Registo dos factos observados</b>			
Praia	Dimensão	Tipo de área	Características da água/transparência	Saneamento do meio
Infra-estruturas turísticas e de apoio	Hotéis	Pensões/Lodjes/Casas de hóspedes	Acessibilidade	Corrente eléctrica/ estabelecimentos bancários
Actividades turísticas desenvolvidas	Mergulho	<i>Surf</i>	<i>Kitesurf</i>	<i>Windsurf</i>
Manifestações folclóricas	Danças	Cantos	Escultura	Mágica
Qualidade dos serviços prestados	Excelente	Boa	Suficiente	Má
Potencialidades turísticas naturais	Vegetação típica	Montanhas	Clima/temperatura média anual	Fauna aquática

**Fonte:** Adaptado de Magalhães (2002).

## Guião de entrevista dirigida as comunidades locais

### Dados dos entrevistados

Nome do entrevistado.....

Sexo: .....

Idade: .....

1. Tem visto visitantes a frequentarem a praia de Chuanga?

.....  
.....

2. O que acha que os visitantes procuram na praia?

.....  
.....

3. O que mais esses visitantes gostam de fazer ou ver quando chegam em Chuanga?

.....  
.....

4. Quais são as comidas típicas desta região?

.....  
.....

5. Quais são as bebidas típicas desta região?

.....  
.....

6. Quais são os tipos de danças e artes praticadas pelas comunidades?

.....  
.....

7. Além da praia, o que mais chama atenção os visitantes nesta região de Chuanga?

.....  
.....

## Guião de entrevista dirigida aos visitantes da praia de Chuanga

### Dados dos entrevistados

Nome do entrevistado.....

Sexo: .....

Idade: .....

1. Qual é o seu local de origem?

.....

2. Porque escolheu Chuanga para a prática da actividade turística?

.....

3. Quantos dias pretende ficar em Chuanga?

.....

4. Quais as potencialidades turísticas (naturais, culturais e de estrutura) que mais lhe impressionaram em Chuanga?

.....

.....

5. Que meio de transporte usou para chegar até Chuanga (particular ou público)?

.....

6. Que tipo de actividades turística desenvolve cá na praia de Chuanga?

.....

7. Estas actividades para o seu desenvolvimento necessitam de uso de instrumentos especiais? Se sim, Quais?

.....

8. Será que estes instrumentos existem neste destino turístico? Se não, donde leva?

.....

9. O que acha da qualidade dos meios de hospedagens e serviços prestados na região?

.....

10. Será que está satisfeito em relação aos equipamentos, serviços, atractivos, recursos, conservação da praia e o acolhimento da região?

.....  
.....  
.....

11. Que sugestões deixa para a melhoria e desenvolvimento turístico desta região?

.....  
.....

