

UNIVERSIDADE
CATÓLICA
PORTUGUESA

BRAGA

O Turismo em Angola: o caso do Plano Diretor do Turismo de Angola

Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em **Turismo**, especialização em **Administração e Gestão do Turismo**.

Rute da Glória Fernando Miezi

Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais

NOVEMBRO 2017



CATÓLICA
FACULDADE DE FILOSOFIA E CIÊNCIAS SOCIAIS

BRAGA

O Turismo em Angola: o caso do Plano Diretor do Turismo de Angola

Dissertação de Mestrado apresentada à Universidade Católica Portuguesa para obtenção do grau de mestre em **Turismo**, especialização em **Administração e Gestão do Turismo**.

Rute da Glória Fernando Miezi

Sob a Orientação da Prof. Doutor **Nuno Jorge Cardona Fazenda de Almeida**
Co-Orientação da Prof.^a Doutora **Carla Isabela de Moura Pinto Cardoso**

Dedicatória

Ao meu Deus Todo Poderoso que tem me dado forças para ultrapassar os obstáculos, ao meu filho Duarte Miezi Neiva Pires e aos meus pais André Miezi e Glória Fineza Fernando.

Agradecimentos

Agradeço a toda minha família pelo carinho e dedicação, à minha amiga e colega Mónica Silva pela força e dedicação, ao Ministério de Hotelaria e Turismo da República de Angola em particular o departamento de Desenvolvimento ao Turismo dirigido pelo Arquitecto Amaro Francisco e seus colaboradores.

Agradeço aos meus orientadores com muita estima, Professor Doutor Nuno Fazenda e Professora Doutora Carla Cardoso, assim como à Professora Doutora Ana Salazar que nunca pestanejou em ajudar, que estiveram sempre disponíveis.

Ao Júlio Pires que também esteve sempre presente, ao casal Sr. Joaquim Rato e Dona Alzira, pois sem vocês este trabalho, não seria uma realidade.

Resumo

Nesta Dissertação de Mestrado, realizada no âmbito do curso de mestrado em Turismo, com especialização em Administração e Gestão, impõe-se realçar a relevância da temática do Turismo em Angola, para investigação científica e, por outro lado, a importância que a mesma revela para o país e, em especial, para o desenvolvimento deste setor. Assim, a revisão da literatura patenteia um conjunto de ideias que sustenta a pertinência desta mesma temática.

As tendências observadas um pouco por todos os países do mundo, traduzidas em vários indicadores apontam neste sentido, pelo que, Angola não constitui(rá) exceção. Nas economias mundiais, os fluxos de entrada e saída de pessoas traduzem-se num crescimento futuro, breve. Assim, os Governos começam a valorizar o setor do turismo como uma atividade económica e de prosperidade social para os destinos turísticos.

O Turismo em Angola, de 2006 a 2016, conheceu um desenvolvimento muito acentuado enquanto atividade económica, exibindo sinais fortes de maior prosperidade e rentabilidade, contribuindo, sobretudo, para o aumento da criação de emprego e receitas para o Estado Angolano e para a economia, em geral. Trata-se de um dos países cujo reconhecimento da importância deste setor, se revelou mais tardiamente, e uma vez que há pouca diversificação do seu tecido económico, com uma tónica centrada na exploração de produtos petrolíferos, a resistência à mudança que se faz sentir nas instituições públicas e na persistência de incerteza quanto ao quadro económico-institucional contribuem para contrariar e atrasar o reconhecimento da importância do setor do Turismo, considerando-o como uma atividade, menor para o desenvolvimento de Angola.

Nesta investigação pretende-se analisar o estado atual do Turismo em Angola, com recurso à análise do Plano Diretor do Turismo em Angola (PDTA) de modo a conseguir compreender quais as suas potencialidades e apostas, face à realidade atual do país, tendo em conta as políticas públicas de acordo com os Planos Nacionais apresentados para o setor do Turismo.

Abstract

In this Master's Dissertation carried out within the framework of the master's degree course in Tourism, with specialization in Administration and Management, it is necessary to highlight the relevance of the theme of Tourism in Angola for scientific research and, on the other hand, the importance it reveals. For the country and in particular for the development of this sector. Thus, the literature review shows a set of ideas that supports the relevance of this same theme.

The trends observed a little by all the countries of the world, translated in several indicators point in this sense reason why Angola is not exception. In world economies, inflows into and outflow of people translate into short future growth. Thus, governments begin to value the tourism sector as an economic activity and social prosperity for tourist destinations.

Tourism in Angola, from 2006 to 2016, experienced a very strong development as an economic activity showing strong signs of greater prosperity and profitability, contributing, above all, to the creation of jobs and revenues for the Angolan State and for the economy. This is one of the countries whose recognition of the importance of this sector has been revealed later, and since there is little diversification of its economic fabric, with a focus on the exploitation of petroleum products, the resistance to change that is felt in the Public institutions and the persistence of uncertainty regarding the economic-institutional framework contribute to counter and delay the recognition of the importance of the Tourism sector, considering it as a minor activity for the development of Angola.

This research intends to analyze the current state of tourism in Angola, using the analysis of the Tourism Master Plan in Angola (TMPA) in order to understand its potential and bets, given the current situation of the country, taking into account The public policies in accordance with the National Plans presented for the Tourism sector.

Índice Geral

INTRODUÇÃO	01
i) Enquadramento e Justificação do Tema	01
ii) Objetivos da Investigação: Gerais e Específicos	02
iii) Abordagem Metodológica	03
iv) Estrutura do Estudo	04
PARTE I – REVISÃO DA LITERATURA	05
Capítulo 1. Turismo: conceitos e evolução	05
1.1. Introdução	05
1.2. Conceito de Turismo: contextualização histórica	05
1.3. Evolução do Turismo: recentes dinâmicas	09
1.4. Conclusão	10
Capítulo 2. Planeamento do Turismo	11
2.1. Introdução	11
2.2. Conceitos Centrais	11
2.3. Planeamento no Turismo e a sua importância	12
2.4. Conclusão	15
Capítulo 3. Turismo e Sustentabilidade	17
3.1. Introdução	17
3.2. Conceitos Centrais	17
3.3. Desenvolvimento do Turismo Sustentável e a sua importância	20
3.4. Planos Nacionais para o Desenvolvimento: políticas públicas no Turismo	20
3.5. Conclusão	22

PARTE II – ESTUDO DE CASO	23
Capítulo 4. Metodologia da Investigação	23
4.1. Introdução	23
4.2. Processo de investigação	23
4.2.1. Recolha de dados secundários	25
4.2.2. Recolha de dados primários: aplicação de um questionário	25
4.2.3. Tratamento e análise de dados	27
4.3. Conclusão	28
Capítulo 5. Angola: enquadramento territorial, histórico e turístico	29
5.1. Introdução	29
5.2. Enquadramento territorial e histórico	29
5.3. Enquadramento turístico	31
5.3.1. Turismo Internacional	31
5.3.2. Turismo em África	35
5.3.3. Turismo em Angola	39
5.4. Conclusão	40
Capítulo 6. Análise do Turismo em Angola	42
6.1. Introdução	42
6.2. Procura e oferta turísticas	42
6.3. Perspetiva das entidades angolanas e dos operadores internacionais	49
6.4. Análise SWOT	51
6.5. Conclusão	52
Capítulo 7. Plano Diretor do Turismo de Angola (PDTA)	53
7.1. Introdução	53
7.2. Apresentação do PDTA	53
7.3. Objetivos e Polos turísticos	64
7.4. Conclusão	66
Capítulo 8. Análise e interpretação dos resultados	68
8.1. Introdução	68
8.2. Apresentação dos resultados	68
8.3. Discussão dos resultados	72
8.4. Conclusão	75

CONCLUSÕES	76
Referências Bibliográficas	81
Anexos	87

Índice de Figuras

Figura 1. Estrutura de um Plano	14
Figura 2. Etapas do Planeamento do Turismo	15
Figura 3. Dimensões para um futuro sustentável	17
Figura 4. Documento proposto pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento aquando a criação do Relatório Brundtland, 1987	18
Figura 5. Processo da Investigação Metodológica	24
Figura 6. Turismo Internacional em número de chegadas na África Subsariana, em 2014	37
Figura 7. Angola antes da Independência	39
Figura 8. Etapas do Plano de trabalhos para desenvolvimento e aplicação do PDTA	53
Figura 9. Eixos estratégicos de desenvolvimento turístico	54
Figura 10. Mapeamento dos mercados prioritários para Angola	54
Figura 11. Progresso da captação de mercados emissores	55
Figura 12. Mercados emissores: 1ª fase – Turismo Doméstico	55
Figura 13. Mercados emissores: 2ª fase – SADC e países de acolhimento de cidadãos angolanos	55
Figura 14. Mercados emissores: 3ª fase – Países internacionais	56
Figura 15. Segmentos de desenvolvimento no Enriquecimento da oferta	56
Figura 16. Recursos turísticos existentes	57
Figura 17. Hierarquização das linhas de ação para potenciar o Turismo Cultural	57
Figura 18. Diversidade de oferta para o Turismo da Natureza	58
Figura 19. Mapa dos Polos Prioritários	59
Figura 20. <i>Mix</i> de ações apresentadas para a <i>Promoção e Distribuição</i>	60
Figura 21. Evolução da estratégia quanto ao Turismo Doméstico	60
Figura 22. Evolução da estratégia quanto aos Mercados Internacionais	61
Figura 23. Organização do <i>mix-promocional</i>	61
Figura 24. Hierarquia do 4º eixo prioritário: Acessibilidades	62
Figura 25. Evolução de Serviços e Competências	62
Figura 26. Proposta de formação	63
Figura 27. Certificação e classificação da oferta	63
Figura 28. Gestão e manutenção de recursos turísticos	64
Figura 29. Previsão para Angola 2020	65

Índice de Gráficos

Gráfico 1. Habilitações literárias dos inquiridos	27
Gráfico 2. Tendência das Chegadas de Turistas	33
Gráfico 3. Mercados Emissores em África	38
Gráfico 4. Motivos de Viagens a Angola	47
Gráfico 5. Tipo de Turista Prioritário (2016)	68
Gráfico 6. Face à realidade atual de Angola, considera que o Turismo retrocedeu?	69
Gráfico 7. Considera que os bens e serviços existentes no setor turístico são competitivos?	70
Gráfico 8. Relativamente às regiões de fronteira, qual delas considera que poderá estimular mais o desenvolvimento em Angola?	70
Gráfico 9. Considera que Angola poderá atingir um nível de desenvolvimento Turístico como os países concorrentes da região, nomeadamente, os mais próximos (Namíbia, Botswana, África do Sul e Zâmbia)?	71
Gráfico 10. Está prevista uma Revisão do PDTA?	72

Índice de Tabelas

Tabela 1. Percentagem de chegadas de turistas em diversas regiões	09
Tabela 2. Dimensões da Sustentabilidade	19
Tabela 3. Ficha Técnica de Amostra	26
Tabela 4. Produto Interno Bruto (PIB) em USD e respetivo crescimento, de 2010 a 2014, em Angola	30
Tabela 5. Chegadas de Turistas Internacionais	32
Tabela 6. Receitas do Turismo Internacional por Região	34
Tabela 7. Os principais destinos turísticos	35
Tabela 8. Principais destinos segundo Chegadas Turísticas Internacionais	43
Tabela 9. Chegadas e Receitas (milhões USD)	43
Tabela 10. Países dos destinos segundo Receitas Turísticas Internacionais	44
Tabela 11. Principais Mercados Emissores segundo Partidas Turísticas Internacionais	44
Tabela 12. Principais Mercados Emissores segundo as Despesas Turísticas Internacionais (2013)	45
Tabela 13. Principais Mercados Emissores das Chegadas Turísticas Internacionais a Angola	45
Tabela 14. Oferta Turística: alojamento e empregabilidade	48
Tabela 15. Chegadas de Turistas Internacionais e Receitas Anuais de Angola	49
Tabela 16. Análise <i>SWOT</i>	51
Tabela 17. Qual o estado de desenvolvimento em que encontram os Polos Turísticos que foram traçados pelo PDTA, na sua opinião?	69
Tabela 18. Quais os fatores que considera mais críticos para o desenvolvimento do Turismo em Angola (Acessibilidades)?	71

Abreviaturas

FMI – Fundo Monetário Internacional

INEA – Instituto Nacional de Estatísticas de Angola

INFOTUR – Instituto de Fomento Turístico de Angola

MINHOUR – Ministério de Hotelaria e Turismo de Angola

ODM – Objectivos do Desenvolvimento do Milénio

OGE – Orçamento Geral do Estado

OMT – Organização Mundial do Turismo

PALOP – Países Africanos de Língua Oficial Portuguesa

PDNT – Plano Director Nacional do Turismo

PDTA – Plano Diretor do Turismo de Angola

PIB – Produto Interno Bruto

PME – Pequenas Médias Empresas

PNA – Polícia Nacional de Angola

PNT – Política Nacional do Turismo

RETOSA – Organização Regional de Turismo de Africa Austral

SADC – *Southern African Development Community* (Comunidade para o Desenvolvimento da África Austral)

TAAG – Linhas Aéreas de Angola

UNWTO – World Tourism Organization

INTRODUÇÃO

i) Enquadramento e Justificação do Tema

O presente trabalho subordinado ao tema Análise ao Plano Diretor do Turismo de Angola pretende destacar a relevância do Plano para o desenvolvimento do Turismo em Angola, reforçando a importância de análise do comportamento do mesmo e sua dimensão, face à realidade em que o país atravessa.

Nas últimas décadas o Turismo, entendido como o “being a sum of relations and phenomena resulting from travel and stay of non residents, in so far a stay does not lead to permanent residence and is not connected with any permanent or temporary earning activity” (Hunziker and Krapf, (1942), citado em Vanhove, 2004: 1). Aliás, conforme refere Cunha (2013: 13), “o facto das rotinas turísticas fazerem cada vez mais parte dos hábitos dos cidadãos, em geral. É evidente que os fluxos turísticos afetados negativamente, mesmo que em pequena escala, devido à crise económica se fazem notar por toda a Europa e Angola não ficou indiferente à mesma situação.”

Consequentemente, perante este aumento generalizado da procura turística, são já muitos os países que reconhecem o Turismo como uma atividade fulcral para o desenvolvimento global das suas economias, nomeadamente, para a criação de emprego e geração de receitas, e que, por isso, procuram criar estratégias para potenciar estes e outros benefícios das atividades turísticas.

Neste contexto, Angola não é exceção e a existência de um Plano Diretor de Desenvolvimento do Turismo em Angola (de agora em diante identificado com a sigla PDTA, datado de 2011), mostra o interesse do governo Angolano neste domínio, apesar da má conjuntura e dos problemas estruturais com que a economia angolana se depara, das carências de infra-estruturas básicas: vias de comunicação, alojamento, abastecimento de água e energia elétrica, transportem.

Recorde-se que, de acordo com a informação disponível no Orçamento Geral do Estado Angolano (OGEA, 2016) para 2015, o PIB da economia angolana decresceu -0,7%, em 2016 e, segundo o Fundo Monetário Internacional (FMI), não se espera uma recuperação do preço do petróleo, principal fonte de receita do governo angolano e também do PIB, direta ou indiretamente. Esta mesma instituição refere que a economia angolana, nos próximos 4 anos, permanecerá com um crescimento moderado do PIB de

+3,5%, mas o déficit orçamental cairá para -3,5% do PIB, reportado ao ano de 2016. Em 2015, o valor foi de 6,4% negativos. Acrescenta ainda que a economia conhecerá uma estagnação do setor público administrativo. A situação económica e financeira em Angola continuará a constituir um desafio em vários setores da sociedade, e por tal o Turismo assumirá um papel fulcral de modo a contrariar tendências e assumir o crescimento do setor no país. Neste sentido, prevê-se que Angola até 2020 atrairá cerca de 4,6 milhões de turistas, e conseqüentemente levará à criação de empregos com valores a rondar 1 milhão de postos de trabalho, previstos de acordo com o PDTA.

Neste sentido, reconhece – se a necessidade de compreender a dinâmica atual do setor turístico, pois o turista procura destinos seguros com serviços funcionais de variada natureza. A elaboração de um estudo sobre o Turismo e a aplicação do PDTA, resulta assim da importância de que o Turismo se reveste na diversificação da economia angolana. Atualmente, a atividade turística exhibe um déficit de oferta a vários níveis, mas dispõe de um conjunto de recursos que contrariam os fatores adversos que impedem o seu desenvolvimento profícuo.

ii) Objetivos da Investigação: Gerais e Específicos

A excessiva dependência das receitas do petróleo com a grande baixa do preço nos mercados internacionais tem afetado muito o crescimento da economia angolana de forma negativa. Por este motivo, no caso do Turismo, regista-se a necessidade de rever e complementar o PDTA, uma vez que se alteraram os pressupostos de base às projeções efetuadas. Com a desaceleração do PIB é notória a queda do investimento em Angola, especificamente no setor do Turismo com alguns indicadores em queda como o desemprego e problemas sociais (criminalidade e insegurança). Por conseguinte, as repercussões começam-se a revelar negativas para o setor.

Na sequência do reconhecimento da importância do Turismo para a estratégia de desenvolvimento da economia angolana, a atual situação de Angola, pode dificultar o alcance de muitos dos objetivos estabelecidos previstos no PDTA, nomeadamente, a criação de emprego e o aumento da oferta turística.

Na análise a efetuar do PDTA, procurar-se-á identificar e analisar os fatores problemáticos no contexto atual do país. Este estudo tem assim como objetivo central perceber se o Plano Diretor do Turismo de Angola deveria ser revisto e adaptado face

ao contexto atual de Angola, nomeadamente no que respeita ao horizonte temporal e a propostas e recomendações de atuação estratégica para o turismo em Angola.

Neste âmbito, constituem objetivos específicos deste trabalho:

- Demonstrar a importância do planeamento do turismo
- Analisar e evidenciar a importância de ser promovido um turismo sustentável
- Enquadrar o turismo Internacional, em África e Angola, fornecendo um quadro geral sobre o contexto em que se insere o turismo angolano;
- Analisar o PDTA nas suas diferentes dimensões e auscultar vários *stakeholders* do turismo em Angola.

Foi através da prossecução destes objetivos específicos que se procurou alcançar o objetivo central de perceber se o Plano Diretor do Turismo de Angola deveria ser revisto e adaptado face ao contexto atual de Angola e, neste âmbito, apresentar propostas para o desenvolvimento turístico de Angola.

Desta forma, contribui-se com um estudo original para que, a partir deste tema, surjam outros estudos relacionados, na mesma senda.

iii) Abordagem Metodológica

O presente estudo foi desenvolvido de acordo com as diversas etapas que fazem parte do planeamento de uma investigação, tal como: a formulação inicial do problema, a definição de conceitos, a seleção da técnica de recolha de dados, a análise dos mesmos e as conclusões.

A conceção do problema de investigação foi sendo consolidada com base na revisão da literatura sobre os temas associados à problemática principal nomeadamente relacionados com o modelo de gestão no setor do Turismo, como o PDTA e suas implicações no desenvolvimento económico e social no país, no sentido de o tornar num destino turístico atrativo. Pretendemos ainda perceber a dinâmica deste Plano, propor uma análise, conseqüentemente, elaborar um ajustamento para o mesmo.

A metodologia de investigação aplicada assenta, ainda, na elaboração de um trabalho empírico, de recolha e interpretação de dados. Para este efeito, realizaram-se questionários, junto de representantes de instituições ligadas, direta e indiretamente, ao Turismo e a operadores turísticos selecionados, nomeadamente:

- Delegados provinciais ou representantes nas províncias de Angola, associados ao Ministério de Hotelaria e Turismo de Angola (MINHOTUR);
- Técnicos ligados ao Instituto de Fomento do Turismo (INFOTUR);
- Operadores ligados ao Turismo;
- Unidades Hoteleiras;
- Professores e estudantes da Universidade Metodista da Faculdade de Ciências Sociais, do Curso de Hotelaria e Turismo;
- Funcionários ligados a Companhia Aérea de Angola (TAAG).
- Operadores turísticos ligados ao setor privado.

O objetivo destes questionários foi o de avaliar a perceção dos *stakeholders* sobre a dinâmica do PDTA.

iv) Estrutura do Estudo

O presente estudo encontra-se dividido em 10 capítulos e duas partes: a ***Introdução*** refere-se à apresentação do contexto desta investigação, assim como os objetivos gerais e específicos e a abordagem metodológica.

A ***Parte I*** é composta pelos *Capítulos 1, 2 e 3*, onde é apresentada uma revisão da literatura relativa aos conceitos fundamentais de Turismo (*Capítulo 1*), nas componentes de Planeamento (*Capítulo 2*), e de Sustentabilidade (*Capítulo 3*).

A ***Parte II*** apresenta a componente prática do estudo e está organizada em *54 Capítulos*: Metodologia (*Capítulo 4*), Enquadramento histórico e turístico em Angola face à realidade internacional e continental (*Capítulo 5*), Análise do Turismo em Angola (*Capítulo 6*), Análise e Apresentação do Plano Diretor do Turismo em Angola (PDTA) (*Capítulo 7*), a Análise e Interpretação dos Resultados (*Capítulo 8*), obtidos através dos questionários realizados, em formato online e presencialmente, em Luanda. Encerramos esta investigação com as ***Conclusões***.

Parte I - Revisão da Literatura

Capítulo 1. Turismo: conceitos e evolução

1.1. Introdução

Este capítulo descreve a evolução do Turismo, desde a época contemporânea, até aos dias de hoje, sublinhando a importância que foi tendo para as economias e para as sociedades, assim como a sua representatividade, inserindo-o num contexto de relação integrada, com pessoas e setores.

Abordamos, ainda, neste capítulo as definições de Turismo e Turista, conforme o conceito da Organização Mundial do Turismo. Quanto ao conceito de Turismo é abordado como fator de desenvolvimento à escala regional, patente nos aumentos de fluxo, contínuos, sobretudo a nível europeu.

Por fim é feita uma referência ao aumento dos fluxos turísticos a nível internacional.

1.2. Conceito de Turismo: contextualização histórica

O Turismo evoluiu graças à disponibilidade de meios de transporte eficientes como o caminho-de-ferro, que no século XIX conhecia um forte desenvolvimento e facilitava comunicações rápidas e seguras, assim como os barcos de transporte de passageiros “[t]al foi o sucesso da fórmula criada por Thomas Cook, que ainda em 1851, conseguiu transportar de forma organizada 165 000 pessoas por motivo de uma visita de a exposição em Londres” (Fernando, 2015: 20-21).

De acordo com o autor acima referido, Fernando (2015), foi com o *Grand Tour* (1841), expressão usada para descrever as viagens feitas por jovens de classes aristocráticas no século XVIII com o objetivo de conhecer outras culturas, que nasceu o conceito de Turismo moderno, sendo pela primeira vez, intituladas as pessoas que viajavam, como *Turistas*.

Porém, as primeiras viagens organizadas, necessárias para que a atividade turística se desenvolvesse, apenas surgiram no século XIX. Foi o britânico Thomas Cook, que organizou a primeira viagem, em 5 de julho de 1841, com 570 pessoas. No Reino Unido, da cidade de Leicester até Loughborough, numa viagem de ida e volta para assistirem a um congresso de abstémios. Thomas Cook, que na época trabalhava para uma editora da Igreja Baptista, organizou a deslocação com a companhia ferroviária,

pagando as despesas do seu bolso, cobrando depois uma tarifa a cada um dos viajantes. Perante o êxito desta iniciativa, continuou a organizar viagens de lazer e, dez anos depois da sua primeira viagem organizada, a operadora *Thomas Cook & Son* (Figura 1) fazendo proveito da evolução da rede de transportes e comunicações, conseguiu transportar de forma organizada 165 000 pessoas, levando-as a uma exposição em Londres.

Este exemplo constituiu um incentivo para o surgimento de atividades desta natureza em larga escala, de tal modo que se pode afirmar que a atividade turística teve neste contexto os seus primórdios, tal como as conhecemos atualmente, (Escalona, 2007).

Desde então, a visão da atividade turística, enquanto viagens recreativas ou de lazer, foi sendo substituída por uma visão mais alargada e, hoje, a UNWTO (World Tourism Organization) define turista sob dois pontos de vista quanto à estadia: “ i) tourists, or stay-over visitors, this is, temporary visitors staying at least 24 hours in the country visited, and ii) «excursionists», also known as ‘same-day visitors’ or ‘day trippers’, this is, temporary visitors staying less than 24 hours in the country visited (UNWTO (1993), citado por Giménez, 2010: 144).

Numa definição mais pormenorizada, o Turismo, do ponto de vista da procura, é definido como

um vasto conjunto de elementos inter-relacionados, sendo o primeiro deles o turista ou a pessoa que viaja para um lugar que não é sua residência fixa, nele permanecendo mais de 24 horas em busca de prazer e de gozo do ócio, por motivos familiares ou de saúde e o mesmo se aplica a quem comparece em reuniões, congressos, torneios desportivos (Fernando, 2015: 28).

Então, a evolução do conceito de Turismo e outros conceitos relacionados gerem

uma realidade económica e social com contornos e amplitudes muito diferentes daquela a que conduziu o conceito inicial [anteriormente apresentado]. Pela alteração do conceito, o turismo passou a abranger profissões, empresas e actividades que anteriormente lhe escapavam e procura corresponder às mudanças na natureza e significado do turismo no mundo e ao seu potencial para o crescimento futuro (United Nations (1994), citado por Cunha, 2010: 4).

Burkart e Medlik (1981) definiram o Turismo

from the premise that there are two main groups within which definitions broadly fall. The first área identified is that of conceptual definitions which attempt to elucidate the essential nature of tourism as an activity The second group comprised technical definitions within which there are a designation of types of tourist and of what constitutes tourism activity (Williams, 2004: 47-49).

Posteriormente, a *Association Internationale des Expert Cientifiques du Tourisme*, 1991 definiu Turismo como

[1]a nouvelle orientation de la science du tourisme est donc arrêtée : elle privilégie une définition par rapport à l'industrie et non au touriste, selon Hoerner. Cette science, dénommée « tourismologie », doit, sur le modèle de la géographie, définir son « unité » dans le voyage, objet de la nouvelle science : « *La science touristique étudierait tout ce qui est lié au voyage : sa conception, sa mise en place, son déroulement, ses conséquences ; l'industrie multiforme qu'il développe, son environnement social et culturel, les rapports implicites entre les voyageurs et les sociétés visitées* » (Hoerner, 2000: 18-20).

Segundo a UNWTO (1991), o Turismo “compreende as atividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadas em locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros” (Organização Mundial do Turismo, (1991), citado em Julião, 2013: 1). A UNWTO (1993), considera que a definição possui duas dimensões:

- **Frequência** – “pessoas que se deslocam cada dia ou semana entre a sua casa e o local de trabalho ou de estudo” (UNWTO, (1993), citado em Cunha, 2010: 7);
- **Distância** – “locais próximos da sua residência. Tratando-se “em parte, de uma construção mental que depende das pessoas” (OMT, 1995: 23).

O conceito do Turismo está assim em contínua evolução. Lopes (2010) usa a definição da Organização Mundial de Turismo, ou seja: “[c]onjunto de atividades desenvolvidas por pessoas durante as viagens em locais situados fora do seu ambiente habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, de negócios e outros“ (OMT, (s.d), citado em Lopes, 2010: 8).

Podemos estudar o Turismo nas mais diferentes abordagens, pois é uma atividade que se encontra em constante evolução e uma das mais usadas, quer no mercado da oferta quer no da procura. A análise do setor turístico, numa perspetiva económica, obriga a precisar previamente alguns conceitos e a definir algumas características. Uma delas é a própria definição. Pode-se afirmar que o Turismo é uma atividade cujo centro é o Homem, pelo que ao desenvolver o campo pessoal cada um faz dele a sua própria interpretação. Esta depende das vivências de cada um, de desejos e gostos, motivos, cultura e língua. Mas a definição, numa perspetiva geral, carece de maior aprofundamento de forma a abranger dimensões de uma realidade plurifacetada (Fernando, 2015).

Constitui um setor de atividade de enorme importância pelo valor acrescentado que produz no seu seio. Pode ser feito coletiva ou individualmente. Destacam-se os vários tipos de Turismo: de Natureza, Sol & Mar, de Negócios, Religioso e Cultural, de Consumo, de Formação, Gastronómico, Ecológico, de Aventura, e, até mesmo, o

Espacial. No seu âmbito, atravessa uma pluralidade de outras atividades e setores, pelo que a transversalidade é uma das características deste setor.

Diante desta transversalidade, o êxito desta atividade não depende, somente da qualidade dos alojamentos, da restauração e da animação, mas também, do modo como a comunidade encara o turista a vários níveis. Para efeitos de desencadear hábitos de regresso aos mesmos locais, impõe-se que, os poderes públicos, adotem políticas proativas que defendam a qualidade do ambiente e promovam as potencialidades turísticas das economias e dos países.

De acordo com o Mathieson e Wall (1982) o Turismo é definido como “the temporary movement of people to destination outsider their normal places of work and residence, the activities undertaken during they stay in those destinations, and the facilities created to cater to their ‘needs’” (Mathieson e Wall, 1982: 1).

O sistema do turismo representa um dos maiores potenciadores económicos mundiais, sendo transversal a várias áreas de intervenção quer a nível social, industrial, cultural, tornando-se um fator multiplicador de ações de gestão turística. É uma atividade de extrema importância, portanto, podendo desempenhar um papel decisivo em termos de desenvolvimento regional, em especial no que refere à:

- Balança de Pagamentos;
- Receitas;
- Emprego;
- Desenvolvimento Regional;
- Desenvolvimento Sustentável.

São os recursos possuídos pelas regiões, que determinam a atratividade dos destinos. A transversalidade das atividades exige necessariamente uma integração de iniciativas, agentes e a sua articulação. Envolve um mercado de milhões de hóspedes, de dormidas, num total de 1 186 milhões de turistas, ascendendo a 1 260 mil milhões de receitas turísticas, o que representa 7% das exportações totais, constituindo um fator de desenvolvimento.

O Turismo Mundial bateu um novo recorde em 2015, no que diz respeito ao número de chegadas de turistas internacionais com uma subida de 4,4% em relação ao ano anterior, ascendendo a 1,184 mil milhões. Em comparação com 2014, em 2015, houve mais 50

milhões de turistas internacionais em todo o mundo. Ainda a este propósito registre-se que,

[i]nternational tourism reached new heights in 2015. The robust performance of the sector is contributing to economic growth and job creation in many parts of the world. It is thus critical for countries to promote policies that foster the continued growth of tourism, including travel facilitation, human resources development and sustainability (Talif Rifai (2016), citado em UNWTO 2015c: s.p).

A Europa conseguiu resultados destacados, com um crescimento acima da média mundial: + 5% com uma representatividade de 609 milhões de turistas estrangeiros.

1.3. Evolução do Turismo: recentes dinâmicas

O setor turístico tem vindo cada vez mais a tornar-se globalizado e competitivo, obrigando os agentes económicos a inovar e desenvolver novos projetos e potenciar vantagens competitivas, como estratégia de criação de novos produtos e serviços diferenciados, que sejam reconhecidos pelos consumidores, neste caso, os turistas. “Segundo os dados mais recentes publicados pela Organização Mundial de Turismo, as chegadas de turistas internacionais em 2015 fixaram-se em 1 184 milhões (+4,4% que em 2014)” (INE, 2016: 1).

O Secretário-geral da Organização Mundial do Turismo, Taleb Rifai, declarou, que nos últimos 3 anos, após a situação crítica na economia e no setor turístico mesmo em tempos de instabilidade e crise em alguns países, o Turismo voltou a crescer. Também de acordo com a UNWTO (2015a), em geral, os destinos turísticos tiveram resultados positivos, isto é: [a]n ever-increasing number of destinations worldwide have opened up to, and invested in tourism, turning it into a key driver of socio-economic progress through the creation of jobs and enterprises, export revenues, and infrastructure development (UNWTO, 2015a: 2).

Assim, conforme demonstrado na Tabela 1 assistiu-se a um crescimento do turismo em várias regiões.

Tabela 1. Percentagem de chegadas de turistas em diversas regiões

Regiões	Percentagem (%)
Ásia Pacífica	+ 9%
Europa	+ 3%
Escandinávia e República Checa	+ 5%
Países do Mediterrâneo	+ 2%
Países Atlântida	+ 1%
África Subsaariana	+ 12%

África do Norte	+ 9%
América do Norte	+ 4%
América do Sul	+7%

Fonte: UNWTO, 2015a.

Além disso, a evolução dos mercados emissores confirma as tendências que o dinamismo das economias já tinha indicado. A China, aumentou em 20% os seus gastos em viagens internacionais no primeiro trimestre de 2016. Aproveitando a valorização da taxa de câmbio do dólar contra várias moedas, os Estados Unidos, por exemplo, gastaram 8% a mais até Julho e a Alemanha 4%. Notam-se fortes crescimentos das viagens internacionais em Espanha (+ 20%), na Noruega (+ 11%) e na Austrália (+ 10%). As maiores quedas foram observadas na Rússia e no Brasil (- 28,6% de janeiro a agosto), de acordo com a UNWTO (2015a).

1.4. Conclusão

O turismo tem evoluído consideravelmente e é uma das atividades mais relevantes a nível mundial. Apesar da dinâmica da globalização, os problemas políticos, religiosos e económicos obrigam a que cada região esteja à altura para concorrer face ao cenário internacional, tendo em conta as suas especificidades, aplicando os seus produtos e/ou serviços, como estratégia competitiva.

Apesar de globais, os mercados tendem a criar nichos que se impõe identificar e desenvolver de forma lucrativa.

Capítulo 2. Planeamento do Turismo

2.1. Introdução

Sendo o Turismo um dos setores de atividade que mais cresce no mundo, é necessário que o planeamento assuma particular importância, no sentido de o dirigir de forma benéfica para as economias. O envolvimento dos setores, público, privado e das comunidades locais permitem minimizar os impactos negativos e maximizar os benefícios da atividade turística. Assim, o planeamento do Turismo além de ser integrado, exige uma planificação a médio e longo prazo, bem como um projeto estratégico que defina as linhas mestras pretendidas pelos poderes públicos, definindo, ao mesmo tempo, os apoios também públicos a conceder, sem os quais não é possível ultrapassar obstáculos no desenvolvimento do setor turístico.

Tendo em conta a importância do planeamento na atividade turística e um enquadramento ao próprio PDTA, procurar-se-á ao longo deste capítulo explicar os conceitos centrais de planeamento, bem como a sua importância para o Turismo.

2.2. Conceitos Centrais

Planear consiste em determinar os objetivos de trabalho, coordenar os recursos materiais e humanos disponíveis usando os métodos e técnicas aplicáveis e estabelecer formas de organização. Destina-se a produzir um ou mais futuros desejos, o que obriga a definir políticas e processos de implementação de infraestruturas e equipamentos, bem como atividades e a definição dos respetivos prazos. Assim, também se pode entender o planeamento como sendo um instrumento utilizado de forma a gerir e articular todos os mecanismos envolventes, minimizando os impactos provocados pela atividade. É necessário que se determinem os objetivos de trabalho, se coordenem os recursos materiais e humanos disponíveis usando os métodos e técnicas adequadas e que se estabeleçam formas de organização (Sarmiento, 2000).

A fase de planeamento deve assumir uma metodologia de acordo com as etapas e os processos de execução para determinar e apresentar um bom Plano. Depende do envolvimento, do esforço e do empenho do grupo que o realizará, para não se tornar apenas um elenco de informações dispersas, de ordens e recomendações. É preciso que todos participem na sua elaboração, para que o planeamento obtenha uma sintonia entre

todas as tarefas, evitando o acumular de funções e desperdício de tempo, pelo que refere ISSA (International Social Security Association, 2001¹).

Importa ainda referir conforme Barretto (2000) que o

planejamento é uma atividade, não é algo estático, é um dever, um acontecer de muitos fatores concomitantes, que têm de ser coordenados para se alcançar um objetivo que está em outro tempo. Sendo um processo dinâmico, é lícita a permanente revisão, a correção de resumos, pois, exige, um repensar constante, mesmo após a concretização dos objetivos (Barretto, 2000edu: 12).

O Planeamento no Turismo é uma ferramenta utilizada como suporte na gestão dos destinos turísticos que visa estabelecer uma visão estratégica para atingir um determinado objetivo. Pode também ser explicado como o “process of establishing a strategic vision for an area which reflects a community’s hoals and aspirations and implementing through the identification and preferred patterns of land use and appropriate styles of development” (Dredge, 1999: 774) e pode ainda ser descrito como “um processo que estabelece objetivos, define linhas de ação e planos detalhados para atingi-los e determinar os recursos necessários à sua consecução” (Beni, 2001: 189). Importa referir que o planeamento é uma ferramenta fundamental num processo de gestão. O planeamento do Turismo é uma atividade complexa que envolve diferentes partes e, por isso, está sujeito a uma série de pressões e fatores que podem influenciar o processo e as pessoas nele envolvidas, como refere a UNWTO (2003).

2.3. Planeamento no Turismo e sua importância

A importância do planeamento do Turismo, revela-se crucial na medida em que a sua ausência poderá conduzir a uma utilização dos recursos naturais irracional, e ao mais rápido esgotamento como a degradação do património cultural de cada região. De acordo com o referido no ponto 1.3. (Evolução do Turismo: recentes dinâmicas), o setor turístico tende a crescer progressiva e continuamente, transformando-se numa das principais atividades da economia mundial. Assim sendo, o planeamento da atividade turística reveste-se de uma particular importância para a sua evolução contínua.

Planear, por vezes, é visto como uma forma de determinar o futuro, sendo através deste ato que se orientam as ações no tempo, organizadas, para alcançar objetivos. Para este efeito, é imperativo um planeamento eficaz com a participação dos vários setores sociais,

¹ Disponível em <http://oturismoloogo.blogspot.pt/2010/12/planejamento-turistico-conceitos-e.html#!>

tal como: as iniciativas, normalmente, são do setor privado cumprindo ao setor público a tarefa de providenciar toda estrutura básica como seja: o saneamento, as redes de abastecimento de água canalizada, a luz elétrica, os transportes, as vias de comunicação. A participação da comunidade local passa por fornecer mão-de-obra e expor os produtos e o artesanato local. Os benefícios conquistados através do planeamento do Turismo, devem ser repartidos por todas as partes envolvidas neste processo, por forma a que possam fazer parte do seu crescimento e de uma nova realidade de planear o destino.

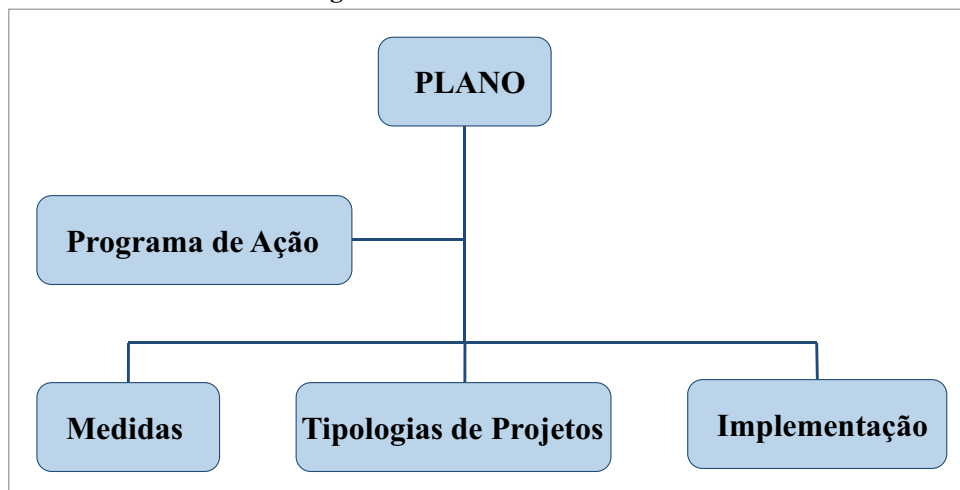
Noutra perspetiva, o planeamento turístico é ainda, visto como um

process based on research and evaluation, which seeks to optimize the potencial contribution of tourism to human welfare and environment quality (...). This definition reveals that tourism planning does not solely involve the number of tourists and their economic consequences. Its emphasis is on achieving goals of development (Tosun e Jenkins, 1996: 352).

Na mesma linha de pensamento, Oliveira (2004), refere ainda que “planejamento turístico deve maximizar os benefícios socioeconómicos e minimizar os custos, visando o bem-estar da comunidade receptora e a rentabilidade dos empreendimentos do setor” (Oliveira, 2004: s.p).

O planeamento do Turismo, além de ser um sistema integrado, exige ainda um plano a longo prazo e um projeto estratégico como mencionado por Beni (1997). Se for referente a um destino deve também incidir no domínio inter-organizacional com uma multiplicidade de intervenientes, individuais e organizacionais (coletivos). Deve incluir objetivos ambientais nos objetivos setoriais, condicionando-os através das características biogeofísicas de suporte de acordo com os objetivos locais de desenvolvimento e o conteúdo das políticas definidas pelas entidades públicas. Geograficamente, é necessário a criação de políticas de planeamento a nível nacional, regional e continental, obedecendo a uma hierarquia de objetivos como os elencados. A Figura 1, apresenta a possível estrutura de um Plano.

Figura 1. Estrutura de um Plano



Fonte: Adaptado de Fazenda, 2011

O planeamento é um “processo científico [e por tal] implica um certo grau de previsão baseado no estudo dos fatores estruturais e conjunturais, não devendo ser confundido com profecia, com especulação futurista ou como promessa de palanque (Barretto, 2005: 31). É necessário que os recursos humanos e a mão-de-obra sejam capazes de corresponder a determinado problema, com conhecimento específicos face uma prática dogmática e multidisciplinar.

De acordo com Lage e Milone (2000), o planeamento turístico divide-se em quatro grandes fases:

1. Inventário de todos os recursos turísticos naturais e culturais;
2. Análise e síntese da situação existente;
3. Formulação da política e do plano de Turismo e recomendações da viabilidade;
4. Controle de gestão de todo o processo.

O planeamento deve ser seguido por um programa, devendo estes serem, operacionais e temáticos e, só depois, surgem os projetos. Um plano deverá incluir um diagnóstico multisectorial a culminar na sistematização das principais potencialidades, tais como:

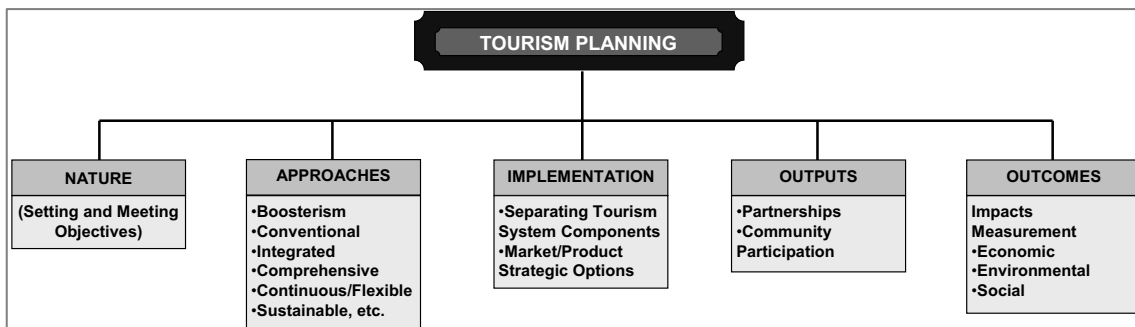
- Prioridades estratégicas;
- Programas de ação e medidas de intervenção;
- Modelo de gestão;
- Tipologia de projetos considerados mais estruturados e sustentáveis para o desenvolvimento de um determinado território;
- Indicadores da sustentabilidade;

- A definição dos objetivos deve ter em conta vários aspetos como os princípios SMART²:

- a) Específico (**S**pecific);
- b) Mensuráveis (**M**eurables);
- c) Concretizáveis (**A**chievable);
- d) Realísticos (**R**ealistic);
- e) Horizonte temporal (**T**imely).

Existem componentes a ter em conta num processo de planeamento em *Turismo* como os mercados turísticos (de origem e de destino), os recursos turísticos, as atrações turísticas, atividades e outras facilidades e serviços, como refere Fazenda (2011). Por outro lado, o planeamento deverá, ainda, obedecer a uma determinada coordenação e hierarquia, conforme a Figura 2.

Figura 2. Etapas do Planeamento do Turismo



Fonte: Andriotis, 2007:62.

Em Angola, por exemplo, existem vários planos, nomeadamente, o Plano Diretor do Desenvolvimento no Turismo criado em 2011, Plano Nacional de Desenvolvimento 2013/2017, Plano Operativo do Turismo para a diversificação da economia criado em 2016/2017 e o Plano de Tarefas de MINHOTUR para 2016/2017. Todos estes planos enquadram-se na estratégia de desenvolvimento do Turismo em Angola.

2.4. Conclusão

O planeamento deve minimizar os impactos negativos e maximizar os benefícios gerados pela atividade turística. Desta forma, observa-se a importância de planear a atividade

² Princípio Smart SMART é um acrónimo formado pelas iniciais das palavras Specific, Measurable, Attainable, Realistic e Time-bound. Tópico fundamental para criar um plano viável e atingir os seus objetivos ou metas.

turística associada aos benefícios obtidos pelas comunidades locais decorrentes desta atividade.

Por conseguinte, o planeamento da atividade turística, constitui uma necessidade vital para as comunidades que queiram o desenvolvimento de um Turismo sustentável tendo em conta as especificidades existentes dos locais onde ele existe como atividade económica.

O planeamento do Turismo é entendido como um processo baseado na análise e avaliação, que visa otimizar o potencial da contribuição da atividade turística para a qualidade ambiental e o bem-estar humano.

Capítulo 3. Turismo e Sustentabilidade

3.1. Introdução

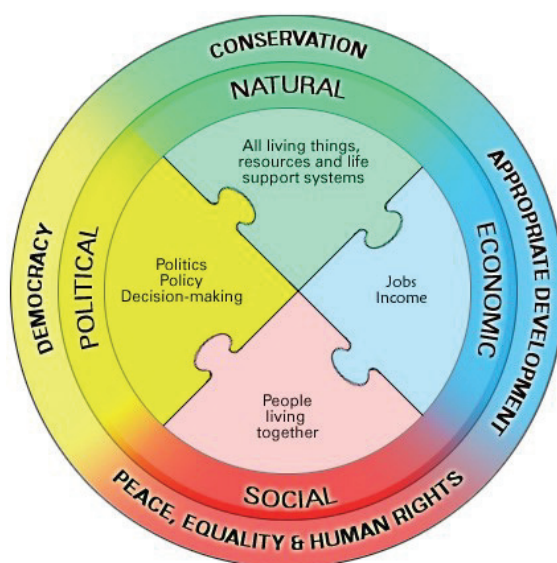
Nesta seção abordamos a vertente do Turismo e da Sustentabilidade. A UNWTO atribui um papel fundamental à *Sustentabilidade*, com a apresentação e abordagens desenvolvidas perante esta temática, assim como no desenvolvimento económico das sociedades, enquanto verdadeiro motor para a valorização e conservação do meio ambiente e, também, para a economia e para o emprego.

O Turismo Sustentável caracteriza-se por um processo, uma consciência de usufruir do meio ambiente, defendendo os conceitos básicos e identitários dos locais de destino.

3.2. Conceitos Centrais

O conceito de Sustentabilidade no contexto do Turismo é um tema cada vez mais presente na atualidade, já que no ano corrente (2017) o Turismo Internacional está categorizado como sustentável. Deste modo, o setor do turismo procurou responder com ações de promoção, preservação e manutenção dos bens ativos (Figura 3), como o uso de recursos naturais, através da promoção do Turismo de Natureza, Turismo Náutico, Golfe, Sol & Praia; a proximidade com a natureza através de campanha de *Birdwatching* e ainda o respeito pelas identidades locais e regionais, onde o Turismo Cultural, Urbano e Religioso toma cada vez mais adeptos.

Figura 3. Dimensões para um futuro sustentável

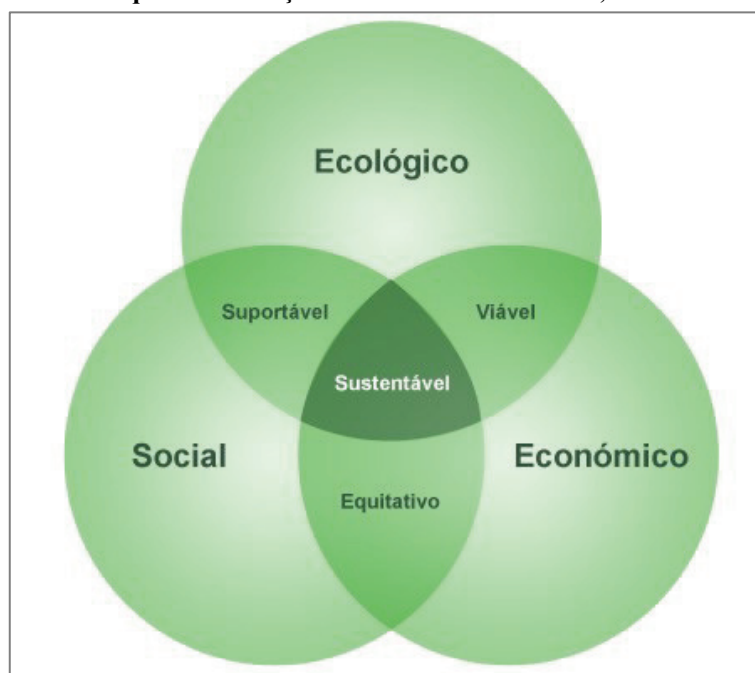


Fonte: UNESCO, 2002.

No entanto “para compreender as origens e o conceito de turismo sustentável, em primeiro lugar torna-se necessário compreender o conceito de desenvolvimento sustentável, bem como a evolução que o próprio conceito sofreu ao longo do tempo (Oliveira e Manso, 2010: 237).

Perante este cenário, o *Relatório Brundtland* (1987) (Figura 4), alertou para a necessidade urgente de introduzir alterações ao nível do modelo de desenvolvimento económico de modo a que este conduza a um desenvolvimento sustentável.

Figura 4. Documento proposto pela Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento aquando a criação do Relatório Brundtland, 1987



Fonte: <http://soumaisenem.com.br/geografia/o-meio-ambiente/conferencias-ambientais-e-o-desenvolvimento-sustentavel>¹

Aliás, este mesmo *Relatório*, apresentou a primeira e a mais consensual definição de desenvolvimento sustentável que é “is development that meets the needs of the present without compromising the ability of future generations to meet their own needs” (CMED, 1987: 40).

Por conseguinte, Turismo Sustentável é um conceito que começou a ser discutido em 1972, na *Conferência de Estocolmo*. Porém, após 20 anos, este reconhecimento, desencadeou um processo de difusão, na *Conferência das Nações Unidas para o Ambiente e Desenvolvimento*, com o intuito de modificar o pensamento de quem concebe

¹ Acedido a 05 de junho de 2017.

estratégias de desenvolvimento ambiental, social, económico e político, visto muitas delas destruírem os recursos naturais, para além da identidade dos povos.

De acordo com a UNWTO (2011), o desenvolvimento do Turismo Sustentável deve proporcionar

guidelines and management practices are applicable to all forms of tourism in all types of destinations, including mass tourism and the various niche tourism segments. Sustainability principles refer to the environmental, economic, and socio-cultural aspects of tourism development, and a suitable balance must be established between these three dimensions to guarantee its long-term sustainability (UNWTO, 2005a: s.p.).

É então, um processo que satisfaz as necessidades do presente sem comprometer a capacidade das gerações futuras para que possam satisfazer as suas próprias necessidades (Brundtland, 1987). Constitui, assim, um meio para diminuir as assimetrias regionais entre países na medida em que vai de encontro às necessidades das regiões turísticas, uma vez que protege e aumenta as oportunidades de desenvolvimento das mesmas. Por outro lado, e segundo a UNWTO (2011), as diretrizes para o desenvolvimento sustentável do Turismo e as práticas de gestão aplicam-se a todas as formas de Turismo: desportivo, cultural, religioso, rural, de montanha, ecoturismo, náutico (de curta duração – um dia ou menos).

Descrevemos, em seguida, as dimensões da sustentabilidade que passam pela criação de um desenvolvimento sustentável visto como uma estratégia para o desenvolvimento da economia e da comunidade.

Tabela 2. Dimensões da Sustentabilidade

Economia	Sociocultural	Ambiental
Legislação e Incentivos	Valorização Cultural	Preservação dos Espaços
Bem-Estar	Interação	Conservação do Ambiente
	Integração	

Fonte: Adaptado RGSA- Revista de Gestão Social e Ambiental, 2010

No caso particular de Angola, tema do presente estudo e de acordo com o PDTA o programa elaborado para o desenvolvimento sustentável estima que haja um aumento dos critérios de empregabilidade e de bens de primeira necessidade o que levará a que seja um destino turístico mais procurado. Os polos de desenvolvimento do Turismo criados no país são áreas prioritárias, nomeadamente: o *Projeto de Desenvolvimento Okavango-Zambeze*, o *Polo do Cuando Cubango*, do *Cabo Ledo* e o de *Calandula* que têm como objetivo desenvolver um Turismo Sustentável de forma a satisfazer as necessidades das comunidades locais.

O Turismo Sustentável procura gerir todos os recursos de forma a assegurar que as necessidades económicas e sociais sejam satisfatórias tanto para o turista como para as populações receptoras mantendo, simultaneamente, a identidade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e todos os sistemas de suporte à vida. Deve ainda providenciar a conservação e uso dos recursos ambientais, respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades e assegurar uma atividade socioeconómica a todos os agentes envolvidos e com um elevado nível de satisfação.

Angola possui condições ímpares para adotar, com sucesso, uma estratégia de desenvolvimento sustentável,

para se ter sucesso, é importante desde logo que se consiga definir as responsabilidades dos vários actores quanto às estratégias e sobre o mecanismo de se atingir a sustentabilidade, o que pode ser feito a partir do envolvimento de três agentes principais que permitam assegurar: (i) uma visão de estado; (ii) uma visão comunitária e (iii) uma visão de mercado (Benetti (2006), citado em Sarmento, 2009: 527).

3.3. Desenvolvimento do Turismo Sustentável e sua importância

A importância do Turismo sustentável e o seu papel na economia em desenvolvimento deve acompanhar, a construção de um setor turístico sustentável de desenvolvimento e de luta contra a pobreza. O principal objetivo a longo prazo deve ser o restabelecimento da harmonia da economia como um todo. Mas, esta só pode ser alcançada, de forma equilibrada, quando a sociedade, a economia, o meio ambiente e o Estado se complementem de forma harmoniosa, onde a economia se volte a inserir nas relações sociais e não o inverso, colocando-se ao serviço do homem e da sociedade, onde a preservação do meio ambiente, virgem, constitua um dever. Em suma, onde o Estado, se assuma como agente de criação das condições gerais indispensáveis ao nascimento de uma nova harmonia, como refere Krippendorf (2001).

Assim, o Turismo Sustentável deve ser uma forma de exercício de atividade que, além de preservar as áreas naturais auxilie, economicamente e também ajude a consciencializar as pessoas da importância do planeamento ordenado da atividade turística de modo a evitar danos ambientais.

3.4. Planos Nacionais para o Desenvolvimento: políticas públicas no Turismo

Para que o Turismo se consiga desenvolver a nível nacional o papel do Estado torna-se fulcral. As políticas públicas são motores de desenvolvimento que se tornam em ferramentas estratégicas para o crescimento do setor ao nível socioeconómico, como auxiliares da promoção e divulgação nacional, regional e local do Turismo. Deste modo,

existem uma série de recursos que podem assegurar o planeamento e a revitalização do planeamento turístico, tais como:

- O papel efetivo de criação de regras e de tomada de ações por forma a implementar uma política pública no Turismo;
- Auxiliar o setor privado com financiamentos e incentivo fiscais facilitando a atração de turistas;
- Desenvolver a construção com controlo da especulação imobiliária;
- Fornecer infraestruturas;
- Criação de emprego e geração de receitas públicas no país;
- Melhorar a organização do país e melhorara a qualidade de vida das populações.

Os grandes níveis de intervenção do Turismo observam-se regionalmente, mas também ao nível nacional e local. As principais áreas subjacentes a uma política pública são:

- Emprego, educação e formação;
- Economia e finanças;
- Infraestruturas e serviços turístico;
- Ambiente e ordenamento do território;
- Segurança e saúde pública;
- Acessibilidade e transportes;
- Património e cultura;
- Marketing, promoção e informação

Nesse aspeto, as relações de poder entre os diferentes setores (privado, público e comunidade local) e as relações ambientais devem ser pensadas num só documento político capaz de perspetivar as potencialidades de atuação da gestão (Silva, 2011).

O governo angolano criou vários planos como estratégia para o desenvolvimento a longo prazo, (planos referidos no ponto **2.3**) com objectivo de operacionalizar um novo pacote legislativo turístico, um aumento das receitas próprias do setor, a criação de emprego, a promoção do turismo interno, a aceleração da operacionalização dos Polos de Desenvolvimento Turístico, receitas locais de preservação e manutenção dos recursos turísticos, reafectação das receitas do imposto de consumo e a conservação da actividade informal em formal.

3.5. Conclusão

A transversalidade da atividade turística requer, necessariamente, uma integração de iniciativas, projetos e agentes, em articulação intersocial. É fundamental que o Estado crie perspectivas de planeamento, crie políticas inovadoras e construa infraestruturas de transportes, funcionais e seguros, qualifique o emprego e possibilite a prestação de assistência médica.

Em Angola, o Governo tem implementado políticas públicas e estratégias para reforçar a parceria entre os setores público e privado, visando fomentar a cooperação a nível nacional. Estas, oferecem alternativas ao sistema produtivo tradicional, por meio de formas de organização da atividade económica que são mais participativas e inclusivas face às variações dos ciclos da economia.

O turismo é uma atividade que cria importantes oportunidades para diversificação da economia, porquanto oferece oportunidades para criação de outras atividades a montante e a jusante do setor melhorando a capacidade empresarial, promovendo a criação de postos de trabalho e melhoria da renda nas áreas em que este desenvolve.

II Parte - Estudo de Caso

Capítulo 4. Metodologia da Investigação

4.1. Introdução

De acordo com Thiollent (2000)

a metodologia de pesquisa está relacionada ao estudo dos vários procedimentos investigativos disponíveis aos pesquisadores, enfocando, além de definições e análises de suas potencialidades e limitações, as críticas aos seus pressupostos epistemológicos e às implicações da sua utilização. A metodologia pode também ser considerada como uma ferramenta. Nessa acepção, é definida como “[...] o conhecimento geral e a habilidade que são necessários ao pesquisador para se orientar no processo de investigação, tomar decisões oportunas, selecionar conceitos, hipóteses, técnicas e dados adequados” (Thiollent (1992) citado em Damiani *et al.*, 2010: 230-231).

Após a abordagem e discussão em torno das temáticas de estudo associadas ao objeto desta investigação – PDTA –, descrevem-se neste capítulo os procedimentos metodológicos referentes à componente da investigação desenvolvida.

4.2. Processo de investigação

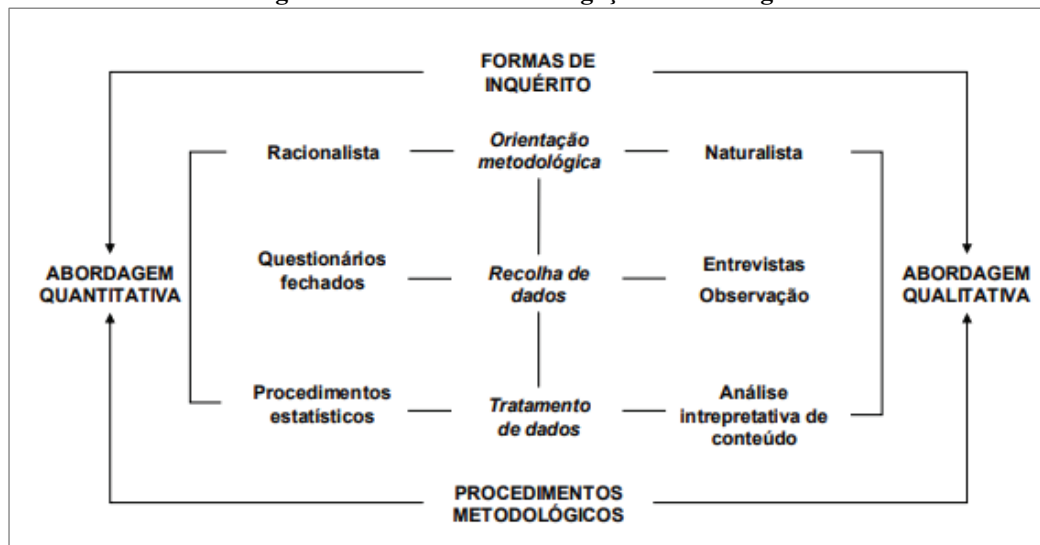
O processo da investigação deste trabalho envolve três fases distintas:

1. Recolha de dados secundários, em que foram efetuadas várias consultas bibliográficas das diferentes temáticas, de modo a aprofundar os conhecimentos das várias matérias abordadas;
2. Recolha de dados primários;
3. Tratamento e análise de dados.

Quanto à problemática de investigação procedemos à formulação de questões, gerais e específicas, o que nos levou a criar um quadro de referenciais bibliográficas que nos permitisse de forma direta e sucinta organizar a investigação por temáticas e conceitos, de acordo com o nosso objeto de investigação.

Este estudo assume as duas vertentes de investigação, quantitativa e qualitativa (Figura 5), no sentido em que a dedução e indução são critérios constantes nesta investigação. Quanto ao método quantitativo, o processo de investigação assumiu a causa-efeito, a existências de casos múltiplos e conseqüentemente a dedução, ou seja, o objeto de estudo desta investigação quer na sua teoria quer na sua implementação surtiu um efeito nas diferentes entidades locais e estrangeiras, assim como na revisão e análise dos diferentes planos existentes na realidade turística de Angola.

Figura 5. Processo da Investigação Metodológica.



Fonte: Morais e Neves, 2007: 3.

Obtivemos uma série de dados estatísticos por parte das entidades angolanas, o que nos permitiu construir um estudo prévio, com variáveis conhecidas e teorias existentes quanto à natureza da problemática aqui apresentada. Assim, com recurso à aplicação de um questionário, após termos conhecimento do Plano e da sua possível atuação no terreno, foi-nos possível apresentar as tendências gerais do público-alvo, no caso a população angola e entidades especializadas.

Quanto ao método qualitativo, através da análise de textos, estudos de caso e elementos padronizados chegamos ao processo indutivo. A natureza do problema no método qualitativo caracteriza-se por uma investigação exploratória, com variáveis desconhecidas e entrevistas realizadas. Neste sentido, o objetivo qualitativo é interpretar o fenómeno que observamos, de forma a descrevê-lo e compreender o significado do mesmo, uma vez que as hipóteses são criadas apenas através da observação. Neste caso, na questão dos polos turísticos é necessária uma intervenção específica, partindo da generalidade de todo o Plano Diretor.

Durante o processo construtivo desta investigação e caso de estudo, o método quantitativo foi o mais desenvolvido através de um questionário, disponibilizado online, e numa segunda fase entregue diretamente a entidades turísticas angolanas. O método qualitativo cumpriu-se pela observação direta e pelo conhecimento da realidade como residente angolana, o que nos permitiu obter informações na realidade territorial, e os indicadores obtidos pela metodologia quantitativa permitiu-nos uma investigação ancorada à qualitativa.

Neste contexto, apresentamos a problemática através de uma questão fundamental: face à situação económica e social existente em Angola, o Plano Diretor do Turismo de Angola deveria ser revisto e adaptado à realidade atual?

Quanto ao design e ao roteiro de investigação é exploratório e descritivo, e é composto por 8 fases distintas: apresentação da problemática de investigação, questões e hipóteses formuladas, objetivos de investigação, revisão da literatura, definição e fundamentação da metodologia, recolha de dados, análise de dados e conclusões.

Após a revisão da literatura e a definição da metodologia percebemos que o PDTA existente não se encontra de acordo com a realidade atual do país, e por tal apresentamos os dados obtidos nos capítulos seguintes.

4.2.1. Recolha de dados secundários

Para as consultas bibliográficas, recorreu-se a vários autores de modo a alargar os conhecimentos referente ao estudo do Turismo, Planeamento, Sustentabilidade e aplicação na prática.

Foram recolhidos e analisados documentos escritos para além do PDTA, diretamente em Luanda. As consultas foram efetuadas no âmbito do estudo em questão, como no Ministério de Hotelaria e Turismo, através das seguintes entidades:

1. Gabinete do Ministro do Turismo;
2. Direção Nacional de Desenvolvimento Turístico;
3. Gabinete de Estudos, Planeamento e Estatística.

4.2.2. Recolha de dados primários: aplicação de um questionário

No que se refere à recolha dos dados primários foi elaborado um questionário com questões, abertas e fechadas, a cinco intervenientes ligados ao setor do Turismo, a saber: *MINHOTUR*, (Ministério de Hotelaria e Turismo), *INFOTUR* (Instituto de Fomento Turístico), operadores ligados ao Turismo, alunos e docentes do ensino geral e da *Universidade Metodista da Faculdade de Ciências Sociais, no Curso de Hotelaria e Turismo* (Angola).

Os objetivos principais consistiram em perceber o seguinte:

1. Saber se as entidades e o público em geral têm conhecimento do PDTA;
2. Procurar entender o ponto de vista de cada uma das entidades sobre os possíveis efeitos do PDTA face à situação económica e financeira atual de Angola assim como

procurar compreender a razão do crescimento da taxa de desemprego, da falta de infraestruturas e da insegurança;

3. Se consideravam que o PDTA deveria ser revisto face à nova realidade de Angola.

O trabalho de campo foi efetuado entre os meses de abril e setembro de 2016, em Angola, sob o formato de dois questionários: um presencial e outro inserido numa plataforma *online*. Todos os inquiridos foram selecionados e abordados inicialmente, por endereço de correio eletrónico, mas com pouco êxito, daí a abordagem ter sido presencial em Luanda, nas Instituições ligadas ao Turismo, em Fóruns e Seminários que tiveram lugar no período temporal acima referido, de modo a conseguirmos angariar mais respostas. Os questionários foram administrados pela autora do estudo.

A todos os inquiridos foi explicado o objetivo do estudo, e posteriormente foram convidados a responder ao questionário redigido em língua portuguesa. Na sua maioria, os questionários foram entregues aos inquiridos, que ficaram por breves minutos a responder, sobre a supervisão da autora do estudo, sempre disponível para esclarecer qualquer eventual dúvida. Este procedimento permitiu garantir a veracidade da informação recolhida e fornecer informações necessárias aos inquiridos para uma resposta sincera e precisa.

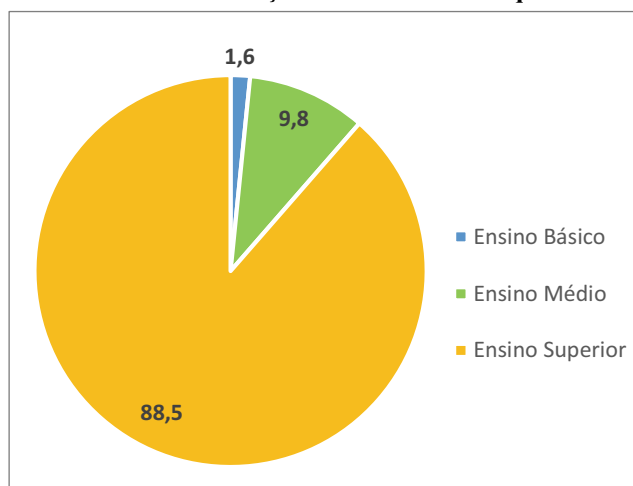
Foram obtidos 100 questionários tendo sido validados 90 no total.

Tabela 3. Ficha Técnica de Amostra

Unidade de Amostra	Indivíduos Ligados ao Setor do Turismo, Estudantes, Professores e Operadores
Âmbito	Área Estratégica – Luanda, Instituições, Fóruns e Seminários
Tipo de Questionário	Presencial e <i>Google Docs</i>
Período de Trabalho de Campo	abril a setembro de 2016

Fonte: Elaboração própria.

De acordo com o Gráfico 1, apresentamos a realidade literária dos inquiridos.

Gráfico 1. Habilitações Literárias dos inquiridos

Fonte: Elaboração Própria.

O ensino superior surge em primeiro lugar com 88,5% e, a longa distância o ensino médio com 9,8%. O ensino básico surge, em último lugar, com um peso de 1,6%.

Determinou-se que a realidade necessária para obter respostas concisas sobre o objeto de estudo, a análise do PDTA, implicava a procura de um público-alvo específico, não só a nível da população, mas também a nível das entidades operacionais na área turística, como entidades profissionalizantes, como Universidades e ainda agentes de animação turística, agentes de viagem e turismo, para além de entidades gerais como a Minhotur e a Infotur.

4.2.3. Tratamento e análise de dados

A receção de dados constituiu um procedimento lógico da investigação tendo-se recorrido à técnica de realização de um questionário, no contexto de um método quantitativo.

Os dados recolhidos, após implementação do questionário, foram objeto de tratamento estatístico quantitativo via *software Statistical Package for Social Sciences (SPSS)* (Versão 22), no seio do qual se obtiveram os indicadores de estatística descritiva, que possibilitaram compreender o conhecimento possuído pelos inquiridos, face às questões colocadas, relativamente ao PDTA.

A análise dos resultados obtidos pela realização dos questionários foi efetuada em várias fases, de modo a serem alcançados os objetivos definidos para esta análise do PDTA.

4.3. Conclusão

O uso de uma metodologia mista nesta investigação, com recurso ao uso de um questionário, permitiu a abordagem a uma metodologia racionalista através da conceção de modelos de análise que traduziram a opção metodológica, por forma a contribuir para um novo conhecimento face aos dados obtidos. O carácter qualitativo do processo investigativo, associado a uma metodologia de carácter racional permitiu-nos a construção de um quadro teórico-empírico para desenvolver esta investigação.

Os resultados obtidos permitiram compreender e verificar certos parâmetros estatísticos relativos a diferentes escalas de investigação introduzidas no questionário, permitindo ainda conhecer características específicas dos inquiridos. Por outro lado, foi feita uma análise descritiva através da apresentação de análises de variáveis quanto frequências, absolutas e relativas, e cruzamento de dados. Por último, efetuou-se, com o auxílio da revisão da literatura, comparações com os resultados obtidos nos questionários.

Capítulo 5. Angola: enquadramento territorial, histórico e turístico

5.1. Introdução

Propomo-nos neste capítulo, analisar o caso de Angola no que respeita à atividade turística. Contudo, para analisar o Turismo em Angola, importa compreender e contextualizar Angola ao nível territorial, histórico e turístico. Assim, o presente capítulo começa por fazer um breve enquadramento territorial e histórico, seguindo-se uma abordagem ao contexto turístico. A abordagem ao turismo será feita tendo em conta o panorama internacional e nacional (mundo, África e Angola).

5.2. Enquadramento territorial e histórico

Integrando o continente africano situado na região ocidental da África Austral. Angola é um país com grande potencial turístico, com uma área territorial de 1.246700 km² e uma extensão de orla costeira com cerca de 1.600 Km². Possui uma enorme diversidade de recursos, variedades de paisagens que vão desde as exuberantes florestas tropicais no Norte, às savanas no Centro, e no Sul e a Sudoeste às estepes secas, às belezas naturais como as praias de água morna na província de Benguela, o lendário deserto do Namibe onde existe a rara e peculiar planta *weliwitschia Mirabilis*, a Serra da Leba na província do Lubango e as *Quedas de Kalandula* na província de Malange. A localização de Angola, na zona intertropical e subtropical do hemisfério Sul, com proximidade com o mar e a corrente fria de Benguela bem como as características do relevo, são fatores que determinam e caracterizam duas regiões climáticas distintas: a região litoral, com uma humidade relativa anual superior a 30% e a região do interior. Na costa, observam-se elevados níveis de pluviosidade que vão diminuindo de Norte para Sul, enquanto as temperaturas médias anuais se encontram um pouco acima dos 23° C. A zona interior é dividida da seguinte forma:

- **Norte**, com grande pluviosidade e temperaturas altas;
- **Planalto central**, com uma estação seca e com temperaturas médias na ordem dos 19°C;
- **Sul**, com amplitudes térmicas bastante acentuadas devido à proximidade do deserto e à influência de massas do ar tropical.

Angola possui uma densidade populacional de 21,47 milhões de habitantes, e Luanda é a sua capital, com 18 províncias e com um governo presidencialista. Apresenta uma

estrutura etária maioritariamente jovem, em que cerca de 46% da população tem menos de 15 anos. Tal relaciona-se com, entre outros fatores, a elevada taxa de mortalidade e com a reduzida esperança média de vida à nascença, quando comparado com a média mundial. Contudo, espera-se que o crescimento económico e a melhoria das condições de vida da população se continuem a refletir na inversão da tendência negativa destes dois indicadores.

Marcada por uma longa guerra pela independência com Portugal, tornou-se independente, mas apesar disso, conheceu uma guerra civil, que se arrastou ao longo de muitos anos e que, por isso, impediu um desenvolvimento normal em todos os domínios.

O petróleo e os diamantes são os únicos recursos que caracterizam Angola como um grande país, com forte potencial de desenvolvimento em África. Angola dispõe igualmente de minerais como bauxite, minério de ferro, urânio, cobre e recursos piscícolas. Além disso, tem condições excelentes para o desenvolvimento da agricultura e da pecuária, embora ambos os setores tenham sido afetados pela situação de instabilidade provocada pela guerra civil. Toda a dinâmica da economia angolana é determinada pelo setor mineiro, do petróleo e diamantes. O comércio também ganhou importância nas últimas décadas e constitui o segundo setor mais dinâmico da economia, embora tenha uma forte componente importada. A evolução do *Turismo* em Angola remonta a períodos mais recentes.

Tabela 4. Produto Interno Bruto (PIB) em USD e respetivo crescimento, de 2010 a 2014, em Angola

Unidades	PIB p correntes	PIB à PPP p correntes	Crescimento Real do PIB	PIB <i>per capita</i> , a p correntes, mil milhões USD
	USD mil milhões		% Variação	USD
2010	82,5	135	3,4	3806,8
2011	104,1	143,2	3,9	4665,9
2012	115,3	153,3	5,2	5018,4
2013	124,2	166,4	6,8	5245,47
2014	129,3	177,3	4,8	5303,9

Fonte: Tourism Data for Africa, 2015. ¹

Conclui-se que no último ano, 2014, a economia angolana deu sinais de abrandamento conforme se observa na Tabela 4. O PIB cresceu a 2,8% em 2015, inferior aos 4,8% registados em 2014, sobretudo em consequência da queda dos preços do petróleo. O preço médio do petróleo bruto de Angola era de 104 USD no terceiro trimestre de 2014, tendo caído para 85 USD no quarto trimestre. Os preços continuaram em queda em 2015,

¹ Fonte consultada em: <http://tourismdataforafrica.org/ruiegwd/tourism-country-profile?Region=Angola>.

situando-se o preço médio do petróleo em 52 USD, o que representa um declínio de, aproximadamente, 48%, num ano. Os preços continuaram a evidenciar esta tendência, posteriormente, em 2016, chegando a um valor médio de 30 USD, nos dois primeiros meses do ano (Banco Mundial, 2016).

5.3. Enquadramento turístico

Neste subcapítulo pretendemos apresentar a realidade do turismo internacional, em África e em Angola, mais especificamente.

5.3.1. Turismo Internacional²

Face à sua importância económica e social, o Turismo é desde há muito considerado um setor de atividade estratégico a nível mundial, sendo o maior exportador (mais de 15% do total das exportações de bens e serviços internacionais; 46% do total das exportações de serviços) com uma contribuição positiva, para o equilíbrio da balança de pagamentos, para além de ser gerador de atividades económicas. Gera ainda emprego sendo fator de desenvolvimento económico, englobando uma multiplicidade de áreas e de agentes. Em termos mundiais, o Turismo de forma, direta e indireta, representa 9% do PIB mundial e 1 em cada 11 empregos está ligado a este setor. Vale 1,5 mil milhões de USD em exportações, representando 30% dos serviços exportados e, espera-se que atinja 57% até 2030, de acordo com o referido pelo UNWTO (2016).

No que respeita aos movimentos turísticos, a Ásia e o Pacífico apresentam-se como líderes mundiais do crescimento do Turismo. Enquanto que a Europa, em geral, se tem afirmado como o maior destino turístico do mundo, com mais de metade do movimento turístico mundial. Em termos de receitas, a Europa mantém a liderança com 451 mil milhões de euros, o que, não se compara com os 33 mil milhões em África. De facto, abordar o Turismo em África é algo complexo dada a diversidade étnica, política, religiosa e geográfica de muitos países que compõem este Continente.

O número de chegadas de turistas internacionais, em 2015, atingiu um total de 1 186 milhões, um aumento de 52 milhões em relação ao ano anterior, representando um aumento de perto de 5%. De assinalar, que tal se verifica pelo sexto ano consecutivo, ficando acima da média.

² Fonte consultada UNWTO (2016), UNWTO (2015a), UNWTO (2014).

Na Ásia e no Pacífico, observa-se a liderança do crescimento face a todas as regiões do Mundo, com as chegadas de turistas internacionais (visitantes noturnos) subindo + 9% até setembro de 2016. Outros destinos registaram um crescimento de dois dígitos, como sejam a República da Coreia do Sul (+ 34%), o Vietname (+ 36%), o Japão (+ 24%) e o Sri Lanka (+ 15%).

Na Europa, as chegadas internacionais cresceram + 2%, entre janeiro e setembro de 2016. No entanto, aumentos de dois dígitos nos principais destinos, como Espanha, Hungria, Portugal e Irlanda, foram compensados por fracos resultados em França, Bélgica e Turquia. Consequentemente, o Norte da Europa cresceu + 6% e a Europa Central e Oriental + 5%. Na Europa Ocidental (- 1%) e na Europa do Sul os resultados verificados primaram pela estagnação.

No Continente Americano, as chegadas de turistas internacionais aumentaram + 4% até setembro. Na América do Sul (+ 7%) e América Central (+ 6%) liderando os resultados, seguidos de perto pelas Caraíbas e América do Norte (ambos com + 4%).

Em África, o crescimento foi de (+ 8%), verificando-se que os destinos subsaarianos recuperaram fortemente ao longo do ano de 2016, enquanto no Norte da África, apenas recuperou no terceiro trimestre.

Os dados disponíveis para o Médio Oriente, apontam para uma diminuição de 6% nas chegadas, em média, embora os resultados variem de destino para destino. Registou-se melhoria gradual, na segunda metade do ano, tanto no Norte da África como no Médio Oriente. Na Tabela 5, resumem-se as chegadas de turistas internacionais.

Tabela 5. Chegadas de Turistas Internacionais

Regiões	Chegadas Internacionais		
	2013	2014	2015
Europa	564,3	582,2	607,7
Ásia e Pacífico	248,1	263	279,2
América	167,9	181,9	192,6
África	55,8	55,3	53,5
Médio Oriente	51,6	52,5	53,3

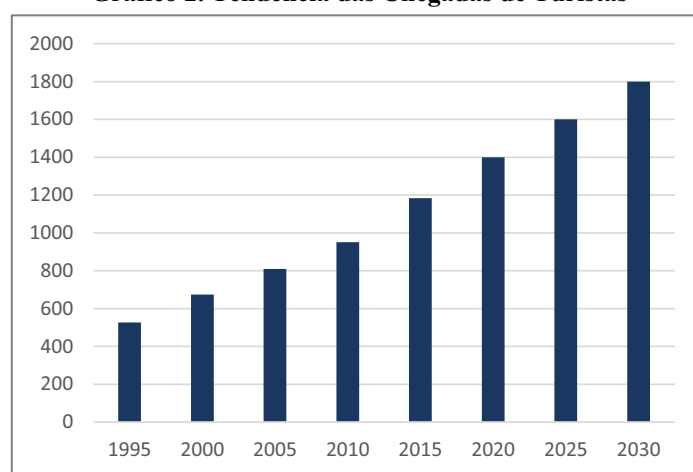
Fonte: UNWTO, 2015a e 2016a.

A Tabela 5, ilustra as chegadas de turistas internacionais na Europa. Este continente surge em primeiro lugar, representando um total de 608 milhões de turistas, aproximadamente,

em 2015 o que representa um valor de 5%, pouco mais de metade do total mundial. A Europa foi a região que mais cresceu considerando a experiência e *know-how* dos destinos em causa.

De acordo com o *Relatório de Mercado Financeiro* (2015), para 2016, com base nas tendências verificadas nos últimos anos e nas previsões para o Turismo mundial, estima-se um crescimento global das chegadas de turistas internacionais a variar entre + 3,5% e + 4,5% (depois de + 4,4%, em 2015). Estes valores têm subjacente o crescimento sustentado e dinâmico do setor, na sequência de um crescimento moderado nos anos anteriores. Estes valores encontram-se de acordo com a taxa média de crescimento para a década, de 2010-2020, que foi fixada em + 3,8%.

Gráfico 2. Tendência das Chegadas de Turistas



Fonte: UNWTO, 2007.

De acordo com o estudo “*Tourism Towards 2030* desenvolvido pela Organização Mundial de Turismo (OMT), o número de turistas internacionais em todo o mundo deverá aumentar a uma média de 3,3% ao ano durante o período de 2010 a 2030” (Publituris, 2015: s.p.).

O ano de 2016 fica marcado como sendo aquele em que o setor do Turismo conheceu um crescimento pelo sétimo ano consecutivo. De acordo e a UNWTO (2015a), as chegadas internacionais aumentaram, em média, + 5% entre janeiro e abril do ano de 2016.

A importância económica do Turismo internacional pode ser calculada pelo indicador rácio das receitas com viagens internacionais em relação ao PIB. A informação relativa a este, pode ser retirada das estatísticas da balança de pagamentos e incluem tanto as viagens de negócios como as viagens de lazer (Eurostat Statistics Explained, 2016).

No que diz respeito às receitas, de acordo com o UNWTO (2015a), a Tabela 6, mostra-nos que, na Europa, as receitas cresceram + 3% num total de 451 mil milhões de USD, correspondendo a + 36% das receitas mundiais.

Tabela 6. Receitas do Turismo Internacional por Região

Regiões	2013	2014	2015
	Receitas (Mil Milhões USD)		
Europa	489,3	513,5	450,7
Ásia e Pacífico	358,9	420,1	418,3
América	229,2	288	303,7
África	34,2	36,1	33,1
Médio Oriente	47,3	51,6	54,4

Fonte: Tourism Highglits, 2015a.

Por sua vez, a região da Ásia e do Pacífico, acolheu 279 milhões de turistas internacionais em 2015, mais 15 milhões do que em 2014, correspondendo a um crescimento de + 6% relativamente a 2014. A região recebeu 418 mil milhões de USD de receitas turísticas, um aumento de + 4%, em termos reais. A Ásia e o Pacífico, representam + 24% das chegadas do Mundo e + 33% das receitas. Por sub-região, o Sudeste Asiático (+ 8% as chegadas) e Oceânia (+ 7%) registou o maior crescimento.

Na América, como referimos anteriormente, após os fortes resultados registados em 2014, as chegadas de turistas cresceram 11 milhões (+ 6%), em 2015, atingindo 193 milhões (representando + 16% das chegadas em todo o mundo). As receitas internacionais de *Turismo* aumentaram + 8%, em termos reais, ascendendo a 304 mil milhões de USD (+ 24% das receitas em todo o Mundo).

Muitos destinos beneficiaram da apreciação do dólar norte-americano contra outras moedas, impulsionando a procura de Turismo dos Estados Unidos, como o as Caraíbas e América Central (ambos + 7%), líder crescimento.

Relativamente a África, os dados mostram que esta região acolheu 53 milhões de turistas internacionais resultando deste, receitas de 33 mil milhões de receitas internacionais de Turismo, representando + 5% nas chegadas mundiais e + 3% das receitas. Estes dados, contudo, possuem limitações de cálculo de acordo com os pressupostos que estiveram na base.

No Médio Oriente, as receitas do Turismo internacional, aumentaram em termos reais, 54 mil milhões de USD. O Médio Oriente conheceu um acréscimo de + 4%, tanto em termos de chegadas como de receitas a nível mundial.

No que respeita aos principais destinos, verifica-se que a França, Estados Unidos e Espanha confirmam o *ranking* conforme se observa na Tabela 7.

Tabela 7. Os principais destinos turísticos

Ranking	Destinos	2013	2014	2015
1	França	83	83,7	84,5
2	Estados Unidos	69,8	75	77,5
3	Espanha	60,7	64,9	68,2
4	China	557	55,6	56,9
5	Itália	47,7	48,6	50,7
6	Turquia	37,8	39,8	39,5
7	Alemanha	3,5	33	35
8	Reino Unido	31,2	32,6	34,4
9	Federação Russa	28,4	29,3	32,1
10	Tailândia	26,5	29,8	31,3

Fonte: Tourism Highlits, 2015a.

Da análise dos números do Turismo Internacional verificamos o dinamismo crescente a nível internacional, com especial relevo para o aumento em África. Embora diminuto comparativamente com a Europa, dá sinais de um crescimento permanente.

5.3.2. Turismo em África

O Turismo em África apresenta-se como um dos setores com maior potencial e com uma taxa de crescimento exponencial, sobretudo nas regiões da África do Sul, da Namíbia, do Botswana, do Zimbábwe e da Tanzânia. Angola também faz parte deste cenário mas os níveis de segurança, saúde e infraestruturas são muito diminutos em relação as seus parceiros, pelo que se estima que o desenvolvimento do Turismo em Angola será mais lento. No entanto, esta região é o maior polo de atração turística em África e assim vai continuar.

É o terceiro maior continente, com uma população de mais de mil milhões de habitantes, possuindo uma incrível diversidade cultural, natural, patrimonial e ambiental. E é organizado da seguinte forma:

1. A **região norte** com graves problemas de intolerância religiosa e política, mas que por se situar próxima da Europa, foi das regiões que mais prosperou no Turismo. A

sua riqueza humana conheceu momentos importantes da História, a que não são alheias as praias mediterrânicas. Países como Marrocos, Tunísia e Egipto são escolhas de destinos turísticos, contudo a Líbia por razões de ordem política e conflitos internos estagnou por completo. Apesar de alguma instabilidade, nesta região, a UNWTO (2005b, 2010) estima que a Argélia atingirá um milhão de turistas até 2020. Muitas vezes, a influência turística ocidental é tida como nefasta por haver setores ligados ao fundamentalismo religioso, o que tem criado obstáculos ao desenvolvimento do Turismo. De notar que, os países do Norte de África são, essencialmente, de religião muçulmana, o que tem originado conflitos, étnicos, culturais e de natureza religiosa, em muitos casos com recurso ao terrorismo e consequentemente com repercussões sobre o setor do Turismo;

2. A **região central** com graves problemas económicos e de pobreza. Os países da África Oriental, inseridos nesta região, como a Tanzânia e o Quênia, já constataram a importância do Turismo para a economia. Apesar dos grandes atrativos turísticos existentes em países como o Uganda, a falta das infraestruturas, a insegurança e conflitualidade interna, impedem o normal desenvolvimento do Turismo. A região de África Central Ocidental, possui países que, pela sua estabilidade política e económica, fazem apostas sérias no Turismo e com resultados positivos. De entre eles destacam-se a República do Gana. O Turismo não se desenvolve naturalmente em espaços cujos problemas internos são maiores que as perspetivas criadas externamente. O caso paradigmático da Nigéria, um país desenvolvido economicamente, onde a insegurança e a falta de estruturas, impossibilita o desenvolvimento turístico (apesar das grandes potencialidades). Em suma, os países da África Central possuem poucos equipamentos turísticos e os conflitos políticos, étnicos e religiosos bem como a extrema pobreza, impedem o desenvolvimento de qualquer atividade turística;

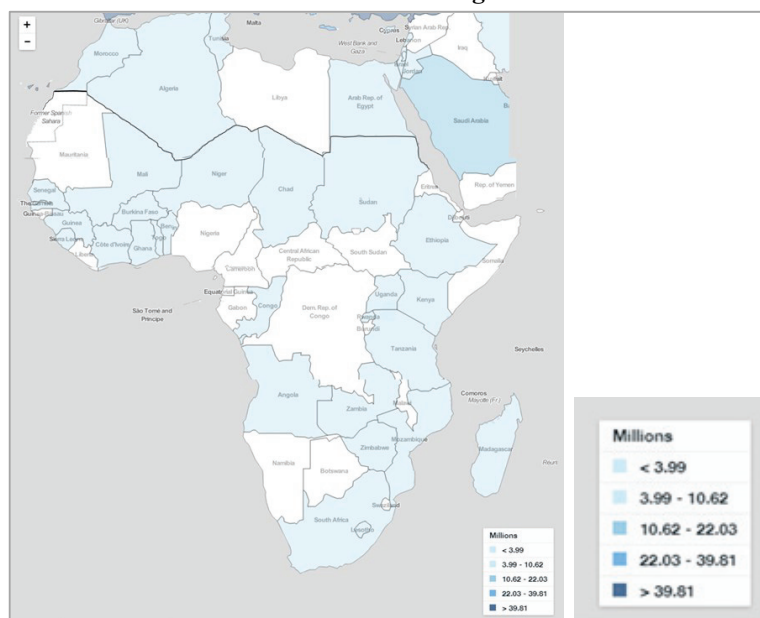
3. A **região do sul**, onde se encontra Angola, apresenta as melhores perspetivas de evolução, devido, sobretudo, à sua riqueza natural e à estabilidade política e social. No Botswana, o Turismo representa + 7% do PIB. A África do Sul, depois da estagnação motivada pelo *Apartheid*, sofreu um surto turístico, que se vem acentuando anualmente. É uma região com algum desenvolvimento turístico, graças aos recursos e à grande diversidade de oferta. Por exemplo, em 1994, a África do Sul recebia 3,6 milhões de turistas. Em 2013 estimavam-se 13,5 milhões. Se atendermos aos postos de trabalho em Turismo, a UNWTO (2014) mostra que estes passaram de 23 000 para 610 000, o que evidencia a importância do *Turismo* na economia. A Namíbia, outro

gigante do *Turismo* na região sul, possui boas infraestruturas com preços muito acessíveis e uma mobilidade excelente. É possível circular por todo país e com excelentes meios de transporte e boas unidades hoteleiras. O continente tem para oferecer uma cultura que reflete a sua antiga história e que é tão diversificada como o seu ambiente natural e clima. Entre as maravilhas da região destacam-se os parques nacionais *Kilimanjaro* (Norte da Tanzânia), o *Table Mountain* (Sudoeste da África do Sul), a cidade histórica de *Tombuctu* (Centro do Mali) e o complexo de pirâmides *Gizé Necropolis* (capital do Egito). Em África o número de turistas internacionais aumentou cerca de 2%, o equivalente a um aumento de um milhão de chegadas.

Neste contexto, a região sul atingiu 56 milhões de turistas, enquanto as chegadas ao Norte de África foram fracas amentado apenas +1%, Na África Subsaariana, o número de turistas internacionais aumentou 3%, apesar do surto de ébola em países da África do Oeste. Os dados para a África e para o Médio Oriente, devem ser visto com atenção redobrada por merecerem reservas em termos de fidedignidade.

A procura dos mercados emissores tradicionais compensou a desaceleração do grande mercado emergente, impulsionada com o crescimento do *Turismo* nos anos anteriores. Esta compensação, deveu-se à captação das receitas com *Turismo* Internacional.

Figura 6. Turismo Internacional em número de chegadas na África Subsariana, em 2014



Fonte: <http://data.worldbank.org/indicador/ST.INT.ARVL?view=map>³

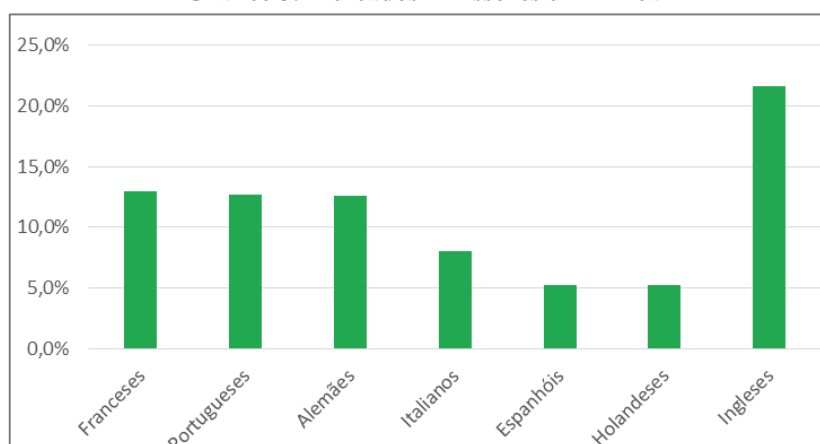
³ Acedido a 27 de junho de 2017.

De acordo com a UNWTO (2015b), 2014 foi o ano *record* no número de turistas que viajaram internacionalmente. As chegadas de turistas ultrapassaram as expectativas da UNWTO (2014) e sustentaram um crescimento de 5%, atingindo 1 087 milhões. Os destinos mais populares, em 2013 foram Marrocos, Egipto, Tunísia, África do Sul e Zimbabwe.

O *Turismo* continua a ser um dos mais rápidos e dinâmico setores da economia africana. Apesar de epidemias como o ébola, na África Ocidental, em 2014, o setor deu mostras de ter criado postos de trabalho, impulsionando o crescimento em todo o continente, reduzindo a pobreza. África acolheu 65,3 milhões de chegadas em 2014, o que representa 5,8% do total de chegadas internacionais.

As receitas do Turismo Internacional, atingiram o seu valor mais alto, em 2014, 1.245 mil milhões de USD, detendo África 3,5% da quota de mercado global. Uma explicação para este aumento é o crescente influxo de novos visitantes de economias emergentes da Ásia, da Europa Central e Oriental. No que se refere aos mercados emissores, conforme se exhibe no Gráfico 3, os países europeus têm um peso significativo.

Gráfico 3. Mercados Emissores em África



Fonte: ATM, 2015.

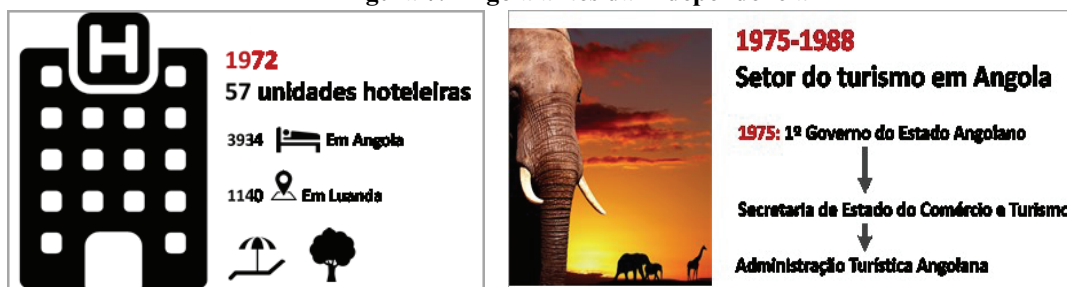
A perspetiva de desenvolvimento do *Turismo* em África, tem uma forte ligação à parte sul do Continente. Angola poderá, portanto, dado ser vizinha de países de fortes atrações turísticas da região, beneficiar da proximidade. No entanto, é necessário que, para tal, Angola crie uma saída para a gestão e desenvolvimento planeados no sentido de criar condições para um Turismo Sustentável.

5.3.3. Turismo em Angola

Abordar o Turismo em Angola obriga-nos a recuar no tempo para construir uma perceção da trajetória deste país, sobretudo, após o término da guerra interna, um passado com um conjunto de vicissitudes que não têm permitido um crescimento continuado. Este, possui potencialidades e condições para se desenvolver como um destino turístico de excelência.

Após a guerra colonial e com a independência, em 1974, Angola mergulhou num contexto de guerra fratricida, até abril de 2002, que foi devastadora para o país inteiro. A totalidade das infraestruturas foram praticamente destruídas sendo de salientar as estradas, os aeroportos, as barragens e as pontes. À exceção de Luanda e Benguela, onde algumas infraestruturas se mantiveram, estas não conheceram manutenção e muito menos desenvolvimento. A mobilidade entre as províncias era nula.

Figura 7. Angola antes da Independência



Fonte: consuladogeralangola-porto-pt⁴

A partir de 2002, abriram-se novas perspetivas de desenvolvimento. Nasceu a previsão de que Angola poderia obter fundos necessários para a reconstrução do país e criar condições para o seu desenvolvimento. Os fundos nunca chegaram e Angola virou as suas atenções para a China. Com acesso ao petróleo, os chineses empenharam-se na construção de estradas, aeroportos, linhas de caminhos-de-ferro, portos e centralidades na periferia e fora da capital.

Com a realização do *Campeonato Africano das Nações (CAN)* de 2010 o país, assistiu à concretização de um grande volume de obras públicas. Construíram-se novos hotéis por todo país, nomeadamente nas grandes cidades onde se realizavam jogos do campeonato do CAN. Luanda e arredores foram os lugares de eleição e onde mais infraestruturas turísticas se construíram sem qualquer planificação, de forma completamente desorganizada, porém a existência das infraestruturas permitiu compreender a necessidade imediata das mesmas no setor turístico. Na presença de um contexto

⁴ Acedido a 27 de junho de 2017.

anárquico, o seu desenvolvimento impunha estudo e estruturação. Havia a noção de que era necessário criar um Plano, a nível nacional, que promovesse o *Turismo*, integrado e planificado. Em 2011, as autoridades angolanas publicam o PDTA.

O governo de Angola baseou toda a sua estrutura de receitas públicas, na venda de petróleo. Quando as autoridades angolanas propuseram o PDTA para execução, surge a crise do petróleo traduzida numa quebra acentuada sem precedentes na economia, nos mercados internacionais o que afetou de sobremaneira o país e o Estado Angolano. Em particular, a economia angolana passou a conhecer problemas de entre os quais se salientam o êxodo de um número significativo de empresas estrangeiras, originando consequências no domínio do emprego, carência de divisas, dificuldades de importação e recrudescimento de mercados paralelos.

A insegurança abateu-se sobre as cidades e a criminalidade aumentou de uma forma pronunciada. Neste enquadramento, o *Turismo* não tinha nem tem nenhuma forma de desenvolver. Foi este contexto, económico e social que originou um total bloqueio do PDTA, num país dilacerado pela guerra e pela carência de recursos. Angola passou a ficar devedora perante a China, sendo obrigada a fornecer petróleo para diminuir a situação de endividamento perante este país. Com este processo, Angola passa a ter menos petróleo para vender nos mercados e obter receitas provenientes da sua venda, deixando, por isso, de ter receitas para investimento de que tanto carecem enfrentando dificuldades para manter, inclusive, o financiamento do próprio Estado Angolano. Neste cenário torna-se difícil, fazer grandes planos em relação ao desenvolvimento do Turismo. Porém as perspectivas de desenvolvimento deste setor em Angola são essenciais esperando-se assim que este estudo possa dar um contributo dinamizador ao país. Contudo a situação da crise económica obrigou o Governo a mudar de estratégia e levou à procura da diversificação da economia, com ênfase especial para o *Turismo* como um dos vetores de maior potencial.

5.4. Conclusão

Podemos concluir que, internacionalmente, o Turismo é uma atividade de superior importância para todas as economias em todo o mundo.

Angola constitui uma das principais economias da África Austral e é um país que, recentemente, conheceu um acentuado dinamismo e modernidade. O *Turismo* ainda tem uma expressão reduzida, apesar do seu grande potencial. Apesar de ser um país com

deficiências infraestruturais, dispõe de um conjunto de recursos naturais que se encontram em processo de repovoamento da fauna perdida durante a guerra e de um dinamismo que podem favorecer o crescimento do Turismo.

Capítulo 6. Análise do Turismo em Angola

6.1. Introdução

Neste capítulo pretendemos apresentar os principais recursos de oferta e procura turísticas em Angola, de modo a analisar o existente e propondo possibilidades de introdução no país, face à realidade económica em que se encontra. Posteriormente, apresentamos uma análise *SWOT* onde analisamos pontos fracos e fortes assim como oportunidades e ameaças para Angola como produto e destino turístico

6.2. Procura e Oferta Turística de Angola¹

Neste sub-capítulo pretende-se fazer uma análise e uma caracterização da procura e oferta turísticas de Angola. Esta foi efetuada, via recolha bibliográfica junto das entidades e organismos turísticos de Angola.

No que se refere à procura turística, ela traduz-se nas diversas quantidades de bens e serviços que o turista adquire num dado momento. Logo, é o conjunto de bens e serviços que o turista adquiriu na realização das suas viagens. Exprime-se em termos de fluxos turísticos, consumos realizados e pela taxa de partida. Assim, podemos assumir as seguintes formas de procura:

- **Procura física**, constituída pelos fluxos turísticos, que se medem pelas chegadas às fronteiras de cada país e pelas dormidas nos meios de alojamento;
- **Procura monetária**, é o valor do conjunto dos consumos realizados pelos visitantes de origem externa e interna. Inclui todos os gastos realizados pelos visitantes por causa da viagem (corresponde à receita turística);
- **Procura global**, avalia-se pela taxa de partida. É composta pela procura correspondente ao *Turismo* de nacionais e de estrangeiros, nesse país.

Por outro lado, podemos ainda considerar mais três formas:

- **Procura efetiva**, constituída pelo número de pessoas que num determinado período participa na atividade turística, ou seja, que viajam por razões turísticas;
- **Procura potencial**, é a parte da população que, num determinado momento, não viaja por qualquer motivo, mas que tem condições para viajar no futuro, quando se

¹ Informação retirada da Edtour, 2015, disponível em estudodossiers.alojamentodofuturo.pt.

verificarem alterações das situações que, no período considerado, impediram a realização da viagem (motivos profissionais, familiares, saúde, etc.);

- **Procura deferida**, refere-se as pessoas que poderiam viajar se fossem suficientemente informadas e motivadas, por Gonçalves (2014).

Segundo o estudo de mercado emissor elaborado em junho de 2015, mas com dados referentes a 2013, Angola surge apenas na 118.^a posição face aos principais destinos, segundo as chegadas turísticas internacionais, como se pode observar na Tabela 8.

Tabela 8. Principais destinos segundo Chegadas Turísticas Internacionais

Posição	País	Chegadas (%)
1	França	83,3
2	EUA	69,8
3	Espanha	60,7
4	China	55,7
5	Itália	47,7
6	Turquia	37,8
7	Alemanha	31,5
8	Reino Unido	31,2
(...)	(...)	(...)
118	Angola	0,6

Fonte: AHRESP, 2015: s.p.

Geralmente, o *Turismo* é aferido por variáveis tanto referentes às chegadas como às receitas turísticas, incidindo sobre duas dimensões distintas, mas complementares, da procura turística como fluxo de pessoas e fluxos económicos.

Tabela 9. Chegadas e Receitas (milhões USD)

Ano	2013	2014	2015
Chegadas	650	595	...
Receitas	1,234	1,589	...

Fonte: AHRESP, 2015: s.p.

Foster (1992) identifica alguns fatores que influenciam a procura turística:

- Sociais;
- Culturais;
- Económicos;
- Estrutura demográfica de um país;
- Mudanças tecnológicas;
- Motivação para viajar;

- Poder de compra;
- Aumento de tempo livre;
- Excessiva concentração urbana originando *stress*;
- Singularidade, imagem, atrativos e acessibilidades de um destino turístico.

Em Angola, de acordo com o estudo do PDTA, os dois grandes fatores que estão na base da explicação da procura turística, nos últimos três anos são: o Turismo de Negócios, as condições climáticas como o sol e a existência de praia. Para a deslocação, o meio de transporte mais utilizado em Angola, para as viagens internacionais, é o transporte aéreo. Internamente, inicialmente predominava o transporte aéreo, mas, com o desenvolvimento e as melhorias das infraestruturas, passaram a serem utilizados, o transporte rodoviário e ferroviário. Nos destinos, do ponto de vista das receitas turísticas internacionais, Angola encontra-se no 104.º lugar do *ranking*.

Tabela 10. Países dos destinos segundo Receitas Turísticas Internacionais

Posição	País	Receita
1	EUA	105,1
2	Espanha	45,5
3	França	42,3
4	China	38,9
5	Itália	33,1
(...)	(...)	(...)
104	Angola	0,6

Fonte: AHRESP, 2015: s.p.

O Turismo Internacional emissor passa por conhecer as partidas e as despesas turísticas internacionais de acordo com o Estudo de Mercado Emissor (2015). De acordo com a observação da Tabela 10, Angola encontra-se em 104.º lugar do *ranking* internacional.

Tabela 11. Principais Mercados Emissores segundo Partidas Turísticas Internacionais

Posição	País	Partidas
1	Alemanha	94,0
2	EUA	61,8
3	China	58,7
4	Reino Unido	55,7
5	Rússia	51,7
(...)	(...)	(...)
106	Angola	0,8

Fonte: AHRESP, 2015: s.p.

Assim, de acordo com os mercados emissores no que é relativo às partidas, Angola encontra-se na 106.^a posição no mercado internacional, na observação da Tabela 11, de acordo com o Estudo de Mercado Emissor (2015).

Por outro lado, do ponto de vista do critério das despesas turísticas internacionais, relativas ao ano de 2013, podemos observar a Tabela 12 em que Angola se encontra na 78.^a posição de despesas efetuadas, pelo Estudo de Mercado Emissor (2015).

Tabela 12. Principais Mercados Emissores segundo as Despesas Turísticas Internacionais (2013)

Posição	Países	Receitas (%)
1	China	90,4
2	EUA	88,3
3	Alemanha	65,0
4	Reino Unido	39,8
5	França	32,9
(...)	(...)	(...)
78	Angola	0,7

Fonte: AHRESP, 2015: s.p.

Na Tabela 13, podemos observar quais os principais mercados de proveniência dos turistas internacionais.

Tabela 13. Principais Mercados Emissores das Chegadas Turísticas Internacionais a Angola

Posição	País	Chegada (%)
1	Portugal	0,05
2	África do Sul	0,04
3	China	0,04
4	Moçambique	0,02
5	Brasil	0,02
6	Congo	0,02
7	Reino Unido	0,02
8	França	0,01
9	Rússia	0,01
10	EUA	0,01

Fonte: AHRESP, 2015: s.p.

Relativamente às chegadas dos turistas, até 2014, observou-se uma taxa de crescimento global de 151,4%, a par de um crescimento positivo nas chegadas internacionais. Portugal é o principal mercado emissor de turistas para Angola, a seguir à África do Sul. Posteriormente os mercados emissores são países como a China, Moçambique, Brasil, Congo e países europeus, de acordo com o Estudo de Mercado Emissor (2014). Como se

depreende, facilmente, este Turismo enquadra-se, predominantemente, no *de negócios e serviços*. A existência de um número elevado de portugueses a residir em Angola, pode conduzir até este país, familiares e amigos que se poderão enquadrar noutros tipos de segmentos. Mas, os mercados emissores como Portugal, África do Sul e China, possuem como características comuns, o *Turismo de Negócios*.

Considera-se que, nos últimos três anos, a procura turística reduziu consideravelmente gerando uma queda de 25% na taxa de ocupação nas unidades hoteleiras.

Para explicar o comportamento do Turismo de forma abrangente, para além da análise da procura é também imperioso focar o lado da oferta. Assim, impõe-se a definição conceptual da oferta turística. Para a UNWTO (2007), os produtos da oferta turística “should represent a significant share of the supply of the product in the economy (...). This criterion implies that the supply of a tourism characteristic product would cease to exist in meaningful quantity in the absence of visitors (UNWTO, 2007: 3).

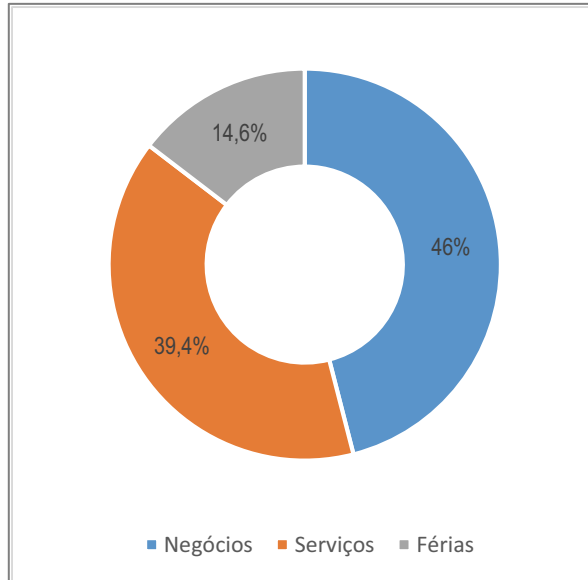
Com a reconstrução e grande recuperação das infraestruturas básicas em Angola, foram sendo construídos hotéis, que estão em funcionamento e que possuem o papel de alavanca do desenvolvimento do *Turismo*. Após a independência, o *Turismo* ainda conheceu uma expressão reduzida: de 1988 e até 1997, o país ainda despunha, apenas, de 32 hotéis que eram assegurados por 17 512 trabalhadores. Porém, a partir de 2009 registou-se um aumento acentuado do número de unidades hoteleiras e similares, de tal forma que no ano de 2014 “estiveram em funcionamento 6.277 unidades hoteleiras” (MINHOTUR, 2015: 49) em Angola, por todo o território. De acordo com os dados estatísticos obtidos pelo Ministério de Hotelaria e Turismo de Angola, de 2014, estes referem que, nos últimos 3 anos, o setor gerou 202 766 empregos.

O Plano Operativo do Turismo para a diversificação da Economia 2016/2017 na sua apresentação divulgou o número de unidades hoteleiras e similares nos dois últimos anos, 187 hotéis, 1.223 meios complementares, restaurantes e Similares 4.587. Capacidade de alojamento; quartos 24.390, camas 32.844, agências de viagens 200 e rent-a-car 250.

As redes de restauração seguem uma distribuição semelhante à oferta de alojamento e a cidade de Luanda destaca-se no número de unidades hoteleiras e restauração, representando 36% da oferta.

As *Férias* como motivo de viagem baixaram consideravelmente, devido à crise económica. O *Turismo de Negócios e Serviços* traduz o fluxo da mão-de-obra e reflete o potencial de oportunidades que o mercado angolano possui.

Gráfico 4. Motivos de Viagens a Angola



Fonte: MINHOTUR, 2015.

Assim, o *Turismo de Negócios* continua a ser o segmento de promoção para outros segmentos, de acordo com o Gráfico 4, com um peso de 46%, seguido dos *Serviços* com 39,4% e, por fim, as *Férias* com 14,6%. De acordo com o peso do setor, até 2014, o Turismo registou um forte crescimento, tendo as receitas ultrapassado os 45 mil milhões de Quanzas (AKZ) tendo criado, aproximadamente, 135 mil postos de trabalho, segundo refere o PDTA. Nos últimos 3 anos, sofreu uma estagnação no setor por conta da crise económica que afetou o país.

No que se refere às acessibilidades, Luanda assegura voos diretos para nove países fora do continente, incluindo os 3 principais mercados emissores: Portugal, África do Sul e China. Em Angola, existem 162 registos de agências de viagens e operadores turísticos, sendo que 91% destes registos estão situados em Luanda. Verificamos assim que, no que diz respeito à oferta, o panorama melhorou muito em Angola ao longo dos últimos anos, com o aumento significativo de hotéis e restauração. Este aumento focou-se, sobretudo, em Luanda e em algumas capitais de províncias conforme aponta o PDTA, centrando todo o enfoque no *Turismo de Negócios*.

Apesar dos recursos turísticos já identificados, dos quais 2600 já se encontram no processo de inventário junto com o PDTA, não se investiu em infraestruturas que

pu­dessem po­ten­ciar o de­sen­vol­vi­men­to des­sas áre­as. Um dos ex­em­plos mais elo­quen­tes, é o polo de Kalandula onde ex­is­tem as *Quedas de Kalandula*, um des­ti­no tu­rís­ti­co com gran­des po­ten­cial­ida­des, mas onde nada foi in­ves­ti­do, não ex­is­ti­do alo­ja­men­tos su­fi­cien­tes e a fal­ta de in­fra­es­tru­tu­ras de apo­io para quem vi­si­ta é muito acentuada. Como as *Quedas de Kalandula*, há de­zen­as de lo­ca­is iden­ti­fi­ca­dos e pas­si­veis de de­sen­vol­vi­men­to tu­rís­ti­co, mas, a fal­ta de in­ves­ti­men­to, não per­mite o de­sen­vol­vi­men­to tu­rís­ti­co des­tas áre­as. Con­tu­do a Ta­be­la 14 mos­tra a ofe­rta tu­rís­ti­ca de alo­ja­men­to e con­se­quen­tes pos­tos de tra­bal­ho. De acor­do a ta­be­la 14 Uni­da­des Ho­te­le­i­ras cor­res­pon­de a ho­téis, me­ios com­ple­men­ta­res de alo­ja­men­to e res­taurantes e si­mi­la­res.

Tabela 14. Oferta Turística: alojamento e empregabilidade

Ano	Unidades Hoteleiras	Emprego
2013	5 766	173 48
2014	6 277	202 766
2015/2016	24 032	219 349

Fonte: MINHOTUR, 2014.

No que res­pe­ita à dis­tri­bu­ção do pa­rque ho­te­le­iro e si­mi­lar, do país, os nú­me­ros mos­tram que as pro­víncias de Luanda com 35%, Benguela 24% e Huila 13% re­presen­tam as ma­io­res pro­por­ções da com­po­si­ção do pa­rque ho­te­le­iro e si­mi­lar, no pe­rí­odo em re­fe­rên­cia.

Dados de Angola, re­ve­lam que a po­pu­la­ção mas­cu­lina pre­do­mina, com 79% em re­la­ção a po­pu­la­ção fe­mi­ni­na. Em ter­mos dos prin­ci­pais mo­ti­vos de des­lo­ca­ções tu­rís­ti­cas a Angola são as vi­agens o prin­ci­pal mo­ti­vo, com uma re­presen­ta­ti­vi­dade de 39%. O mês de ju­lho de 2014, foi o que re­presen­to­u ma­io­res in­ci­dên­cias de vi­agens, cor­res­pon­den­do a 13,5% das vi­agens tu­rís­ti­cas re­ali­za­das em 2014. Nes­te mês, as *viagens de negócios* re­presen­ta­ram 58,4% do to­tal dos mo­ti­vos de vi­agens, se­gui­ram-se os me­ses de ago­sto e se­te­mbro, com 13,2 e 11%, res­pe­ti­va­mente, con­for­me o MINHOTUR (2014).

De acor­do com este mes­mo *Anuário de Estatística* (2015), 53 mil­hões de tu­ris­tas in­ter­na­ci­o­nais são pro­ve­nien­tes de África e 5% dos tu­ris­tas vi­si­tam Angola. O *Turismo interno*, em 2013 e 2014, apre­sen­to­u in­di­ca­do­res bas­tan­tes ani­ma­do­res. As che­ga­das, nas uni­da­des de alo­ja­men­to, atin­gi­ram a cifra de 574 mil cor­res­pon­den­tes a 101% em re­la­ção aos não-resi­den­tes e es­tran­geiros. Os ho­téis fo­ram os me­ios mais uti­li­za­dos pelos an­go­la­nos nas suas des­lo­ca­ções tu­rís­ti­cas, ten­do re­presen­ta­do 64,2%.

Tabela 15. Chegadas de Turistas Internacionais e Receitas Anuais de Angola

Ano	Nº de Entradas	Receitas (mil milhões)
2013	539 000	1.197 \$ USD
2014	594 000	1.245 \$ USD

Fonte: African Tourism Monitor, 2014.).

Em termos de dormidas atingiu o número de 1,809 mil, ou seja, 102% em relação aos não-residentes e estrangeiros. De igual modo, os hotéis com 54% foram os mais utilizados. A permanência média do *Turismo Interno* neste período, situou-se em 3,2 noites por turista.

Os parâmetros da procura são complexos e muito variáveis, dependendo intrinsecamente dos motivos da viagem. É importante uma análise da procura, á escala nacional, regional e internacional, de acordo com a taxa de partida que exprime a participação de cidadãos nacionais, regionais e internacionais nas viagens. O comportamento do mercado é o principal enfoque e revela-se determinante na análise dos dados estatísticos.

6.3. Perspetiva das entidades angolanas e operadores internacionais

Com o crescimento económico que Angola registou até 2012 em que se observaram receitas do petróleo em alta e com fortes investimentos em infraestruturas, tudo apontava para que o *Turismo* viesse a conhecer, do mesmo modo, um crescimento que acompanhasse esta tendência.

As autoridades, cientes de que o *Turismo* poderia ser um grande fator de desenvolvimento para o país, começaram a investir e a criar condições para que os privados investissem em novas e modernas unidades hoteleiras por todo país, observando-se uma intensificação de criação de novos estabelecimentos ligados ao Turismo. Paralelamente, o governo angolano foi criando infraestruturas, como: estradas, aeroportos internos e internacional, abastecimento de água e construção de novas barragens, materializando o crescente interesse das autoridades para o *Turismo*, que culminou no PDTA. A implementação deste Plano, veio trazer uma nova orientação ao setor turístico em Angola: apresenta e descreve os eixos de intervenção até 2020 para transformar Angola, num destino turístico jovem e de animação.

Constata-se dos resultados obtidos junto das entidades angolanas e operadores turísticos que a maioria parte dos inquiridos referem a existência de uma falha entre o planeado e a realidade. Neste sentido, segundo os inquiridos as perspetivas não são animadoras uma vez que a evolução do país depende do desenvolvimento e estabilidade da economia

angolana. Para que Angola possua uma economia próspera, o Turismo tem um papel preponderante, em todo este processo, intimamente associado à estabilidade, política, económica e à segurança, sem esquecer a regulamentação do funcionamento das instituições e dos poderes públicos, livres de constrangimentos que criam obstáculos no crescimento e no desenvolvimento económico. Não fossem todos estes aspetos e, em função do panorama do turismo mundial, as perspetivas de desenvolvimento deste setor, em Angola poderiam ser risonhas, Porém, sucede o contrário, devido à conjuntura presente.

Os países vizinhos de Angola, à exceção da República Democrática do Congo são, desde há muito, países com grande desenvolvimento turístico, nomeadamente, a Namíbia, Zâmbia, Botswana, África do Sul e Zimbabwe e com perspetivas de elevado crescimento. Isto ilustra-nos bem a importância que as autoridades destes países dão ao *Turismo* e à sua segurança. É feito a pensar na comodidade e segurança do turista. Em Angola, apesar das perspetivas não serem animadoras, surgem, já, alguns sinais de que a crise económica começa a ser vencida. Porém, ainda requer muito tempo, até que a conjuntura atual seja ultrapassada, em definitivo.

Sendo o Turismo uma atividade que requer fortes investimentos em infraestruturas e, no caso de Angola, em especial, boas políticas de planeamento, é necessário ainda investimentos em saúde, segurança e promoção turística.

De acordo com o *Plano Operativo do Turismo 2016/2017 (POT)* que é, atualmente, um dos principais instrumentos de trabalho do Ministério da Hotelaria e Turismo, com vista à captação de receitas, em 2016, foram traçadas linhas estratégicas, no sentido de promover a entrada de operadores, nacionais e internacionais, por forma a cooperar no desenvolvimento do Turismo com o objetivo de consolidar este internamente, e ascender o regional e o internacional, de modo a formar e a capacitar através de ações o desenvolvimento do Ecoturismo, do Turismo Cultural e do Fomento.

O INFOTUR em 2016 criou em Angola uma estratégia que assenta em três pilares: melhoria na oferta, incentivos à iniciativa privada, nomeadamente, a participação nas maiores feiras internacionais do setor, campanhas internacionais de *Marketing* e a realização de *Famtrips* na descoberta dos destinos pelos operadores turísticos internacionais. Os operadores turísticos estão confiantes e continuam a investir na criação

de infraestruturas hoteleiras, como consequência de uma taxa média de ocupação de 89% e os investimentos estimados no setor elevaram-se a mais de mil milhões de dólares.

A *Regional Tourism Organization of Southern Africa* (Retosa)², apresentou um conjunto de medidas e iniciativas com vista a dinamizar o Turismo, em toda a região, junto com os operadores turísticos de modo a criar uma ligação entre os parceiros, nacionais e internacionais, com o objetivo de ajudar a criar pacotes turísticos de forma a dinamizar o setor turístico, na região sul de África, incluindo Angola. Par tal, é necessário a intervenção de outros setores de forma a dinamizar o setor do Turismo, como por exemplo, o projeto em curso no polo Bacia do Okavango, nomeadamente, Zambeze-Kaza-ATTC.

6.4. Análise SWOT

Apresentamos de seguida uma análise dos principais pontos fortes (Strengths), pontos fracos (Weaknesses), oportunidades (Opportunities) e ameaças (Threats), no âmbito de uma análise *SWOT* do Turismo em Angola que sintetiza a atual situação. A análise swot foi elaborada com base na revisão de literatura e nos resultados do inquérito realizado.

Tabela 16. Análise *SWOT*

FORÇAS	FRAQUEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Riqueza de recursos endógenos enquanto fatores estratégicos de diferenciação, com dimensão nacional e internacional • Existência de Incentivo Público • Vasto e Rico Património Histórico-Cultural e Arqueológico • 4 Polos de Desenvolvimento Turístico: Kalandula, Bacia do Okavango, Cabo Ledo e Futungo • Localização Geográfica Estratégica de Fácil Acesso aos Mercados Regionais da África Austral (SADC) e Central (CEEAC e Golfo da Guiné) • Rotas Marítimas e de Cruzeiro (Portos Marítimos) • Cultura Popular e Artesanato Local • Criação de Fundos de Investimento como o <i>Angola Invest</i> • Desenvolvimento de Canais <i>online</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificuldades de Coordenação entre os Vários <i>Stakeholders</i> que Operam no Mercado Turístico • Falta de Cooperação entre as Entidades Locais Turísticas, Públicas e Privadas, para com o Público em Geral • Falta de <i>Know-how</i> e Recursos Humanos Qualificados no Setor • Fragilidade ao Nível da Animação Turística e da Promoção de Eventos, Face à Sazonalidade • Pouca Preocupação da Aplicação de Planos Elaborados para o Desenvolvimento do País • Fraco Desenvolvimento de Infraestruturas Básicas (Estradas, Caminhos-de-ferro, Telecomunicações, Redes de Serviços)
OPORTUNIDADES	AMEAÇAS
<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Negócios para Investidores Nacionais e Estrangeiros • Acréscimo de Competitividade do Negócio Turístico face aos Países Adjacentes • Diminuição da Taxa de Desemprego • Rotas e Circuitos Turísticos com Mercados de Proximidade • Facilidade de Relações Diplomáticas 	<ul style="list-style-type: none"> • Crise Económica e Financeira • Concorrência de Outros Destinos com Grande Oferta Turística como África do Sul, Namíbia e Botswana • Dificuldade de Afirmação e Desenvolvimento Face ao Mercado Europeu • Retorno de Expatriados e Consequente Redução do Poder de Compra • A Necessidade de Atuação em Rede e Escala (Estratégia Regional)

Fonte: Própria.

² Sigla que significa responsável pelo desenvolvimento do Turismo *Destination Marketing* na região Swot.

Com base nesta análise pode-se facilmente observar que as potencialidades do país são enormes. É um país com muitos recursos que em breve, poderá trilhar caminhos de progressos se tiver em conta as fraquezas e ameaças apresentadas na análise SWOT. A diversificação da economia está em marcha e poderá vir a dar frutos. Aqui surgirá o Turismo com todas as oportunidades, forças e potencialidades e será seguramente um dos motores do desenvolvimento do país, constituindo um dos principais eixos de intervenção.

6.5. Conclusão

Existe um grande interesse por parte dos operadores, nacionais e internacionais, a operarem no setor do Turismo em Angola devido à diversificação de recursos naturais como fator fulcral para o seu desenvolvimento.

Os operadores internacionais não promovem destinos que não dão garantias ao turista, o que passa por estes investimentos e por esta planificação. Por outro lado, as contrações do número de voos de algumas companhias aéreas constituem vertentes a explorar e necessárias de modo a estimular a atração para Angola, como destino turístico no mapa internacional.

Após o diagnóstico acima é possível comparar a análise SWOT com as oportunidades e ameaças existentes num ambiente externo, assim como com as forças e fraquezas no ambiente interno. É necessário definir objetivos e estratégias para que as propostas de intervenção sejam capazes de intervir face à necessidade e realidades atuais.

Capítulo 7. Plano Diretor do Turismo de Angola (PDTA)

7.1. Introdução

A partir de 2002, após o término do conflito interno (guerra civil), foram aprovados vários *Projetos e Programas* em Angola para o setor do Turismo, nomeadamente, o PDTA. Trata-se de um documento estratégico produzido com o propósito de orientar e gerir o desenvolvimento da atividade turística em Angola, com apresentação dos eixos de intervenção até 2020. Este capítulo descreve o PDTA - Plano Diretor do Turismo de Angola.

7.2. Apresentação do PDTA

O PDTA é uma estratégia para o desenvolvimento do turismo em Angola com metas 2011-2020, no qual se iniciou um novo ciclo de atuação que se centra na implementação de uma estratégia consolidada, real, sustentável e hierarquizada conforme os planos de trabalhos assumidos pelo governo angolano, conforme a Figura 8.

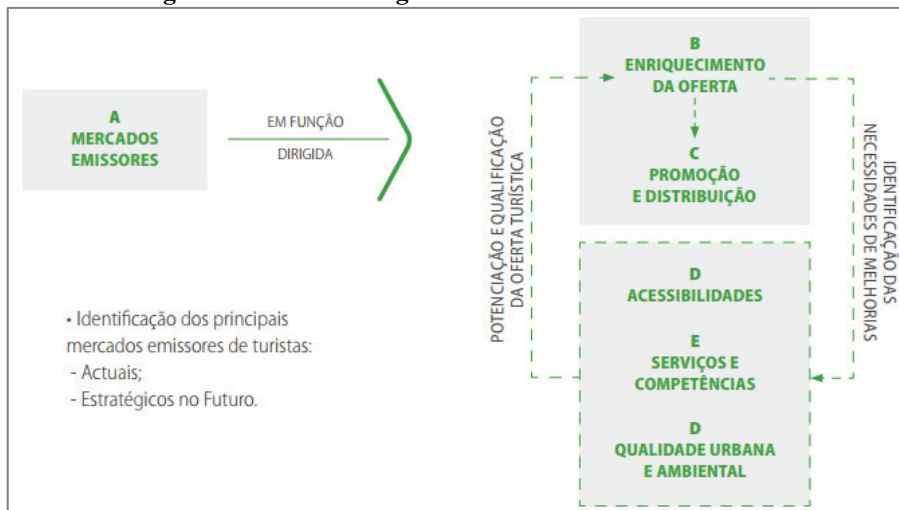
Figura 8. Etapas do Plano de trabalhos para desenvolvimento e aplicação do PDTA



Fonte: PDTA, 2013: 12.

É indispensável aproveitar o rico património histórico e cultural, as condições climáticas e a grande diversidade de recursos naturais para potenciar o setor do turismo angolano. Desta forma, o Plano apresenta um conjunto de ações ao nível de eixos prioritários de desenvolvimento turístico, como se verifica na Figura 9, e linhas de orientação que assentam no progresso de desenvolvimento de vários polos turísticos.

Figura 9. Eixos estratégicos de desenvolvimento turístico

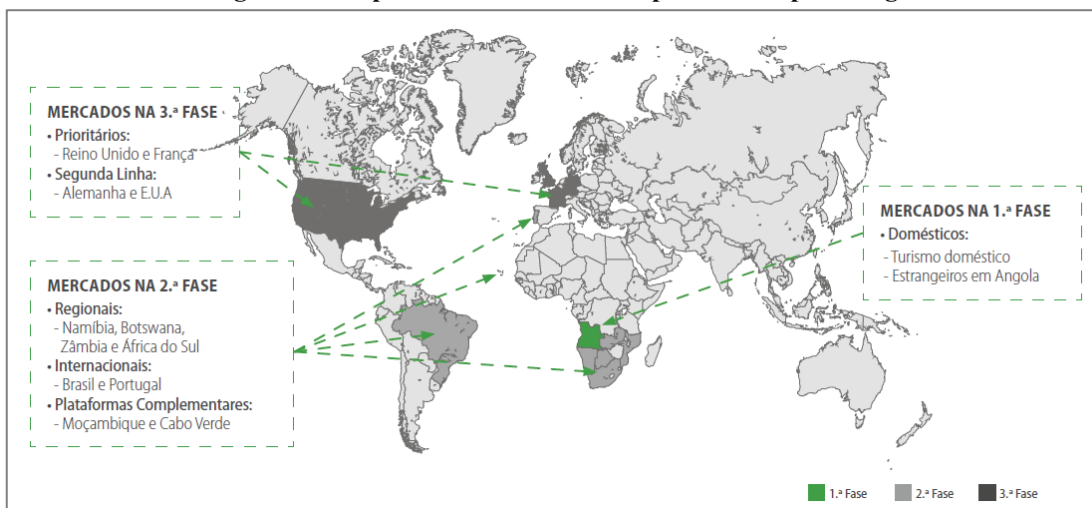


Fonte: PDTA, 2013: 49.

Neste sentido, apresentamos de seguida os 6 eixos estratégicos para o desenvolvimento do setor, com as suas características específicas: **mercados emissores; enriquecimento da oferta; promoção e distribuição; acessibilidades; serviços e competências; qualidade urbana e ambiental.**

Quanto aos **mercados emissores**, o eixo prioritário foca-se no turismo doméstico; nos mercados SADC e nas comunidades angolanas no exterior; nos mercados europeus e globais, conforme o mapeamento da Figura 10.

Figura 10. Mapeamento dos mercados prioritários para Angola



Fonte: PDTA, 2013: 49.

Este crescimento foi projetado para ser executado em três fases distintas, como se pode verificar no Figura 11, e atualmente, encontra-se na 3ª fase.

Figura 11. Progresso da captação de mercados emissores



Fonte: PDTA, 2013: 49.

Quanto ao Turismo Doméstico, com efeitos de captação entre 2011 a 2013, assumida como a 1ª fase para captação de turistas, previu-se os segmentos como o turismo social, angolanos residentes com poder de compra e estrangeiros a trabalhar em Angola, como se verifica na Figura 12.

Figura 12. Mercados emissores: 1ª fase – Turismo Doméstico

<p>1.ª FASE MERCADO DOMÉSTICO</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Aposta no mercado doméstico através do desenvolvimento de uma estratégia detalhada para cada segmento ao nível da promoção, produtos e acessibilidades, tendo em conta as realidades regionais e os distintos segmentos de motivações turísticas • Enfoque em iniciativas que visem estimular o turismo social • Promoção dos principais pólos turísticos entre os Angolanos com maior poder de compra e estrangeiros residentes em Angola
--	---

Fonte: PDTA, 2013: 50.

Relativamente à 2ª fase, trabalhos previstos entre 2013 a 2015, apresentaram-se eixos estratégicos para a captação de turistas provenientes de países como os da SADC (Namíbia, Botswana e Zâmbia) e países de acolhimento de cidadãos angolanos como Portugal, Brasil e África do Sul, conforme a Figura 13.

Figura 13. Mercados emissores: 2ª fase – SADC e países de acolhimento de cidadãos angolanos

<p>2.ª FASE MERCADOS REGIONAIS E TRADICIONAIS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Enfoque nos países da SADC, priorizando os esforços na captação de turistas provindos dos países mais próximos, nomeadamente Namíbia, Botswana e Zâmbia • Potenciação de medidas de atracção de turistas no maior mercado da África Subsaariana: a África do Sul • Promoção do Turismo em países de acolhimento de emigrantes Angolanos ou seus descendentes, dando especial destaque aos mercados de Brasil e Portugal
--	--

Fonte: PDTA, 2013: 50.

Quanto à 3ª fase, a atual, para concretização entre 2015 e 2020, o PDTA assume os *mercados internacionais* (Reino Unido, França, Alemanha e EUA) (Figura 14) como eixo estratégico.

Figura 14. Mercados emissores: 3ª fase – Países internacionais

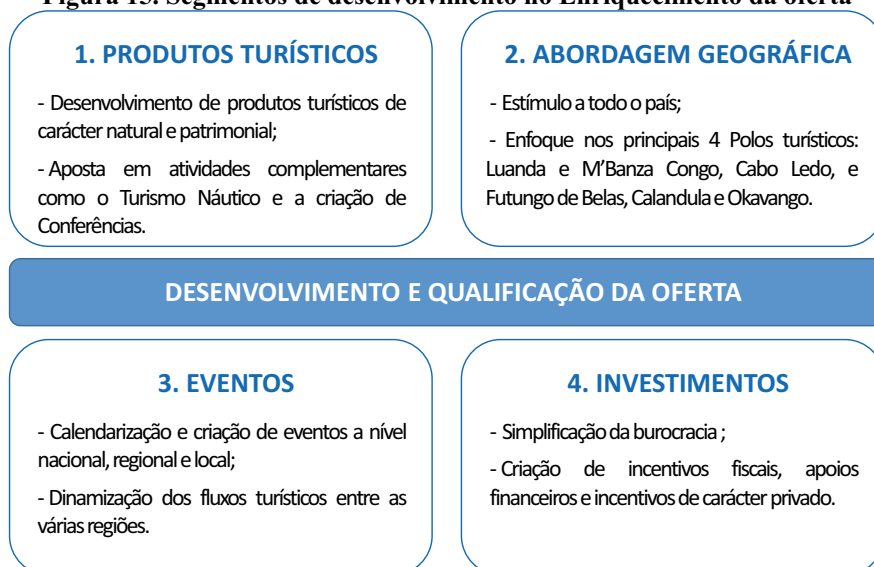
<p>3.ª FASE MERCADOS INTER-NACIONAIS*</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Alargamento do esforço de captação de turistas aos mercados não africanos que mais enviam turistas para a África Subsaariana – Reino Unido e França • Aposta em feiras e outros eventos internacionais que permitam uma comunicação mais alargada e globalizada de Angola enquanto país turístico de eleição • Definição de uma segunda linha de países a alcançar dado o volume de turistas e o seu poder de compra – E.U.A. e Alemanha
---	--

* Dado o horizonte temporal para a implementação da 3.ª fase, as prioridades devem ser reavaliadas na altura da implementação, à luz dos desenvolvimentos entretanto verificados nos mercados externos

Fonte: PDTA, 2013: 50.

O segundo ponto estratégico, **enriquecimento da oferta** encontra-se também organizado em três fases de aplicação, onde se prevê a reestruturação de 4 polos turísticos-chave para que seja possível uma ampliação geográfica crescente e sustentada, com recurso a especificidades locais que identificam os lugares como únicos. Foram propostos segmentos de desenvolvimento como: *produtos turísticos*; *abordagem geográfica*; *eventos* e *investimentos*, conforme a Figura 15.

Figura 15. Segmentos de desenvolvimento no Enriquecimento da oferta



Fonte: Adaptado de PDTA, 2013.

No segmento dos *produtos turísticos*, Angola possui um leque de oferta a nível dos recursos turísticos, desde as paisagens costeiras até às zonas montanhosas, a cultura de sol e mar, a oferta gastronómica e artesanal. O PDTA propôs alguns exemplos como se verifica na Figura 16.

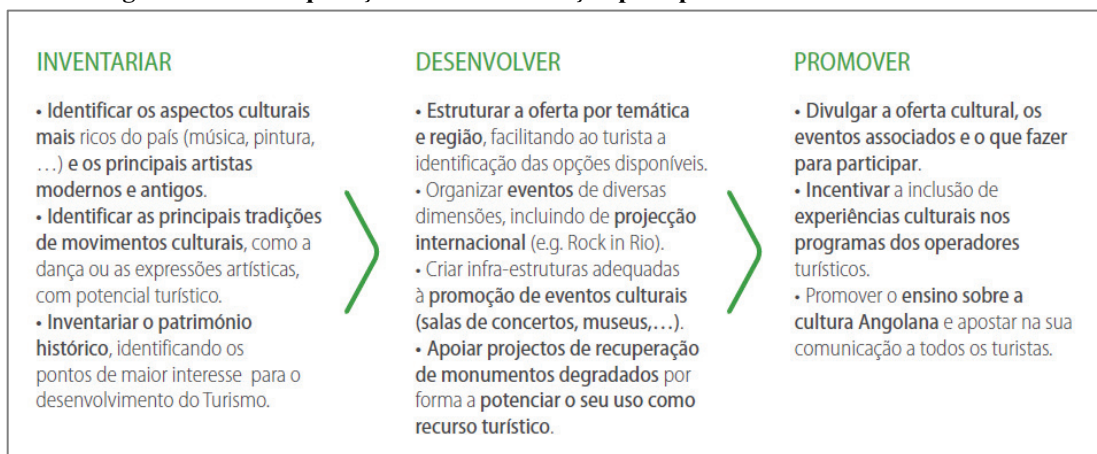
Figura 16. Recursos turísticos existentes



Fonte: Adaptado de PDTA, 2013.

A aposta de desenvolvimento do **enriquecimento da oferta** é elaborada no PDTA conforme os panoramas e as práticas internacionais. Por tal, defende que a oferta deve dispor de *Atrações Turísticas* que visem a captação de turistas, através da realização de eventos culturais, de modo a tirar partido da oferta existente de Angola; que se pratiquem *Roteiros de Touring*, com oferta de circuitos temáticos no âmbito de rotas regionais, face às mostras de artes e ofícios locais; necessidade de boas *Infraestruturas*, sobretudo no que diz respeito a facilidades de acesso e sinalética adequada; existência de *Serviços Complementares* como unidades de alojamento e restauração, assim como informação turística controlada a ser entregue aos turistas. Em consonância com o apresentado anteriormente, um dos nichos de mercado em que Angola pretende apostar é no Turismo Cultural (Figura 17), não só pela necessidade de diversificação de oferta assim como pelo número de elementos culturais, históricos e patrimoniais existentes no país.

Figura 17. Hierarquização das linhas de ação para potenciar o Turismo Cultural



Fonte: PDTA, 2013: 57.

A gastronomia, os eventos locais, a criação de parques temáticos e a recriação de momentos históricos também está nos horizontes do PDTA, para promoção e divulgação do seu património cultural e histórico.

O principal nicho de mercado de Angola, para além do *Turismo de Negócios*, é a vertente *Sol & Mar*. Para o efeito, pretende-se que haja uma melhoria das praias e das áreas envolventes com serviços e equipamentos que possam corresponder às necessidades dos turistas; melhorar o alojamento e as acessibilidades para uma procura mais centrada e específica dos diferentes locais disponíveis ao longo da costa angolana.

O *Turismo da Natureza* é uma procura constante de aposta para o mercado angolano, no sentido em que a oferta existente é alargada e as paisagens e os cursos de água (Figura 18) são muito diferentes de região para região, o que as torna únicas e de experiências singulares para que possam ser visitas por quem as procura.

Figura 18. Diversidade de oferta para o Turismo da Natureza



Fonte: PDTA, 2013: 66.

Neste sentido, pretende-se melhorar os passeios pedestres de acesso, assim como criar rotas temáticas dentro dos próprios parques naturais.

Quanto ao segmento da *abordagem geográfica* esta é faseada em três, da seguinte forma:

- Cultural

- Prioridade: Futungo de Belas
- Evolução: Luanda, M'banza Congo, Muxima, Lubango, Soyo, Malange, Benguela e Cunene

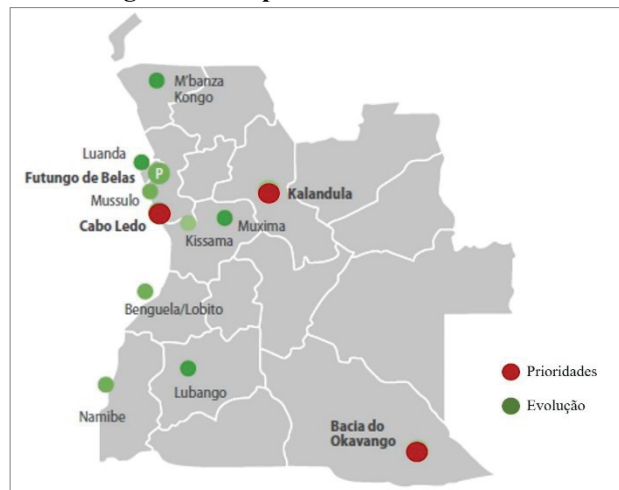
- Sol & Mar

- Prioridades: Cabo Ledo
- Evolução: Mussulo, Benguela / Lobito e Namibe

- Natureza

- Prioridades: Kalandula e Bacia do Okavango
- Evolução: Kissama, de acordo com o mapa a seguir apresentado.

Figura 19. Mapa dos Polos Prioritários

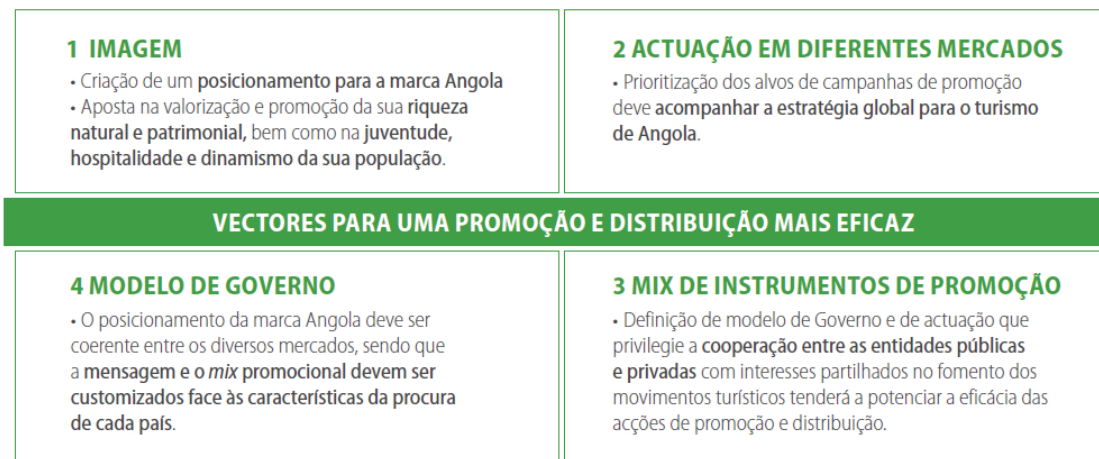


Fonte: Adaptado de PDTA, 2013: 68.

No que diz respeito ao segmento dos *eventos* é pretendido alcançar o turismo inter-regional de modo a oferecer uma maior oferta de serviços e produtos que captem turistas domésticos e internacionais; pretende-se reaproveitar os recursos turísticos existentes para apresentar e promover as diferentes regiões angolanas; apostar em eventos de mega escala de modo a que o reconhecimento seja capaz além-fronteiras.

Quanto ao terceiro ponto estratégico, **Promoção e Distribuição** organizado em três fases, num sistema de *mix* estrutural e de aposta, tal como se verifica na Figura 20.

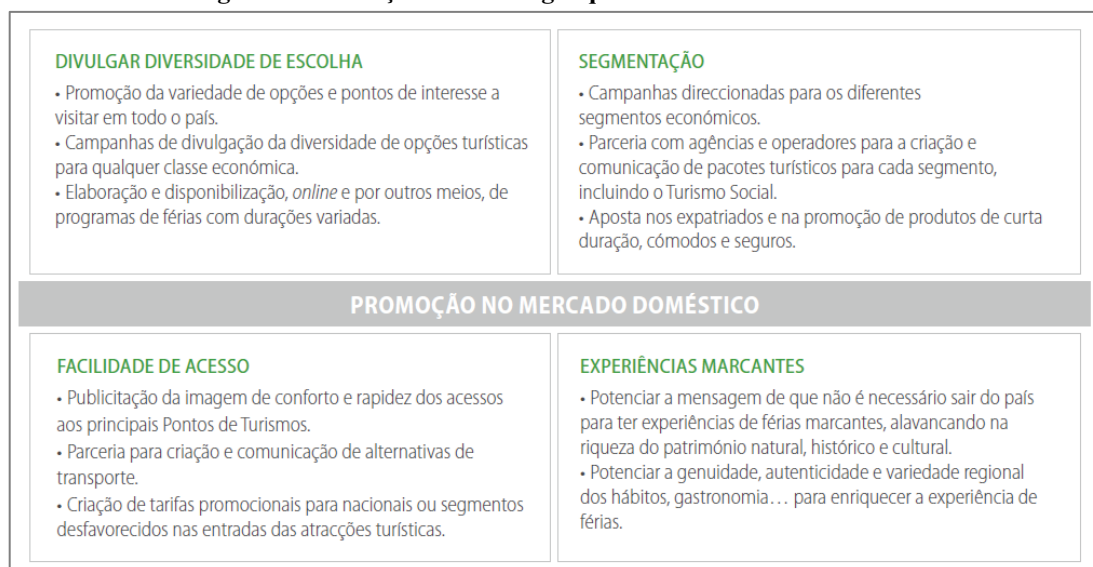
Figura 20. Mix de ações apresentadas para a Promoção e Distribuição



Fonte: PDTA, 2013: 74.

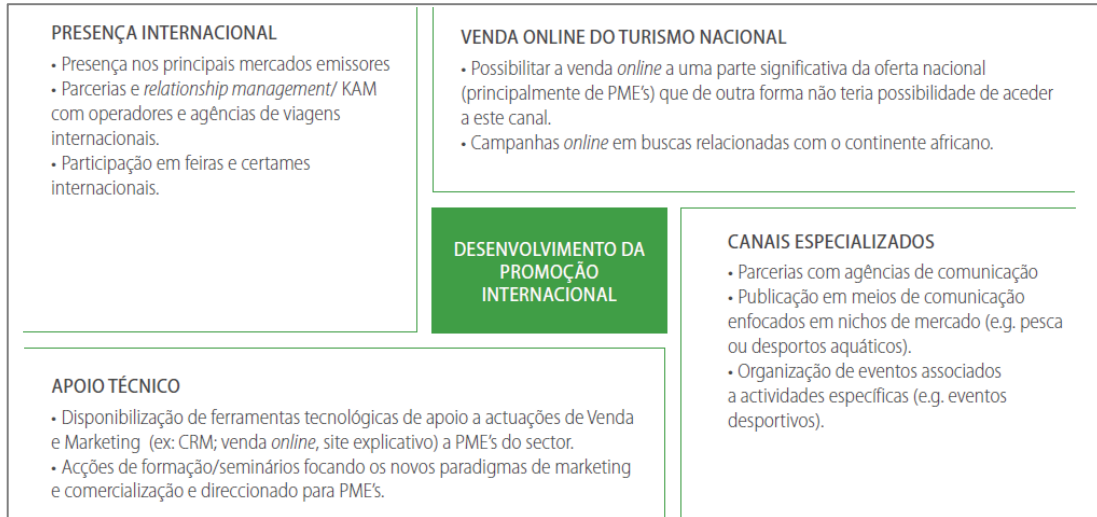
A fase de aplicação irá de encontro aos mercados emissores, isto é, tem início no mercado doméstico, posteriormente nos países vizinhos e de países com grandes percentagens de população angolana e por último pretende entrar no mercado internacional, tal como nas Figuras seguintes.

Figura 21. Evolução da estratégia quanto ao Turismo Doméstico



Fonte: PDTA, 2013: 76.

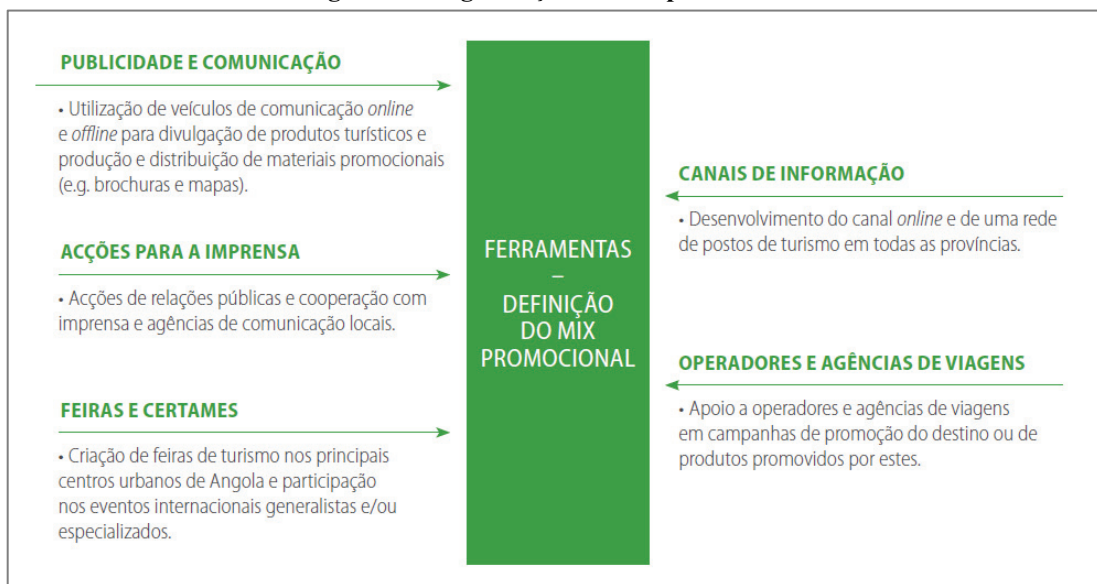
Figura 22. Evolução da estratégia quanto aos Mercados internacionais



Fonte: PDTA, 2013: 77.

Assim foi apresentado um *mix-promocional*, como se pode verificar na Figura 23, que é caracterizado por definir ferramentas de aplicação como: publicidade de comunicação; ações para a imprensa; feiras e certames; criação de canais de informação e apoio por parte de operadores e agências de viagens.

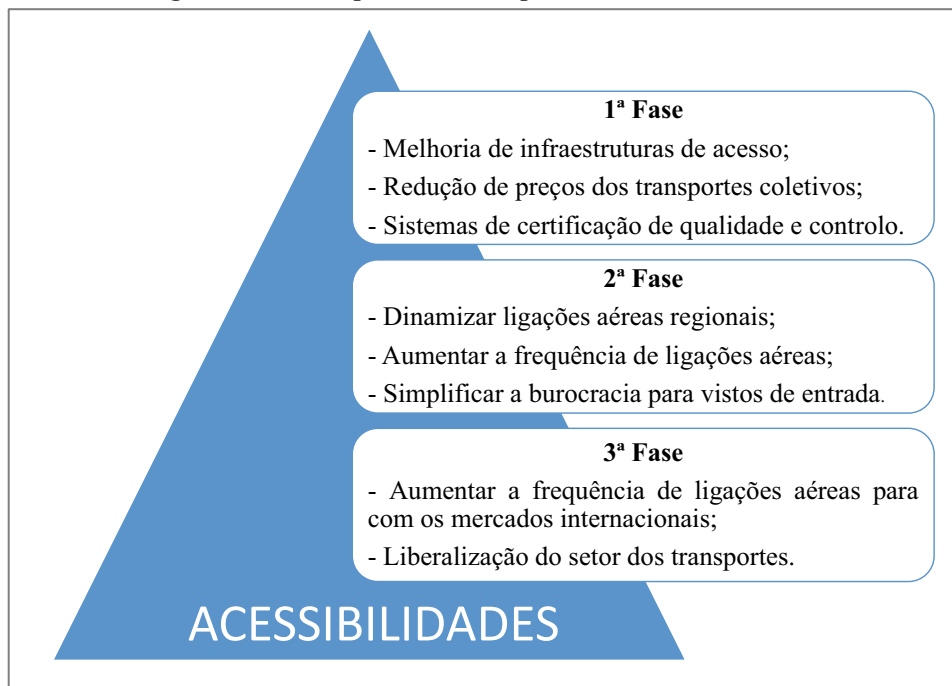
Figura 23. Organização do mix-promocional



Fonte: PDTA, 2013: 78.

Com o quarto eixo prioritário, **Acessibilidades** procura-se aumentar a frequência das ligações aéreas quer regionais como internacionais, de modo a propor redução de preços e recorrer a operadores turísticos *low cost*. Neste sentido, e da mesma forma que o ponto anterior se organiza pelos mercados emissores, o mesmo acontece neste quarto eixo, tal como se verifica na Figura 24.

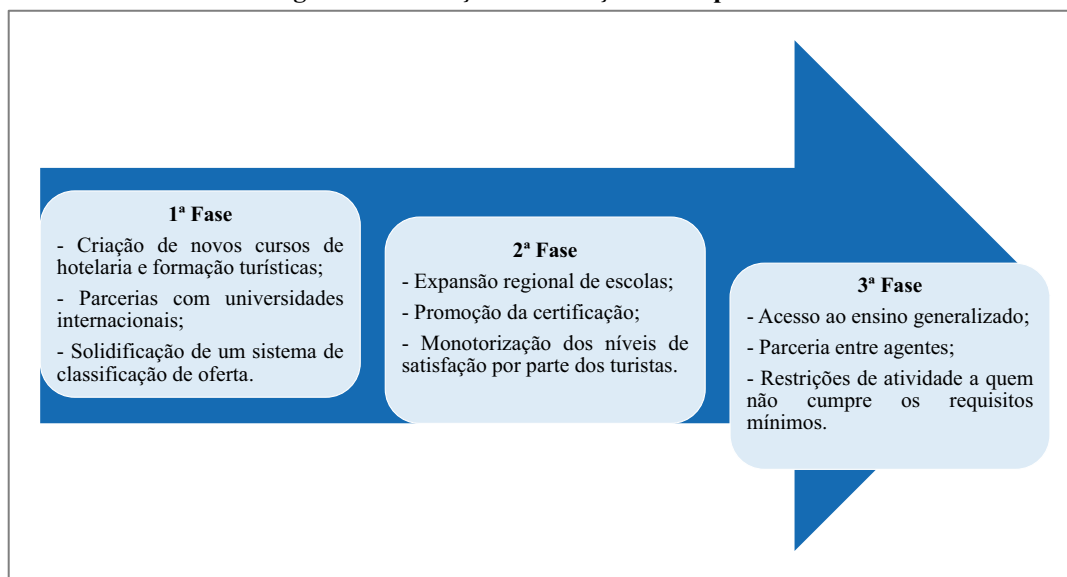
Figura 24. Hierarquia do 4º eixo prioritário: Acessibilidades



Fonte: Adaptado do PDTA, 2013.

No quinto eixo prioritário, **Serviços e Competências** (Figura 25), o PDTA assume como ponto-chave a formação dos trabalhadores e de criação de carteiras profissionais, por forma a melhorar os recursos humanos para uma melhoria da oferta turística.

Figura 25. Evolução de Serviços e Competências



Fonte: Adaptado do PDTA, 2013.

Ao nível da formação é proposto um esforço de ampliação e adequação à procura, face ao que existe já nas universidades e o que é necessário promover e criar, e desta forma são colocadas algumas questões em aberto, tal como a Figura seguinte mostra.

Figura 26. Proposta de formação



Fonte: PDTA, 2013: 85.

Os padrões de qualidade tornam-se cada vez mais importantes no que diz respeito à análise e experiência vivida por parte do turista. Neste sentido, a monitorização da satisfação dos turistas é prevista no PDTA com parâmetros como a certificação e a classificação (Figura 27), através da realização de questionários, através de uma abordagem qualitativa que permita a obtenção de resultados estatísticos para uma melhor resposta ao que poderá vir a ser proposto num futuro próximo.

Figura 27. Certificação e classificação da oferta

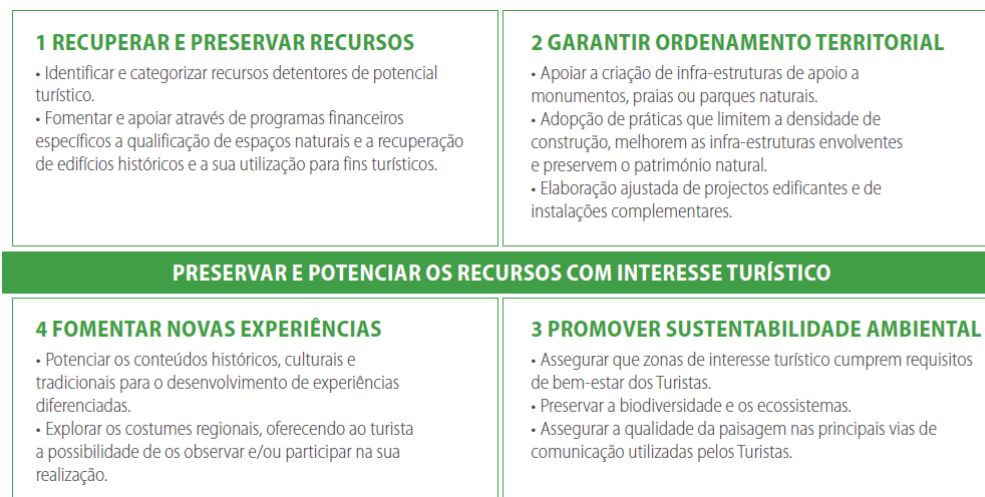
CERTIFICAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Reconhecimento formal após a realização de uma auditoria de que a instituição cumpre as Normas aplicáveis. • Avaliação e certificado devem ser realizados por entidades externas independentes e acreditadas. • Certificação deverá seguir critérios definidos por instituições reconhecidas internacionalmente (e.g. ISO*). • Aplicável a todos os agentes do sector.
CLASSIFICAÇÃO	<ul style="list-style-type: none"> • Atribuição de classificação (e.g. estrelas) que reflectam a avaliação das condições e qualidade oferecidas pelos serviços e instalações. • Tradicionalmente aplicada apenas a hotéis, a lógica deve ser transferida para outros agentes (e.g. bandeira azul nas praias). • Lei nacional deve definir os critérios de classificação e a sua execução deverá ser responsabilidade do próprio Ministério. • Aplicação dos critérios de avaliação uniforme em todo o território.

Fonte: PDTA, 2013: 89.

O desenvolvimento da formação e a solidificação dos sistemas de certificação e classificação envolvem as competências e a cooperação de diversas entidades.

Por último, o 6º eixo estratégico assume o crescimento da **Qualidade Urbana e Ambiental**, que procura atingir os seus fins através da preservação do meio ambiente e de áreas de conservação; preservar e recuperar ativos turísticos (Figura 28), históricos e culturais e criar de políticas para o ordenamento turístico.

Figura 28. Gestão e manutenção de recursos turísticos



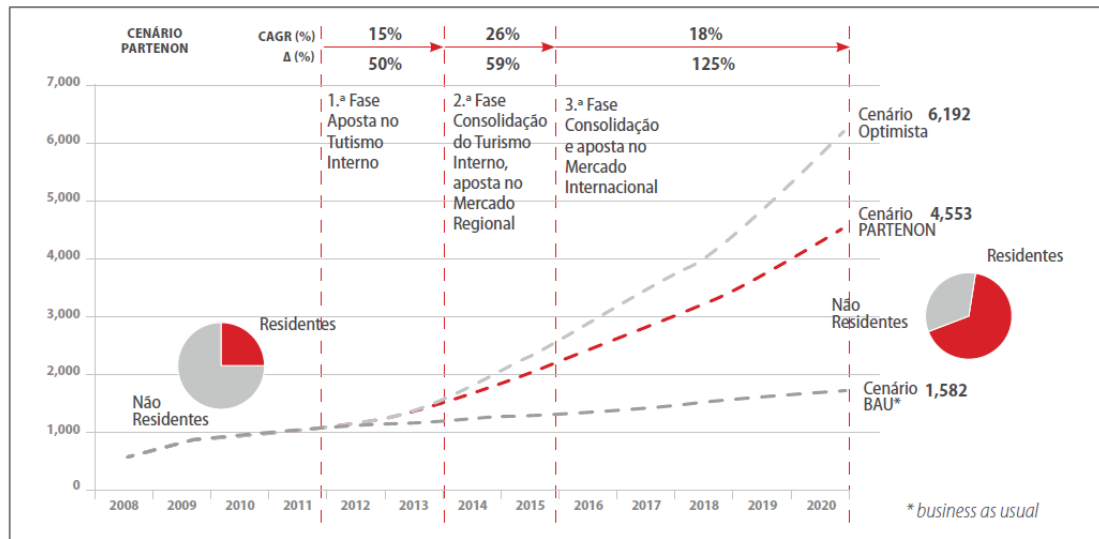
Fonte: PDTA, 2013: 94.

O ordenamento do território tem como objetivo a melhoria das condições adjacentes e de acessos aos Polos Turísticos, assim como a resposta ao desenvolvimento do sector e dos meios urbanos deve estar em consonância com as políticas de conservação ambiental e sustentabilidade. É necessário um esforço maior na recuperação e conservação do vasto património natural, histórico e cultural de Angola o que requer Investimento, faseado. A preservação da qualidade dos meios urbanos e do ambiente exige o envolvimento e cooperação ativa entre diversas entidades, públicas e privadas.

7.3. Objetivos e Polos turísticos

Face aos recursos naturais e ao potencial turístico que Angola oferece e de acordo com PDTA, estima-se que, até 2020, haja uma atração turística de 4,5 milhões com a previsão de criação de um milhão de empregos, conforme a Figura 29.

Figura 29. Previsão para Angola 2020



Fonte: PDTA, 2013: 38.

O retorno dos investimentos, o aumento da procura e a perspectiva de crescimento da economia superior a 6%, aliada à alta taxa de ocupação hoteleira na ordem de 83%, fazem do *Turismo* um dos setores mais promissores de Angola.

A estratégia, de acordo com o PDTA passa ainda pelo aumento da frequência de voos para os mercados prioritários, a redução dos preços das passagens aéreas e a melhoria dos acessos rodoviários, ferroviários e portuários. Angola não é só *Sol & Mar* e o país concentra na sua área territorial uma enorme diversidade geográfica, natural e cultural, a qual poderá contribuir de forma decisiva para diversificar a oferta e aumentar a procura e as motivações turísticas.

Pelo diagnóstico elaborado pelo PDTA, dois terços do turismo angolano referem-se a Portugal, China e Brasil, para além do mercado regional (países circunvizinhos). Toda esta estratégia assenta no crescimento económico que Angola tem e que se revê no crescimento económico de outros países africanos.

África foi a terceira região que mais cresceu no Mundo: a classe média em África triplicou nos últimos anos. Prevê-se que, até 2030, mais de metade da população africana viverá em áreas urbanas. Assim, as autoridades angolanas têm agora uma visão e uma *Estratégia Nacional para o Turismo*: definiram-se os produtos, os mercados prioritários e de aposta, procurando-se um novo rumo.

Esse Plano prevê ações estruturais que visam melhorar os Polos de Desenvolvimento do Turismo, o Fundo de Desenvolvimento do Turismo, conseguidas através de ações de

formação e capacitação, de modo a praticar o fomento do Turismo Social, bem como a promoção deste na perspetiva de novos mercados.

Foram aprovadas as orientações para a criação de três novos polos de desenvolvimento turístico, prioritários, para promover o Turismo em Angola, a par do Pólo de Desenvolvimento Turístico do Futungo de Belas:

- Pólo de Desenvolvimento Turístico de Calandula;
- Pólo de Desenvolvimento Turístico de Cabo Ledo;
- Pólo de Desenvolvimento Turístico da Bacia do Okavango.

Angola é, assim, parte de um projeto ambicioso para se criar uma reserva transfronteiriça de conservação ambiental, de fauna selvagem e de Turismo Ecológico, que inclui países como a Zâmbia, o Zimbabwe, o Botswana e a Namíbia, denominado *Okavango-Zambeze* ou simplesmente *KAZA - ATFC*.

Pretende-se, assim, estruturar o turismo em Angola, em torno dos recursos naturais, da paisagem, do sol, da praia e do património cultural, devendo-se, igualmente, incrementar o Turismo de Negócios, aproximando-se o mais possível da diversidade de oferta dos padrões internacionais.

De acordo com o PDTA, a criação dos Polos teve como objetivo a dinamização do Turismo na região e no desenvolvimento local, com a comunidade a fazer parte da sua evolução, estratégia e desenvolvimento; pretende-se dar resposta efetiva às necessidades da gestão ao território, divulgação, promoção e conservação do que o país tem para oferecer.

Assim, consciente que os números do PDTA, podem não ser realistas e estarem desajustados face a realidade, este foi elaborado com os pressupostos de um grande desenvolvimento económico. Era já irrealista dado que a realidade nacional, nomeadamente, a nível de infraestruturas, bem como o nível de segurança, nunca permitiria um desenvolvimento como aquele que é proposto neste Plano. O turista mais informado não viaja para um país inseguro e com infraestruturas escassas e de pouca qualidade.

7.4. Conclusão

O *Turismo* em Angola para se desenvolver deverá passar pela criação e reformulação das políticas que criam o mercado nacional, regional e internacional, para além da confiança

necessária à criação de um destino com os requisitos que caracterizam os destinos turísticos de excelência.

Um país com potencialidades, como é o caso de Angola, tem por certo, desafios, pela frente podendo constituir um futuro promissor, situando-se o Turismo na linha da frente quanto ao desenvolvimento do país, a par de outros setores.

Concluimos assim que o PDTA é um documento bem estruturado, passível de ser executado se a evolução económica do país se mantivesse estável. É notório que a degradação económica em Angola levou ao descalabro da política de desenvolvimento, e progresso que se vinha verificando. Assim, não podemos dissociar deste contexto os investimentos no Turismo. O PDTA apontava para necessidade de fortes investimentos quer públicos quer privados nesta área.

Verificamos que nem a nível de infraestruturas, programação, formação de quadros e promoção do Turismo interno e externo tudo se degradou. Não foram cumpridos os objetivos mínimos a que se propunha o PDTA, desde logo pela degradação da segurança o que torna o destino Angola menos atrativo para o turista normal.

Nestas condições verificamos que os objetivos do PDTA até 2016 não foram cumpridos e não vislumbramos nenhuma hipótese de cumprir os objetivos de 2020.

Capítulo 8. Análise e interpretação dos resultados

8.1. Introdução

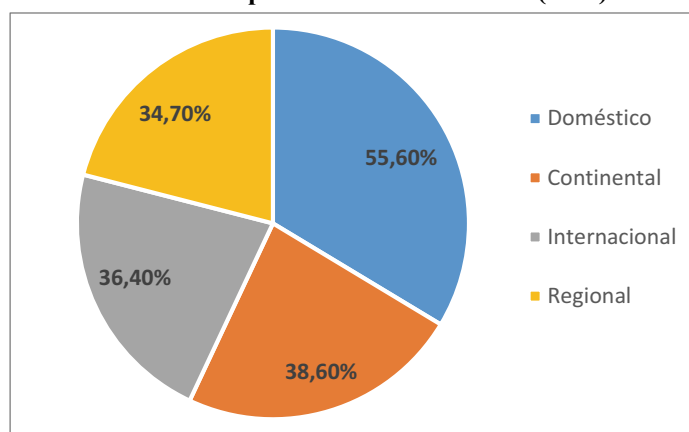
Neste capítulo irão ser apresentados os resultados da interpretação e análise da recolha de dados com vista a perceber o ponto de vista dos inquiridos no estudo.

Quanto ao questionário realizado, as respostas são abertas e fechadas, permitindo obter respostas que possibilitam a comparação analítica de cada inquirido (técnicos ligados ao setor do *Turismo*, operadores, docentes e alunos) e entender o perfil do turista em Angola e conseqüentemente a aplicabilidade do PDTA que é irrealista face a conjuntura atual.

8.2. Apresentação dos resultados

As tabelas e gráficos que se seguem, mostram a informação obtida como resultado dos questionários elaborados, que foi tratada no *software* estatístico *SPSS*:

Gráfico 5. Tipo de Turista Prioritário (2016)



Fonte: Elaboração Própria.

De acordo com Gráfico 5, relativo ao tipo de turista prioritário, para o ano de 2016, as respostas aos questionários revelam que 55,6% dos inquiridos defende que o Turista Doméstico é o prioritário, indo de encontro com o defendido no PDTA. Em segundo lugar, o oriundo do Continente em 38,6% e, depois o Internacional com 36,4%.

Quando questionados sobre se o segmento Sol e Mar constituem uma alavanca primordial para o futuro próximo, os resultados demonstraram que a maioria considera o Sol & Mar como alavanca primordial para o desenvolvimento e divulgação do Turismo em Angola em 75%. Apenas 25% respondeu negativamente.

Tabela 17. Qual o estado de desenvolvimento em que se encontram os Polos Turísticos que foram traçados pelo PDTA, na sua opinião?

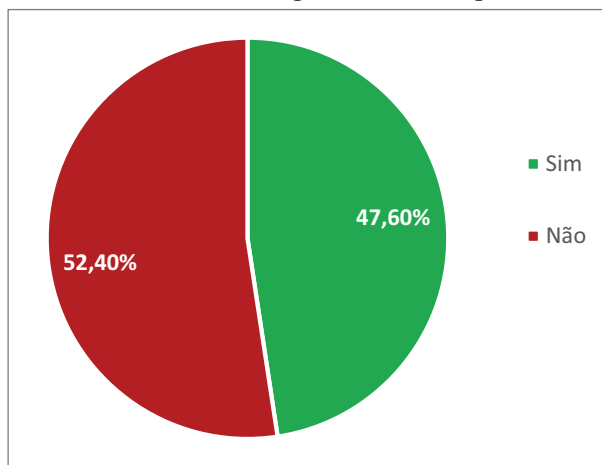
Polos de Desenvolvimento	Estado Atual/Polos	% Válida
Bacia do Okavango	Estudo e Planeamento	55,1
Cabo Ledo	Estudo e Planeamento	41,5
Kalandula	Estudo e Planeamento	40,4
Futungo	Projeto e Obras	48,9
Mussulo	Projeto e Obras	36,2

Fonte: Elaboração Própria.

Na Tabela 17 observam-se de acordo com o definido no PDTA, o estado de desenvolvimento de cinco Polos Turísticos: Cabo Ledo, Kalandula, Bacia do Okavango, Mussulo e Futungo. Estes foram apresentados sob a abordagem geográfica nacional, no que diz respeito aos produtos turísticos, e de acordo com a nossa revisão bibliográfica, o objetivo é a criação de um desenvolvimento sustentável, junto da comunidade local.

Em relação à Bacia de Okavango, os inquiridos responderam afirmativamente que se encontra no estado de Estudo e Planeamento, com 55,1%. Em Cabo Ledo, 41,5% dos inquiridos dá a mesma resposta e em Kalandula, 55,1%. No que se refere a Futungo, 48,9% dos inquiridos refere que o Polo se encontra na fase de Projeto e Obras, assim como em Mussulo, com 36,2% dos inquiridos a responderem, positivamente.

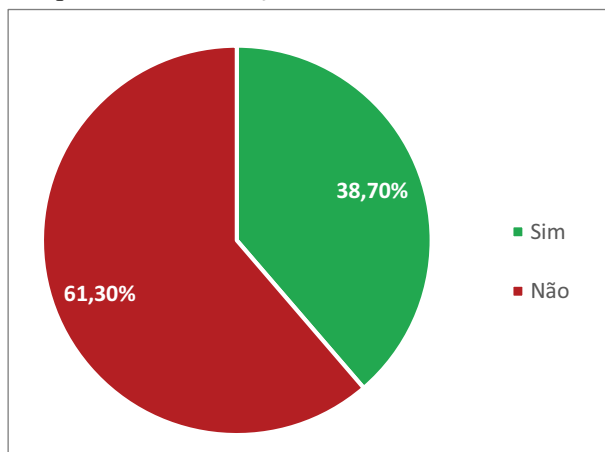
Gráfico 6. Face à realidade atual de Angola, considera que o Turismo retrocedeu?



Fonte: Elaboração Própria.

Conforme se pode verificar no Gráfico 6, do total dos inquiridos, 52,4% revelou que *Não* tinha havido um retrocesso no turismo face à realidade atual. Segundo estes, os esforços que as autoridades angolanas têm feito para o desenvolvimento do Turismo desde a cessão do conflito armado, permitiu uma melhoria das infraestruturas e criação de novos bens como resposta de uma melhor oferta, face à situação de crise económica acentuada.

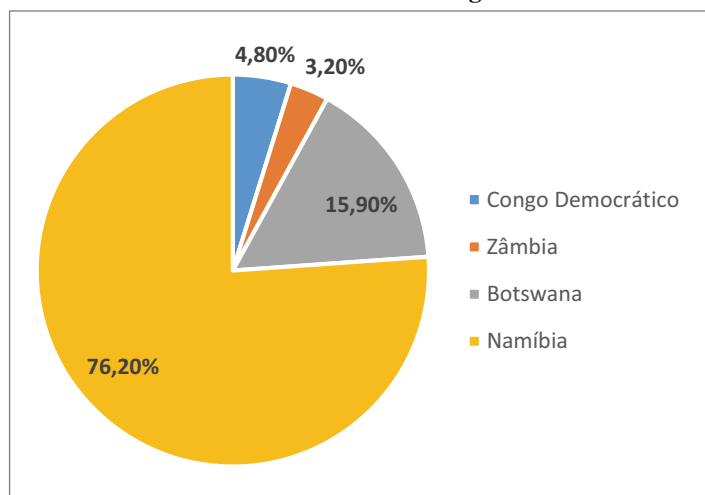
Gráfico 7. Considera que os bens e serviços existentes no setor turístico são competitivos?



Fonte: Elaboração Própria.

Em consonância com o apresentado no Gráfico 7 a questão colocada é: saber se os inquiridos consideram que os bens e serviços no setor turístico são competitivos. Do total dos inquiridos 61,3% responde que Não e assim assumem que o mercado angolano não se encontra em condições de competir regionalmente ou até mesmo internacionalmente. Os restantes 38,7% dos inquiridos consideram que é possível competir com outros destinos.

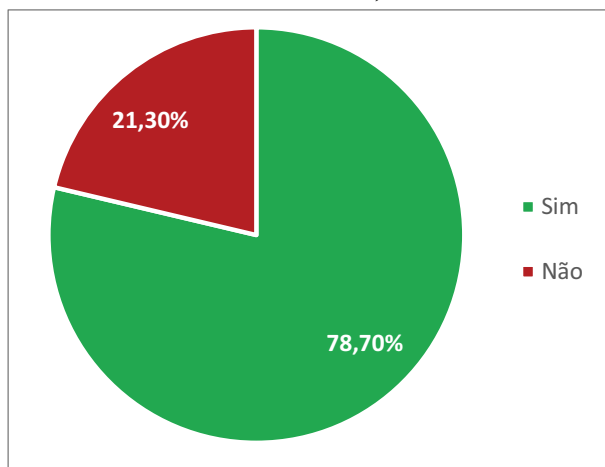
Gráfico 8. Relativamente às regiões de fronteira, qual delas considera que poderá estimular mais o desenvolvimento em Angola?



Fonte: Elaboração Própria.

Quando questionados sobre: quais as regiões de fronteira que considera que poderá estimular mais o desenvolvimento em Angola, os resultados mostraram que 76,2% dos inquiridos destacaram a Namíbia que faz fronteira a sul de Angola. Em segundo lugar, o Botswana com 15,9%. Em terceiro e quarto lugares, o Congo Democrático e a Zâmbia com 4,8% e 3,2%, respetivamente.

Gráfico 9. Considera que Angola poderá atingir um nível de desenvolvimento turístico como os países concorrentes da região, nomeadamente, os mais próximos (Namíbia; Botswana, África do Sul e Zâmbia)?



Fonte: Elaboração Própria.

No Gráfico 9 as respostas vão de encontro à questão colocada, se considera que o desenvolvimento turístico de Angola, poderá ser similar ao observado nos países concorrentes da região, como a Namíbia, o Botswana, a África do Sul e a Zâmbia. 78,7% dos inquiridos responderam afirmativamente e 21,3%, negativamente. Angola possui produtos turísticos estratégicos e concorrentes aos dos países acima referidos, tal como a zona costeira que permite o Turismo de Sol & Mar, com as suas atividades dependentes, como o Turismo Náutico e as paisagens diversas que vão de encontro ao Turismo de Natureza. Neste sentido, a questão colocada vai de encontro a estes mesmos parâmetros.

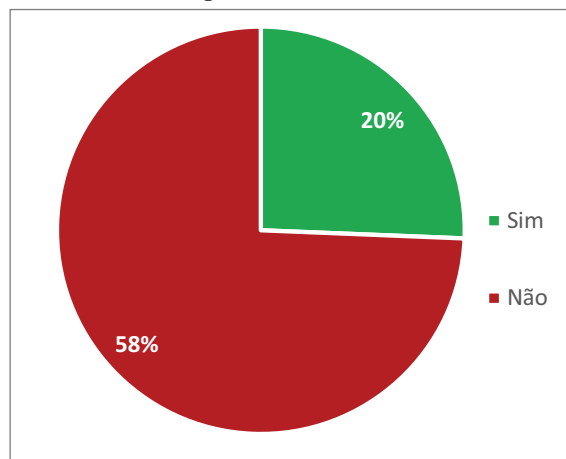
Tabela 18. Quais os fatores que considera mais críticos para o desenvolvimento do Turismo em Angola (Acessibilidade)?

Fator de Desenvolvimento para o Turismo	% Válida	Fator Mais Relevante (% Válida)
Acessibilidade	66	51,6
Mobilidade	31,8	9,7
Segurança	45,5	9,7
Saúde	37,8	2,2
Ligações Aéreas	32	4,8

Fonte: Elaboração Própria.

Conhecer quais os fatores mais relevantes (críticos) para o desenvolvimento turístico de Angola, é o que se encontra apresentado na Tabela 18. O fator Acessibilidade é o que mais se destaca com um peso de 51,6%. De seguida, a mobilidade e a segurança, com 9,7%, cada. As ligações aéreas correspondem a um peso de 4,8% e a saúde a 2,2%. Assim, a falta de infraestruturas é um fator primordial a ser desenvolvido para os inquiridos. A segurança face à oferta turística, também surge em destaque para o turista e para o consumidor local.

Gráfico 10. Está prevista uma Revisão do PDTA?



Fonte: Elaboração Própria.

No Gráfico anterior procuramos compreender se os inquiridos possuem conhecimento sobre se está prevista uma Revisão do PDTA. O setor do Turismo tem vindo a sofisticar-se com largos investimentos em publicidade nos mercados alvos, informação sistemática sobre a qualidade daquilo que cada mercado oferece. Com os resultados acima referidos e nestas circunstâncias, apesar do esforço feito a nível de infraestruturas, o mesmo ainda não produziu efeitos uma vez que os investimentos ficaram a meio caminho. Deparamos-nos, assim, com uma diminuição dos fluxos já existentes para Angola e até o dado momento não há previsão para revisão do PDTA.

8.3. Discussão dos resultados

Tendo em consideração que o PDTA deixou de ter qualquer tipo de viabilidade face à realidade atual do país (com a crise económica), ao longo deste estudo, foi referido várias vezes a importância de planeamento, considerando-o como um recurso estratégico para o desenvolvimento. Assim, foi essencial a análise de vários Planos de Desenvolvimento Turísticos em Angola, em exemplo o PDTA (Plano Diretor do Turismo), (PND Plano Nacional de Desenvolvimento), POT (Plano Operativo do Turismo para a diversificação da Economia) e o Plano de Tarefas do MINHOTUR.

Salienta-se a urgência de analisar e ajustar o PDTA ao desenvolvimento do *Turismo* em Angola encontrando-se com insuficiências nas questões de base ao desenvolvimento e crescimento, devendo ser, urgentemente, acompanhamento e monitorizado e adaptado à nova realidade.

No Turismo e, de acordo com a sua crescente importância nos últimos anos, é essencial ter em conta que o seu desenvolvimento irregular poderá trazer graves efeitos e

consequências irreversíveis para a sociedade, recursos e valores naturais, territoriais, ambientais e patrimoniais, a médio longo prazos. Falar de *Turismo* em Angola é confirmar que o Plano traçado está desajustado em vários aspetos como com o fator social (dada a taxa de desemprego crescente) e o económico.

É necessário entender que o *Turismo* é um setor transversal, onde há necessidade de se criar um sistema funcional de forma a apresentar uma oferta à altura.

Com a crise económica generalizada, o PDTA tem agora de ser complementado e revisto: pelo desinvestimento visível em todo o país, nomeadamente, no *Turismo*, assim como no aumento de desemprego que tem criado problemas sociais como a criminalidade, que por sua vez dão lugar a situações negativas para o desenvolvimento do próprio país, e mais especificamente no setor turístico.

De acordo com o Fórum realizado e apresentado pelo *Rui Teixeira Santos* (Lisboa, 2014), este afirma o seguinte:

(...) o PDTA (2011) tem metas ambiciosas, a política do turismo a desenvolver, implica concretizar o Plano de Ação, de Coordenação, de acompanhamento e a implementação do PDT, com estas ações perspetiva - se a criação de um milhão de postos de trabalho diretos e indiretos. Estima-se uma receita de cerca de 4,7 biliões de dólares americanos, um aumento significativo no peso do PIB e 4,6 milhões de turistas nacionais e internacionais, indicadores muito importantes para concretização dos objetivos definidos e resultados esperados. Mesmo que não se realizem essas metas, há pelo menos uma definição de objetivos (Santos, 201: s.p.).

Diante da transversalidade inerente ao setor do Turismo, o êxito da atividade não dependerá, apenas da qualidade dos alojamentos, restauração e animação, mas sim do modo como a comunidade local se comportará perante o turista, aos mais variados níveis. Se se pretender assumir Angola como destino turístico, os poderes públicos têm que tomar atitudes proactivas que defendam a qualidade do ambiente, infraestruturas e serviços. Há a necessidade de uma política de *Turismo Inclusiva* e com benefícios a curto e longo prazo.

Cunha (1987) referiu que ao considerar o *Turismo* como setor-chave para o desenvolvimento económico, o governo deve colocar o setor no seu verdadeiro lugar e assumir o mesmo como decisivo. O autor defende 6 princípios que devem ser definidos como:

- I. O crescimento do Turismo terá de ser compatível com o crescimento equilibrado das estruturas de apoio e de enquadramento;

- II. O Turismo (...) assentará a base do seu desenvolvimento na defesa intransigente da qualidade e oferta;
- III. A recuperação das zonas degradadas com potencialidades de aproveitamento turístico, bem como o desenvolvimento das insuficientemente aproveitadas, será tarefa prioritária;
- IV. A oferta turística, em termos de equipamentos, será reorganizada e assentará na diversificação e no seu melhor ordenamento;
- V. A promoção turística será orientada por forma a diversificar mercados e aumentar as receitas;
- VI. Todo o esforço de desenvolvimento turístico terá como pressuposto a participação das populações locais.

Estes princípios foram apresentados e assumidos para o Turismo Português como alavancas de funcionamento para o Plano Nacional do Turismo, a vigorar para o período de 1986-1989, apresentado pela resolução do Conselho de Ministros 17-B/86, de 14 de fevereiro, em Portugal e que pode ser adaptado para o PDTA, visto que não apresenta qualquer desajustamento à realidade de Angola.

As instituições, bem como as populações, tardam em entender o Turismo como um setor e um fator económico e criador de receitas para o país. O Turista em Angola é ignorado e a informação é inexistente; as pessoas estão mais preocupadas com a sobrevivência e com o seu dia-a-dia.

Assim, propomos:

- Descentralizar competências para os governos locais que se encontram conscientes da realidade concreta de cada região, com a criação de planos a nível local, mas ajustado à realidade nacional;
- Programar e divulgar eventos de carácter turístico que procurem captar a visita e permanência de novos turistas, pela criação de postos de informação turística que ajudem e conduzam os turistas para os locais adequados.

O turismo tem vindo a consolidar-se ao longo dos anos, o que pode ser aferido pela evolução do número de turistas e pelas receitas geradas. Nos dias de hoje é fundamental encontrar um equilíbrio entre os interesses económicos que o turismo estimula e o seu desenvolvimento de forma sustentável, o que pressupõe a correta gestão de todos os ambientes, os recursos, as comunidades receptoras de forma a mantendo a sua integridade

cultural, os processos ecológicos, a diversidade biológica dos meios humanos e ambientais (Sarmiento, 2006).

É necessário criar planos de gestão para o uso adequado e rentabilização dos recursos naturais sem que haja impactos negativos.

8.4. Conclusão

No contexto mundial, o Turismo mudou muito devido ao comportamento do consumidor e de novos conteúdos que surgem como produtos turísticos, como as tecnologias de informação incorporadas na oferta. Deste modo, o turismo em Angola tem procurado o seu lugar no mercado de destinos da região da África Austral, no continente africano e até mesmo ao nível internacional.

É necessário que as políticas definidas, sejam exequíveis adotando-as, ao invés de ficarem apenas nas intenções dentro do documento de trabalho. Todo o PDTA, deverá ser reanalisado e reestruturado, dado que as verbas necessárias à sua implementação, são agora mais escassas. As metas apontadas pelo PDTA, estão agora desajustadas. Com a crise económica está ultrapassada, será possível analisar e implementar um qualquer plano ou este reformulado. À crise social, está associada a crise económica e a segurança associada as estas duas. Longe de constituir um obstáculo impeditivo, embora também o seja, a crise deverá ser um momento de demonstração de resiliência nacional, convertendo uma ameaça numa oportunidade, para as autoridades.

CONCLUSÕES

O ponto central desta investigação prende-se com a análise do *Plano Diretor do Turismo de Angola*, PDTA. Contudo, o PDTA e a realidade atual de Angola deixaram de ser compatíveis e por tal os eixos operativos perderam as características propostas; por tal muitos dos investimentos efetuados não foram capazes de se concretizar o que levou à paralisia total do setor do turismo, com repercussões negativas. Desta forma há a necessidade de se rever o PDTA, corrigindo-o e adaptando-o às novas realidades do país e ao cenário, nacional e internacional, atual. Ainda sob esta perspetiva é necessário visitar e alterar conceitos propostos inicialmente no PDTA, por parte dos diferentes setores, público e privado, no sentido de apresentar um plano coeso, sistematizado e coerente com a realidade existente.

Por conseguinte, o Governo Angolano ao criar o PDTA revela que há o interesse e o querer revitalizar e dinamizar a economia angolana, mas ao mesmo tempo os setores da atividade económica estão em contracção. Logo torna-se urgente que as políticas internas permitam criar meios para atrair receitas para o país, de forma a atenuar a realidade sentida pela crise mundial em muitos setores dos produtos turísticos.

Para melhor compreender em que ponto se situa o PDTA, efectuámos uma investigação exhaustiva quanto ao Turismo e às suas componentes face à análise de um Plano Diretor de Turismo, tendo em conta conceitos como o Planeamento e a Sustentabilidade. Demos conta que planear consiste em determinar objetivos, coordenar recursos, materiais e recursos humanos e estabelecer formas de organizar e produzir resultados desejados, no presente para que o futuro consiga ser mais promissor. O Turismo constitui assim, uma ferramenta de suporte à gestão e é uma das alternativas em termos de fatores de crescimento e desenvolvimento económicos.

Uma vertente também importante neste âmbito é a relação do Turismo com a Sustentabilidade: onde se deve procurar conciliar o equilíbrio entre as pretensões dos turistas e das regiões que acolhem estes. Durante o estudo, foram vários os autores que referenciamos e que visam a Sustentabilidade no Turismo, e neste sentido, propomos metas, tal como o Projeto Kasa Polo de desenvolvimento turístico Bacia do Okavango, que visa o estabelecimento de uma área fronteiriça de conservação e manutenção, para a prática de Turismo de Natureza, como o ecoturismo para as bacias hidrográficas de Okavango e Zambeze. O objetivo é criar uma plataforma de biodiversidade e partilhar

benefícios entre os diferentes países associados ao projeto (Angola, Namíbia, Zâmbia, Zimbabué e Botswana) no sentido de um desenvolvimento sustentável das comunidades regionais e locais no cenário do turismo ecológico.

As políticas públicas possuem uma importância relevante no Turismo Sustentável, e neste sentido o Governo Angolano deve procurar a adoção de políticas públicas que articulem o setor público e privado, com as comunidades locais, assim como ter em atenção as políticas de planeamento referentes ao ambiente e o ordenamento do território, segurança e saúde pública, transportes e acessibilidades, e ainda património e cultura.

Portanto, para desenvolver o Turismo é necessário realizar um diagnóstico e um plano de ação face à realidade do país, seguido de acompanhamento e implementação do mesmo plano. E se existem perspectivas é necessário reassumir o plano com a aplicação de políticas de desenvolvimento, com o envolvimento do Estado no processo de desenvolvimento turístico quer na vertente política, económica, sociocultural e quer na ambiental, através de iniciativas tais como:

- Desenvolvimento do setor turístico;
- Encorajamento à utilização do Turismo para trocas económicas e culturais;
- Distribuição dos benefícios económicos do Turismo;
- Preservação dos recursos culturais e naturais;
- Atração de segmentos de mercado com elevado poder de compra;
- Ajuda ao desenvolvimento de regiões periféricas;

O papel do Estado deve passar por facilitar e promover o turismo na comunidade local, com recurso a ferramentas de índole criativo e empreendedor para que os fatores de sazonalidade possam fluir face aos fluxos turísticos, sem que haja uma representatividade negativa na escolha de Angola como destino turístico. No uso de instrumentos financeiros, regionais e locais, de modo a compatibilizar áreas de menor intervenção devemos ser capazes de fornecer informação a quem nos visita, assim como disponibilizar além-fronteiras divulgação para que nos tornemos num país competitivo face à oferta africana. Contudo, para além de desenvolver o país para o Turismo, precisamos de criar qualidade de vida para os cidadãos, de modo a que o cruzamento de visitantes traga mais possibilidades. Para tal devemos ter em conta a melhoria das condições de trabalho dos recursos humanos da indústria turística, assim como criar mão-de-obra especializada, criação de institutos, escolas profissionais e faculdades ligadas ao Turismo; e, por conseguinte, as empresas devem proporcionar uma relação personalizada com o cliente

e, acima de tudo, apresentar uma boa qualidade do serviço. Diante do exposto e de acordo com os resultados da investigação referentes à realidade atual de Angola, questionamos se houve algum retrocesso no Turismo. Os resultados apontam que Angola não sofreu retrocesso, mas sim uma estagnação no Turismo. Apesar da profunda crise económica existem outros aspetos que contribuíram para esta estagnação, tal como:

- **Insegurança interna:** o medo gerado pela violência amputa a vida social refletindo-se tal, na mobilidade das pessoas, mas também influenciam aquando a escolha de um destino turístico, podendo-se afirmar que a segurança pública constitui um elemento indissociável na rede de ofertas e serviços representando um fator importante e condicionante da imagem do local;

Assiste-se mesmo a uma debandada dos residentes estrangeiros em Angola, o que transmite para o exterior uma imagem de insegurança. Com este panorama, recomendamos uma análise geral onde outros setores, como a segurança do Estado, neste caso, a polícia nacional, polícia de ordem pública e outras instituições devem estar paralelamente ligadas ao Turismo.

De acordo com esta investigação deparamos com resultados que apontam que Angola não apresenta bens e serviços competitivos a nível da região da África Austral. Viajar para Angola é uma odisseia, embora nos últimos anos tenha melhorado com a criação do *Visto do Turista*. Há necessidade de desenvolver e melhorar os bens e serviços para competir no mercado regional, internacional e de certa forma poder estimular o desenvolvimento do Turismo em Angola, como é o caso da Namíbia fazendo fronteira com Angola.

O estudo concluiu que as metas inscritas no PDTA, muito dificilmente serão cumpridas, principalmente no que diz respeito aos polos turísticos, apesar do governo ter criado o POT plano operativo com objectivo de acelerar a operacionalização dos polos, de acordo com o estudo feito três dos polos nomeadamente Bacia do Okavango, Cabo Ledo e Kalandula se encontram em estudo e planeamento, Futungo e Mussulo se encontram em projecto e obras. Hoje, o que acontece é uma descoordenação de princípios e objetivos com outros Ministérios e Instituições do Estado que criam sérios entraves a novos investimentos, assim como o não desenvolvimento de uma estratégia e de uma política de divulgação da imagem turística de Angola, junto das representações do país no estrangeiro.

Apesar de existir um plano de intervenção e com segmentos prioritários, mais uma vez a realidade não se encontra em consonância com o proposto no PDTA. Neste sentido, a revisão do Plano terá de ter em conta as regiões mais urgentes a serem desenvolvidas, e onde a rede de infraestruturas de acesso e mobilidade ainda nem sequer foi criada. Para que haja um processo de desenvolvimento em rede é necessário haver relações entre os diferentes parceiros da indústria turística, assim como verificar o que vai sendo proposto nos países limítrofes, para que a resposta seja concisa e real, na oferta e na procura de Angola como destino turístico.

Apesar dos fortes investimentos na área da hotelaria e das infraestruturas, o mesmo não sucedeu no saneamento básico e na qualidade dos cuidados de saúde. A criação de condições jurídico – económicas para a construção de novos equipamentos e produtos que permitam o investimento de capitais estrangeiros devem ser monitorizados de modo a que os investimentos das grandes cadeias internacionais de hotéis possam ser concretizáveis sob a realidade existente. Angola tem, também, que manter os reguladores económicos internos dentro dos parâmetros internacionais, nomeadamente, a política fiscal.

O Turismo é uma área onde o planeamento é essencial dadas as características peculiares desta atividade, uma vez que se devem avaliar todos os caminhos de forma integrada. Vários autores defendem o seguimento de planos de implementação e acompanhamento mas sem descorar a natureza e o meio ambiente.

A *Lei do Turismo* aprovada recentemente pela *Assembleia Nacional de Angola*, apresenta o desenvolvimento turístico baseado em três princípios basilares: competitividade, sustentabilidade e transversalidade.

Se a diversificação da economia for feita de forma correta ela será a base de:

- Uma economia inclusiva onde os vários atores económicos terão oportunidades semelhantes de sucesso;
- Maior harmonia no desenvolvimento territorial onde as diferentes regiões (independentemente do carácter urbano ou rural) poderão criar riqueza e oferecer perspectivas aos seus habitantes;
- Um desenvolvimento humano equitativo e enraizado nos diferentes modos de vida das populações do país;
- Potenciar e integrar a nossa competitividade na economia regional e mundial, valorizando os recursos naturais que possuímos.

Durante o processo de investigação deparamos com a falta de conhecimento do PDTA, por parte dos inquiridos. Sendo assim, recomendamos às instituições angolanas ligadas ao Turismo, a responsabilidade de dar a conhecer a sua importância, os objetivos e as metas a atingir e divulgar através de conferências, seminários, criação de sites com informação necessária, apresentações e formações, em conjunto, com o setor privado ligados ao Turismo e à sociedade civil.

Como trabalhos futuros gostaríamos que algumas das propostas aqui apresentadas pudessem ser incorporadas numa nova meta a alcançar em Angola, com o objetivo de transformar um país num destino competitivo face aos países vizinhos e segundo os quadros internacionais.

Referências Bibliográficas

- ABNT, Associação Brasileira de Normas Técnicas (1992). *Normas para elaboração de Plano Diretor* [Versão eletrónica]. NRB 12267, Comissão de Estudo de Plano Diretor de Municípios, Comitê Brasileiro de Construção Civil. Acedido a 16 de junho de 2017, disponível em:
<https://pt.scribd.com/doc/30913682/NBR-12267-Normas-para-elaboracao-de-plano-diretor>
- AHRESP, Associação da Hotelaria, Restauração e Similares de Portugal (2015). *Estudo de Mercado Emissor – Angola* [Versão eletrónica]. IDTOUR – unique solutions, lda. Acedido a 4 de novembro de 2017, disponível em:
<http://estudosedossiers.alojamentodofuturo.pt/pdfs/19.E.M.E.Angola.pdf>
- Amaro A. (2016). *Determinantes da competitividade do mercado do turismo sustentável: uma análise do mercado do turismo interno em Angola* [Versão eletrónica]. Dissertação de Mestrado, Mestrado em Marketing. Escola de Gestão, Instituto Superior de Gestão, Lisboa. Acedido a 17 de junho de 2017, disponível em:
<https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/18194/1/Tese%20Final%20-1.pdf>
- Andriotis, K. (2007). A Framework for the Tourism Planning Process. Raj, A. (ed.), *Sustainability, Profitability and Successful Tourism*, Kanishka Publishers, New Delhi, ISBN: 81-7391-919-4. Acedido a 04 de novembro de 2017, disponível em:
https://www.academia.edu/1184230/Andriotis_K._2007_.A_Framework_for_the_Tourism_Planning_Process._In_Raj_A._ed._Sustainability_Profitability_and_Successful_Tourism_Kanishka_Publishers_New_Delhi%CE%B9_ISBN_81-7391-919-4_
- ATM, Africa Tourism Monitor (setembro 2013). *Unlocking Africa's Tourism Potential*. Vol. 1, Nº 1. Acedido a 29 de novembro de 2016, disponível em:
https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/September_2013_-_Africa_Tourism_Monitor.pdf
- ATM, Africa Tourism Monitor (novembro 2014). *Unlocking Africa's Tourism Potential* [Versão eletrónica]. Vol. 2, Nº 1. Acedido a 29 de novembro de 2016, disponível em:
https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/Africa_Tourism_NOV_2014.pdf
- ATM, Africa Tourism Monitor (outubro 2015). *Unlocking Africa's Tourism Potential Angola* [Versão eletrónica]. Vol. 3, Nº 1, outubro, 2015. Acedido a 29 de novembro de 2016, disponível em:
https://www.afdb.org/fileadmin/uploads/afdb/Documents/Publications/Africa_Tourism_Monitor_-_Unlocking_Africa%E2%80%99s_Tourism_Potential_%E2%80%93_Vol_3_%E2%80%93_Issue_1.pdf
- Banco Mundial (2016). *Relatório Anual 2016 do Banco Mundial*. Washington, DC: Banco Mundial. DOI: 10.1596/978-1-4648-0857-9. Acedido a 7 de junho de 2017, disponível em:
<https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/24985/210852PT.pdf?sequence=9&isAllowed=y>

- Barretto, M. (2000). *Planejamento e Organização em Turismo*. São Paulo: Papirus.
- Barretto, M. (2005). *Planejamento responsável do Turismo*. Campinas: Papirus.
- Beni, M. (1997). *Análise Estrutural do Turismo*. São Paulo: Senaca.
- Beni, M. (2000). A política do Turismo. *TRIGO – Turismo: como compreender, como ensinar*, Vol. 1. São Paulo: SENAC.
- Beni, M. (setembro 2001). *As Três Sustentabilidades do Turismo* [Versão eletrónica]. Acedido a 16 de junho de 2017, disponível em www.ivtrj.net
- Beni, M. (2004). *Análise Estrutural do Turismo*, Editora Senal, São Paulo.
- Beni, M. (2006). *Política e planeamento de turismo no Brasil*. São Paulo: Aleph.
- Cunha, L. (1987). *Política de Turismo*. Lisboa: Editora Selegrafe.
- Cunha, L. (1997). *Economia e Política do Turismo e Território*. Lisboa: McGraw- Hill.
- Cunha, L. (2010). A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário [Versão eletrónica]. *ReCil – Repositório Científico Lusófona*. Acedido a 10 de junho de 2017, disponível em: <http://recil.grupolusofona.pt/dspace/handle/10437/665>
- Cunha, L. (2013). *Economia e Política do Turismo*- Lisboa: Lidel.
- Damiani, M. *et al.* (2010). A preocupação com a metodologia de pesquisa está fora de moda? Análise de trabalhos apresentados em um evento da área da Educação [Versão eletrónica]. *Perspectiva*, Vol. 28, nº 1, 227-246. Acedido a 20 de julho de 2017, disponível em: <file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/19500-61339-1-PB.pdf>
- Dredge, D. (1999). Destination place planning and design [Versão eletrónica]. *Annals of Tourism Research*, Vol. 26 (4), 772-791. Great Britain: Elsevier Science Ltd. Acedido a 09 de julho de 2017, disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/222496708>
- Escalona, F. (2007). *El Turismo explicado com claridade – Autopsia del Turismo*, 2ª Parte [Versão eletrónica]. Acedido a 06 de junho de 2017, disponível em: <http://www.instituto178.com.ar/Academicos/Catedras/Farias/MunozDeEscalona-ElTurismoExplicadoconClaridad.pdf>
- Eurostat Statistics Explained (2016). *Eurostat Statistics Explained*. Disponível em <http://ec.europa.eu/eurostat/statistic-explained/index.php/quality-of-life/indicator>.
- Eurostat (2016). *Eurostat Statistics Explained*. Acedido a 14 de junho de 2017, disponível em: http://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php/Main_Page/pt
- Fazenda, N. (2011). *Territorialização de uma Política Nacional do Turismo - O Caso de Portugal*. Tese de Doutoramento, Planeamento Regional e Urbano. Instituto Superior Técnico, Universidade Técnica de Lisboa.

- Fazenda, N. (2014). Política e Planeamento dos Destinos Turísticos. *Aula do Mestrado em Administração e Gestão do Turismo*. Braga: Faculdade de Filosofia e Ciências Sociais, Universidade Católica Portuguesa.
- Fernando, M. (2015). *O Turismo em Angola - O Caso Específico da Planificação do Mussulo*. Angola, Luanda: Editora Cafilesa - Soluções Gráficas, Lda.
- Foster, D. (1992). *Viagens e Turismo: Manual de Gestão*. Mem Martins: Edições Cetop.
- Giménez, R. (2010). Words for Working. Professional and Academic English for International Business and Economics. Valencia. Universitat de València (PUV). Colección: Educació. Laboratori de Materials 28. ISBN: 978-84-370- 7873-1
- Hoerner, J.-M. (2000). Pour la reconnaissance d'une science touristique. *Revue Espaces*, nº 173, juillet-août, 18-20.
- INE, Instituto Nacional de Estatística (2016). Atividade turística manteve dados positivos em 2015 [Versão eletrónica]. Destaque – Informação à Comunicação Social. Acedido a 05 de setembro de 2017, disponível em:
File:///C:/Users/Monica/Downloads/28Est_Turismo_2015-PT.pdf
- Julião, L. (2013). *Cidade, Cultura e Turismo: o impacto turístico em Guimarães, Capital Europeia da Cultura 2012*. Dissertação de Mestrado, Gestão Estratégica de Eventos, Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril. Acedido a 21 de junho de 2017, disponível em:
https://comum.rcaap.pt/bitstream/10400.26/6293/1/2013.04.015_.pdf
- Kadri, B. e Bédard, F. (Association Internationale des Expert Cientifiques du Tourisme – AIEST) (2005). Vers une science du tourisme? [Versão eletrónica]. *Téoros – Revue de Recherche en Tourisme: Tourisme, religion et patrimoine*, 24 (2), 77-80. Acedido a 15 de junho de 2016, disponível em: <https://teoros.revues.org/1547>
- Krippendorff, J. (2001). *Sociologia do Turismo: para uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.
- Lopes, G. (2010). Principais conceitos e definições em Turismo – Introdução ao Turismo [Versão eletrónica]. *Slideshare*, 1-61. Acedido a 10 de junho de 2017, disponível em: <https://pt.slideshare.net/cursotiat/01-conceitos-turismo>
- Lopes, M. (2010). *Marketing no Turismo: Estruturação de um Plano de Marketing* [Versão eletrónica]. Relatório de Estágio, Mestrado em Gestão. Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra. Acedido a 20 de julho de 2017, disponível em: https://estudogeral.sib.uc.pt/bitstream/10316/15388/1/Relat%C3%B3rio%20de%20Est%C3%A1gio_Marlene%20Lopes.pdf
- Mathieson, A. e Wall, G. (1982). *Tourism Economics, Physical And Social Impacts*. New York: John Willey & Sons.
- MINHOTUR, Ministério da Hotelaria e Turismo de Angola (2013). *Plano Diretor do Turismo de Angola*. Ministério de Hotelaria e Turismo de Angola: Orgal Lda. Acedido em 23 de novembro de 2016, disponível em:

file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/PLANO_DIRECTOR_DO_TURISMO_DE_ANGOLA_-_PT.pdf

MINHOTUR, Ministério da Hotelaria e Turismo de Angola (2015). *Anuário de Estatística do Turismo de Angola de 2014* [Versão eletrónica]. Angola: Gabinete de Estudos, Planeamento e Estatística do MINHOTUR. Acedido a 27 de maio de 2017, disponível em:

<http://www.minhotur.gov.ao/download.aspx?id=1448&tipo=publicacao>.

Morais, A. e Neves, I. (2007). Fazer investigação usando uma abordagem metodológica mista [Versão eletrónica]. *ESSA – Estudos Sociológicos de Sala de Aula*, 1-36. Acedido a 07 de outubro de 2017, disponível em:

http://essa.ie.ulisboa.pt/ficheiros/artigos/revistas_com_revisao_cientifica/2007_fazer_investigacao.pdf

Oliveira, D. B. (2004). A importância do Planeamento Turístico [Versão eletrónica]. *Revista Turismo: Artigos*. Acedido a 10 de julho de 2017, disponível em: www.revistaturismo.com.br

Oliveira, E. e Manso, J. (2010). Turismo sustentável: utopia ou realidade? [Versão eletrónica]. *SciELO Portugal, Técnica: Revista de Estudos Politécnicos*, Vol. III, nº 14, 235-253. ISSN: 1645-9911. Acedido a 12 de julho de 2017, disponível em: <http://www.scielo.mec.pt/pdf/tek/n14/n14a15.pdf>

OMT, Organização Mundial do Turismo (1995). *Concepts, Definitions et classifications pour les Statistiques du Tourisme, Manuel Technique*. UNWTO. ISBN: 978-92-844-0188-8.

Pearce, P. (2005). *Tourist Behaviour: Themes and Conceptual Schemes*. Clevedon: Channel View Publications.

Publituris (2015). *Turismo deve crescer 3,3% por ano até 2030* [Versão eletrónica]. Acedido a 03 de julho de 2017, disponível em:

<https://www.publituris.pt/2015/06/24/turismo-deve-crescer-33-por-ano-ate-2030-diz-omt/>

CMED, Comissão Mundial sobre o Meio Ambiente e Desenvolvimento (1987). *Relatório Brundtland: Our Common Future* [Versão eletrónica]. Acedido a 04 de novembro de 2017, disponível em: <http://www.un-documents.net/our-common-future.pdf>

RGSA- Revista de Gestão Social e Ambiental (2010) As Dimensões e Métodos de Mensuração da Sustentabilidade e o Turismo: uma discussão teórica. Maio- Ago. 2010, V.4, n.2, P.138-155, disponível em: www.gestaosocioambiental.net

Saboya, R. (2007). Concepção de um sistema de suporte à elaboração de planos diretores participativos [Versão eletrónica]. Tese de Doutoramento, Programa de Pós-Graduação em Engenharia Civil, Universidade Federal de Santa Catarina (Florianópolis). Acedido a 15 de junho de 2017, disponível em:

file:///C:/Users/Utilizador/Downloads/240732%20(1).pdf

Santos, R. (2014). *Introdução ao Turismo Angolano*. Legislação Principal, Fórum do Turismo de Angola em Portugal. Lisboa: Associação dos Estudantes Angolanos em

- Portugal. Acessível em <http://pt.slideshare.net/Ruiteixeirasantos/forum-do-turismo-da-republica-de-angola-comunicacao-do-prof-doutor-rui-teixeira-santos-lisboa2014>
- Sarmiento, E. (2009). Uma perspectiva socioeconómica sobre a potencialidade do turismo na economia angolana [Versão eletrónica]. *Livro de Actas, 2º Encontro Luso-Angolano*, 517-538. Angola: Universidade Metodista de Angola. Acedido a 15 de junho de 2017, disponível em: http://www.ela.uevora.pt/download/ELA_turismo_desenvolvimento_01.pdf
- Silva, A. (2011). *Rotas Turísticas Culturais em Ílhavo*. Tese de Dissertação de Mestrado, Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro. Disponível em <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/7904/1/rotas%20turismo>.
- Tosun, C. e Jenkis, C. (1996). Regional planning approaches to tourism development: *The case of Turkey* [Versão eletrónica]. *Research Gate: Tourism Management*, 352-359. Acedido a 10 de julho de 2017, disponível em: <https://www.researchgate.net/publication/222363828>
- Tourism Data for Africa (2015). *Tourism Country Profile* [Versão eletrónica]. Africa Travel Association. Acedido a 02 de junho de 2017, disponível em: <http://tourismdataforafrica.org/ruiegwd/tourism-country-profile?Region=Angola>.
- UNESCO, United Nations Educacional, Scientific and Cultura Organization (2002). *Teaching and Learning for a Sustainable Future: a multimédia teacher education programme* [Versão eletrónica]. UNESCO Asia-Pacific Centre of Educational Innovation for Development. Acedido a 04 de novembro de 2017, disponível em: http://www.unesco.org/education/tlsf/mods/theme_gs/mod0a.html?panel=3#top
- UNWTO, World Tourism Organization (2003). *Turismo Internacional: uma perspetiva global*. 2ª Edição. Porto Alegre: Bookman.
- UNWTO, World Tourism Organization (2005a). *Definition of Sustainable Tourism* [Versão eletrónica]. Sustainable Development of Tourism, UNWTO. Acedido a 3 de junho de 2017, disponível em: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5>
- UNWTO, World Tourism Organization (2005b). Perspetivas de Crescimento para os Países Africanos no Período 1995-2020 [Versão eletrónica]. *Revista de Turismo e Património Cultural*, 6(1). Acedido a 22 de junho de 2017, disponível em www.unwto.org
- UNWTO, World Tourism Organization (2007). Understanding Tourism: Basic Glossary [Versão eletrónica]. Acedido a 22 de junho de 2017, disponível em <http://statistics.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryen.pdf>
- UNWTO, World Tourism Organization (2010). *International Recommendation for Tourism Statistics* [Versão eletrónica]. Department of Economic and Social Affairs Statistics Division, Series M No. 83/Rev.1. New York: UNWTO. Acedido a 26 de junho de 2017, disponível em: https://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1e.pdf
- UNWTO, World Tourism Organization (2011). *Handbook on Tourism Product Development*. Madrid: European Travel Commission.

- UNWTO, World Tourism Organization (2014). *International Tourist Arrivals* [Versão eletrónica]. Acedido a 24 de junho de 2017, disponível em: <http://media.unwto.org/press-release/2015-01-27/over-11-billion-tourists-travelled-abroad-2014>
- UNWTO, World Tourism Organization (2015a). *Tourism Highlights 2015*. Acedido a 02 de junho de 2017, disponível em <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
- UNWTO, World Tourism Organization (2015b). *Annual Report 2014* [Versão eletrónica]. Madrid: UNWTO. Acedido a 25 de junho de 2017, acessível em: http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/pdf/unwto_annual_report_2014.pdf
- UNWTO, World Tourism Organization (2015c). *International tourist arrival up 4% reach a record 1.2 billion in 2015* [Versão eletrónica]. Madrid: UNWTO. Acedido a 10 de julho de 2017, disponível em: media.unwto.org
- UNWTO, World Tourism Organization (2016). *Tourism Highlights 2016*. Acedido a 2 de julho de 2017, disponível em <http://www.unwto.org-2016>.
- Vanhove, R. (2004). *The Economics of Tourism Destinations* [Versão eletrónica]. 2ª Edição. United Kingdom, Oxford: Taylor & Francis Ltd. Acedido a 06 de junho de 2017, disponível em: <http://v5.books.elsevier.com/bookscat/samples/9780750666374/9780750666374.PDF>
- Williams, S. (2004). *Tourism – Critical concepts in the Social Sciences* [Versão eletrónica]. Volume I: The Nature and Structure of Tourism. London: Routledge. Acedido a 10 de junho de 2017, disponível em: https://books.google.pt/books?hl=pt-PT&lr=&id=DP9y1uOzYecC&oi=fnd&pg=PA45&dq=Burkart+and+Medlik+tourism+definition+short+moves&ots=YxHGM_a6TW&sig=Y5ZAIRRLKPk9fGt0dpiZF33wSF0&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- Oliveira, S. (2010). *O desenvolvimento de atividades turísticas em áreas próximas ao Reservatório da Usina Hidrelétrica de Porto Primavera (Estado de São Paulo, Brasil)*. VI Seminário Latino Americano de Geografia Física, Universidade de Coimbra. Disponível em http://www.uc.pt/fluc/cegot/VISLAGF/actas/tema3/sergio_oliveira

Anexos

Apresentamos, de seguida, o inquérito e a definição das variáveis, aplicadas ao *software* SPSS para interpretação dos inquéritos realizados online e junto das entidades turísticas angolanas.

Opinião sobre o Plano Director de Turismo de Angola

No âmbito de um estudo que está a ser desenvolvido como parte integrante de uma Dissertação de Mestrado em Administração e Gestão do Turismo, pela Universidade Católica Portuguesa, pretende-se com este inquérito saber a opinião de V. Exas. sobre o Plano Director de Turismo de Angola (PDTA).

Neste sentido, solicitamos a V. colaboração para o preenchimento do mesmo.

Os dados serão utilizados, exclusivamente, para fins científicos e será garantida a confidencialidade da informação.

***Obrigatório**

1. 1. Conforme o que é proposto pelo PDTA, qual o tipo de turista que considera prioritário? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1º	2º	3º	4º
Turista doméstico	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turista regional	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turista continental	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Turista estrangeiro	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

2. 2. De acordo com o PDTA o segmento "Sol e Mar" é considerado a alavanca primordial para o futuro próximo. Concoorda? *

Marcar apenas uma oval.

Sim

Não

3. 3. Se respondeu "Não" à pergunta anterior, qual considera que será o segmento primordial a ser explorado? *

4. 4. Qual o estado de desenvolvimento em que se encontram os pólos turísticos, na sua opinião?: *

Marcar apenas uma oval por linha.

	Estudo e Planeamento	Projeto e Obras	Em funcionamento completo	Parado
Cabo Ledo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Kalandula	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Bacia de Okavango	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mussulo	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Futango	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

5. 6. Face à realidade atual de Angola, considera que o turismo retrocedeu? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

6. 8. Se respondeu "Sim", o que considera que levou a tal? *

7. 7. Considera que os bens e serviços existentes no setor turístico são competitivos? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

8. 8. Se respondeu "Não" à pergunta anterior, justifique por favor a sua resposta. *

9. 9. A nível de regiões de fronteira, qual o país que considera que poderá estimular mais o desenvolvimento em Angola? *

Marcar apenas uma oval.

- Congo Democrático
 Zâmbia
 Botswana
 Namíbia

10. 10. Considera que Angola poderá atingir um nível de desenvolvimento turístico como os países concorrentes (Namíbia, Botswana, África do Sul, Zâmbia)? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
 Não

11. 11. Se "Não", qual a sua sugestão para Angola se tornar num potencial turístico? *

12. 12. Assumindo Angola como destino turístico, na sua perspectiva, o que considera mais relevante? *

13. 13. Quais os fatores que considera mais críticos para o desenvolvimento do Turismo em Angola? *

Marcar apenas uma oval por linha.

	1º	2º	3º	4º	5º
Acessibilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Mobilidade	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Segurança	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Saúde	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>
Reforço das ligações aéreas	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>

14. 14. Relativamente à questão anterior, na sua opinião qual o fator mais relevante? *

Marcar apenas uma oval.

- Acessibilidade
- Mobilidade
- Segurança
- Saúde
- Reforço de ligações aéreas

15. 15. Está prevista uma revisão do PDTA? *

Marcar apenas uma oval.

- Sim
- Não

16. 16. Se respondeu "Sim" à pergunta anterior, para quando está prevista a revisão do PDTA? *

17. 17. Responde a este questionário através de que Instituição? *

18. 18. Qual o cargo que ocupa na entidade? *

19. 18. Habilitações Literárias *

Marcar apenas uma oval.

- Ensino Básico
- Ensino Secundário
- Ensino Universitário
- Outra: _____

Arquivo	Editar	Visualizar	Dados	Transformar	Analisar	Marketing direto	Gráficos	Utilitários	Janela	Ajuda	
Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Ausente	Colunas	Alinhar	Medir	Função	
1	Turista_prioritario_turista_domestico	Númérico	8	0	1.Tipo de turista prioritario: Turista ...	{1, 1º}...	Nenhum	13	Direito	Escala	Entrada
2	Turista_prioritario_turista_regional	Númérico	8	0	1.Tipo de turista prioritario: Turista ...	{1, 1º}...	Nenhum	11	Direito	Escala	Entrada
3	Turista_prioritario_turista_continental	Númérico	8	0	1.Tipo de turista prioritario: Turista ...	{1, 1º}...	Nenhum	12	Direito	Escala	Entrada
4	Turista_prioritario_turista_estrangeiro	Númérico	8	0	1.Tipo de turista prioritario: Turista ...	{1, 1º}...	Nenhum	12	Direito	Escala	Entrada
5	Sol_Mar_Alavanca_Primordial	Númérico	8	0	2. De acordo com PDTA, o seguime...	{1, sim}...	Nenhum	12	Direito	Escala	Entrada
6	Segmento_ser_explorado	Sequência ...	300	0	3. Se respondeu não a pergunta ant...	Nenhum	Nenhum	38	Esquerdo	Nominal	Entrada
7	Estado_Desenvolvimento_Polos_Turisticos...	Númérico	8	0	4.Qual o estado de desenvolvimento ...	{1, Estudo e...	Nenhum	17	Direito	Escala	Entrada
8	Estado_Desenvolviemnto_Polos_Turistico_...	Númérico	8	0	4.Qual o estado de desenvolvimento ...	{1, Estudo e...	Nenhum	17	Direito	Escala	Entrada
9	Estado_Desenvolvimento_Polos_Turistico_...	Númérico	8	0	4.Qual o estado de desenvolvimento ...	{1, Estudo e...	Nenhum	21	Direito	Escala	Entrada
10	Estado_Desenvolvimento_Polos_Turistico_...	Númérico	8	0	4.Qual o estado de desenvolvimento ...	{1, Estudo e...	Nenhum	17	Direito	Escala	Entrada
11	Estado_Desenvolvimento_Polos_Futungo	Númérico	8	0	4.Qual o estado de desenvolvimento ...	{1, Estudo e...	Nenhum	16	Direito	Escala	Entrada
12	Realidade_atual_turismo_retrocedeu	Númérico	8	0	5.Face a realidade actual de Angol...	{1, sim}...	Nenhum	15	Direito	Escala	Entrada
13	Fatores_levaram_ao_retrocesso	Sequência ...	500	0	6. Se respondeu sim, o que consid...	Nenhum	Nenhum	38	Esquerdo	Nominal	Entrada
14	Bens_Servicos_competitivos	Númérico	8	0	7. Considera que os bens e serviço...	{1, sim}...	Nenhum	19	Direito	Escala	Entrada
15	Não_Justificação_resposta_anterior	Sequência ...	500	0	8. se respondeu não, a pergunta an...	Nenhum	Nenhum	48	Esquerdo	Nominal	Entrada
16	Pais_que_poderá_estimular_Angola	Númérico	8	0	9.A nível de regiões de fronteira qua...	{1, Congo D...	Nenhum	18	Direito	Escala	Entrada
17	Angola_Nivel_Desenvolvimento_turistico	Númérico	8	0	10.Considera que Angola poderá ati...	{1, sim}...	Nenhum	17	Direito	Escala	Entrada
18	sugestão_para_Angola_tomar_potencial_tu...	Sequência ...	500	0	11. Se Não, qual a sua sugestao p...	Nenhum	Nenhum	38	Esquerdo	Nominal	Entrada
19	Angola_Destino_Turistico_relevante	Sequência ...	500	0	12. Assumindo Angola como destin...	Nenhum	Nenhum	43	Esquerdo	Nominal	Entrada
20	Fatores_Criticos_desenvolvimento_Acessi...	Númérico	8	0	13. Quais os factores que consider...	{1, 1º}...	Nenhum	16	Direito	Escala	Entrada
21	Fatores_Criticos_Desenvolvimento_Mobilit...	Númérico	8	0	13. Quais os factores que consider...	{1, 1º}...	Nenhum	16	Direito	Escala	Entrada
22	Fatores_Criticos_Desenvolvimento_segur...	Númérico	8	0	13. Quais os factores que consider...	{1, 1º}...	Nenhum	18	Direito	Escala	Entrada
23	Fatores_Criticos_Desenvolvimento_Saude	Númérico	8	0	13. Quais os factores que consider...	{1, 1º}...	Nenhum	17	Direito	Escala	Entrada
24	Fatores_Criticos_Desenvolvimento_Reforç...	Númérico	8	0	13. Quais os factores que consider...	{1, 1º}...	Nenhum	22	Direito	Escala	Entrada
or											

Visualização de dados

Visualização da variável

Arquivo	Editar	Visualizar	Dados	Transformar	Analisar	Marketing direto	Gráficos	Utilitários	Janela	Ajuda
Nome	Tipo	Largura	Decimais	Rótulo	Valores	Ausente	Colunas	Alinhar	Medir	Função
25	Factor_mais_relevante	Numérico	8	14. Relativamente a questão anterior...	{1, Acessibi...	Nenhum	8	Direito	Escala	Entrada
26	Revisão_PDTA	Numérico	8	15. Esta prevista uma revisão do P...	{1, sim}...	Nenhum	10	Direito	Escala	Entrada
27	Data_Revisão_PDTA	Sequência ...	300	16. Se respondeu sim a pergunta ant...	Nenhum	Nenhum	10	Esquerdo	Nominal	Entrada
28	Instituição	Sequência ...	300	17. Responde a este questionário at...	Nenhum	Nenhum	8	Esquerdo	Nominal	Entrada
29	Cargo	Sequência ...	300	18. qual o cargo que ocupa na entid...	Nenhum	Nenhum	8	Esquerdo	Nominal	Entrada
30	Habilitações_Literarias	Numérico	8	19. Habilitações literarias	{1, Ensino ...	Nenhum	16	Direito	Escala	Entrada
31	Habilitações_Literarias_Outra	Sequência ...	300	19. Habilitações literarias Outra	Nenhum	Nenhum	20	Esquerdo	Nominal	Entrada
32										
33										
34										
35										
36										
37										
38										
39										
40										
41										
42										
43										
44										
45										
46										
47										
48										
49										

Visualização de dados

Visualização da variável