



# **A Economia de Turismo em Moçambique: Tamanho, Impacto e Implicações**

Sam Jones



## **Discussion papers**

No. 55P

Agosto de 2007

Direcção Nacional de Estudos e  
Análise de Políticas

Ministério de Planificação e  
Desenvolvimento

República de Moçambique

O objectivo das publicações é estimular a discussão e troca de ideias sobre questões pertinentes para o desenvolvimento económico e social de Moçambique. Existem diferentes opiniões acerca da melhor maneira de fomentar o desenvolvimento económico e social. As publicações têm como objectivo abordar essa diversidade. **É de realizar que as ideias apresentadas nos documentos são de inteira responsabilidade dos respectivos autores e não necessariamente reflectem o posicionamento do Ministério de Planificação e Desenvolvimento ou qualquer instituição do Governo de Moçambique.**

O logo foi gentilmente providenciado pelo artista moçambicano Ndlozy.

### Agradecimentos:

Agradece-se a colaboração do INE (Instituto Nacional de Estatística) e o Ministério de Turismo (MITUR). O estudo foi financiado com o apoio da DANIDA.

#### Contacto:

##### **Sam Jones**

Direcção Nacional de Estudos e Análise de Políticas  
(DNEAP)

Ministério de Planificação e Desenvolvimento

Av. Ahmed Sekou Touré nº 21, 7 andar

Maputo, Moçambique

Tel: (+258) 2 1 499442

Fax: (+258) 2 1 492663

Web: [www.mpd.gov.mz](http://www.mpd.gov.mz)

Email: [esamjones@gmail.com](mailto:esamjones@gmail.com)

## *ÍNDICE*

<b>A. INTRODUÇÃO.....</b>	<b>2</b>
<b>B. CONTEXTO.....</b>	<b>4</b>
<b>C. METODOLOGIA.....</b>	<b>9</b>
(1) CONSTRUÇÃO DUMA MATRIZ DE CONTABILIDADE SOCIAL (MCS) .....	10
(2) DESAGREGAÇÃO DO TURISMO.....	12
(3) CÁLCULO DOS MULTIPLICADORES .....	16
(4) LIMITAÇÕES ANALÍTICAS .....	18
<b>D. O TAMANHO ECONÓMICO DE TURISMO EM MOÇAMBIQUE .....</b>	<b>19</b>
<b>E. O IMPACTO ECONÓMICO DE TURISMO EM MOÇAMBIQUE .....</b>	<b>25</b>
<b>F. INTERPRETAÇÃO .....</b>	<b>31</b>
<b>G. CONCLUSÃO.....</b>	<b>35</b>
<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>36</b>
<b>ANEXO 1: TABELAS ADICIONAIS .....</b>	<b>39</b>
TABELA 1: ESTIMATIVAS DO NÚMERO DE TURISTAS ESTRANGEIROS EM MOÇAMBIQUE .....	6
TABELA 2: GASTOS TOTAIS DE TURISTAS ESTRANGEIROS POR SUBCATEGORIA (10 <sup>9</sup> MT) .....	16
TABELA 3: CONSUMO TOTAL DE TURISMO POR PRODUTO E CATEGORIA (2003, 10 <sup>9</sup> MT) .....	20
TABELA 4: VALOR ACRESCENTADO (VA) AO CUSTO DE FACTORES POR SECTOR (2003, 10 <sup>9</sup> MT) .....	21
TABELA 5: MULTIPLICADORES REFERENTES À PROCURA POR GRUPOS DE PRODUTOS.....	25

## A. Introdução

"Até ao ano de 2020 Moçambique será o destino turístico mais vibrante, dinâmico e exótico de África, famoso pelas suas praias e atracções litorais tropicais, produtos de ecoturismo excelentes e pela sua cultura intrigante, que dá boas-vindas a mais de 4 milhões de turistas por ano." (República de Moçambique, 2004)<sup>1</sup>

1. Há um corpo de opinião que avalie o turismo como capaz de contribuir significativamente para o desenvolvimento económico dos países de rendimento baixo e para a redução de pobreza (UNWTO, 2006). Porém, o turismo apresenta-se em formas diferentes pelo que o vigor da sua ligação com a economia doméstica e o seu estímulo ao crescimento económico podiam variar consideravelmente. Por isso, tem sido um debate acesa quanto à validade de apostar no turismo para realizar o desenvolvimento sustentável.<sup>2</sup>
2. Devido à complexidade de turismo, particularmente do ponto de vista dos respectivos papéis dos sectores públicos e privados, destaca-se a importância de edificar sistemas de monitoria e avaliação de modo a assegurar a elaboração de políticas adequadas às dinâmicas do sector. No caso de Moçambique, a qualidade e abrangência de informação sobre o sector de turismo tem sido fraca até agora. Isto é apesar da prioridade dada ao fortalecimento das áreas da planificação, análise e estatísticas nos vários planos do sector (e.g., República de Moçambique, 2004).
3. Respondendo a esta situação, a finalidade deste estudo é avaliar o contributo do turismo para a economia Moçambicana. Isto traduz-se em dois objectivos mais concretos, sendo:
  - a. medir o *tamanho económico* do turismo quer em termos agregados quer ao nível de diferentes tipos de turismo observados no país, distinguindo em particular entre o turismo estrangeiro e o turismo doméstico. Ao fazer isto pretende-se dar um primeiro passo para a elaboração de contas satélites de

---

<sup>1</sup> Nota-se que há uma diferença marcante entre a versão inglesa e portuguesa do mesmo documento – na versão português a visão para o sector se identifica com um prazo até o ano 2025 enquanto a versão inglês diz até 2020. Dada que a estratégia foi elaborada por consultores estrangeiros (financiados pelo AUSAID), escolha-se a versão inglesa aqui.

<sup>2</sup> Para uma opinião crítica veja Britton (1982); ao contrário, Mitchell et al. (2007) resumem a pesquisa mais recente sobre o potencial positivo de turismo para contribuir para a redução de pobreza.

turismo (CST) para Moçambique, as quais têm sido identificadas como fulcrais para a implementação do Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo (República de Moçambique, 2004); e

- b. estimar o *impacto económico* do turismo através do cálculo de multiplicadores sectoriais. Isto permite analisar o seu potencial relativo a outros sectores e identificar oportunidades e constrangimentos ao seu crescimento económico.
4. A metodologia consiste na construção de uma matriz de contabilidade social (MCS) que represente um quadro consistente e abrangente para análise económica, incluindo a avaliação de turismo. Um aspecto particular deste estudo é a desagregação da MCS para facultar um tratamento específico de várias categorias do turismo, assim possibilitando a comparação da natureza e força das ligações entre estas categorias e os outros sectores da economia.
  5. As conclusões principais do estudo são:
    - a. o contributo económico total do sector de turismo é módico, correspondendo a 3.2% do PIB para o ano 2003;
    - b. há um grau significativo de segmentação entre as várias formas de turismo. O turismo doméstico (pessoas residentes em Moçambique) representa 75% da contribuição total de turismo enquanto o turismo de negócios é a subcategoria do turismo estrangeiro que corresponde ao maior bolo de despesas;
    - c. os multiplicadores económicos referentes ao turismo apontam o potencial robusto do sector quanto à sua capacidade de impulsionar outros sectores económicos. Contudo, a estrutura do turismo parece ser relativamente dependente de factores escassos de produção (capital humano formado e capital físico), pelo que sua expansão baseada nesta estrutura actual podia ser estrangida;
    - d. como resultado, recomenda-se uma orientação que saliente o valor acrescentado por turista ao longo das cadeias de valor associadas com as categorias de turismo. Isto exige um enfoque não só no crescimento de volume de hotéis ou no número de entradas de turistas estrangeiros, mas sim

no melhor proveito dos recursos de turismo existentes e no estímulo dos vários subsectores de turismo tais como os operadores de viagens internos;

- e. em termos das acções do governo, até agora a sua intervenção no sector tem sido passiva, caracterizada essencialmente pela distribuição de incentivos fiscais e a afectação de concessões de exploração. No futuro, esta abordagem não será satisfatória – precisar-se-á de identificar objectivos e acções mais concretas referentes à forma de desenvolvimento de turismo pretendida para os destinos e, daí, investir nos bens públicos de modo a diversificar e fortalecer os produtos turísticos disponíveis.
6. Em termos da estrutura do restante do estudo, a Secção B começa com uma revisão dos dados oficiais sobre turismo em Moçambique e dos outros estudos sobre o sector. Os passos tomados na construção da MCS e outros aspectos do método são descritos na Secção C. Apresenta-se a quantificação do tamanho económico de turismo na Secção D, seguida na Secção E pela análise dos impactos económicos baseada no cálculo de multiplicadores. Secção F reflecte nas implicações dos resultados em termos das políticas do governo; Secção G conclui.

## **B. Contexto**

7. Os poucos estudos que se tratam do turismo em Moçambique dão a percepção que o sector é bastante frágil e ainda se encontra numa fase rudimentar de desenvolvimento.
8. O estudo comparativo acerca da competitividade de turismo em diferentes países (WEF, 2007) coloca Moçambique no 119º de 124 lugares (seguido apenas por países como o Chade e Burundi) contra a Tanzânia na 80ª posição, a Gambia na 84ª e a Zâmbia na 94ª. Entre as razões principais para este posicionamento de Moçambique são a fraca qualidade dos recursos humanos, a prevalência de malária, e o desenvolvimento limitado dos seus recursos naturais e culturais (do ponto de vista turístico). Contudo, as notas melhores que Moçambique recebe se referem à competitividade dos preços do turismo no país e ao grau de prioridade dada ao sector em termos formais.

9. O mais detalhado estudo sobre turismo em Moçambique é a análise da cadeia de valor feita pelo Serviço Comum para Investimento Estrangeiro (*Foreign Investment Advisory Service*) do grupo Banco Mundial (FIAS, 2006). Este é virado aos constrangimentos do sector em geral e às acções necessárias para fortalecer o sector, particularmente do ponto de vista de clima de negócios (para atrair investimentos). Os autores consideram que o potencial considerável do turismo ainda não tem sido realizado devido a uma gama de fragilidades tanto no sector em si como em outras áreas relevantes. Destacam-se, por exemplo, a rigidez e alto custo do mercado aéreo (regional e doméstico), as dificuldades em ter acesso à terra e a debilidade da responsabilização e da coordenação inter-institucional. Em comparação com outros países Africanos, notam a predominância de turismo de negócios em Moçambique. Os autores sugerem que o estímulo dado pelo turismo aos outros sectores da economia ainda seja relativamente baixa devido ao uso escasso de serviços auxiliares ao turismo e o gasto diminuto dos turistas em geral, especialmente fora de alojamento e restauração. A sua conclusão geral é que o país não tem uma visão estratégica que define a forma de turismo desejada para o país a longo prazo.
10. Em termos gerais, a análise do sector de turismo em Moçambique é frustrada por deficiências na abrangência, qualidade e consistência dos dados. Pois sem uma base sólida fica dificultada a elaboração de políticas adequadas aos desafios do sector. Isto vem reflectido na ausência de Moçambique da lista dos países enquadrados na compilação global de dados sobre o tamanho económico de turismo feita pelo Conselho Mundial de Turismo e Viagens (WTTC, 2006). O referido estudo abrange 174 países em total e 41 países da África Sub-Sahariana, dentro dos quais se encontram países cujos sectores de turismo são consideravelmente inferiores de que Moçambique (e.g., Burundi, Sudão, República de África Central).
11. Os problemas com as estatísticas estendem-se até o número de entradas no país anualmente. Tabela 1 resume a informação deste género proveniente de fontes internas e externas. Como se pode depreender, a magnitude das diferenças entre as fontes tem sido significativa, reflectindo limitações ao nível da recolha de dados. Por exemplo, até recentemente nenhuns dos postos fronteiriços eram informatizados (em

termos do fluxo das pessoas) enquanto a outra principal fonte usada para monitorar o sector tem sido uma amostra limitada de operadores turísticos (veja INE, 2004).

Tabela 1: Estimativas do número de turistas estrangeiros em Moçambique

Fonte	Turistas por ano (mil)				<i>crescimento anual (%)</i>
	2002	2003	2004	2005	
INE (2005)	343	301	473	-	<i>17.38</i>
MITUR (2006) <sup>a</sup>	943	726	711	710	<i>-8.35</i>
MITUR (2007)	541	441	415	578	<i>1.37</i>
UNWTO (2006)	-	441	470	531	<i>9.74</i>
MINTEL (2006) <sup>b</sup>	566	540	570	600	<i>2.33</i>
<b>Média</b>	<b>598</b>	<b>490</b>	<b>528</b>	<b>605</b>	<b><i>1.07</i></b>
<b>CV (%)<sup>c</sup></b>	<b>41.9</b>	<b>32.0</b>	<b>22.1</b>	<b>12.5</b>	<b>-</b>

Nota: <sup>a</sup> fontes do MITUR citadas no Correio da Manhã (Maputo) 13/11/2006

<sup>b</sup> fonte ajustada para excluir o número de turistas em trânsito;

<sup>c</sup> a coeficiente de variação = desvio padrão / média.

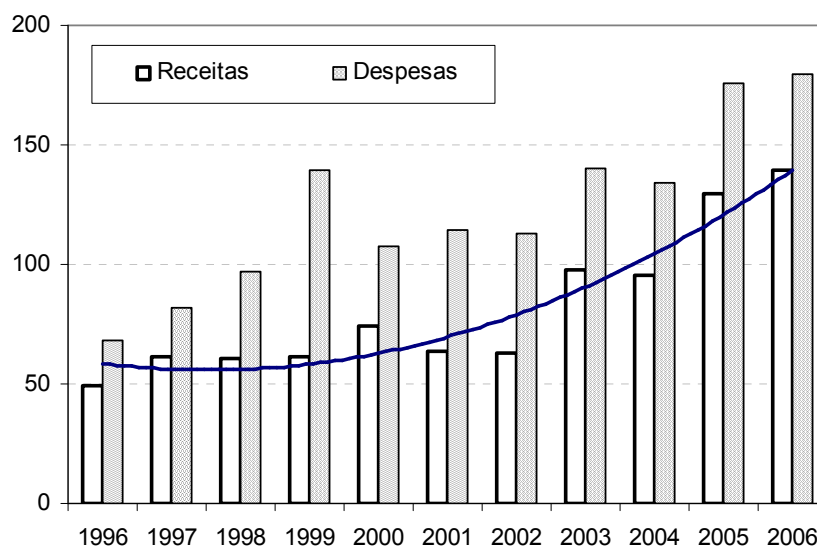
12. Por conseguinte destas fraquezas, julga-se que os requisitos minimamente necessários para avaliar e monitorar as tendências do sector de turismo em Moçambique ainda não têm sido criados. Daí, não se pode acompanhar as tendências para informar as políticas do sector. Contudo, deve notar que várias reformas estão a ser implementadas presentemente para fortalecer o sistema de estatísticas do sector.<sup>3</sup> A redução do coeficiente de variação na tabela, por exemplo, já reflecte uma melhoria na consistência destes dados chaves.
13. Apesar destes problemas, algumas características importantes do turismo no país podem ser esboçadas com base nos dados oficiais. Em primeiro lugar, destaca-se que o país é um importador líquido de turismo no balanço de pagamentos; ou seja, o valor de turismo emissor é mais que o turismo receptor. Isto é ilustrado no Gráfico 1, do qual se nota que o crescimento das receitas (exportações) desde o ano 2002 tem sido acompanhado pelo crescimento das despesas (importações). Considerando o ritmo de crescimento económico do país, bem como a localização da cidade capital perto da

<sup>3</sup> Além dos Estes incluem inquéritos já mencionados, estas mudanças incluem a às despesas de turista (veja Secção C), a informatização dos postos fronteiriços e a criação duma base de dados completa dos operadores turísticos.

África do Sul, tal crescimento das despesas turísticas fora do país não é tão surpreendente.

14. Ao nível de turismo dentro do país, os dados provenientes das estâncias turísticas indicam um proveito relativamente baixo do parque hoteleiro. Para os anos indicados no Gráfico 2, a taxa média de ocupação é apenas 23%, a qual compara fracamente com as taxas dos outros países tais como o Maurício (65%).<sup>4</sup> O número de pernoitas por turista também é relativamente baixo em termos comparativos, em parte explicando as taxas de ocupação. Ademais, no contexto (aparente) do crescimento do volume de entradas no país, nota-se que a tendência tem sido negativa para as duas variáveis. Tudo isto é não obstante o investimento robusto no sector, igual a US\$ 180 milhões de dólares por ano durante o período 1996-2005 conforme os dados do Centro de Promoção de Investimentos.<sup>5</sup>

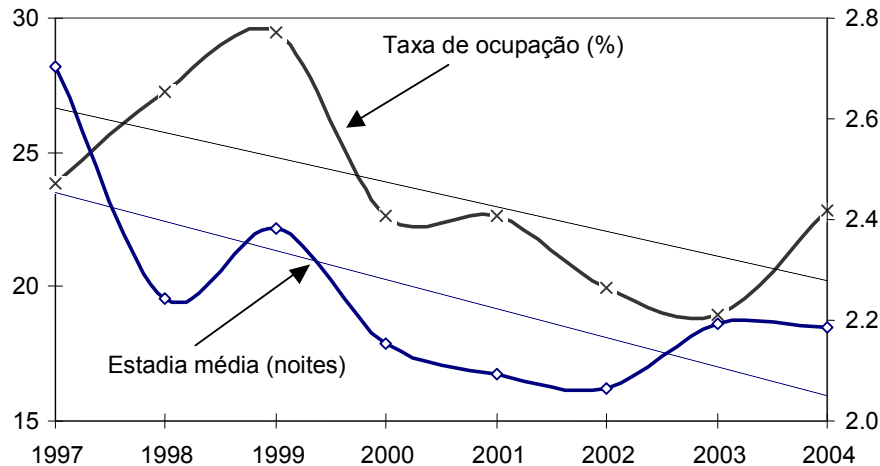
Gráfico 1: Turismo no Balanço de Pagamentos (US\$ milhões)



<sup>4</sup> Claramente uma média nacional oculta variação regional. Embora não haja informação precisa, avalia-se que a cidade de Maputo e os hotéis de luxo no Distrito de Vilankulo têm taxas de ocupação mais razoáveis (e.g., acima de 40%).

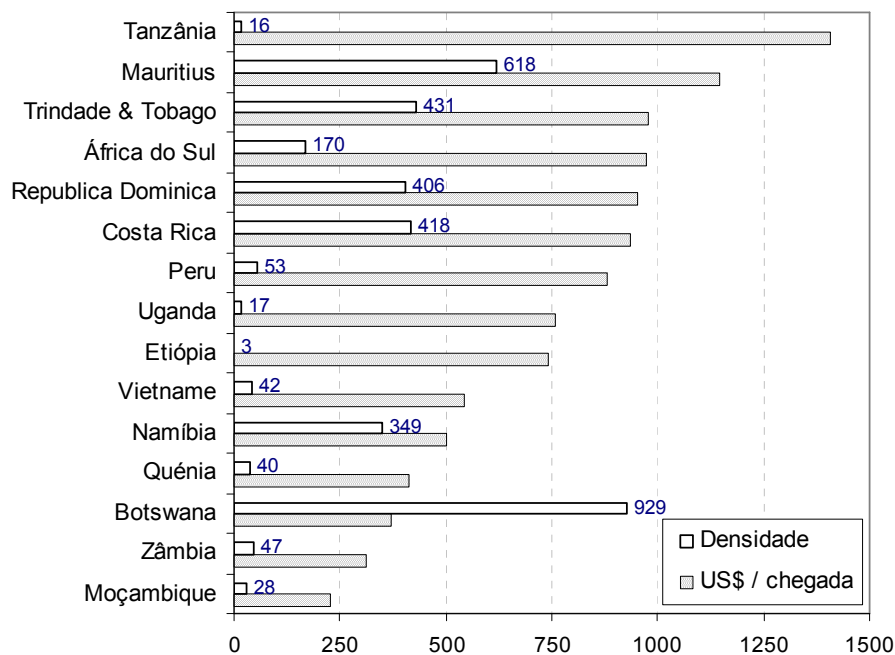
<sup>5</sup> Este valor é mais do total de receitas turísticas no balanço de pagamentos. Também, conforme fontes do MITUR a capacidade do parque hoteleiro do país cresceu em cerca de 50% entre 2000 e 2005 (Correio de Manhã, 13/11/2006).

Gráfico 2: Taxa média de ocupação e estadia média anual (1997-2004)



Fonte: adaptada do INE (2005)

Gráfico 3: Densidade de turistas estrangeiros e seu gasto médio por chegada



Fonte: WEF, 2007

15. A fraqueza comparativa do sector de turismo em Moçambique é igualmente sugerida por uma comparação do gasto médio por turista estrangeiro entre vários países “emergentes”. Vê-se que enquanto a densidade de turistas (medida como o número de chegadas por mil pessoas da população) em Moçambique não é particularmente diminuta, o gasto por chegada é o menor de todos. A diferença entre os vizinhos

Moçambique e Tanzânia é marcante. Conforme os dados do WEF (2007), os dois países acolheram aproximadamente um igual número de turistas no ano 2005 mas o gasto total dos turistas na Tanzânia era seis vezes maior, explicado principalmente pela estadia média de aproximadamente 10 dias (CHL Consulting Group, 2002).

16. Considerando estes dados, junto com as conclusões do estudo do FIAS (2006), podia perguntar se vale a pena continuar com a investigação do contributo económico de turismo em Moçambique. Porém, fica patente que ainda não há nenhuma análise abrangente e consistente do sector. O estudo do FIAS, por exemplo, não encaixa um tratamento de turismo doméstico e se concentra mais nos grandes mercados turísticos globais sem considerar as implicações do volume alto de turismo regional existente.<sup>6</sup> Por conseguinte, não fornece uma análise completa da situação actual de turismo ou seus impactos económicos que possa servir de base para monitorar a evolução do sector. Ademais, apesar da proeminência dada ao turismo em termos do seu *potencial* contributo para o crescimento do país, não existe nenhuma análise do impacto económico do sector do ponto de vista das suas ligações com outros sectores.
17. Finalmente, a exploração do contributo económico de formas diferentes de turismo torna-se mais saliente no contexto da previsão de maior integração regional e do fluxo crescente de turistas oriundos da região (África Austral). A ocorrência da Copa Mundial de Futebol na África do Sul em 2010 representa uma oportunidade ímpar para elevar e promover o sector de turismo em Moçambique. Contudo, para realmente tirar proveito destes desafios e minimizar os seus custos, impõe-se a elaboração de políticas claras baseadas numa compreensão aprofundada da situação actual de turismo nas suas várias dimensões e os seus impactos económicos.

### **C. Metodologia**

18. A fiabilidade de qualquer análise económica sempre depende do rigor dos métodos usados e a qualidade dos dados. Esta secção resume a sequência metodológica percorrida para: (i) construir a matriz de contabilidade social (MCS); (ii) desagregar as categorias de turismo; e (iii) estimar os multiplicadores económicos.

---

<sup>6</sup> Conforme INE (2005) aproximadamente 75% dos turistas vem de Zimbabué, Malawi e África do Sul.

19. Antes de continuar, contudo, é útil esclarecer algumas definições. Conforme as orientações da Organização Mundial de Turismo referentes à construção de contas satélites de turismo (UNWTO, 1999), defina-se o turismo na sua generalidade como: as actividades praticadas pelos indivíduos durante as suas viagens e permanências em locais situados fora do seu ambiente habitual, por um período contínuo que não ultrapasse um ano, por motivos de lazer, negócios e outros.
20. Evidentemente, esta definição é bastante abrangente pelo que a identificação de categorias de interesse se torna útil na prática. Ainda conforme as contas satélites de turismo, é vulgar demarcar o turismo feito pelas pessoas não residentes no país (“turismo estrangeiro” ou “turismo receptor”) e pelos residentes (“turismo doméstico”), entre os quais se distingue entre os agregados familiares e as empresas domésticas. Finalmente, embora seja típico distinguir entre os turistas que chegam e partem no mesmo dia (*same day visitors*) e os que pernoitam no destino, não há informação suficiente neste caso para fazer esta separação.

### **(1) Construção duma matriz de contabilidade social (MCS)**

21. Reconhece-se a MCS como uma ferramenta padrão para explorar as escolhas fundamentais das políticas económicas, quer para países desenvolvidos quer para os em via de desenvolvimento.<sup>7</sup> Como um ponto de partida para este estudo, destaca-se a utilidade da MCS por integrar informação sobre o valor e direcção das transacções que decorrem entre diferentes actores ou sectores na economia (chamadas “contas”) durante um determinado período (normalmente um ano). Deste modo uma MCS permite a quantificação do tamanho económico de diferentes sectores e das suas ligações inter-sectoriais.
22. A literatura é repleta de descrições do uso e natureza das MCS pelo que não é necessário as reproduzirem aqui. Brevemente, e conforme um dos mais reconhecidos economistas desta área, resume-se:

---

<sup>7</sup> O estudo do Tarp et. al (2002) sobre as estratégias de desenvolvimento recomendáveis para Moçambique é um exemplo deste tipo de análise baseada numa MCS; veja também Lewis and Thorbecke (1992) ou Round (2003).

A MCS é um sistema de dados completo, abrangente, desagregado e consistente que capture a interdependência que existe dentro dum sistema socioeconómico. Alternativamente, pode-se utilizar o MCS como um quadro conceptual para investigar o impacto de mudanças exógenas na ... estrutura de produção e na distribuição de rendimento aos factores de produção e aos agregados familiares. (Thorbecke, 2000: 1; tradução do autor)

23. É importante perceber que a MCS, em si, é apenas uma descrição de relações económicas observadas (uma “foto”) e não enquadra nenhuns pressupostos acerca do comportamento da economia (ou seja, os processos económicos por detrás dos dados). A sua estrutura é bastante flexível, permitindo a inclusão de informação extremamente detalhada dependendo dos dados disponíveis e do interesse do pesquisador. Em termos gerais, todavia, uma MCS tipicamente abrange as seguintes categorias de contas: os sectores produtivos, os bens (comodidades), os factores de produção (capital e emprego) e as instituições incluindo empresas, agregados familiares, o governo e o resto de mundo.
24. Devido à sua utilidade e robustez teórico, não é de surpreender que as MCS têm sido aplicadas frequentemente no âmbito da avaliação dos impactos económicos de turismo. Como notado por Dwyer et al. (2004), o uso das MCS representa uma extensão mais rigorosa e robusta das tabelas entrada/saída (“*input/output*”), as quais tinham dominado a análise macroeconómica do turismo anteriormente (especialmente no período 1970-1990). Exemplos da análise de turismo baseados numa MCS incluem Archer e Fletcher (1996) ou Wagner (1997).<sup>8</sup>
25. Em termos metodológicos, a construção da MCS para este estudo se baseia na série de outras MCS produzidas para Moçambique desde 1995 (para mais detalhes veja Tarp et al., 2002). O mais recente é a MCS para o ano 2001 que introduz informação proveniente do inquérito aos agregados familiares de 2002/03 (IAF 2002/03) para efectuar uma desagregação muito mais detalhada de que teria sido possível apenas com os dados das contas nacionais.<sup>9</sup> Neste caso, actualiza-se a MCS 2001 mas com

---

<sup>8</sup> Frequentemente elabora-se uma MCS para servir de base para desenvolver modelos mais sofisticados, tais como os de equilíbrio geral computável (CGE); porém, neste estudo limita-se apenas à construção (e desagregação) da MCS seguido por métodos de análise relativamente simples.

<sup>9</sup> Para mais detalhes sobre a metodologia usada veja Arndt et al. (2007).

base nos últimos dados disponíveis, sendo o novo conjunto de contas nacionais para o ano 2003 concluído recentemente pelo Instituto Nacional de Estatística (INE).

26. Para construir a MCS usam-se as seguintes fontes oficiais, todos referentes ao ano 2003: (a) a Conta Geral do Estado; (b) o Anuário Estatístico do INE; (c) a matriz de produção por ramo de actividade; (d) o quadro de recursos e seu emprego por produto e por instituição; e (e) a matriz “input-output”, sendo uma actualização (feita pelo INE) das tabelas originais “input-output” do ano 1997. Adicionalmente, dado que a desagregação baseada no IAF 2002/03 continua a ser aplicável, utiliza-se o mesmo método para distinguir três contas referentes ao emprego (representando as classes alta, média e básica de educação) e cinco contas referentes aos agregados familiares (representando quintos da distribuição de rendimento).
27. A metodologia de construção segue a abordagem de Robinson et al. (2001) que se resume na elaboração duma MCS agregada (macroeconómica), seguida pela unificação das diferentes fontes de informação numa matriz microeconómica para sua posterior equilibração. Enquanto a MCS agregada é equilibrada manualmente, recorrem-se aos métodos computáveis para equilibrar a MCS microeconómica. Emprega-se a MCS macroeconómica para orientar o cabimento da MCS microeconómica – ou seja, pretende-se minimizar a distância entre a MCS macroeconómica e os respectivos agregados da MCS microeconómica.
28. A execução destas práticas resulta numa MCS para 2003 com 59 contas, sendo: 17 sectores de produção; 23 comodidades (incluindo custos de transacção); 4 factores de produção; e 15 instituições dos quais 5 são categorias de impostos. Tabela A.1 (Anexo 1) alista os sectores produtivos (ao nível de comodidade) distinguidos na MCS microeconómica utilizada no restante do estudo.

## **(2) Desagregação do turismo**

29. No tocante ao uso da MCS para analisar o sector de turismo, defronta-se o problema que turismo não é um sector “tradicional” de produção tal como a agricultura. Ao invés de ser caracterizado pela produção de bens ou serviços específicos, a actividade de turismo constitui-se na procura de bens e serviços produzidos por vários sectores

tradicionais incluindo hotéis e restaurantes mas não só. Isto reflecte a própria constituição das contas nacionais (a base da MCS) e aponta a motivação principal por detrás da elaboração de contas satélites de turismo (CST). Estas representam uma maneira de apresentar as contas nacionais que consista na identificação da parte de procura e oferta da economia relacionada com as categorias de turismo (veja UNWTO, 1999).

30. No que concerne ao uso das MCS para investigar a área de turismo, não há nenhuma abordagem padrão para resolver o facto do sector não vir devidamente separado nas contas. Ao contrário, tem sido aplicada uma grande variedade de abordagens na literatura. Alguns estudos simplesmente optam por tratar diversos sectores tradicionais, tais como hotéis e restaurantes, como sendo característicos de turismo e assim representativos do turismo no seu total (e.g., Kweka et al., 2001). Por outro lado, e como argumentado por Blake et al. (2001), onde as CST já existem é possível as utilizar para desagregar o sector de turismo dentro duma MCS. Contudo, até quando esta informação é disponível ainda se encontra diversos tratamentos do turismo e uma falta de clareza acerca do método de desagregação usado.<sup>10</sup>
31. Enquanto este estudo se interessa no contributo das categorias diferentes de turismo em Moçambique, não se pode recorrer as CST pois nenhum trabalho tem sido feito neste sentido. Não obstante disso, em Janeiro de 2007 realizou-se o primeiro inquérito às despesas de turista. Junto como o seu piloto feito em Dezembro de 2006 ele disponibiliza, pela primeira vez, uma fonte de dados que permita avaliar o impacto económico dos turistas estrangeiros. Analisado em conjunto com outros dados oficiais (para tornar as estimativas do inquérito mais representativas), é possível quantificar os gastos locais feitos por turistas estrangeiros e a sua afectação entre produtos diferentes.
32. A quantificação do turismo doméstico (i.e., pessoas residentes em Moçambique) fica mais difícil na ausência de dados específicos sobre esta actividade. Isto não é um constrangimento particular para Moçambique; pois, muitos países com sectores

---

<sup>10</sup> Por exemplo, um o modelo de turismo para Escócia baseado numa MCS integrado Gooroochurn et al. (2004) enquadra categorias de turismo doméstico e estrangeiro (Gooroochurn et al., 2004) enquanto um; outro modelo parecido, para a Indonésia, (Sugiyarto et al., 2003) só incorpora o turismo estrangeiro.

significantes de turismo não têm informação deste género. Contudo, a situação não está perdida – primeiro, as contas nacionais que constituem a MCS já incluem estimativas do valor total dos gastos dos agregados familiares e das empresas (compras intermediárias) ao nível de produto. Pelo menos para produtos característicos de turismo, pode-se presumir que a maioria destes gastos seja relacionada com a actividade de turismo.<sup>11</sup> Para os produtos não característicos pode-se recorrer aos exemplos de outros países para nortear a escolha da *proporção* de gastos relacionados com o turismo doméstico. Esta é a estratégia adoptada no desenvolvimento das primeiras contas satélites de turismo para a Namíbia (Poonyth et al., 2001) e aplicam-se os mesmos pressupostos aqui.

33. Esta informação do lado de procura representa uma base fundamental para o desenvolvimento das tabelas chaves das CST. De facto, nota-se que a desagregação dum MCS para distinguir diferentes formas de turismo é suficiente para medir o tamanho do turismo dentro da economia. Em outras palavras, a combinação dum MCS equilibrada com informação (ou pressupostos razoáveis) sobre a procura turística possibilita não só a quantificação do tamanho económico de turismo mas também a modelação do seu impacto.
34. A abordagem aplicada para desagregar as categorias do turismo na MCS segue a prática do Governo da Austrália na sua modelação do sector (Dent et al., 2004). Esta envolve a criação de sectores “fantasmas” (dos lados de produção e de comodidades) que agrupem toda a procura relacionada com uma determinada forma de turismo, criando um produto compósito que venha ser vendido aos agentes. Os sectores “fantasmas” representam apenas uma ferramenta contabilística para associar um conjunto de bens e serviços já existentes dentro da matriz com uma certa actividade de turismo. Assim, a abordagem não tem nenhum efeito quanto às relações “reais” enquadradas na MCS.
35. Quais são as categorias de turismo incluídas na MCS turística para Moçambique? Do lado dos turistas estrangeiros (turismo receptor), Tabela 2 apresenta alguns resultados

---

<sup>11</sup> Lembre-se que a definição de turismo (veja Secção C) é abrangente, resultado do qual é lógico concluir que uma grande parte de gastos de bens e serviços característicos de turismo dentro da economia devem se relacionar com turismo.

da análise dos inquéritos às despesas de turista, da qual emerge uma distinção entre três categorias<sup>12</sup> – (i) os turistas de negócios; (ii) os turistas de lazer que fazem auto-condução; e (iii) os outros turistas de lazer.<sup>13</sup> Obviamente o objectivo das últimas duas categorias é igual, o isolamento de turistas de auto-condução (“lazer condução”) reflecte o facto de haver um número significativo de turistas que entram em Moçambique com seu próprio veículo (não alugado). Na sua maioria, estes são oriundos da região da África Austral e, frequentemente, trazem com eles quantias consideráveis de comida e bebida, assim reduzindo o seu recursos às compras localmente. Como se pode depreender da tabela, a distinção entre este grupo e os outros turistas de lazer (que geralmente chegam de avião) é altamente relevante do ponto de vista do seu impacto económico (gastos totais por chegada).

36. Tabela A.2 (Anexo 1) resume os pressupostos aplicados às categorias de bens e serviços da MCS 2003 para desagregar o turismo doméstico entre os agregados familiares e as empresas. Os pressupostos são relativamente conservadores, sendo substanciais apenas para os bens e serviços característicos de turismo, tal como o alojamento e a restauração. Em termos das cinco subcategorias de agregados familiares enquadradas na MCS (veja acima), não há informação sobre a distribuição da prática de turismo entre estas subcategorias. Assim, a mesma proporção (pressuposto) é aplicada a cada subcategoria. No tocante às empresas, nota-se que a actividade turística se relaciona apenas com a procura intermediária e, assim, não faz parte do consumo final da economia.
37. Finalmente, conforme a perspectiva das CST, pode-se incluir o investimento relacionado com turismo como parte da contribuição total do sector à economia. Ignorando a origem do capital social e definindo este contributo como turismo doméstico, assume-se que o sector de turismo corresponde a 7% do total do investimento no país em 2003. Esta cifra deriva de dados sobre o valor dos projectos de investimento (domésticos e estrangeiros) aprovados pelo Centro de Promoção de Investimento (CPI) para o período 1995-2005. Estes indicam que o turismo representa

---

<sup>12</sup> Os resultados são apresentados em preços de 2003 para ser harmonizados com a MCS 2003.

<sup>13</sup> Normalmente faz-se uma distinção entre turistas de lazer e os que visitam amigos e familiares. Contudo, baseada na amostra julgou-se que tal diferença não era interessante em termos económicos, pois havia poucos casos úteis da categoria dos visitantes dos amigos e familiares.

14% de investimentos aprovados (por valor); todavia, dado que o sector público representa cerca de 50% do total de investimentos anuais, reduz-se esta estimativa por metade.

Tabela 2: Gastos totais de turistas estrangeiros por subcategoria (10<sup>9</sup> Mt)

	Numero Estadia		Gastos totais por categoria				US\$ <i>Por pessoa</i>	
	('000s)	média	Alojamento	Restauração	Outros	Total	Total (10 <sup>6</sup> )	<i>por visita</i>
Negócio	161.6	3.0	655	249	227	1,131	47.5	\$294
Lazer (condução)	195.6	3.0	361	202	192	755	31.7	\$162
Lazer (outros)	83.8	7.0	455	124	259	839	35.3	\$421
<b>Total</b>	<b>441.0</b>	<b>3.8</b>	<b>1,471</b>	<b>575</b>	<b>678</b>	<b>2,724</b>	<b>114.5</b>	<b>\$260</b>

Fonte: estimativas do autor; metodologia e definições são descritas no texto

38. Tudo isto resulta numa desagregação da MCS 2003 abrangendo seis categorias de turismo (sectores “fantasmas”). Do lado de turismo estrangeiro estas são: (i) o turismo de negócio; (ii) o turismo de lazer (condução); e (iii) outro turismo de lazer. Do lado de turismo doméstico as categorias são: (a) o turismo dos agregados familiares; (b) o turismo empresarial; e (c) os investimentos no turismo.

### (3) Cálculo dos multiplicadores

39. Além das estimativas do tamanho económico de turismo tiradas directamente da MCS desagregada (veja Secção D), o elemento final da metodologia é o cálculo dos multiplicadores para avaliar o impacto económico de turismo. Isto enquadra-se nas práticas firmemente estabelecidas na literatura e, por conseguinte, não necessita uma elucidação detalhada (veja por exemplo Roland-Holst, 1990; Round, 2003).

40. A ideia fundamental reflecte a noção do equilíbrio (geral) efectivo entre a procura e a oferta da economia concretizado na MCS, bem como a separação entre variáveis endógenas e exógenas. Assumindo que haja uma relação fixa entre a produção total dum sector e as proporções dos *inputs* de outros sectores, estabelece-se o conhecido formula:  $\mathbf{x} = (\mathbf{I} - \mathbf{A})^{-1} \cdot \mathbf{y} = \mathbf{M} \mathbf{y}$  no qual  $\mathbf{x}$  representa um vector da oferta total por sector,  $\mathbf{y}$  um vector das injeções exógenas à economia e  $\mathbf{M}$  a matriz de multiplicadores derivada da matriz de coeficientes dos *inputs* sectoriais. Cada elemento da  $\mathbf{M}$  ( $w_{ij}$ ) representa o aumento antecipado na renda total (endógena) do

sector  $i$  proveniente do incremento de uma unidade na procura exógena por conta  $j$  (ou seja,  $w_{ij} = dx_i / dy_j$ ).

41. Várias extensões analíticas são possíveis com base nos multiplicadores, das quais três são implementadas aqui. Primeiro, conforme Lima et al. (2004) calcula-se a matriz dos multiplicadores do emprego, sendo o produto da matriz de multiplicadores e uma matriz diagonal dos postos de empregado existentes em cada sector dividido pela produção total do mesmo sector. Interpreta-se a matriz resultante na mesma maneira que a matriz de multiplicadores, mas neste caso os valores representam aumentos de postos de emprego ao invés de valores reais económicos (renda);
42. Segundo, estimam-se as ligações viradas para trás (*backward linkages*) para cada sector conforme a metodologia padrão (também veja Lima et al., 2004). Este cálculo resulta num único valor que indique a medida em que os multiplicadores para uma determinada conta da MCS são acima da média das outras contas.
43. Terceiro, baseada na lógica desenvolvida por Tarp et al. (2002), podia-se interpretar os multiplicadores não só como o impacto (incremento) esperado dum choque exógeno, mas também como o retorno necessário para sustentar o processo multiplicador. Por exemplo, para uma determinada conta (coluna) o multiplicador para capital (físico) representa o volume de investimento novo necessário para sustentar o processo multiplicador assumindo retornos iguais ao capital em todos os sectores. Do ponto de vista do uso óptimo dos recursos escassos, é útil considerar a medida em que os processos multiplicadores são intensivos nos factores escassos de produção. Isto pode ser calculado por dividir o multiplicador simples ( $w_{ij}$ ) pelo específico multiplicador relacionado com o factor de produção de interesse ( $w_{kj}$ ). O resultado é um multiplicador ajustado para capturar o grau em que os impactos económicos dependem dos factores escassos de produção. Logicamente, se esta dependência fosse relativamente alta, os constrangimentos do lado da oferta podiam ser maiores.

#### **(4) Limitações analíticas**

44. Antes de passar para os resultados, merece assinalar as limitações desta metodologia. Primeiro, nota-se que a desagregação de turismo é feita principalmente via a aplicação de proporções à MCS inicial. Por conseguinte, mesmo que as proporções sejam bem estimadas, na última instância os resultados finais dependem da qualidade dos dados provenientes das contas nacionais utilizadas para elaborar a MCS.
45. Sendo bastante agregada, a natureza da MCS construída aqui não permite a distinção entre efeitos locais e nacionais de qualquer actividade económica (e.g., turismo). Por exemplo, o multiplicador para emprego referente a uma dada sector mede apenas o incremento total esperado do rendimento do factor de emprego na economia inteira, sem distinção da sua localidade ou do seu sector.
46. É igualmente importante salientar que os multiplicadores capturam todos os efeitos temporais relacionados com um dado choque à economia e não distinguem entre efeitos a curto ou a médio prazos.
47. Mesmo referente aos multiplicadores, a metodologia pressupõe que não haja estrangimentos do lado da oferta nem efeitos monetários (preços) na economia. Neste sentido os multiplicadores (não ajustados) devem ser considerados como indicadores relativamente optimistas dos benefícios reais possíveis a longo prazo dum dado choque económico.
48. Finalmente, vale a pena indicar a divergência entre esta análise, baseada numa MCS desagregada, e um exercício mais completo de elaborar umas CST:
  - a. destaca-se que não se seguiram estritamente as definições e classificações das CST nesta análise. Isto é o caso tanto para a definição de turistas (não se distingue entre visitantes que chegam e partem no mesmo dia) como para a classificação sectorial. A implementação das CST para Moçambique necessitaria um trabalho mais aprofundado para relacionar os sectores das contas nacionais existentes (de Moçambique) com a classificação padrão dos sectores característicos de turismo tal como definida em OECD (2001);

- b. o exercício apenas replica alguns elementos “chaves” das CST e não abrange toda a informação teoricamente pertinente. Por exemplo, a desagregação da MCS feita aqui é virada aos fluxos de turismo *dentro* do país e não se debruça sobre o turismo emissor. Igualmente, a MCS não inclui um tratamento detalhado do emprego associado com o turismo;
- c. como resultado destas divergências, conclui-se que a medição do tamanho do turismo aqui será provavelmente conservadora em comparação com umas CST completas. Em particular, não são incluídas a contribuição de intermediação financeira ou o valor de serviços de alojamento fora de hotéis. Todavia, em termos de um primeiro passo este exercício representa um avanço significativo para o melhor entendimento do turismo na economia e comprova a utilidade das MCS.

#### **D. O tamanho económico de turismo em Moçambique**

- 49. Tabela A.3 (Anexo 1) apresenta uma agregação simples da MCS “turística” para Moçambique, mostrando apenas as duas categorias principais de turismo (estrangeiro e doméstico) e suas relações com as outras contas principais. Em termos da robustez desta MCS comparada com os dados oficiais originais, há apenas uma diferença ligeira (0.23%) entre o valor do PIB calculada da matriz microeconómica final (equilibrada) e a MCS macroeconómica inicial. Assim, julga-se que a MCS com seis categorias fantasmas de turismo representa uma base sólida para medir o tamanho de turismo em Moçambique no ano 2003.
- 50. Conforme a lógica das CST, um primeiro passo é de investigar o valor e a estrutura do consumo relacionado com turismo entre as suas diferentes categorias. Extraída directamente da MCS, Tabela 3 mostra a procura total por produto e por categoria principal de turismo. Estas estimativas indicam que o turismo em Moçambique representa 2.9% da procura (oferta) total de bens e serviços, incluindo o valor de auto-consumo, na economia. Em termos da procura final que exclui a compra dos bens intermediários e, conseqüentemente, retira o turismo doméstico das empresas, a

agregação da MCS apresentada no Anexo 1 (Tabela A.3) avalia que turismo corresponde a 3.8% do consumo final dos agentes internos e externos.

Tabela 3: Consumo total de turismo por produto e categoria (2003, 10<sup>9</sup> Mt)

	Turismo				Economia	
	Estrangeiro	Doméstico	Total	(%)	Total*	% turismo
<b>Característicos</b>	1,733	3,368	5,101	65.9	17,467	29.2
Hotéis	1,060	315	1,375	17.8	1,471	93.5
Restauração	575	529	1,103	14.3	1,696	65.0
Trans. aéreo	98	561	659	8.5	1,213	54.3
Trans. rodoviário	-	1,870	1,870	24.2	12,992	14.4
Agências	-	93	93	1.2	94	99.0
<b>Não característicos</b>	407	2,226	2,634	34.1	244,811	1.1
Agricultura	12	94	106	1.4	17,095	0.6
Pesca	15	59	75	1.0	9,427	0.8
Comidas	53	214	268	3.5	24,800	1.1
Bebidas	13	184	197	2.5	7,517	2.6
Manufactureira	116	105	220	2.8	15,120	1.5
Combustível	54	426	480	6.2	10,342	4.6
Construção	-	815	815	10.5	12,542	6.5
Transporte	22	-	22	0.3	10,210	0.2
Serviços	123	329	452	5.8	32,503	1.4
Outros	-	-	-	-	105,256	-
<b>Total</b>	2,140	5,594	7,735	100.0	262,278	2.9

Fonte: estimativas do autor

Nota: \* igual ao valor de procura total incluindo auto-consumo

51. Uma observação de destaque é que o turismo estrangeiro corresponda a apenas 28% do consumo total turístico no país, igual a US\$ 91 milhões de dólares. Isto é inferior que o total dos gastos de turistas estrangeiros estimado na Tabela 2. A diferença provém do uso da MCS inicial para fixar os limites dentro dos quais a desagregação de turismo pode suceder. Se os dados utilizados para estimar fossem altamente certos, significaria que a MCS subestimava o contributo do turismo estrangeiro. Todavia, sem este grau de confiança, a MCS *equilibrada* representa uma base

tecnicamente mais robusta para medir o contributo económico do turismo relativo aos outros sectores.<sup>14</sup>

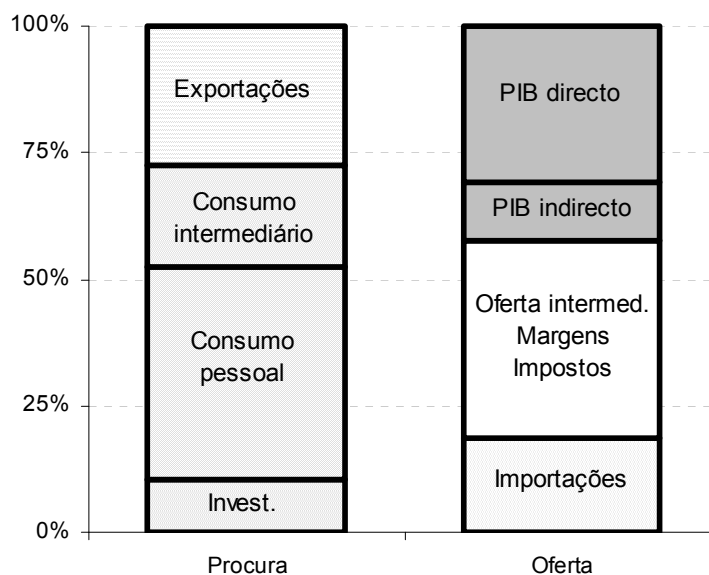
Tabela 4: Valor acrescentado (VA) ao custo de factores por sector (2003, 10<sup>9</sup> Mt)

	VA	% total	(%)	VA rácio
<b>Economia (incl. turismo):</b>	<b>101,324</b>	<b>100.0</b>	<b>-</b>	<b>62.2</b>
Agricultura	18,217	18.0	-	84.6
Industria	32,120	31.7	-	52.2
Serviços	50,988	50.3	-	60.5
<b>Turismo:</b>	<b>3,277</b>	<b>3.2</b>	<b>100.0</b>	<b>52.4</b>
Negócio	444	0.4	13.6	53.7
Lazer (condução)	303	0.3	9.2	52.8
Lazer (outros)	278	0.3	8.5	55.9
Agregados familiares	1,440	1.4	43.9	54.9
Empresas *	447	0.4	13.6	42.3
Investimento	365	0.4	11.2	50.7

Fonte: estimativas do autor

Nota: \* contribuição das empresas domésticas é incluída porque a base de estimação é o valor acrescentado na produção o qual é posteriormente afectado à procura turística (veja o texto).

Gráfico 4: Resumo da estrutura da contribuição económica de turismo



Fonte: cálculos do autor

Nota: total = Mt 7,735 biliões (US\$ 330 milhões)

<sup>14</sup> De facto, os valores para exportações de transporte aéreo e rodoviário na MCS parecem baixos. Assim um aspecto secundário deste exercício é ajudar na validação das contas nacionais.

52. Dentro da categoria de turismo estrangeiro, Tabela A.4 (Anexo 1) apresenta a divisão pelas três subcategorias escolhidas. Observa-se que o turismo de negócio representa 42% da procura total da categoria ou 12% da procura turística inteira. Embora o turismo estrangeiro de auto-condução represente 44% do volume (número) de turistas estrangeiros, o seu impacto bruto corresponde a apenas 28% da procura total de turismo estrangeiro – reflectindo os gastos relativamente baixos por pessoa por visita deste grupo.
53. Um outro resultado importante deste exercício, sendo a primeira estimativa do seu género para Moçambique, é a constatação do tamanho notável de turismo doméstico, correspondendo a cerca de US\$ 240 milhões ou mais que duas vezes o consumo total de turismo estrangeiro. Em parte isto simplesmente reflecte a definição abrangente de turismo que encaixa qualquer visita fora do local de costume. Contudo, reconhece-se também a dissemelhança da estrutura de gastos entre as categorias de turismo. Excluindo a parte de investimentos (procura por construção), 70% da procura de turismo doméstico canaliza-se aos sectores não característicos de turismo, contra 19% para o turismo estrangeiro. Por exemplo, enquanto os gastos com transporte (incluindo combustível) representam menos de 10% do total de gastos dos turistas estrangeiros, estas despesas aproximam 50% do consumo total de turismo doméstico.
54. Diferenças na estrutura de consumo são relevantes ao nível das subcategorias. Não é somente o caso que o turismo estrangeiro é fortemente concentrado nos produtos típicos de turismo (alojamento e restauração), mas esta tendência é mais exagerada entre os turistas de negócio (86% gastos são “característicos”). Dentro das categorias de turismo doméstico (Tabela A.4) nota-se o nível particularmente baixo dos gastos com hotéis dentro do cabaz dos agregados familiares (3% do seu total) indicativo da natureza mais informal do turismo deste grupo.<sup>15</sup> Tudo isto destaca a importância de entender o turismo em Moçambique não como uma actividade homogénea, mas sim como um sector altamente segmentado.

---

<sup>15</sup> Lembra-se também que a definição de turismo inclui turistas do mesmo dia que, provavelmente, corresponde a uma parte significativa do total.

55. Apesar do seu tamanho significativo relativo ao turismo estrangeiro, as tabelas (bem como a MCS agregada) confirmam que os pressupostos sobre o turismo doméstico são conservadores. Por exemplo, o total de gastos dos agregados familiares na actividade turística corresponde a apenas 2.8% dos seus gastos totais; para as empresas, estima-se que os gastos na actividade turística sejam iguais a 1.6% do total dos gastos nos produtos intermediários.
56. Do lado da oferta, interesse-se na medida em que o consumo total de turismo é satisfeito através de importações ou o valor acrescentado de produção doméstica. Para o turismo, que se define principalmente em termos de procura, o que importa é a composição dos gastos turísticos e o valor acrescentado que se pode atribuir a cada comodidade consumida. À medida que este consumo tem um alto peso de importações ou é dominado por sectores (componentes) com retornos baixos, o valor acrescentado do turismo será inferior.
57. Aplicando este conceito, a Tabela 4 apresenta as estimativas do valor acrescentado (ao custo de factores) atribuível a cada categoria de turismo. Nota-se que os rácios de valor acrescentado para a economia total se referem à produção doméstica, pois são calculados como o valor acrescentado dividido pela procura total do sector. A parte referente ao turismo é calculada conforme a metodologia sugerida pelo OECD (2000: 87-100). Isto consiste em: (i) a repartição do valor acrescentado em produção entre as comodidades; e (ii) a atribuição deste mesmo valor acrescentado (por comodidade) às categorias de turismo baseada na proporção de consumo total de cada comodidade por categoria turística.
58. As estimativas sugerem que a contribuição líquida de turismo para a economia Moçambicana seja igual a 3.2% do PIB, da qual cerca de 44% se refere ao turismo dos agregados familiares residentes no país e 11% ao investimento no sector. No tocante ao turismo estrangeiro, o maior contributo provém dos turistas de negócio (14%), sendo mais que trinta por cento superior do contributo de turismo de auto-condução apesar de corresponder a um número inferior de turistas (veja Tabela 2). Baseado no rácio de valor acrescentado, estima-se que aproximadamente uma metade

de cada Metical gasto por turista realmente contribui ao valor acrescentado da economia.

59. Neste contexto, salienta-se que o conceito do PIB não se interesse na origem do capital social das empresas desde que a operação seja dentro do país. Assim, a contribuição de turismo acima estimada abrange as operações dos nacionais e dos estrangeiros e não se ajusta para a transferência de lucros para o estrangeiro. Pressupondo que estas transferências possam ser significativos devido aos pagamentos feitos fora de país e o peso de investimento estrangeiro no capital social do sector, estima-se que a contribuição de turismo ao rendimento nacional possa ser menor que 3%.
60. De modo a replicar outros resultados típicos encontrados num conjunto de CST, o Gráfico 4 resume as estimativas acima apresentadas dos lados de procura e de oferta. Quanto à nova informação capturada, divide-se o contributo para o PIB entre a parte directa e indirecta, correspondendo ao peso de consumo total turístico com produtos característicos (directos) e não característicos (indirectos).
61. Estima-se também o tamanho de importações, o valor de oferta intermediária, as margens de comércio e os impostos relacionados com o turismo. Os últimos três componentes são calculados na mesma maneira do PIB (baseados no valor de produtos intermediários consumidos no processo de produção), deixando o valor de importações como o residual. Em comparação com o valor do PIB turístico (directo e indirecto) o tamanho de importações é igual a 44%, contra um rácio de 47% para a economia total. Assim, desta análise parece que o turismo (no geral) não tenha uma intensidade alta de uso de importações em termos relativos. Porém, nota-se que esta análise é altamente agregada e não é capaz de distinguir entre a qualidade de produtos intermediários e a sua distribuição entre os diferentes processos de produção. Por isso, este resultado poderia ser uma estimação baixa das importações relacionadas com o turismo.

## E. O impacto económico de turismo em Moçambique

62. Baseada na metodologia descrita na Secção C, a Tabela 5 resume os multiplicadores de turismo nas vertentes de produção, valor acrescentado, rendimento familiar, receitas do governo e o número de postos de emprego criados. Nota-se que os multiplicadores se referem ao impacto dum aumento de uma unidade na procura exógena por produtos (comodidades).<sup>16</sup> No caso de turismo simula-se o impacto dum aumento da procura exógena por cada “produto médio” turístico, definido pelo cabaz de gastos identificados na Tabela 3. Para facilitar a leitura a tabela mostra os multiplicadores médios (ponderados pelo valor de procura total) para grupos chaves de produtos.

Tabela 5: Multiplicadores referentes à procura por grupos de produtos

	Economia geral				Categorias de turismo		
	Agricultura	Indústria	Serviços	Média	Estrangeiro	Doméstico	Média
<b>Produção:</b>	<b>4.78</b>	<b>3.30</b>	<b>4.17</b>	<b>3.76</b>	<b>4.71</b>	<b>4.21</b>	<b>4.35</b>
Agricultura	1.06	0.33	0.42	0.42	0.48	0.43	0.44
Indústria	0.93	1.14	0.87	1.01	1.05	1.04	1.04
Serviços	2.12	1.46	2.57	1.96	2.79	2.39	2.50
Comércio	0.67	0.38	0.31	0.37	0.39	0.36	0.37
<b>Valor acrescentado:</b>	<b>2.54</b>	<b>1.65</b>	<b>2.24</b>	<b>1.96</b>	<b>2.47</b>	<b>2.16</b>	<b>2.24</b>
Capital	0.76	0.59	0.72	0.66	0.80	0.66	0.70
Emprego	1.78	1.06	1.53	1.30	1.66	1.50	1.54
Alta	0.21	0.17	0.27	0.21	0.30	0.25	0.27
Média	0.34	0.25	0.39	0.31	0.40	0.37	0.38
Básica	1.22	0.64	0.87	0.78	0.97	0.87	0.90
Rendimento familiar	2.41	1.55	2.12	1.85	2.33	2.05	2.13
Receitas do governo	0.27	0.26	0.28	0.27	0.30	0.35	0.33
Postos de emprego	258.5	104.4	140.1	130.7	148.6	133.1	137.4

Fonte: estimativas do autor

Nota: classes de emprego referem-se ao nível de educação completada; receitas de governo correspondem às receitas directas e indirectas; postos de emprego é calculado via a matriz de multiplicadores de emprego (veja Secção C)

63. Em termos globais, o exercício comprova o vigor do contributo *potencial* de turismo para a economia. Em comparação com outros sectores, os multiplicadores de turismo em cada vertente são geralmente acima das médias da economia geral e, em particular, são bastante superiores que os multiplicadores do ramo de indústria. Por

<sup>16</sup> Cada unidade representa um milhão de contos (10<sup>9</sup>) de Meticais da antiga família (igual a cerca de US\$ 42,500).

exemplo, o aumento de uma unidade na procura por turismo estrangeiro traduz-se num incremento final de 4.71 unidades na produção total da economia doméstica, contra um aumento de apenas 3.30 unidades se o aumento exógeno fosse por produtos indústrias (uma diferença de 30%).

64. A robustez dos multiplicadores do turismo é reflectida no vertente do valor acrescentado. Aqui os multiplicadores indicam o acréscimo do PIB, e os seus factores constituintes (emprego e capital), que se espera provir dum choque exógeno de uma unidade na procura por comodidades. Este aumento refere-se à economia em geral e não é desagregado em termos da sua afectação sectorial. A estimativa para turismo (em média) é um multiplicador de 2.24 que é 14% superior da média da economia e igual ao mesmo multiplicador para o ramo de serviços. Em termos da sua repartição entre os factores de produção, o multiplicador do emprego é relativamente maior sendo 18% superior da média geral, assinalando que o crescimento (económico) do turismo virá beneficiar directamente a renda do emprego, dentro do qual a mão de obra básica (sem educação significativa) receberá 58% do ganho total de emprego (0.9 / 1.54).
65. O impacto positivo do turismo no emprego é confirmado pelo número de postos de trabalho que se estima serem criados do mesmo aumento na procura turística. Estima-se um adicionamento de cerca de 137 postos na economia toda, contra a média geral de 131, ou 105 no ramo da industria.
66. Como se pode ver da tabela, os multiplicadores de rendimento familiar seguem de perto os multiplicadores do valor acrescentado e do emprego em específico.<sup>17</sup> Assim, constata-se que o impacto robusto de turismo na renda do factor de emprego é transmitido logo para o rendimento dos agregados familiares. Respeitante à sua distribuição entre os quintos de rendimento, não se nota nenhuma divergência entre o turismo e a média geral da economia.
67. Quanto às diferenças entre as formas de turismo, Tabela 5 também indica que o turismo estrangeiro geralmente se relacione com multiplicadores maiores. Uma razão

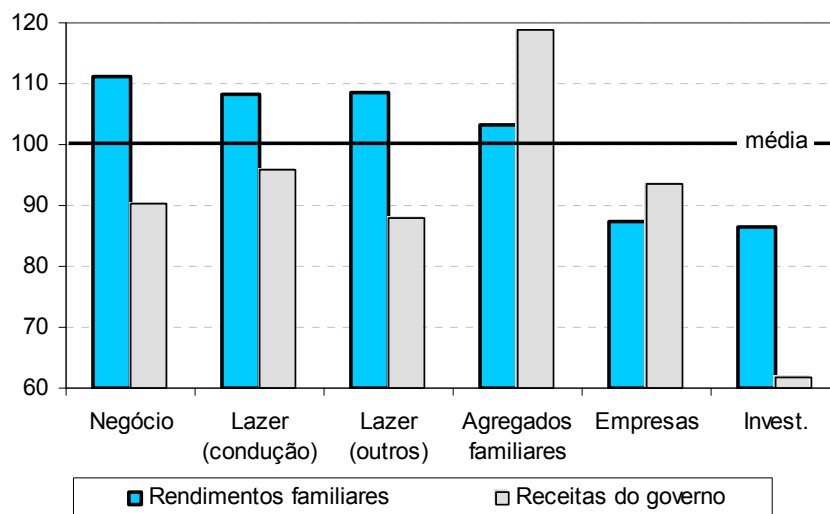
---

<sup>17</sup> Isto é evidente na MCS agregada onde a renda de emprego é canalizada na sua totalidade para o rendimento dos agregados familiares.

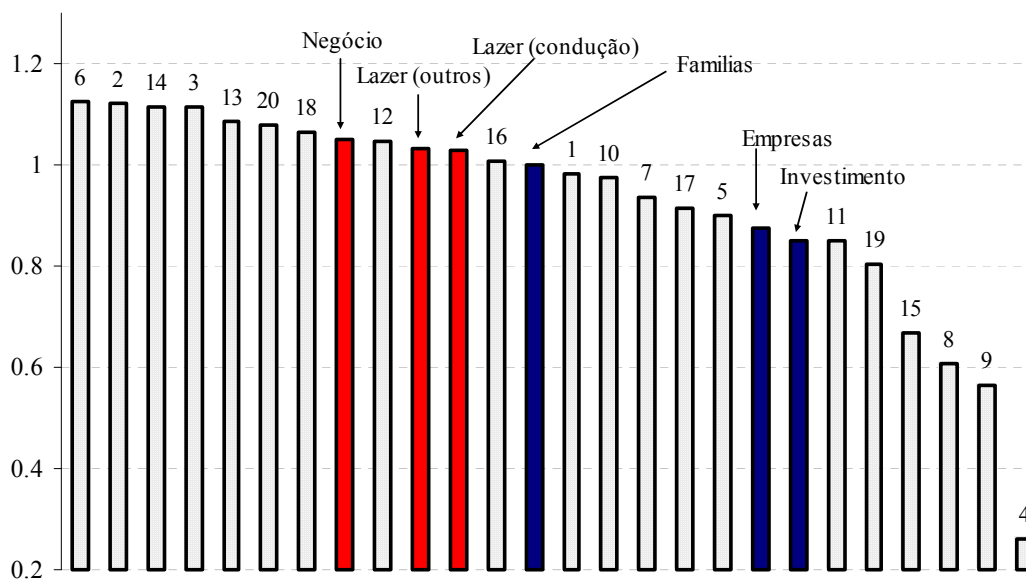
por detrás disso é a variação no peso de importações por unidade de produto turístico médio. O cabaz de gastos de turismo estrangeiro caracteriza-se por uma proporção superior de alojamento e restauração enquanto o turismo doméstico se dedica mais aos combustíveis e transporte rodoviário, sendo actividades com uma maior dependência de importações. Ademais, o turismo doméstico abriga a parte empresarial que, além de ser uma actividade intermediária, dedica uma fracção significativa (25%) dos seus gastos ao transporte aéreo cujo rácio de valor acrescentado é o menor de todos os sectores (17% contra uma média de 62%). A contribuição de investimentos turísticos é também relativamente diminuta devida à proporção considerável de bens industriais importados neste ramo de construção.

68. Embora sejam bastante ligeiras, também há algumas diferenças entre os multiplicadores das subcategorias de turismo. Por um aumento igual na sua procura, o turismo estrangeiro de negócios geralmente associa-se com impactos maiores e o turismo de auto-condução com impactos inferiores. Porém, ligado à proporção superior de combustíveis nos gastos dos turistas de auto-condução, o seu multiplicador no ramo das receitas do governo é mais alto que as outras categorias de turismo estrangeiro (0.38).
69. O Gráfico 5 ilustra a variação entre os multiplicadores para as subcategorias de turismo nas vertentes do rendimento dos agregados familiares e das receitas do governo. Para cada subcategoria o gráfico mostra a diferença contra a média ponderada das seis categorias de turismo. Evidentemente, a inferioridade dos multiplicadores para o turismo doméstico (em média) se devem ao contributo relativamente fraco de turismo doméstico empresarial e de investimento. Ou seja, o turismo doméstico de agregados familiares compara razoavelmente com o turismo estrangeiro por unidade igual de aumento na sua procura. Assim julga-se que, do ponto de vista de impactos económicos, a expansão da actividade “final” de turismo feita por pessoas singulares é muito mais vigorosa que a construção ou o consumo intermediário de empresas.

Gráfico 5: Variação (%) dos multiplicadores contra a média do turismo



Fonte: cálculos do autor

Gráfico 6: Ligações viradas para trás (*backward linkages*) por sector na MCS

Fonte: cálculos do autor.

Nota: categorias de turismo indicadas; outros sectores identificam-se pela numeração dada no Anexo 1

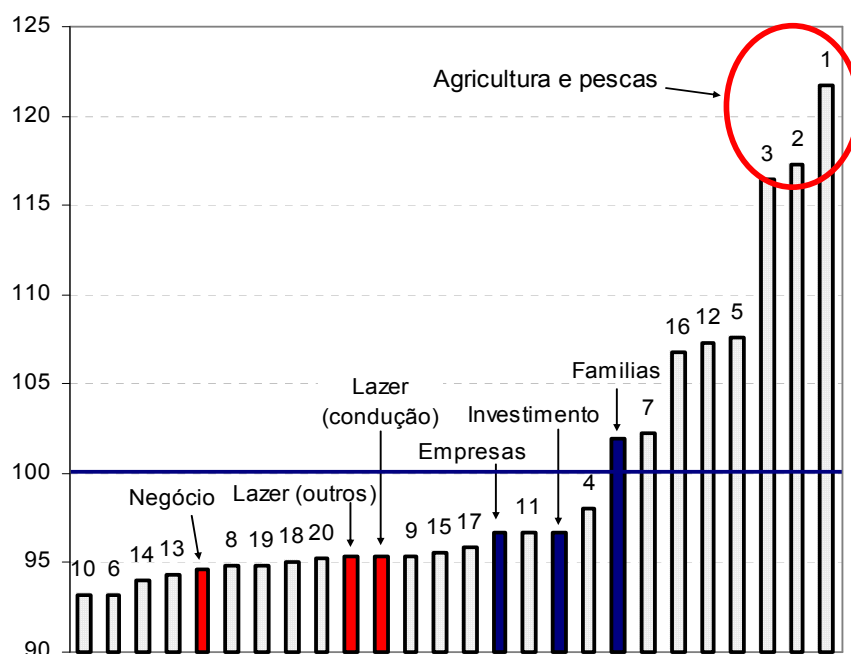
70. Para tomar em conta todos os efeitos (multiplicadores) relacionados com um igual estímulo exógeno na procura por cada comodidade, estimam-se as ligações viradas para trás (*backward linkages*); veja Secção C. Este exercício resulta num único valor por cada sector que, se for acima de um, indique o sector tem multiplicadores geralmente superiores que a média geral e pode ser considerado um sector “chave”.

Gráfico 6 ilustra esta medida por cada produto (comodidade) na MCS 2003 desagregada. Conforme a interpretação global da Tabela 5, os três tipos de turismo estrangeiro encontram-se entre os sectores mais vigorosos em termos da sua capacidade de estimular actividade económica nas outras vertentes da MCS. Nota-se que em grande parte isto reflecte as posições chaves de restauração e hotéis (sectores 13 e 14) no gráfico, os quais são entre os sectores com os maiores *backward linkages* conforme esta medida.

71. Comparado com o turismo estrangeiro, o turismo dos agregados familiares tem um impacto ligeiramente menor, mas ainda superior à média total da economia (i.e.  $>1$ ). Contudo, os outros ramos de turismo doméstico mostram-se relativamente mais frágeis, assim confirmando a conclusão derivada do Gráfico 5 que a inferioridade das médias dos multiplicadores de turismo doméstico se refere a estes componentes e não ao turismo dos agregados familiares.
72. Correspondente às limitações da metodologia, até agora a análise assume que não haja estrangulamentos na capacidade da economia para responder a um estímulo exógeno. Todavia, num país como Moçambique reconhece-se que alguns factores de produção são escassos pelo que a sua falta podia diminuir a resposta real da economia aos choques positivos na procura. Utilizando o método descrito na Secção C, calcula-se a medida em que os processos multiplicadores são dependentes (intensivos) no seu uso do capital físico e da classe de capital humano com um alto nível de educação – os dois factores frequentemente vistos como mais os escassos em Moçambique.
73. Para cada um destes factores escassos, calculam-se os multiplicadores ajustados na vertente dos rendimentos dos agregados familiares e, daí, o grau de diferença contra a média da economia. Gráfico 7 apresenta a média global destas duas medidas. Um valor abaixo de 100% indica um sector relativamente intensivo no seu uso de factores escassos de produção (capital físico e pessoas com um alto nível de educação). A interpretação é que, na ausência de intervenções específicas, a expansão destes sectores podia ser mais estrangulada relativa aos sectores com valores acima de 100%. Ou seja, para assegurar que a promessa dos multiplicadores seja realmente cumprida, é importante garantir o uso eficiente destes factores.

74. O resultado deste exercício põe em dúvida o optimismo da análise anterior. Invertendo a resulta de Gráfico 6, todas as subcategorias de turismo, salvo a dos agregados familiares, encontram-se abaixo da média da economia. Nota-se que isto se relaciona com a posição de hotéis e restaurantes (sectores 13 e 14), que agora se encontram entre os sectores mais intensivos no uso dos factores escassos de produção. Excluindo o governo, estes dois sectores são os mais dependentes de pessoas com um alto nível de educação. Assim, a baixa classificação de turismo no gráfico reflecte a sua dependência do capital humano formado.

Gráfico 7: Comparação de multiplicadores (de rendimento) ajustados para dependência dos factores escassos de produção



Fonte: cálculos do autor.

Nota: categorias de turismo indicadas; outros sectores identificam-se pela numeração dada no Anexo 1

75. Finalmente, e como constatado em outras estudos semelhantes para Moçambique (Tarp et al., 2002), não se pode omitir de destacar a agricultura como um sector primordial, contendo os maiores multiplicadores económicos em quase todas as vertentes. O Gráfico 7 confirma que estes sectores são os mais promissores em termos do seu impacto económico ajustado para a sua dependência de factores escassos.

Assim, o turismo não deveria ser visto apenas como a única aposta para realizar crescimento económico sustentável.

## **F. Interpretação**

76. Antes de reflectir nas implicações políticas dos resultados, é útil resumir os destaques principais da análise acima apresentada. Em primeiro lugar salienta-se o tamanho módico do sector de turismo em Moçambique, representando 2.9% do consumo dos bens e serviços na economia ou 3.2% do PIB. Neste sentido, o sector encontra-se num estágio preliminar de desenvolvimento e, em termos absolutos, não tem estabelecido ligações fortes com sectores não característicos de turismo.
77. Um aspecto distintivo deste desenvolvimento fraco é o gasto baixo por chegada de turista estrangeiro (em termos comparativos), o qual se liga com uma estadia média de menos de três noites e uma taxa média de ocupação inferior que 25%. Em termos da estrutura das despesas com turismo, destaca-se a ausência de gastos significantes com agências ou operadores de viagens (veja Tabela 3). Para os turistas estrangeiros, por exemplo, as suas despesas são altamente concentradas no alojamento e restauração. Isto reflecte a predominância de turismo na capital do país e o desenvolvimento limitado dos recursos naturais turísticos (e.g., parques nacionais; reservas marinas) que podem impulsionar o crescimento do outros subsectores de turismo.
78. Correspondente ao seu estágio preliminar de desenvolvimento, o turismo estrangeiro representa apenas 31.3% da contribuição total do sector para o PIB e é dominado (em termos económicos) pelo turismo de negócios. Por conseguinte, o turismo doméstico (igual a 2.2% do PIB) tem um papel importante no sector e não deveria ser marginalizado. Isto é particularmente o caso quando se lembra que o turismo emissor é maior que o turismo receptor no balanço de pagamentos. Todavia, nota-se que o perfil de turismo doméstico diverge notavelmente do turismo estrangeiro sendo caracterizado pela sua informalidade e pelo seu uso limitado de serviços de alojamento formal.

79. Baseada na estimativa dos impactos económicos, verifica-se que o turismo tem um forte *potencial* de contribuir para o desenvolvimento económico do país. Isto deriva do tamanho dos multiplicadores relacionados com a procura por turismo relativo aos outros sectores. Desta forma, avista-se a oportunidade de gerar benefícios económicos significativos através da exploração turística dos activos naturais e sócio-culturais do país.
80. Todavia, quando os impactos económicos são ajustados para reflectir o seu grau de dependência de factores escassos de produção, parece-se que a realização do potencial do sector não seja garantido. Particularmente devido à intensidade de capital humano formado (actualmente) exigida pelas actividades características de turismo (hotéis e restaurantes), a sua expansão podia acabar por ser estrangida relativo aos outros sectores.
81. Na vertente das implicações desta análise para Moçambique, uma recomendação superficial seria que se devesse alvejar o crescimento do volume de turistas via a expansão física do sector. Embora a longo prazo a construção de novos hotéis possa se tornar necessária, uma conclusão mais profunda deste estudo é que *o aumento da capacidade físico do sector deve ser encarada com bastante cautela*. Isto provém da constatação das taxas baixas de ocupação que, logicamente, trazem implicações nefastas para os lucros dos operadores, a sua capacidade de oferecer preços competitivos, o seu investimento na formação dos trabalhadores e as receitas do estado.
82. Igualmente, no contexto da escassez do capital físico e do capital humano formado, a expansão quantitativa dos hotéis poderá apenas aumentar a pressão nestes factores e baixar a eficiência do seu uso. Se os retornos ao capital físico e ao capital humano são vistos como custos fixos, a classificação baixa do sector do turismo no tocante aos multiplicadores ajustados (veja Gráfico 7) podia derivar directamente da utilização limitada da capacidade turística ora existente.
83. Visto desta forma, o desafio actual é *como estimular o maior proveito da capacidade e recursos turísticos por cada turista*. Três prioridades gerais seguem desta posição:

- a. deve-se reconhecer a centralidade da qualidade da oferta / procura do turismo (valor por chegada) e não só a sua quantidade;
  - b. a questão de qualidade conduz atenção à cadeia de valor de turismo e as oportunidades para aumentar os ganhos económicos por cada turista (quer estrangeiro quer nacional); e
  - c. a segmentação do sector de turismo impõe a importância de compreender não só a cadeia de valor de turismo no seu geral, mas sim a cadeia de valor de cada subcategoria chave de turismo. Isto é importante para identificar e promover as formas de turismo que melhor articularem com as oportunidades de crescimento por cada categoria.
84. Do ponto de vista de maximizar os ganhos domésticos de turismo, a relevância de atender à segmentação do sector é reforçada quando se reconhece a variação do benefício marginal proveniente entre as categorias de turismo de cada turista. Por exemplo, para as categorias principais de turismo das pessoas singulares um aumento igual no valor de procura turística gera impactos económicos (multiplicadores) semelhantes. Contudo, isto não corresponde a um aumento igual no volume de turistas. Ao contrário, o número de turistas necessário para conseguir o mesmo impacto nos gastos finais varia substancialmente entre as subcategorias de turismo. Baseada na Tabela 2, por exemplo, vê-se que um aumento de 5% no consumo total dos turistas estrangeiros pode ser realizado através da entrada de mais 35.000 turistas de auto-condução ou apenas 14.000 outros turistas de lazer.
85. Também, é importante reconhecer que o turismo não traz apenas ganhos mas também custos económicos e sociais, os quais logicamente variam com o tipo de turista e as suas actividades. Tais custos abrangem impactos ambientais, o uso de infra-estruturas públicas, o encontro cultural e pressões nas capacidades e serviços do governo (e.g., fiscalização das estâncias). Por conseguinte, os custos de turismo representam um outro factor de diferenciação entre os turistas no que diz respeito as oportunidades de aumentar o seu *benefício líquido marginal*.
86. Neste âmbito, comenta-se que até agora o governo tem intervindo de forma relativamente passiva no sector (via os benefícios fiscais, a afectação de concessões e

a protecção (legal) de terras) e não tem havido um nível notável de investimento público nas infra-estruturas ou bens turísticos. Assim, a expansão da capacidade de alojamento do sector não tem sido acompanhada por um aumento notável nos gastos por chegada e nem pelo desenvolvimento dos subsectores de turismo ou serviços auxiliares. Isto sugere que a forma de intervenção praticada no passado não vá ser à altura dos desafios vindouros.

87. No tocante às políticas do governo, uma sugestão geral é que se precisa de traduzir os planos e estratégias gerais para o sector em acções e objectivos mais específicos ao nível dos vários destinos do país. Isto tem que se basear numa ideia clara do perfil de turismo alvejado a longo prazo para estes destinos, enquadrando o tipo de turistas, a estrutura dos seus gastos, o seu impacto ambiental e os limites de crescimento. Daqui, destacam-se quatro sugestões mais concretas:

- a. os indicadores utilizados para monitor e avaliar o desempenho do sector não devem concentrar somente no volume de novos investimentos ou no número de entradas no país. Mais importantes são os factores referentes à qualidade de turismo e aos gastos por turista ao longo da cadeia de valor;
- b. recomendam-se um maior investimento nos bens públicos de turismo e a implementação vigorosa de planos integrados de turismo ao nível dos destinos para fortalecer e diversificar a gama de produtos disponíveis;
- c. importa dar prioridade à expansão dos vários subsectores de turismo (e.g., operadores de actividades e viagens) e não apenas à expansão da capacidade de alojamento; e
- d. em qualquer dos casos, a formação vigorosa do capital humano e seu uso eficiente no sector serão imprescindíveis para evitar a sufocação do seu crescimento.

88. Se estas sugestões fossem aceites, mais trabalho analítico seria necessário para aprofundar as políticas do sector. Com certeza, as experiências dos outros países (veja Christie, 2006) comprovam o mérito de ter uma direcção clara para nortear o

desenvolvimento de turismo e de investir nas infra-estruturas públicas para depois atrair investimentos privados correspondentes. Salienta-se a averiguação de:

- a. as ferramentas utilizadas (com êxito) nos outros países para nortear a trajectória do sector;
- b. os mecanismos possíveis para assegurar um fluxo de financiamento suficiente para a gestão local e o investimento público do sector;
- c. as cadeias de valor de formas diferentes de turismo; e
- d. as oportunidades principais do lado de demanda (quer doméstica quer estrangeira).

## **G. Conclusão**

89. Este estudo tem como objectivo a quantificação do contributo do turismo para a economia Moçambicana. Em termos metodológicos, demonstra-se que a criação duma MCS com uma desagregação do sector de turismo é um passo válido (intermediário) na direcção da elaboração de contas satélites de turismo. Esta forma de MCS fornece uma base poderosa de dados que permita a investigação não só do tamanho de turismo numa determinada economia mas também dos seus impactos.

90. Para o caso de Moçambique construiu-se uma nova MCS abrangendo seis categorias de turismo. Devido à ausência de dados consistentes sobre o sector anteriormente, isto representa um avanço significativo no que concerne ao fortalecimento do conhecimento do sector e a criação de bases mais sólidas para orientar as políticas.

91. Os resultados confirmam que o turismo é uma actividade ainda módica mas não irrelevante, contribuindo 3.2% para o PIB. Notam-se diferenças importantes entre as categorias de turismo, indicativas da segmentação do sector. O turismo doméstico dos agregados familiares, por exemplo, representa o grosso (53%) da contribuição total do sector para o PIB. O turismo estrangeiro contribui apenas 1% para o PIB, dentro do qual a subcategoria de auto-condução se associa com a contribuição económica inferior apesar de trazer um maior número de turistas estrangeiros.

92. O exercício de calcular os multiplicadores de turismo mostra que o sector tem um potencial relativamente forte de contribuir para o crescimento económico. Medidos na óptica das comodidades, os seus multiplicadores geralmente são acima das médias dos outros sectores económicos. Contudo, a mesma análise indica que os produtos típicos de turismo (alojamento e restauração) são comparativamente intensivos no uso dos factores escassos de produção. Assim, a expansão física do sector não devia ser enfatizada sem considerar como assegurar um melhor proveito da capacidade e dos recursos turísticos existentes.
93. Tomando em consideração a variação no contributo marginal das formas de turismo bem como os seus custos sociais, julga-se que o Moçambique precisa de objectivos e elaborar planos de acção concretas que possam fortalecer os ganhos económicos locais por turista ao longo da cadeia de valor. Mais vale a chegada de um milhão de turistas com um gasto local médio por chegada de US \$800 que a entrada de quatro milhões de turistas com um gasto médio por chegada de apenas US \$100.

## Referências

- Archer, B. & J.E. Fletcher (1996), The Economic Impact of Tourism in the Seychelles, *Annals of Tourism Research*, vol. 23, pp. 32-47
- Arndt, Channing, Sherman Robinson & Finn Tarp (2007), 'VAT and economy-wide modeling' in DNEAP (2007), *Fiscal Policy and Tax Incidence*, República de Moçambique
- Blake, Adam, Ramesh Durbarry, M. Sinclair & Guntur Sugiyarto (2001), Modelling Tourism and Travel using Tourism Satellite Accounts and Tourism Policy and Forecasting Models, *TTRI Discussion Paper 2001/4*, Tourism and Travel Research Institute, University of Nottingham.
- Britton, Stephen G. (1982), The Political Economy of Tourism in the Third World, *Annals of Tourism Research*, vol. 9, pp.331-358
- CHL Consulting Group (2002), Integrated Tourism Master Plan for Tanzania: Strategy and Action Plan Update, Unpublished Final Report, April
- Christie, Iain (2006), Institutions for Managing Tourism Growth: An overview, Unpublished working paper
- Dent, Siobhan, Matthew Clark & Greg Watts (2004), Development of QGEMF-T: A Dynamic Economy-Wide Model of Tourism, Working Paper, Office of Economic and Statistical Research, Queensland Treasury, December
- Dwyer, Larry, Peter Forsyth & Ray Spurr (2004), Evaluating tourism's effects: new and old approaches, *Tourism Management*, vol.25, pp. 307-317
- FIAS (2006), The Tourism Sector in Mozambique: A Value Chain Analysis, Foreign Investment Advisory Service, World Bank Group

- Gooroochurn, N.; Blake, A.; Eugenio-Martin, J.; Sinclair, M. T., 2004, *Tourism in Scotland: The Moffat Model for Tourism Forecasting and Policy in Complex Situations*, *TTRI Discussion Paper Series*, University of Nottingham.
- INE (2005), *Estatísticas do turismo: movimento de hóspedes*, Instituto Nacional de Estatística, Direcção de Estatísticas Sectoriais e de Empresas
- Kweka, J., Morrissey, O & Blake, A. (2001), *Is Tourism A Key Sector in Tanzania? Input-output Analysis of Income, Output, Employment and Tax Revenue*, *TTRI Discussion Paper 2001/1*, Tourism and Travel Research Institute, University of Nottingham.
- Lewis, Blane D. & Thorbecke, Erik, (1992), *District-level economic linkages in Kenya: Evidence based on a small regional social accounting matrix*, " *World Development*, vol. 20(6), pp. 881-897, June.
- Lima, M. Carmen, Manuel Alejandro Cardenete, G. Hewings & José Vallés Ferrer, (2004), *Un análisis estructural de una economía regional a través de matrices de contabilidad social:1990-1999*, *Investigaciones Regionales*, no. 5, Otoño
- Lipman, Geoffrey & John Kester (2007), 'Tourism Competitiveness and the Development Agenda' chapter 1.4 in WEF (2007), pp. 55-65
- Mitchell, Jonathan, Caroline Ashley and Shaun Mann (2007), *Can tourism offer pro-poor pathways to prosperity? Examining evidence on the impact of tourism on poverty*, *ODI Briefing Paper*, no. 22, Overseas Development Institute, June 2007
- Mintel (2006), *Mozambique Travel & Tourism Intelligence*, May 2006, Mintel International Group Ltd.
- MITUR (2007), *Indicadores na área do Turismo – Dados de referência*, Documento não publicado, Direcção de Planificação
- OECD (2000), *Measuring the role of tourism in OECD economies: the OECD manual on tourism satellite accounts and employment*, Organization for Economic Cooperation and Development, Paris: France
- Poonyth, Daneswar, Jonathan I Barnes, Helen Suich & Mokgadi Monamati (2001), *Satellite and resource accounting as tools for tourism planning in southern Africa*, *DEA Research Discussion Paper*, no. 43, Directorate of Environmental Affairs, Ministry of Environment and Tourism, Namibia
- República de Moçambique (2004), *Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Moçambique (2004-2013)*, MITUR
- Robinson, Sherman, Andrea Cattaneo & Moataz El-Said (2001), *Updating and Estimating a Social Accounting Matrix Using Cross Entropy Methods*, *Economic Systems Research*, vol. 13(1), pages 47-64, March
- Roland-Holst, David W (1990), *Inter-industry Analysis with Social Accounting Methods*, *Economic Systems Research*, vol. 2(2), pp. 125-45.
- Round J. (2003), *Social Accounting Matrices and SAM-based Multiplier Analysis*, in: Bourguignon, F., L. Pereira da Silva and N. Stern (2002). *Evaluating the Poverty Impact of Economic Policies: Some Analytical Challenges* (mimeo), World Bank: Washington DC, pagg. 269-287.
- Sugiyarto, G.; Blake, A.; Sinclair, M. T.(2003)., *Tourism and Globalization: Economic Impact in Indonesia*, *Annals of Tourism Research*, vol.30(3), pp.683-701.

- Suich, Helen (2001), Development of preliminary Tourism Satellite Accounts for Namibia, *DEA Research Discussion Paper*, no. 44, Directorate of Environmental Affairs, Ministry of Environment and Tourism, Namibia
- Tarp, F.; Jensen, H. T.; Arndt, C.; Robinson, S. & Heltberg, R. (2002), Facing the development challenge in Mozambique, *IFPRI Report 126*, International Food Policy Research Institute
- Thorbecke, E. (2000), The use of Social Accounting Matrices in modeling, Paper Prepared for the 26th General Conference of The International Association for Research in Income and Wealth Cracow, Poland, 27 August -2 September 2000
- UNWTO (1999). *Tourism Satellite Account (TSA): The Conceptual Framework*. United Nations World Tourism Organisation: Madrid.
- UNWTO (2006), *Tourism and Least Developed Countries: a sustainable opportunity to reduce poverty*, mimeo., United Nations World Tourism Organisation: Madrid'
- Wagner, J. E. (1997), Estimating the Economic Impacts of Tourism, *Annals of Tourism Research*, vol. 24, pp. 592-608.
- WEF (2007), *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2007: Furthering the Process of Economic Development*, Jennifer Blanke & Thea Chiesa (eds.), World Economic Forum
- WTTC (2006), *League Tables: Travel & Tourism Climbing To New Heights*, The 2006 Travel & Tourism Economic Research, World Travel & Tourism Council

## Anexo 1: Tabelas adicionais

Tabela A.1: Lista das comodidades incluídas na MCS 2003 desagregada

Código	Descrição
Produtos característicos de turismo:	
13	Hotéis
14	Restauração
16	Trans. rodoviário
17	Trans. aéreo
18	Agências de turismo
Produtos não característicos de turismo:	
1	Agricultura e pecuária
2	Agricultura de exportação
3	Pesca
4	Mineração
5	Comida
6	Bebida
7	Manufactureiras
8	Industria pesada
9	Combustível
10	Energia
11	Construção
12	Comércio
15	Transporte
19	Serviços
20	Governo
Turismo doméstico:	
21	Empresas
22	Agregados Familiares
23	Investimento
Turismo estrangeiro:	
24	Lazer (condução)
25	Lazer (outros)
26	Negócio

Tabela A.2: Pressupostos aplicados na estimação de turismo doméstico (% gastos)

	Ags. familiares	Empresas
Agricultura	2.0	0.0
Pesca	2.0	0.0
Comida (processada)	1.50	1.50
Bebidas (gerais)	2.50	2.50
Manufactureiras	1.0	1.0
Combustível	5.0	5.0
Hotéis	95.0	70.0
Restauração	50.0	50.0
Trans. rodoviário	15.0	10.0
Trans. aéreo	66.0	50.0
Agências de turismo	99.0	99.0
Serviços	2.0	1.0

Tabela A.3: Agregação da MCS 2003 turística (10<sup>9</sup> Mt)

Contas	Produção			Comodidades			Valor acrescentado		Instituições endógenas				Instituições exógenas		TOTAL
	a	b	c	d	e	f	g	h	i	j	k	l	m	n	
a Economia	-	-	-	148,503	-	-	-	-	-	26,225	-	-	-	-	174,728
b Tur. estrangeiro	-	-	-	-	2,140	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,140
c Tur. domestico	-	-	-	-	-	5,594	-	-	-	-	-	-	-	-	5,594
d Economia	75,224	2,140	5,594	42,022	-	-	-	-	-	62,695	14,704	-	26,032	28,652	257,064
e Tur. estrangeiro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2,140	2,140
f Tur. domestico	1,547	-	-	-	-	-	-	-	-	3,233	-	-	815	-	5,594
g Emprego	65,649	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	65,649
h Capital	35,675	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	35,675
i Empresas	-	-	-	-	-	-	-	29,217	-	-	146	-	-	-	29,364
j Ag. familiares	-	-	-	-	-	-	65,649	6,458	22,788	-	412	-	-	1,339	96,645
k Governo	-	-	-	-	-	-	-	-	101	-	-	13,670	-	-	13,772
l Receitas gov.	-3,367	-	-	13,908	-	-	-	-	925	2,204	-	-	-	-	13,670
m Investimento	-	-	-	-	-	-	-	-	1,675	2,289	-1,490	-	5,490	24,374	32,338
n Resto de mundo	-	-	-	52,631	-	-	-	-	3,875	-	-	-	-	-	56,506
<b>TOTAL</b>	<b>174,728</b>	<b>2,140</b>	<b>5,594</b>	<b>257,064</b>	<b>2,140</b>	<b>5,594</b>	<b>65,649</b>	<b>35,675</b>	<b>29,364</b>	<b>96,645</b>	<b>13,772</b>	<b>13,670</b>	<b>32,338</b>	<b>56,506</b>	

Tabela A.4: Consumo total por produto por subcategoria de turismo

	Turismo estrangeiro			Turismo doméstico			Turismo total
	Negócio	Lazer	Auto-cond.	Famílias	Empresas	Investm.	
<b>Característicos</b>	768.5	502.5	462.0	2,455.8	912.3	-	5,101.1
Hotéis	472.0	328.0	260.1	103.9	211.4	-	1,375.4
Restauração	248.8	124.2	201.9	408.1	120.4	-	1,103.4
Trans. aéreo	47.7	50.2	-	163.2	397.7	-	658.9
Trans. rodoviário	-	-	-	1,713.6	156.7	-	1,870.4
Agências	-	-	-	67.1	26.0	-	93.0
<b>Não característicos</b>	129.5	137.4	140.5	776.8	634.7	814.9	2,633.7
Agricultura	-	4.8	6.9	94.5	-	-	106.2
Pesca	-	4.8	10.4	59.4	-	-	74.5
Comida	13.3	19.2	20.7	153.4	61.0	-	267.6
Bebida	3.7	5.4	3.9	174.9	9.1	-	197.0
Manuf.	33.2	48.0	34.5	61.2	43.3	-	220.2
Combustível	-	-	53.8	76.6	349.3	-	479.7
Construção	-	-	-	-	-	814.9	814.9
Transporte	5.3	16.7	-	-	-	-	22.0
Serviços	74.0	38.4	10.4	156.9	171.9	-	451.6
<b>Total</b>	898.0	639.9	602.5	3,232.6	1,547.0	814.9	7,734.9
% característicos	85.6	78.5	76.7	76.0	59.0	0.0	65.9
% não característicos	14.4	21.5	23.3	24.0	41.0	100.0	34.1