



## APROXIMAÇÕES ENTRE A AGRICULTURA FAMILIAR E O TURISMO NO MUNICÍPIO DE INHAMBANE EM MOÇAMBIQUE

Helsio A. M. A. Azevedo<sup>1</sup>, Pascoal João Gota<sup>2</sup> e Luís João Artur<sup>3</sup>

### Resumo

O turismo é uma atividade sócio-económica que necessita da agricultura, igualmente, para o desenvolvimento das suas atividades. Assim, pressupõe-se que as comunidades e principalmente os pequenos agricultores beneficiam-se diretamente da atividade turística e melhoram a qualidade de sua vida. O presente estudo foi conduzido com objetivo de analisar o tipo de produtos agrícolas produzidos pelos agregados familiares e aqueles que são adquiridos/demandados pelos gestores de estabelecimentos turísticos, buscando entender às relações estabelecidas entre os dois sectores económicos. Em termos espaciais, o estudo foi conduzido nas praias de Tofo e Barra e na área urbana do município de Inhambane. Para coleta de dados, um total de 185 agregados familiares e 45 estabelecimentos turísticos foram selecionados usando uma amostragem probabilística, os quais foram submetidos a um questionário que foi analisado através da estatística descritiva. Os resultados desta pesquisa mostram que os estabelecimentos turísticos adquirem, junto dos agricultores familiares, frutas e hortícolas, tais como laranja, papaia, banana e alface, couve, repolho e tomate. Entretanto, além de produzirem hortícolas, os agricultores praticam a agricultura de sequeiro, disponibilizando produtos passíveis de serem adquiridos pelos estabelecimentos turísticos. Os resultados apontam que as compras efetuadas por estabelecimentos turísticos influenciam na produção agrícola local e estreitam a ligação entre o turismo e a agricultura no município de Inhambane. Verificou-se, igualmente, que existem condições básicas para aumentar a produção agrícola em função das necessidades dos gestores de estabelecimentos turísticos, facto que poderá melhorar a renda, a soberania alimentar, a nutrição e qualidade de vida em termos gerais de todos os habitantes deste município.

**Palavras-chave:** Agricultura familiar, Turismo, Município de Inhambane

## APPROACHES BETWEEN FAMILY AGRICULTURE AND TOURISM IN THE MUNICIPALITY OF INHAMBANE IN MOZAMBIQUE

### Abstract

Tourism is a socio-economic activity that also needs agriculture for the development of its activities. Thus, it is assumed that communities and especially small farmers benefit directly from tourism and improve the quality of your life. This study was conducted in order to analyze the type of agricultural products produced by households and those acquired/demanded by managers of tourist establishments, seeking to understand the relations between the two economic sectors. In spatial terms, the study was conducted on the beaches of Tofo and Barra and in the urban area of municipality of Inhambane. For data collection, a total of 185 households and 45 tourist establishments were selected using a random sampling, which were submitted to a questionnaire that was analyzed using descriptive statistics. The results of this research show that tourist establishments acquire among farmers, fruit and vegetables, such as orange, papaya, banana and lettuce, collard green, cabbage and tomatoes.

<sup>1</sup>Docente da Escola Superior de Hotelaria e Turismo de Inhambane - Universidade Eduardo Mondlane (helazevedo@uem.mz)

<sup>2</sup>Mestrando em Desenvolvimento Rural na Faculdade de Agronomia e Engenharia Florestal – Universidade Eduardo Mondlane(pascoalgota@gmail.com)

<sup>3</sup>Docente da Faculdade de Agronomia e Engenharia Florestal – Universidade Eduardo Mondlane (lartur@uem.mz)

However, besides producing vegetables, farmers practice rain-fed agriculture, providing products that can be purchased by tourist establishments. The results show that the purchases made by tourist establishments influence the local agricultural production and contribute to link tourism and agriculture in municipality Inhambane. It was also that there are basic conditions for increasing agricultural production to the needs of tourism establishment's managers, which could improve income, food sovereignty, nutrition and quality of life in general of all the inhabitants of this municipality.

**Key-words:** Family agriculture, Tourism, Municipality of Inhambane

## INTRODUÇÃO

Desde a era do pós-guerra, a reestruturação económica global tem sido caracterizada por um sector agrícola em declínio e a ascensão de economias baseadas em serviços, onde se insere o sector do turismo (Torres e Momsen, 2011). Estas autoras referem que a agricultura é um dos sectores mais antigos e básicos da economia global e o turismo é um dos mais novos sectores que está em rápido desenvolvimento.

Neste sentido, a agricultura e o turismo constituem atividades que contribuem, de forma significativa, para o desenvolvimento do município de Inhambane e mais do que mutuamente excludentes, pressupõe-se que são complementares para o sustento e melhoria das condições de vida das comunidades rurais e da economia do município, província e país.

Entretanto, no município de Inhambane, a agricultura é praticada, de grosso modo, pelos agregados familiares localizados nas zonas rurais e o turismo é representado pelo investimento estrangeiro que está desvinculado dos agregados familiares aí localizados. Este aspecto põe em causa a vertente de desenvolvimento endógeno e contribui na solidificação de perspectivas *top down* (cima baixo), onde os agregados familiares e as comunidades em geral tornam-se passíveis “telespectadores” das transformações das respectivas zonas e sem muito a fazer para o desenvolvimento das mesmas.

Diante dos problemas atuais, destaca-se as alterações climáticas, o aumento dos preços dos alimentos e a crise financeira global, estabelecer as ligações entre a agricultura e o turismo pode fornecer a base para novas soluções em diversos países através da criação de novos mercados para os produtos agrícolas locais (Torres e Momsen, 2011).

Torres e Momsen (2004) defendem que a ligação do turismo e agricultura familiar através do fornecimento de produtos agrícolas, como vegetais e frutas, provenientes das áreas de exploração das comunidades rurais, constitui um mecanismo que pode diminuir o desenvolvimento desigual e territorialmente polarizado nos destinos turísticos.

As análises sobre as ligações entre a agricultura e turismo abordados na literatura estão mais focadas para os aspectos negativos como é o caso da competição da mão-de-obra e do

território entre estes sectores (Torres, 2003). São mais relações de competição setorial que de complementaridade e mútua conveniência no território.

Em seu estudo sobre a existência de ligações entre a agricultura e turismo nas Caraíbas, Belisle (1983) *in* Rogerson (2011) expõe nove (9) aspectos que dificultam a existência mútua do turismo e agricultura no destino em referência, a saber:

1. Turistas preferem gastronomia e produtos agrícolas típicos dos seus locais de origem;
2. Produtos agrícolas importados geralmente são baratos em relação aos locais;
3. Devido ao custo de oportunidade, os estabelecimentos turísticos necessitam de um fornecedor regular de produtos agrícolas;
4. Deficiente qualidade da gastronomia local, principalmente nos aspectos atinentes a higiene;
5. Os proprietários dos estabelecimentos turísticos não possuem informações concretas sobre o tipo e quantidade de produtos agrícolas disponíveis localmente;
6. Agricultores locais ainda usam técnicas de produção agrícola tradicional;
7. Os agricultores locais não possuem informações sobre o tipo e quantidade de produtos necessitados pelos estabelecimentos turísticos;
8. Os agricultores não possuem mecanismos para interagirem com os gestores de estabelecimentos turísticos; e
9. Não há confiança por parte dos estabelecimentos turísticos de que os agricultores ou intermediários fornecerão de forma regular os produtos agrícolas e cumprirão os acordos contratuais.

Os aspectos apresentados por Belisle (1983) contribuem para um desenvolvimento desigual e territorial polarizado abordado anteriormente por Torres e Momsen (2004). Por exemplo, Telfer e Wall (2000) referem que as grandes cadeias hoteleiras, existentes na maior parte dos países em desenvolvimento, devido as elevadas taxas de importação de produtos de origem agrícola, não contribuem de forma significativa no efeito multiplicador do turismo no destino em que estão inseridas.

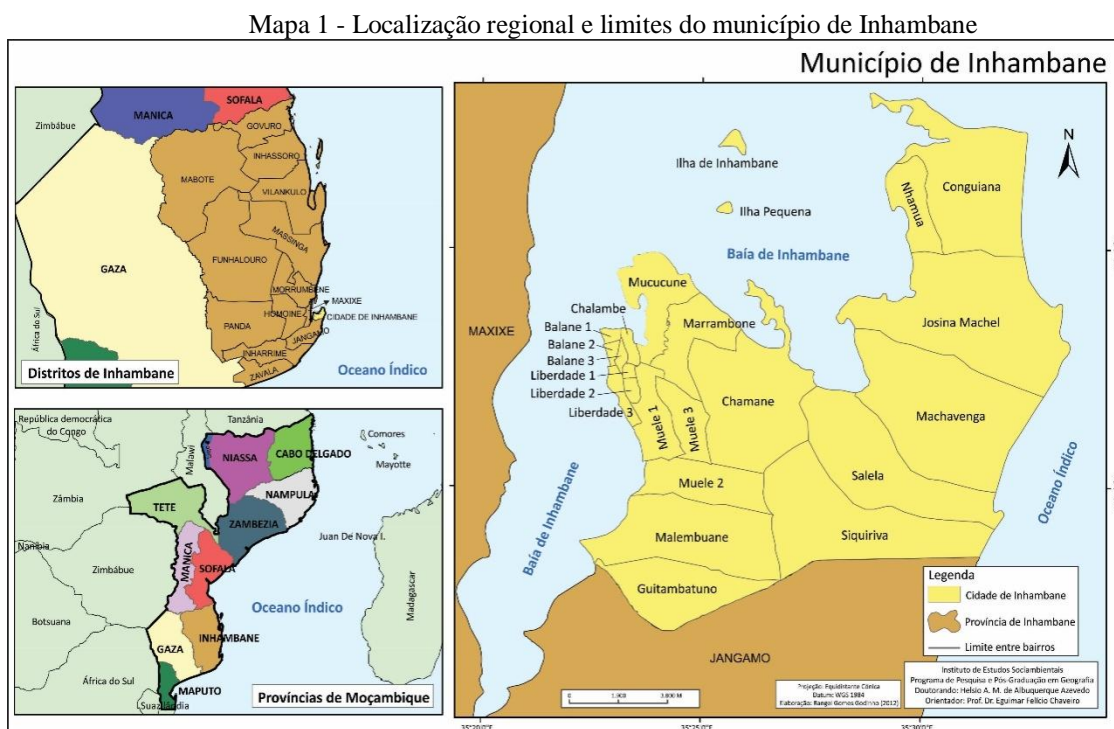
Neste contexto, Ashley (2006) assevera que criar aproximações sincrónicas e de mútuo interesse entre a agricultura e turismo não é fácil; constitui um processo que deve ser suportado de forma decisiva pelos agricultores, agentes intermediários e principalmente os estabelecimentos turísticos, com destaque aos restaurantes e hotéis, pois são os destinatários finais da produção.

Assim, desenvolveu-se o presente estudo no município de Inhambane, com vista a estabelecer aproximações teóricas-práticas entre estas duas atividades que de forma contínua impactam nas relações que se estabelecem no território, a partir da análise da produção agrícola dos agregados familiares, a procura de produtos agrícolas pelos diversos estabelecimentos turísticos, principalmente, hotéis, *lodges*, casas de hóspedes e pensões.

## MATERIAIS E MÉTODOS

### Área de estudo

Em termos espaciais o estudo foi conduzido nas praias de Tofo (Bairro Josina Machel) e Barra (Bairro Conguiana) e na área urbana do município de Inhambane, conforme ilustra o mapa 1 que localiza o município.



Referir que o município de Inhambane é a capital administrativa da província de Inhambane, e é banhado pelo Oceano Índico e pela Baía de Inhambane com uma área de cerca de 192 km<sup>2</sup> (CONSELHO MUNICIPAL DA CIDADE DE INHAMBANE, 2009). Estas duas praias são os principais locais de recepção de turistas que visitam o município motivados pelas experiências de mergulho e turismo de sol e praia.

## **Amostragem**

O município de Inhambane possui vinte e dois (22) bairros dos quais, segundo Nhabomba (2013), oito (8) são rurais. Considerando que a distribuição dos agregados familiares nos bairros rurais não é homogênea, o critério adotado para a seleção dos mesmos foi uma amostragem probabilista.

A partir do critério acima referenciado foram selecionados para a amostra 185 agregados familiares e 45 estabelecimentos turísticos. Esta amostra corresponde, respectivamente, a 2406 pessoas e 153 estabelecimentos da população em estudo.

## **Descrição do método e análise de dados**

A realização deste estudo baseou-se em uma revisão bibliográfica sobre a temática e posteriormente realizou-se um trabalho de campo. Assim, o inquérito por questionário constituiu o instrumento usado na coleta de dados primários. O questionário aplicado aos agregados familiares objetivou coletar dados sobre a agricultura familiar, a segurança de posse da terra, a produção agrícola das famílias, disponibilidade de terra, as principais culturas produzidas e as principais culturas que são/foram comercializadas.

Para obter informações nos estabelecimentos turísticos, aplicou-se o questionário. Este instrumento buscou aspectos sobre a caracterização do estabelecimento, a necessidade dos produtos agrícolas, os locais de compra e a possibilidade de aquisição dos produtos agrícolas dos agregados familiares. Para a análise dos dados empregou-se a estatística descritiva a partir do uso do programa *Statistical Package for Social Sciences* (Pacote Estatístico para as Ciências Sociais) versão 23, conhecido, vulgarmente, por SPSS.

## **RESULTADOS**

### **3.1 Descrição da amostra dos agregados familiares**

Para efeitos de apresentação dos resultados deste estudo, a amostra dos agregados que praticam a agricultura foi agrupada em dois grupos, nomeadamente: agregados familiares não membros de associações agrícolas (103) e agregados membros (67). Salientar que da amostra de 185 agregados, 15 referiram que a agricultura não constituía sua principal atividade.

Em termos gerais, as mulheres são a maioria nas associações agrícolas; 25-50 anos constitui o intervalo da idade predominante entre os agregados; em ambos os grupos, maior parte dos agregados possui áreas de cultivo em zonas húmidas, com menos de 5 hectares, conforme ilustra a tabela 1.

Tabela 1: Descrição da amostra dos agregados familiares

Elementos analisados	Indicadores	Membro de alguma associação agrícola			
		Não		Sim	
		N	%	N	%
Sexo	Feminino	32	31,1	50	<b>74,6</b>
	Masculino	71	<b>68,9</b>	17	25,4
Idade	[-25]	4	4,1	6	9,7
	[25-50]	48	<b>49,0</b>	37	<b>59,7</b>
	[+50]	46	46,9	19	30,6
Tamanho da <i>machambas</i> (roça)	[-5 ha]	71	<b>72,4</b>	53	<b>80,3</b>
	[5-10 ha]	16	16,3	11	16,7
	[+10 ha]	11	11,2	2	3,0
O agregado possui <i>machongo</i> (terra húmida, zona baixa)	Não	37	35,9	5	7,5
	Sim	66	<b>64,1</b>	62	<b>92,5</b>
Segurança na posse formal da <i>machamba</i> (título de propriedade)	Não	65	<b>63,1</b>	25	37,3
	Sim	38	36,9	42	<b>62,7</b>
Há compra de sementes para a produção	Não	29	28,2	2	3,0
	Sim	74	<b>71,8</b>	65	<b>97,0</b>
Existência de serviços de extensão	Não	96	<b>95,0</b>	25	37,3
	Sim	5	5,0	42	<b>62,7</b>
Satisfação com a produção atual	Não	61	<b>62,9</b>	12	18,2
	Sim	36	37,1	54	<b>81,8</b>
Venda das culturas que produz	Não	50	<b>50,0</b>	5	7,5
	Sim	50	<b>50,0</b>	62	<b>92,5</b>
Venda de produtos agrícolas aos estabelecimentos turísticos	Não	89	<b>91,8</b>	51	76,1
	Sim	8	8,2	16	<b>23,9</b>

A partir da tabela 1, percebe-se que há insegurança na posse de terra da *machamba*; a aquisição de sementes para a produção é feita por maior parte dos agregados que praticam a agricultura; os agregados não membros de associações (95,0%) enfrentam dificuldades em terem acesso aos serviços de extensão se comparados com os membros das associações agrícolas (62,7%). Mais da metade dos não membros das associações agrícolas (62,9%) não estão satisfeitos com a produção. Quanto a venda das culturas que produzem, a percentagem é equitativa entre os que não são membros das associações. Dos membros das associações agrícolas que vendem seus produtos (92,5%), somente 23,9% vende a produção aos estabelecimentos turísticos.

### Descrição da amostra dos estabelecimentos turísticos

Maior parte dos estabelecimentos turísticos inqueridos na área de estudo são *lodges*; a maioria dos investidores inqueridos provém de países Africanos. Dos sujeitos alvo do inquérito, 48,9% referiu que seus estabelecimentos possuem de 7-14 anos de existência e empregam menos de 10 trabalhadores, conforme ilustra a tabela 2.

Tabela 2: Descrição da amostra dos estabelecimentos turísticos

		N	%
Classificação do estabelecimento	Pensão	0	0,0
	Lodge	24	<b>53,3</b>
	Hotel	4	8,9
	Casa de Hospedes	4	8,9
	Restaurante e Bar	10	22,2
	Outras	3	6,7
Local de proveniência do proprietário	África	32	<b>74,4</b>
	América	1	2,3
	Ásia	1	2,3
	Austrália	0	0,0
	Europa	9	20,9
Anos que está a operar no Município de Inhambane	[2-7]	18	40,0
	[7-14]	22	<b>48,9</b>
	[+15]	5	11,1
Número de empregados no estabelecimento	[-10]	28	<b>62,2</b>
	[10-20]	8	17,8
	[+20]	9	20,0

O emprego é um dos aspectos largamente mencionado na literatura para justificar, em termos económicos, a existência de turismo em determinados territórios. Nesse sentido, a figura ilustra aspectos relacionados ao emprego no sector do turismo no município em destaque.

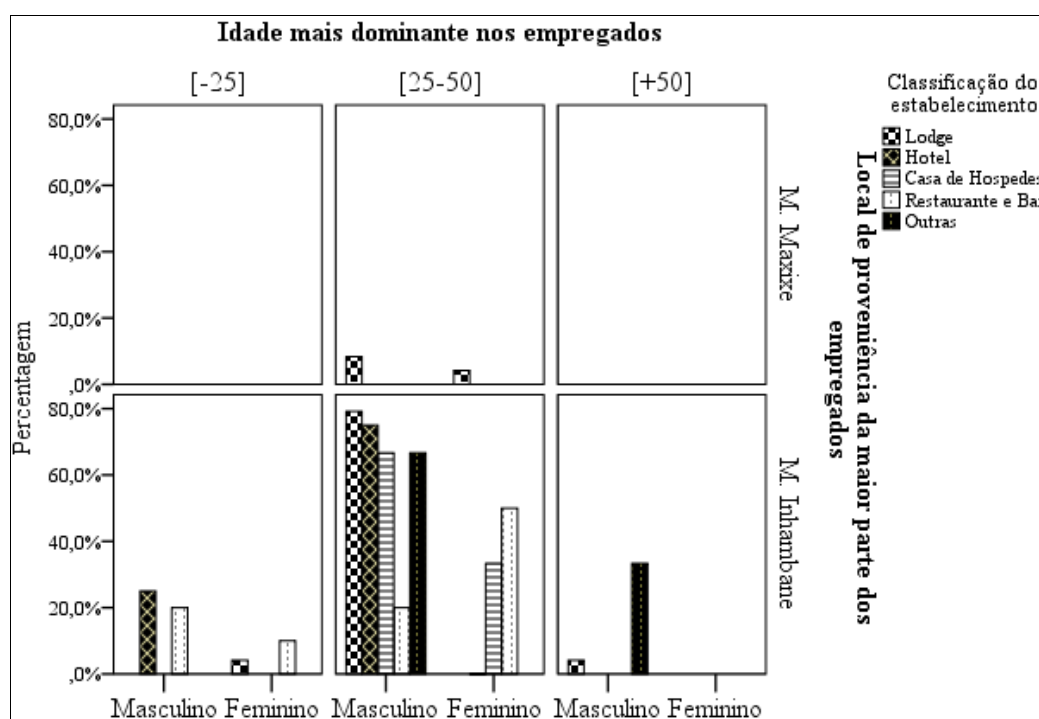


Figura 1: Emprego no sector do turismo no Município de Inhambane

Neste sentido, a partir da figura 1, verifica-se que maior parte dos empregados existente nos estabelecimentos turísticos possui a idade compreendida entre 25-50 anos. A maioria é do sexo masculino e são provenientes do município de Inhambane. Estes estão distribuídos em

todos os estabelecimentos turísticos, tendo os *lodges*, hotéis, casas de hóspedes e outras modalidades como os que mais demandam maior parte da mão-de-obra.

### Estabelecimentos turísticos e aquisição de produtos agrícolas locais

A figura 2 ilustra que os outros tipos de estabelecimentos turísticos existentes no município de Inhambane afirmaram em 100% terem comprado produtos agrícolas de agricultores locais. De forma decrescente, tem-se os restaurantes e bar, hotéis, *lodges* e casas de hóspedes com 90%, 75%, 61% e 50%, respectivamente.

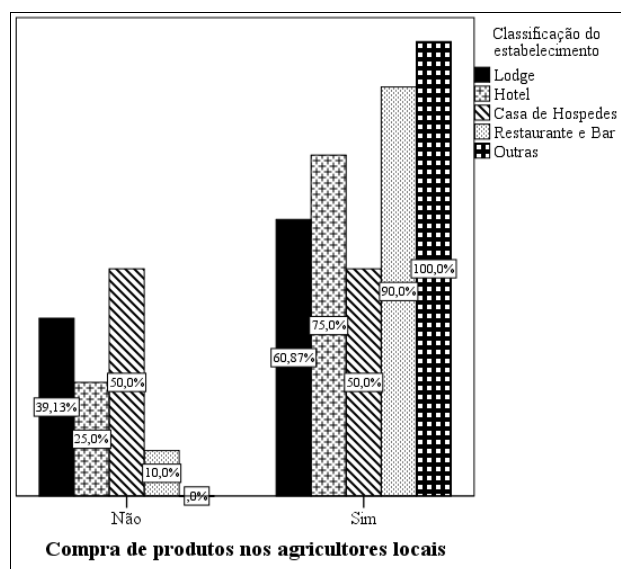


Figura 2: Classificação do estabelecimento / compra de produtos agrícolas

Hotéis, restaurantes e bar geralmente possuem seus respectivos fornecedores /comerciantes fixos, com isso quer-se referir ao facto de haver maior aderência a compra dos produtos locais pelas outras tipologias de estabelecimentos turísticos, pois estas não possuem fornecedores permanentes, conforme ilustra a figura 3.



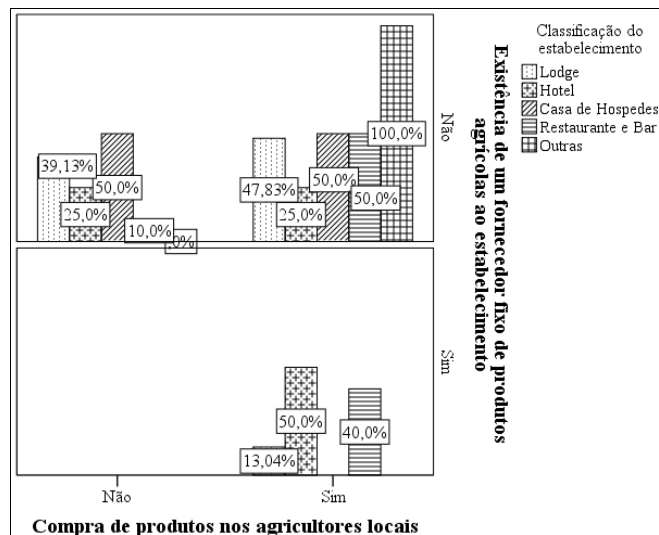


Figura 3: Existência de um fornecedor fixo em relação a compra de produtos

Quanto ao local de proveniência dos fornecedores fixos, a figura 4 evidencia que, grosso modo, os fornecedores de produtos agrícolas são provenientes da África do Sul, estes abastecem seus produtos exclusivamente aos hotéis. Fornecedores provenientes da Cidade de Maputo fornecem seus produtos aos hotéis, restaurantes e bar, e os fornecedores locais abastecem a todas modalidades de estabelecimentos. De referir que há fornecedores provenientes de outros locais, além dos mencionados neste estudo, que fornecem produtos de origem agrícola exclusivamente ao lodges.

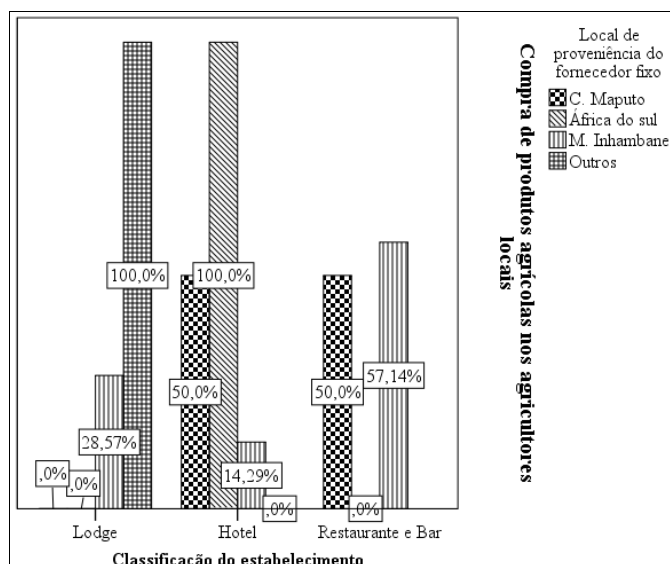


Figura 4: Local de proveniência dos torcedores fixos em relação a classificação dos estabelecimentos

A tabela 3 mostra a lista dos dez produtos mais adquiridos pelos estabelecimentos turísticos inclui, sendo o tomate o produto mais adquirido.

Tabela 3: Produtos agrícolas adquiridos pelos estabelecimentos turísticos

Tipo de produto	N	%	Tipo de produto	N	%	Tipo de produto	N	%
Tomate	36	8,3	Couve	15	3,4	Laranja	12	2,8
Alface	36	8,3	Aboborinha	15	3,4	Espinafre	12	2,8
Cebola	32	7,4	Banana	15	3,4	Limão	12	2,8
Batata	26	6,0	Piripiri	14	3,2	Salsa	11	2,5
Cenoura	25	5,7	Ananás	14	3,2	Maça	11	2,5
Pimento	23	5,3	Papaia	14	3,2	Folhas da mandioqueira	10	2,3
Pepino	19	4,4	Feijão-verde	13	3,0	Folhas de Feijão-nhemba	8	1,8
Repolho	17	3,9	Tangerina	13	3,0	Coco	2	0,5
Alho	17	3,9	Abacate	13	3,0	<b>Total</b>	<b>435</b>	<b>100,0</b>

A alface, couve, cebola, o feijão-nhemba, o amendoim, a mandioca, o tomate, o milho, o repolho e a cenoura constituem as culturas mais produzidas pelos agregados familiares que são membros e não de associações agrícolas, conforme ilustra a tabela 4.

Tabela4: Culturas produzidas pelos agregados familiares

Tipo de produto	N	%	Tipo de produto	N	%	Tipo de produto	N	%
Alface	112	12,2	Pimento	29	3,2	Quiabo	2	0,2
Couve	107	11,7	Pepino	27	3,0	Salsa	2	0,2
Cebola	81	8,9	Beterraba	26	2,8	Batata Reno	2	0,2
Feijão – Nhemba	73	8,0	Batata-doce	22	2,4	Ananás	2	0,2
Amendoim	72	7,9	Bananeira	20	2,2	Coentro	1	0,1
Mandioca	70	7,7	Papaieira	14	1,5	Hortelã	1	0,1
Tomate	68	7,4	Alho	4	0,4	Piri-piri (pimenta)	1	0,1
Milho	62	6,8	Espinafre	3	0,3	Feijão-Bóer	1	0,1
Repolho	57	6,2	Melancia	3	0,3	<b>Total</b>	<b>915</b>	<b>100,0</b>
Cenoura	50	5,5	Berinjela	3	0,3			

Estabelecendo-se o cruzamento dos produtos adquiridos pelos estabelecimentos turísticos e as culturas produzidas, chega-se as seguintes ilações:

- A couve, o feijão-nhemba, amendoim, mandioca e milho são as culturas que fazem parte das dez mais produzidas pelos agregados que não foram referenciados pelos responsáveis de estabelecimentos turísticos na lista dos seus dez produtos mais comprados. Do lado dos estabelecimentos turísticos tem-se, a batata, o pimento, o pepino e o alho;
- Os produtos que são adquiridos pelos estabelecimentos turísticos, mas não foram referidos pelos agricultores familiares são a aboborinha e a maça;

- Culturas produzidas pelos agregados familiares, mas que não foram mencionados pelos estabelecimentos turísticos incluem, berinjela, melancia, feijão-bóer, hortelã, coentro e quiabo; e
- O tomate, apesar de ser o primeiro produto agrícola mais comprado pelos estabelecimentos turísticos, este está na sétima posição das culturas mais produzidas pelos agregados familiares.

Neste contexto, alude-se que maior parte dos produtos adquiridos pelos estabelecimentos turísticos são produzidos localmente, embora em quantidades ínfimas, o que ocasiona certo receio dos gestores de equipamentos turísticos no estabelecimento de parcerias com os agregados produtores. Assim, é oportuno referir que a intermediação e comunicação entre os gestores de empreendimentos turísticos e os agricultores familiares são deficientes no contexto da produção e comercialização de produtos. A este facto, agrega-se a inexistência, da parte dos agregados, de documentos que facilitam o controle contabilístico, como cotações, nota fiscal, entre outros por não serem organizações comerciais devidamente legalizadas.

### **Estabelecimentos turísticos e gastronomia típica do município de Inhambane**

No inquérito desenvolvido, questionou-se aos responsáveis pelos estabelecimentos turísticos se forneciam pratos locais aos turistas/clientes. Apesar da ligeira diferença de 6,6 %, destaca-se que maior parte dos estabelecimentos turísticos, ou seja, 24, que corresponde a 53,3% não fornece pratos típicos aos seus clientes, conforme ilustra a tabela 5.

Tabela 5: Fornecimento de pratos locais aos turistas

Fornecem?	Frequência	%
Não	24	53,3
Sim	21	46,7
<b>Total</b>	<b>45</b>	<b>100,0</b>

A figura 5 apresenta os aspectos relacionados ao fornecimento de pratos locais em relação ao local de proveniência do proprietário do estabelecimento. Assim, nota-se que há diferença sobre o fornecimento de pratos locais aos turistas em relação ao local de proveniência do proprietário de estabelecimentos.

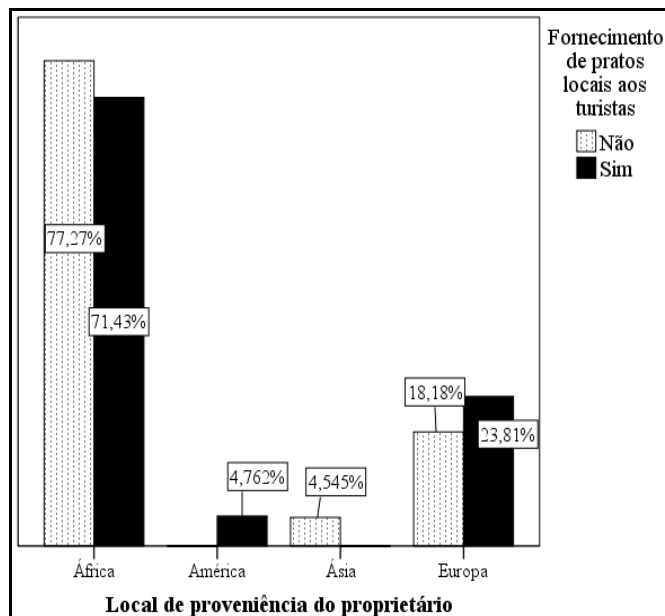


Figura 5: Fornecimento de gastronomia típica em relação ao local de proveniência do proprietário

Dos dados apresentados na figura 6, depreende-se que a diferença de fornecer ou não a gastronomia local aos turistas entre os diversos *lodges* é de 19,64%, os hotéis e casas de hóspedes, de forma geral, não fornecem pratos locais e em relação aos restaurantes e bar estes de forma positiva o fazem (38,1%).

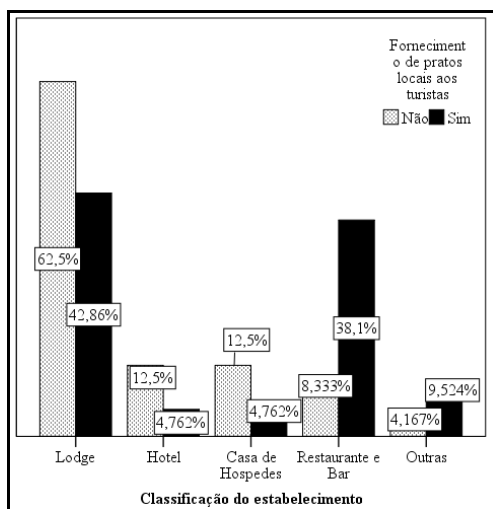


Figura 6: Fornecimento de pratos locais / classificação do estabelecimento

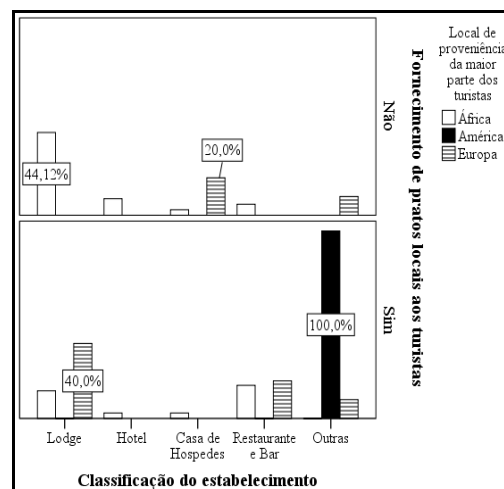


Figura 7: Fornecimento de pratos locais/ local de proveniência dos turistas / classificação do estabelecimento

A partir da figura 7 nota-se que estabelecimentos turísticos, que geralmente recebem turistas provenientes do continente americano e europeu, fornecem pratos locais a visitantes, se comparados com os que recebem turistas provenientes dos países africanos.

A figura 8 apresenta os pratos referidos como típicos pelos estabelecimentos turísticos, e a figura 9 ilustra os pratos que constituem gastronomia típica na perspectiva dos agregados familiares alvos deste estudo.

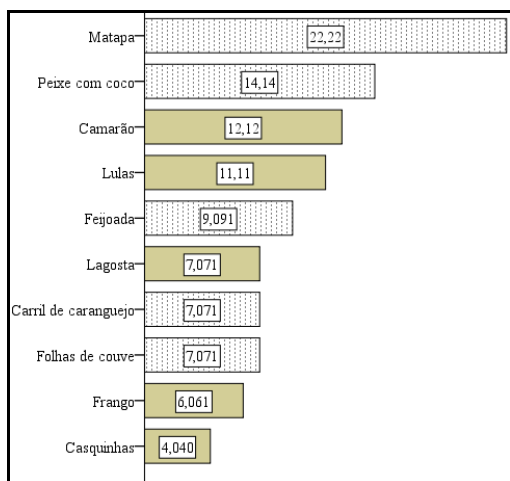


Figura 8: Pratos típicos fornecidos pelos estabelecimentos turísticos

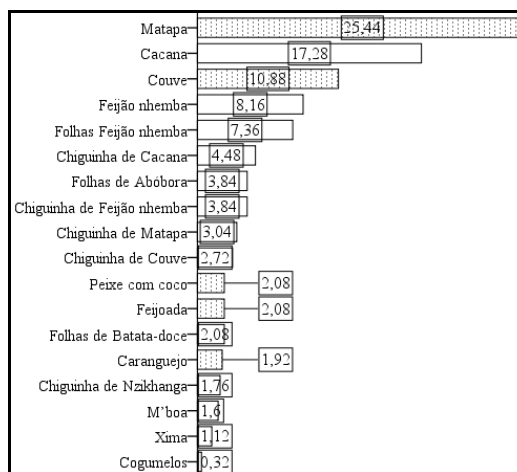


Figura 9: Pratos típicos consumidos pelos agregados

A partir das figuras acima apresentadas, observa-se, embora de forma não hierárquica, que são cinco pratos típicos mais referidos pelos responsáveis dos estabelecimentos turísticos assim como pelos agregados familiares, nomeadamente: matapa, couve, peixe com coco, feijoada, carril de caranguejo e folhas de couve.

Assim, constata-se que há um potencial de os estabelecimentos incorporarem novas modalidades gastronómicas nos seus cardápios, destas destacam-se: *cacana*, feijão nhemba, folhas de feijão nhemba, *chiguinha* de *cacana*, folhas de abóbora, *chiguinha* de feijão *nhemba*, *chiguinha* de *matapa*, *chiguinha* de couve e folhas de batata-doce, pois os produtos que constituem ingredientes na confecção destes pratos típicos são produzidos localmente.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

O turismo é um fenómeno social que faz pessoas deslocarem-se a locais diferentes dos habituais, buscando momentos que não tenham relação com atividades remuneratórias. Essas pessoas ao se deslocarem, e por ser uma característica humana básica, necessitam de se alimentar, fazendo com que os gestores e demais intervenientes dos destinos turísticos, igualmente, pensem na alimentação. Assim, a hotelaria e a restauração são subsetores do turismo que, em princípio, mantêm ou deviam manter uma estreita ligação com a agricultura local.

Essa ligação entre a agricultura familiar e o turismo constitui, na perspectiva da Torres e Momsen (2004), uma forma de estimular a produção agrícola local e reduzir as fugas

económicas relacionadas com a importação de produtos que localmente podem ser produzidos/adquiridos.

Entretanto, os dados desta pesquisa evidenciaram que esta ligação não é linear, muito menos automática na vertente em que a existência de turismo como “nova” atividade do território complementa mecanicamente as outras atividades. Há vários obstáculos, legais, técnicos, mercadológicos, que devem ser contornados para uma aproximação mutuamente harmoniosa.

Nas Caraíbas, por exemplo, o sucesso da ligação entre a agricultura e turismo é decorrente da ocorrência sincronizada de uma produção local demandada pelos estabelecimentos turísticos que comporta um sistema de transporte, comunicação, logística e preços (Ashley, 2006).

A partir da análise da produção agrícola dos agregados e as necessidades dos estabelecimentos turísticos, vinca-se que a estreita ligação entre a agricultura e turismo no município de Inhambane é estabelecida a partir dos seguintes produtos: cebola, pepino, cenoura, tomate, alface e pimento. Embora maior parte dos agricultores não seja fornecedor de produtos agrícolas aos estabelecimentos turísticos, as culturas mencionadas são produzidas pelos agregados familiares, necessitando deste modo de intermediação e informações concretas do tipo e quantidades dos produtos agrícolas necessitados pelos estabelecimentos turísticos.

Entretanto, convém referir que a relação acima exposta não pode se restringir no fornecimento de produtos agrícolas aos estabelecimentos, deve ser extrapolada a aspectos atinentes a gastronomia, pois existem pratos que ainda não foram incorporados nos cardápios dos estabelecimentos turísticos e que são passíveis de interessar ao visitante. Outrossim, a produção que é desenvolvida deve ter como essência a melhoria da nutrição das comunidades residentes, privilegiando a comercialização às comunidades locais e garantindo a soberania alimentar.

Considerando que maior parte do investimento turístico no município de Inhambane é estrangeiro, o município em referência constitui um destino que atrai turistas internacionais e que os estabelecimentos turísticos fornecem alguns pratos típicos, infere-se que a origem dos turistas não influencia na compra de produtos agrícolas locais, isto é, o facto de o turista ser de origem europeia, americana ou africana não dita as decisões dos responsáveis pelos estabelecimentos de comprar produtos agrícolas nos produtores locais.

Assim, o facto que ocorreu nas Caraíbas não se observa no mercado turístico do município de Inhambane. Entretanto, percebe-se que as aproximações entre a agricultura estão

condicionadas a fatores de oferta, procura e intermediação abordados por Torres e Momen (2004), pois maior parte dos produtos adquiridos pelos estabelecimentos turísticos são produzidos localmente, tanto por associações agrícolas assim como por agregados não membros dessas associações, mas de modo geral estes produtores, por aspectos atinentes a comercialização/intermediação e falta de informações sobre as reais necessidades do mercado, isto é, dos estabelecimentos turísticos no município de Inhambane, de grosso modo, não vedem seus produtos nestes empreendimentos.

Essa conjuntura mostra que há necessidades de criação de políticas e órgãos públicos que possam ser responsáveis pela intermediação ou atores coordenadores da ligação entre a produção agrícola familiar e o mercado turístico do município de Inhambane. Um aspecto que constitui sucesso nestes moldes de intermediação, que apesar de não estar diretamente ligado ao sector do turismo, mas que se adequa ao que se pretende neste trabalho é o Programa de Aquisição de Alimentos (PAA) implementado no Município de Boa Vista, Estado de Roraima - Brasil.

O PAA é constituído de atividades que visam a segurança alimentar e luta contra a pobreza no Município de Boa Vista. Nesse sentido, “o Programa consiste na compra [...] dos alimentos produzidos pelos agricultores familiares [...] e distribuição ulterior a pessoas e famílias em situação de pobreza e insegurança alimentar” (Rocha e Anjos, 2016, p.177). Este programa pode ser adequado ao município de Inhambane, mas para tal vinca-se mais uma vez a importância de políticas públicas que possam direcionar recursos financeiros, materiais e humanos com vista integração da produção agrícola familiar no mercado turístico local.

Importa aclarar que a massificação da produção agrícola neste município não servirá somente para a redução dos custos de produção no sector do turismo e do preço dos alimentos. Este processo contribuirá, igualmente, para redução dos índices de subnutrição existentes, principalmente nas áreas rurais.

## **1. REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS**

ASHLEY, C. 2006. Participation by the poor in Luang Prabang tourism economy: Current earnings and opportunities for expansion. ODI Working Paper 273. London: Overseas Development Institute.

AZEVEDO, H.A.M.2014. A segurança em territórios turísticos: o caso do Município de Inhambane em Moçambique. Tese de Doutoramento. Universidade Federal de Goiás-UFG 2014. 276p.

BELISLE, F.J. 1983. Tourism and food production in the Caribbean. *Annals of Tourism Research*, 10:497-513. In: ROGERSON, C. M.2012.Strengthening agriculture-tourism linkages in the developing World: Opportunities, barriers and current initiatives. *African Journal of Agricultural Research*, 7:616-623.

CONSELHO MUNICIPAL DA CIDADE DE INHAMBANE. 2009. Plano Estratégico do Município de Inhambane 2009-2019. Cidade de Inhambane, 12 maio. p.59.

NHABOMBA, H. M. 2013.Levantamento, análise e prospetiva do desporto no Conselho Municipal da Cidade de Inhambane-Moçambique, 2009 a 2012. Dissertação de Mestrado. Universidade Técnica de Lisboa-UTL,122p.

ROCHA, J. H., e ANJOS, F. S. 2016. Agricultura familiar e os mercados institucionais: análise do programa de aquisição de alimentos (CPR-Doação) em Boa Vista. *Revista NERA*, 31:111-142.

ROGERSON, C. M. 2012.Strengthening agriculture-tourism linkages in the developing World: Opportunities, barriers and current initiatives. *African Journal of Agricultural Research*, 7:616–623.

TELFER, D.J. e WALL. G. 2000.Strengthening backward economic linkages: Local food purchasing by three Indonesian hotels, *Tourism Geographies: An International Journal of Tourism Space, Place and Environment*. 2:421-447.

TORRES, R. 2003.Linkages between tourism and agriculture in Mexico. *Annals of Tourism Research*. 30:546–566.

TORRES, R. M., e MOMSEN, J. H. 2011. Introduction. In R. M. TORRES e J. H. MOMSEN (Ed.). *Tourism and Agriculture: New geographies of consumption, production and rural restructuring*. Oxon, Routledge, p.1-7.

TORRES, R., e MOMSEN, J. H. 2004.Challenges and potential for linking tourism and agriculture to achieve pro-poor tourism objectives. *Progress in Development Studies*, 4:294-318.