

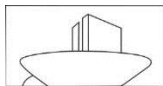


POLÍTICAS DE DESENVOLVIMENTO DO TURISMO NA ÁFRICA DO SUL: VÁLIDAS PARA O PANTANAL?

Eduardo Fernandez Silva
Consultor Legislativo da Área IX
Política e Planejamento Econômicos,
Desenvolvimento Econômico, Economia Internacional

ESTUDO TÉCNICO

AGOSTO DE 2017



© 2017 Câmara dos Deputados.

Todos os direitos reservados. Este trabalho poderá ser reproduzido ou transmitido na íntegra, desde que citados(as) os(as) autores(as). São vedadas a venda, a reprodução parcial e a tradução, sem autorização prévia por escrito da Câmara dos Deputados.

Este trabalho é de inteira responsabilidade de seu(sua) autor(a), não representando necessariamente a opinião da Consultoria Legislativa, caracterizando-se, nos termos do art. 13, parágrafo único da Resolução nº 48, de 1993, como produção de cunho pessoal de consultor(a).

SUMÁRIO

1. INTRODUÇÃO	4
2. Alguns números do turismo em países selecionados da África	6
3. Os passos iniciais da promoção do turismo na África do sul: o Livro Branco do Turismo	9
4. A continuidade na promoção do turismo na África do Sul	16
5. A imagem do País no Exterior	19
6. Destinos turísticos concorrentes	25
6.1. A imagem do Brasil no exterior	27
7. A competitividade dos municípios do Pantanal	29
8. Conclusões.....	32

1. INTRODUÇÃO

Este estudo busca responder à seguinte questão: sendo o Pantanal uma das mais importantes áreas de turismo ecológico no Brasil, a maioria dos municípios da região apresenta baixa renda e baixo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e as características de alagamento não permitem a instalação de diversos setores econômicos. Dado esse quadro, quais políticas desenvolvidas por países africanos, que também recebem turistas para observar flora e fauna, poderiam servir de exemplo para políticas de fomento ao turismo no Pantanal?

O estudo está organizado da seguinte maneira:

1. na primeira parte, são mostrados alguns números sobre o movimento turístico em alguns países da África, em especial daqueles onde é significativo o turismo orientado para a observação de fauna, flora e paisagens, e também números sobre o Brasil, para efeito de comparação;
2. em seguida, há uma advertência sobre limitações do presente estudo para, adiante, apresentar o processo de definição da política sul-africana de promoção do turismo, definida em 1996, e seu conteúdo, conforme expresso em documentos oficiais.
3. a terceira seção mostra que diversos processos e objetivos constantes dos esforços iniciais de promoção foram renovados e incluídos no plano de desenvolvimento do turismo para o período 2015 até 2020;
4. continuando, esse estudo discute a importante questão da imagem do país no exterior, como razão para atrair, ou afastar, os turistas, e os fatores definidores da competitividade dos destinos turísticos, retomando, em seguida, informações sobre as imagens do Brasil e da África do Sul enquanto destinos.

Antes das conclusões, ao final, são apresentadas, ainda, algumas informações sobre a competitividade dos municípios do Pantanal enquanto destinos turísticos.

2. ALGUNS NÚMEROS DO TURISMO EM PAÍSES SELECIONADOS DA ÁFRICA

O principal país africano a receber turistas com o propósito de admirar sua fauna, flora e paisagem é a África do Sul. O Egito e o Marrocos são os dois países daquele continente que ocupam o segundo e o terceiro lugares em valores movimentados pelo turismo, mas, nesses, a motivação do turista é completamente diversa: ruínas e aspectos culturais são os atrativos principais.

Em Botsuana, na Namíbia, no Serengeti – região que abrange o norte da Tanzânia e o sudoeste do Quênia – e, ainda, no Zimbábue, também há expressivo turismo motivado pela observação de fauna, flora e paisagem; em parte, o turismo nesses locais pode até ser visto como um transbordamento do “destino” África do Sul. Este último país, porém, é inquestionavelmente o mais expressivo destino de toda a África Subsaariana no tocante à observação de fauna, flora e paisagem.

Para referência, comparem-se os principais dados relativos ao turismo no Brasil com os da África do Sul.

Em nosso país, segundo o Anuário Estatístico do Turismo¹, os dados são os seguintes: chegada de turistas estrangeiros em 2004: 4,79 milhões; idem, em 2014: 6,43 milhões.. A mesma fonte informa que a receita brasileira com o turismo, em 2014, foi de US\$ 3,22 bilhões, elevando-se para US\$ 6,84 no ano da Copa do Mundo da Fifa, em 2014².

A África do Sul, por sua vez, recebeu 6,7 milhões de turistas em 2004, e esse fluxo alcançou 9,5 milhões em 2014³,. As receitas geradas pelos visitantes estrangeiros alcançaram US\$ 7,51 bilhões em 2004, e US\$ 10,7 em 2011. Os números para 2015 indicam uma pequena queda no número de turistas, para cerca de nove milhões. Isso pode indicar que as estratégias locais estão perdendo efeito; pode indicar também, junto com informações que revelam

¹ BRASIL, Ministério do Turismo. :*Anuário Estatístico do Turismo*, vol. 42, ano base: 2014, ,Disponível em <<http://www.dadosefatos.turismo.gov.br/2016-02-04-11-53-05.html>>, visitado em 22/06/2017).

² Não foi possível se comparar as metodologias adotadas pela África do Sul e pelo Brasil, razão pela qual os dados de receita do turismo não necessariamente refletem o mesmo conceito.

³ Para os países da África a fonte é <[http://tourismdataforafrica.org/vatohpc/tourism-in-africa?country=\[país\]](http://tourismdataforafrica.org/vatohpc/tourism-in-africa?country=[país])>, visitada em 22/06/2017.

um relativo descuido quanto à preservação do meio ambiente e com outros pontos prioritários indicados nos planos nacionais para o desenvolvimento das contribuições do setor, que têm ocorrido, em anos recentes, falta de empenho da África do Sul com o efetivo desenvolvimento do turismo local.

A Namíbia recebeu, em 2010, um total de 984 mil visitantes, que deixaram, no país, apenas US\$ 0,64 bilhão.

Botsuana, outro destino importante, recebeu 2,45 milhões de turistas, em 2010, que lá deixaram US\$ 0,22 bilhão.

O Zimbábue apresentou número de visitantes semelhante à Botsuana, com receita aproximadamente igual à da Namíbia⁴.

Vê-se, pelos números, que a África do Sul é o principal país cujas estratégias para o desenvolvimento do turismo devem ser analisadas, dada a pergunta a que este trabalho pretende responder.

No entanto, é importante notar que, segundo a publicação National Tourism Sector Strategy⁵, o turismo de lazer, que, na definição usada, lá inclui qualquer tipo de lazer, inclusive visitar amigos e parentes, aproveitar feriados e fazer compras para uso pessoal, é a principal razão para se viajar à África do Sul. Noutras palavras, o turismo destinado a apreciar a fauna e a flora locais, embora importante, não é o principal motivo das viagens de turismo àquele país e a origem principal dos turistas que visitam a África do Sul é o próprio continente africano.

Uma análise detalhada das estratégias utilizadas pela África do Sul para fazer crescer seu turismo exigiria pesquisa de campo que possibilitasse verificar a evolução dos instrumentos utilizados e dos processos de implantação das políticas pelas organizações responsáveis. No entanto, alguns aspectos podem ser destacados, e um dos mais importantes é que o país adotou, ou pelo menos procurou adotar, as melhores práticas possíveis, conforme discutido em

4 Para os países da África a fonte é (fonte: [http://tourismdataforafrica.org/vatohpc/tourism-in-africa?country=\[país\]](http://tourismdataforafrica.org/vatohpc/tourism-in-africa?country=[país]), visitado em 22/06/2017).

5 Disponível em : <https://www.tourism.gov.za/AboutNDT/Publications/National%20Tourism%20Sector%20Strategy%20Executive%20Summary.pdf> , visitado em 30-06-2017.

análises sobre a definição de políticas públicas, para desenhar e implantar políticas para a promoção do turismo.

Uma importante advertência é necessária: a literatura acerca de políticas públicas, sua implantação e avaliação é clara quanto a importantes diferenças que usualmente são identificadas entre a política pública, tal qual pensada e expressa nos documentos que a definem, e a política pública real, ou seja, tal qual implantada (Wildavsky, A. 1973)⁶.

Essa diferença se deve a diversos fatores: é mais fácil “ajustar” a “política real” à expressa oficialmente em Pretória ou Cape Town, do que em Port Elizabeth ou Upington, assim como em São Paulo ou Rio de Janeiro, do que em Quixeramobim-CE ou Mirabela-MG. Os encarregados da implantação da política oficial nas cidades centrais tendem a ser mais bem qualificados do que nas áreas remotas; os interesses políticos favoráveis, assim como os contrários, conseguem se fazer valer mais num local que no outro; a corrupção influi e altera os processos mais num ponto que no outro⁷, etc.

A avaliação da política sul-africana para o desenvolvimento do turismo, no presente texto, restringe-se às políticas tais quais pensadas e expressas nos documentos oficiais; a aferição da maior ou menor distância entre essa e a política real, tal qual implantada, careceria de entrevistas com atores relevantes do processo de implantação, o que não foi possível quando da elaboração do presente estudo.

Sem a possibilidade de se realizar pesquisa de campo, como é o caso do presente trabalho, fica difícil avaliar-se até que ponto a “política real” dista daquela expressa nos documentos que a definem.

Uma alternativa é recorrer a análises de terceiros sobre os impactos e a efetividade das políticas, mas não foi possível encontrar muitos

6 WILDAVSKY, A. Implementation: How Great Expectations in Washington are Dashed in Oakland; or, Why it's Amazing that Federal Programs Work at All. University of California Press, 1973.

7 De acordo com ONG Transparency International, que calcula o Índice de Corrupção Percebida, em que os primeiros lugares são ocupados pelos países percebidos como menos corruptos, em 2016 a África do Sul ocupava o 640 lugar, enquanto o Brasil aparecia em 790.

desses estudos. Merwe e Wocke⁸ analisaram, em 2007, a adesão de hotéis sul-africanos aos princípios do turismo responsável que, como se verá adiante, é uma das pedras fundamentais da política sul-africana. Suas principais conclusões são:

Mostramos que há diferenças na abordagem ao turismo responsável entre membros e não membros das associações de turismo. Os membros das associações têm uma compreensão mais clara do conceito, eles são mais propensos a implementar medidas de turismo responsável e compreendem os motivos comerciais decorrentes, tais como vantagens de marketing e a possibilidade de diferenciar seus negócios. A publicação das diretrizes do turismo responsável pelo órgão oficial não teve diferença palpável na adoção de elementos do turismo responsável entre não membros das associações e é improvável que o governo sul-africano possa legislar sobre o assunto. Tal legislação poderia ter efeitos negativos em uma indústria estratégica que é em grande parte composta por pequenas e médias empresas que teriam dificuldades em cumprir as normas. Nossos achados sugerem, ainda, que a maneira mais efetiva de incrementar a adoção das práticas do turismo responsável seria apoiar as associações de turismo responsável para que se tornem representativas da indústria e permitir a esta que se autorregule. Parece que os hotéis menores não vêm benefícios em participar dessas associações [...]. Concluindo, embora pareça que o nível de implementação das práticas do turismo responsável pelos hotéis da África do Sul é bastante elevado, isso não se traduz em participação em iniciativas de turismo responsável, e mais pesquisa é necessária para compreender esse fenômeno entre os hotéis da indústria sul-africana de turismo. (p.11)

3. OS PASSOS INICIAIS DA PROMOÇÃO DO TURISMO NA ÁFRICA DO SUL: O LIVRO BRANCO DO TURISMO

O principal ponto a destacar é que nas políticas de desenvolvimento do turismo na África do Sul adotou-se uma postura profissional – no sentido de se recorrer às melhores práticas conforme discutidas nas

8 MERWE, M.V.D., & WÖCKE, A., *Investigation into Responsible Tourism Practice in South African Hotel Industry*, disponível em https://www.researchgate.net/publication/228914177_An_investigation_into_responsible_tourism_practices_in_South_African_hotel_industry, visitado em 03/07/2017>

análises sobre políticas públicas – e abrangente, perseguida por vários anos, regularmente monitorada e sempre melhorada.

Noutras palavras, evitaram-se a improvisação e a descontinuidade, tão típicas em diversos países, e adotaram-se práticas científicas tais como pesquisas regulares, criação de indicadores objetivos para monitorar o alcance de metas definidas também objetivamente.

Recorreu-se, ainda, ao envolvimento das comunidades locais e de representantes da indústria, buscou-se assegurar que a atividade gerasse empregos, renda e “trabalho decente”⁹ para a população local – outro conceito largamente explorado em documentos oficiais –, de forma a que essa se percebesse como beneficiária da atividade e contribuísse para seu desenvolvimento.

Uma expressão, muito utilizada no LIVRO BRANCO, o “turismo responsável”, pode ser usada para definir o núcleo da estratégia utilizada e adotada não como recurso de marketing, mas definida de maneira abrangente e cuidadosa. Como se verá adiante, é apoiada por parâmetros claros para definir e reconhecer cada participante da diversificada indústria do turismo que, de fato, se enquadre nos critérios definidos do “turismo responsável”.

Em outubro de 1994 – portanto, em seguida às primeiras eleições após o fim do regime de apartheid – o então Ministério de Assuntos Ambientais e Turismo designou um Grupo de Trabalho Interino, denominado, na sigla em inglês, ITTT¹⁰, com a tarefa de rascunhar um texto base para uma futura Política Nacional de Turismo.

Representantes do setor de negócios, dos trabalhadores, governos dos estados – províncias, no jargão local – de organizações das comunidades e do governo nacional elaboraram, então, o LIVRO VERDE DO TURISMO, em setembro de 1995. Esse texto foi largamente distribuído para comentários e houve um acordo com a União Europeia para que esta desse

⁹ Lembrando-se que, conquanto a OIT venha traduzindo, para o português, a expressão “decent work” como “trabalho decente”, a expressão que, em nosso direito, tem assento constitucional e contornos jurídicos precisos é “trabalho digno”, na forma, inclusive, como a traduz Portugal, que considera “trabalho decente” anglicismo.

¹⁰ Interim Tourism Task Team

apoio técnico para se elaborar o LIVRO BRANCO do turismo, o que foi feito com a colaboração de um especialista.

Houve, então, o reconhecimento de que o processo de elaboração do LIVRO BRANCO seria tão importante quanto o próprio LIVRO. Assim, foi dada tanta importância ao processo quanto ao resultado, e a elaboração do LIVRO BRANCO utilizou meios para garantir uma ampla participação de todos os atores envolvidos na ampla e diversificada indústria do turismo. Entre estes, numerosos encontros do grupo ITTT, seminários, em diversos locais do país, para discutir o LIVRO VERDE e obter sugestões; cerca de cem entrevistas com especialistas; outras tantas contribuições foram recebidas e analisadas; encontros realizados com diversos representantes de hotéis, de comunidades, entre outros.

Os grandes temas abordados incluíram:

1 O papel do turismo na África do Sul, onde se explorou a contribuição que o turismo poderia dar ao País, concluindo-se que a atratividade nacional está na diversidade de experiências que podem ser oferecidas aos turistas, com a advertência de que

“O turismo se tornou um negócio ferozmente competitivo. Para os destinos turísticos em todo o mundo, e em especial para a África do Sul, a vantagem competitiva não mais é natural, mas crescentemente construída pelo homem, e conduzida pela ciência, tecnologia, informação e inovação. Assim, não é o estoque de recursos naturais que determinará a competitividade no turismo, mas a maneira como esses recursos são gerenciados e em que medida eles são complementados por inovações feitas pelo homem”.

2 As principais restrições identificadas ao desenvolvimento da indústria do turismo, assinaladas no LIVRO BRANCO, foram inadequação do financiamento, visão míope do setor privado, limitada inclusão ao turismo de comunidades locais e grupos previamente negligenciados, educação deficitária, inadequados treinamento e consciência para o turismo, inadequada proteção do meio ambiente, baixa qualidade do serviço oferecido ao turista, falta de infraestrutura, um setor de transporte

rodoviário não alinhado ao turismo, falta de estruturas locais, provinciais e nacionais adequadas para gerenciar o desenvolvimento, a gestão e a promoção do turismo. Destacou-se, ainda, entre as restrições, a crescente taxa de criminalidade e violência, inclusive contra visitantes.

O LIVRO BRANCO entra em detalhes sobre cada uma dessas restrições, para, ao final, desenhar estratégias para reduzir seus impactos negativos. Vale, porém, citar a questão da miopia do setor privado. Segundo o documento citado, essa visão limitada se deve a que hotéis e outros estabelecimentos pensam apenas naquilo que oferecem entre suas quatro paredes e não se preocupam com as hipóteses de um visitante ser maltratado nas ruas, ou um chofer de taxi cobrar demasiado, se o meio ambiente for destruído ou as escolas dilapidadas. No entanto, diz o LIVRO BRANCO, *“a experiência mostra que hotéis que adotaram visões mais amplas tendem a ser mais bem sucedidos”*.

Foram incluídas entre as atividades privadas que participam do turismo setores da economia que nem sempre são assim qualificados, entre eles lavanderias, floristas, músicos, galerias de arte e serviços ambientais, tais como jardinagem, agricultura especializada na produção de ervas e outros insumos da gastronomia e dos cosméticos. Ao mesmo tempo, destacou-se a necessidade de se dar atenção às ressalvas que certos grupos da sociedade fazem ao turismo, do tipo *“turismo é coisa do homem branco [ou do rico], e não nos diz respeito”*.

Na sequência, afirma-se que, talvez, a mais importante deficiência da indústria do turismo, na África do Sul, seja a ausência de educação, treinamento e consciência adequadas entre os próprios sul-africanos.

Outra deficiência apontada é a gestão ambiental. Apesar de classificada como o terceiro país com a maior biodiversidade no planeta – o Brasil é o primeiro – e de um bem montado sistema de áreas protegidas, pelo qual é reconhecida mundialmente, a África do Sul ainda era, ambientalmente, um dos locais “quentes” do planeta, em razão da quantidade de espécies em risco de extinção e por um alarmante desrespeito com o meio ambiente; nesse

ponto indicando-se, inclusive, como uma questão central, a quantidade de lixo espalhado pelas ruas.

Um problema a ser tratado com urgência, diz o relatório, é a da segurança pública, e *“o maior obstáculo ao crescimento do turismo originado além mar é o alto nível de fato e o também elevado nível percebido de violência e crime”*.

3 Propostas

A proposta central foi a de que as práticas então predominantes na indústria do turismo, chamada de “velho turismo”, não mais funcionariam, e que um novo tipo de turismo deveria ser construído. O LIVRO BRANCO sul-africano chama esse novo tipo de “turismo responsável” e passa então a defini-lo.

O **turismo responsável** implica uma abordagem proativa de todos os participantes dos vários segmentos que compõem a atividade de forma a desenvolver, fazer o marketing e gerenciar a indústria de maneira responsável para criar uma vantagem competitiva. Implica ainda responsabilidade, por parte da indústria, em relação ao meio ambiente, mediante a promoção de um turismo balanceado e sustentável e com foco no desenvolvimento baseado no meio ambiente (ver a fauna, a flora e as paisagens, entre outras atividades ao ar livre).

No caso brasileiro do Pantanal, uma questão deve ser avaliada e pode ser essencial ao desenvolvimento do turismo no local. Trata-se do argumento, por muitos apresentado, que, enquanto o turismo ocorre nas partes baixas da região, alagadas, nas partes altas, onde se encontram as nascentes, há elevado desmatamento e a monocultura da soja¹¹, com riscos para o microclima que beneficia e provê sustento para a flora e a fauna, além de assegurar o alagamento da planície, atração especial da região.

Ainda que a questão possa ser controversa, deve ser analisada cuidadosamente e, caso os indícios sejam de que o risco é real, todos os

11 WWF, Bacia do Alto Paraguai: Cobertura Vegetal. Disponível em: <http://www.wwf.org.br/?48922/Bacia-do-Alto-Paraguai-Cobertura-Vegetal> visitado em 05/07/2017.

esforços devem ser feitos para se evitar a continuidade do problema, sob pena de comprometer aquele bioma e o desenvolvimento do turismo no Pantanal.

O **turismo responsável** inclui, também, a responsabilidade do governo e da iniciativa privada em envolver as comunidades locais por meio de vínculos econômicos efetivos (por exemplo, suprimento de alimentos, lavagem de roupa e treinamento, “trabalho decente” em hotéis, pousadas, restaurantes, entre outros).

O **turismo responsável** implica, ainda, diz o LIVRO BRANCO, a responsabilidade de patrões e empregados entre si – entra aqui o conceito de “trabalho digno”, acima mencionado e cuja importância é várias vezes repetida no documento citado – e para com os visitantes.

Em seguida, os elementos-chave desse **turismo responsável** são listados:

1. evitar desperdício e consumo supérfluo;
2. uso sustentável de recursos locais;
3. manter e encorajar a diversidade natural, econômica, social e cultural;
4. envolver as comunidades locais no planejamento e na tomada de decisões;
5. assegurar que essas comunidades estejam envolvidas e se beneficiem do turismo;
6. usar essas características no marketing; monitorar os impactos do turismo e assegurar transparência na abertura das informações obtidas.

O desafio chave, completa o LIVRO BRANCO, **é desenvolver o compromisso com o turismo responsável entre todos os participantes da indústria e, ainda mais importante, implementá-lo.**

Nesse processo, o governo da África do Sul está, informava o LIVRO BRANCO em 1996, comprometido com o princípio do turismo responsável e, para tanto, tomará diversas ações, entre elas as seguintes:

1. trabalhar junto a agências internacionais de financiamento, o setor privado local e internacional, ONGs e outros atores relevantes para definir turismo responsável e estabelecer padrões para tal;
2. identificar uma agência, possivelmente uma ONG, que assuma a responsabilidade de certificar os atores da indústria que pratiquem turismo responsável e monitorar seu desempenho;
3. fazer marketing ativo da África do Sul como o mais destacado praticante do turismo responsável; e fornecer incentivos para aqueles que o pratiquem, por exemplo por meio de compras governamentais.

Repetindo a importância da boa gestão do meio ambiente, do treinamento adequado, da necessária inovação permanente e da atenção aos interesses do consumidor, todos já mencionados acima, o LIVRO BRANCO qualifica esses fatores como críticos para o sucesso. Destaca, em seguida, os papéis de diversos atores no processo.

Ao governo central caberá, diz o documento, estabelecer um ambiente seguro para que o turismo possa florescer; assegurar a segurança de visitantes e dos habitantes locais; facilitar e prover os incentivos adequados para o investimento privado no setor, entre outros. Os governos provinciais partilham das responsabilidades do governo central.

Há, também, um papel a ser desempenhado pelos meios de comunicação. Entre suas responsabilidades estão: desenvolver programas para aumentar a consciência da população sobre o turismo; dar cobertura e fazer campanhas especiais para promover as iniciativas do turismo responsável; promover o turismo nacional e cooperar com as autoridades na promoção de suas províncias.

Há ainda, no LIVRO BRANCO, a explicitação de responsabilidades de agências conservacionistas, das agências governamentais e, igualmente importante, do setor educacional.

4. A CONTINUIDADE NA PROMOÇÃO DO TURISMO NA ÁFRICA DO SUL

Como destacado anteriormente, a continuidade de esforços coerentes e baseados nas melhores técnicas de planejamento e promoção de indústrias é uma das características básicas responsáveis pelo desenvolvimento do turismo na África do Sul.

Essa continuidade pode ser percebida ao se analisar o Plano de Turismo da África do Sul para o período 2015-2020.

Esse Plano inclui os objetivos registrados adiante, dentro de três “temas” orientadores: a contribuição do turismo para a economia, a melhoria da experiência do turista no país e a sustentabilidade e boa gestão das atividades ligadas ao turismo.

No primeiro tema, são destacadas as seguintes metas:

1. fazer crescer a contribuição do turismo para a economia mediante o aumento absoluto de cinco milhões de turistas estrangeiros e de 3,4 milhões de turistas domésticos até 2020;
2. prover excelente capacitação para o pessoal empregado no turismo e oferecer empregos dignos no setor, a ser alcançado por meio da assinatura de um termo de entendimento entre a indústria e os ministérios do Trabalho e da Educação;
3. e a ampliação da contribuição do turismo doméstico para a economia.

Isso, após pesquisa mostrar que o turismo doméstico é o principal fator de sustentabilidade para os destinos de maior sucesso.

Daí que um objetivo é elevar para 60%, em 2020, a contribuição do turismo doméstico para o PIB setorial, que, em 2009, era de 52%.

Outros propósitos são melhorar a percepção do turismo doméstico entre as classes A e B, para que os membros dessas classes sociais viagem menos ao exterior e mais internamente.

Ainda outro objetivo é aumentar o número de turistas de primeira viagem e oferecer oportunidades mais em conta e acessíveis para o turista doméstico.

No segundo tema, a preocupação básica é oferecer experiências que superem a expectativa dos turistas, domésticos e estrangeiros. Será criado um Índice de Satisfação dos Turistas, domésticos e estrangeiros, e problemas que dificultem o turismo, tais como o racismo, serão enfrentados.

Outra preocupação é construir uma cultura de turismo, entre os sul-africanos, e, ainda, posicionar a África do Sul internacionalmente como uma “marca” turística reconhecida.

No terceiro tema – sustentabilidade e boa gestão – buscar-se-á ampliar a presença de companhias com boa posição no *ranking* de “empoderamento” de negros¹², maior número de companhias alcançando os objetivos do padrão turístico¹³ e um aumento no número de empresas de propriedade de negros.

Ver, por exemplo, as preocupações estratégicas da SA Tourism, órgão encarregado de promover o turismo local:

A estratégia da SA Tourism é:

Investir somente em mercados selecionados para turismo de lazer e centros de decisão para eventos de negócios de forma a gerar volume e valor;

Montar “Hubs” regionais para aumentar a penetração de Mercado para lazer;

12 Um problema sério na África do Sul é a disparidade entre brancos e negros, herdada do período colonial – assim como no Brasil – e da época do apartheid. Assim, “empoderar” negros é parte muito frequente de estratégias governamentais.

13 Foi construído um “padrão”, amplamente divulgado, contendo números objetivos referentes a “boas práticas” e “práticas desejáveis”, em nível de empresas, em cada um dos subsetores em que o setor turismo foi dividido. Assim, é possível identificar empresas mais, ou menos, parecidas com o padrão “desejável”, e recompensá-las. Por exemplo, se a meta é 60% de gerentes negros em posições médias, qual a situação de cada companhia? Os três subsetores em que o setor turismo foi dividido são “acomodações”, englobando hotéis, hostels, bed & breakfast, etc., “hospitalidade e similares”, em que se incluem centros de convenção, restaurantes, abastecimento alimentar e de apoio (catering), atrações turísticas, etc. e “sistemas de distribuição de viagens”, onde aparecem guias turísticos, agências de viagens, companhias de aluguel de automóveis, etc.

Engajar as partes interessadas (“stakeholders”) e parceiros para proporcionar aos visitantes experiências de qualidade que reafirmem a promessa da marca;

Convencer consumidores/clientes de que a África do Sul pode ser confiável em oferecer experiências memoráveis e eventos de negócios bem sucedidos;

Engajar o canal de distribuição para promover a África do Sul;
e

Energizar e empoderar a organização para inovar e alcançar a excelência.

(in Strategic Plan, p. 8)

Nesse processo de constante análise, preocupação, investigação e pesquisa, em permanente contato e interação com os mais diversos atores ligados ao turismo, parte das atenções se volta para equacionar o problema de fragmentação do planejamento entre as três esferas de governo, e falta de “marca” e alinhamento das estratégias e ações de marketing.

Nesse esforço, foram identificados agrupamentos de atividades e elementos propulsores (“clusters and thrusts”) que pudessem focar os objetivos do setor.

O primeiro agrupamento é política, estratégia, regulação, governança, monitoria e avaliação, bem como o marco legal.

O segundo é a demanda de turistas e os esforços de marketing. Também inclui a oferta e o equacionamento das suas deficiências, e incorpora, ainda, o desenvolvimento de oportunidades de “nicho” e a garantia de qualidade.

O terceiro agrupamento abrange as ações ligadas ao desenvolvimento das pessoas, com educação, treinamento e qualidade do trabalho e emprego.

O quarto, volta-se para os fatores que possibilitam o crescimento, como a consciência geral entre os nacionais sobre a importância do turismo e seus benefícios concretos. Inclui também, com destaque, soluções para o problema ainda presente da percepção de falta de segurança e da elevada criminalidade.

Sem pretender reproduzir, aqui, todos fatores incluídos no novo planejamento de ações para o desenvolvimento do turismo, resta reiterar o caráter cuidadoso e abrangente das ações planejadas.

Há, inclusive, considerações sobre os fatores de risco a ameaçar o sucesso do planejamento; entre elas, as flutuações nas taxas de câmbio globais, o eventual decréscimo global, e as políticas econômicas causadores de um ambiente fiscal mais restritivo, os desastres globais e as mudanças climáticas, entre outras.

Mais adiante, voltaremos a discutir algumas das iniciativas adotadas pela África do Sul para desenvolver o turismo receptivo. Vale, aqui, analisar a questão da imagem do País no exterior, fator de grande relevância na construção da atratividade de qualquer localidade.

5. A IMAGEM DO PAÍS NO EXTERIOR

Uma questão importante a ser analisada e devidamente trabalhada diz respeito à imagem do país nos principais mercados emissores. Os sul-africanos fizeram isso com competência e detalhe.

Primeiro, os principais mercados emissores de turistas para a África do Sul foram identificados. Não se tratou, que fique claro, de identificar os principais mercados emissores em geral, mas sim de responder à questão: de onde vêm os turistas que visitam a África do Sul?

A principal origem, no caso, são os países vizinhos, e muitos desses turistas viajam por terra. Identificados também os motivos das viagens, foram elaboradas estratégias para ampliar a estada do turista, seus gastos e, principalmente, maneiras de tornar a África do Sul um destino ainda mais “desejado”.

Assim, um ponto a se examinar dizia respeito não só à imagem do País, mas também ao seu nível de competitividade. Nesse quesito, a pergunta era: qual o nível de preferência da África do Sul enquanto destino, comparada a quais outros países, entre os potenciais turistas oriundos desses locais de onde vêm os visitantes da África do Sul?

Há um indicador que resume a competitividade de um país no setor de viagens e turismo e que inclui diversos elementos, entre eles a imagem. Trata-se do Travel and Tourism Competitiveness Index – TTCI, elaborado a cada dois anos pelo World Economic Forum, em cooperação com a Organização Internacional do Turismo, órgão vinculado à ONU¹⁴. Esse indicador “*mede os fatores e as políticas que possibilitam o desenvolvimento sustentável do setor de turismo e viagens*” que, por sua vez, contribui para o desenvolvimento e a competitividade de um país. É composto por quatro subíndices, 14 pilares e 90 indicadores individuais, identificados para diferentes pilares, como resumido na figura I, abaixo.

Note-se que há peso relevante para questões como a segurança pública, o ambiente de negócios, a saúde e higiene, os recursos humanos e, ainda, a disponibilidade de conectividade à rede mundial de computadores: na era da internet, as práticas dos turistas foram alteradas e a decisão de viajar é fortemente influenciada pelas informações que o turista em potencial – que, cada vez mais, é quem organiza a própria viagem - encontra na rede mundial de computadores, inclusive, e com grande importância, as avaliações que visitantes anteriores deixam registradas na rede.

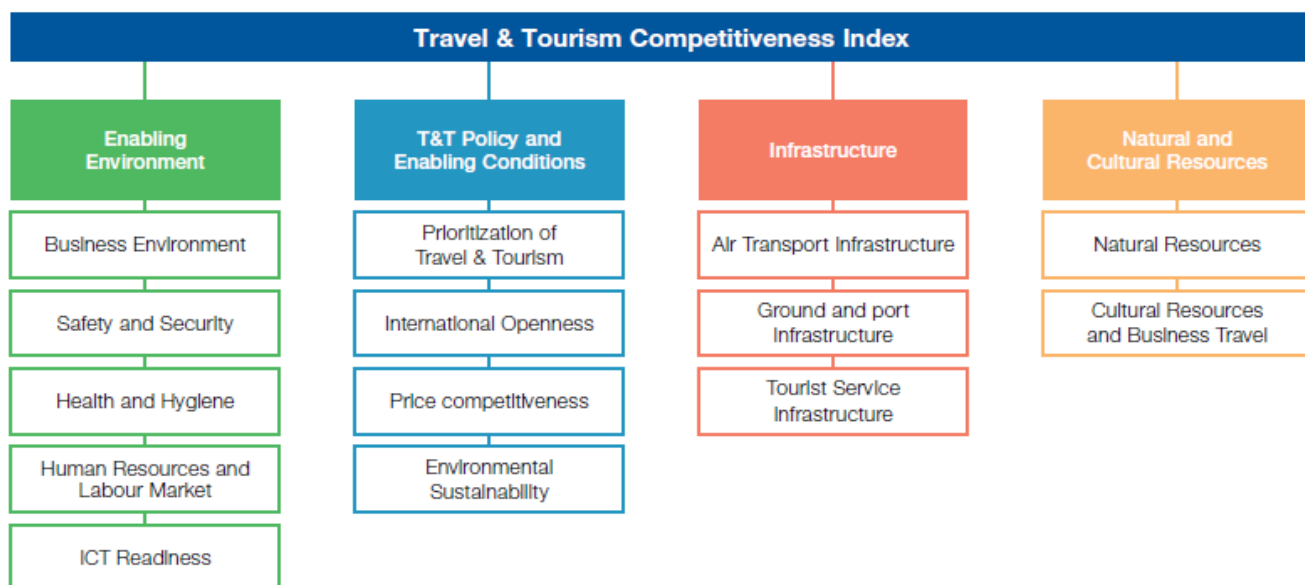
As principais conclusões da análise da competitividade dos destinos são as seguintes:

¹⁴ Desde janeiro de 2010 o Diretor Executivo para Competitividade, Relações Externas e Parcerias da Organização das Nações Unidas para o Turismo, conhecida como UNWTO e sediada em Madri é o brasileiro/mineiro Márcio Favilla Lucca de Paula.

Figura 1 - Estrutura do índice de Competitividade do Turismo

“Quatro achados-chave emergem dos resultados do TTCI 2017, em combinação com outras análises quantitativas e qualitativas.”

The T&T Competitiveness Index 2017 framework



Primeiro, a competitividade das viagens e hospedagem está crescendo, em especial nos países em desenvolvimento, e em particular na região da Ásia-Pacífico. Enquanto a indústria [do turismo] continua a aumentar, uma parcela crescente dos visitantes internacionais está vindo de e viajando para os países emergentes e em desenvolvimento.

1. Segundo, em um contexto crescentemente protecionista – que vem restringindo o comércio internacional – a indústria de viagens e hospedagem continua a construir pontes ao invés de muros entre as pessoas, como se torna claro pelo crescente número de pessoas viajando além das fronteiras e tendências globais de se adotar políticas menos restritivas de concessão de vistos.
2. Terceiro, à luz da quarta revolução industrial, a conectividade cada vez mais se torna uma necessidade básica para os países ao desenharem suas estratégias digitais.
3. Finalmente, apesar da crescente consciência da importância do meio ambiente, o setor de viagens e hospedagens enfrenta dificuldades para se desenvolver de maneira

sustentável enquanto a degradação ambiental prossegue em numerosas frentes.”

(World Economic Forum, The Travel and Tourism Competitiveness Report 2017: Paving the Way to a More Sustainable and Inclusive Future, Genebra, 2017, p. XIV)

Sobre este último ponto, o relatório do TTIC diz que a força ambiental – ou seja, a eficácia da proteção ao meio ambiente – está diretamente relacionada ao volume de receitas com o turismo (pag. XIV).

A mesma publicação mostra que, na comparação entre 2015 e 2017, o Brasil não figura entre os 15 países que mais evoluíram suas posições no TTIC. Também a África do Sul não faz parte desse grupo de quinze.

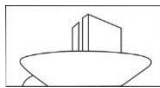
Apesar da crescente consciência da importância da sustentabilidade, e do fato de que progresso real tem sido feito em algumas áreas, muitos aspectos do ambiente natural continuam a degradar, causando sérios e quantificáveis impactos no setor turismo. Os dados mostram que a força ambiental de um país está diretamente relacionada com a receita do turismo.” P. XIV

Para o ano de 2017 a posição relativa do Brasil nesse indicador de competitividade, no entanto, é relativamente boa, pois o país aparece, mundialmente, na 27ª posição, enquanto a África do Sul surge somente na 53ª. O Brasil ganhou uma posição, relativamente ao TTIC de 2015, já a África do Sul perdeu 5 posições.

Como o foco do presente trabalho é obter informações sobre as políticas adotadas noutros países, que lhes permitiram ampliar o fluxo turístico para contemplação da fauna, flora e paisagens, vale reproduzir, em detalhe, os comentários do TTIC, tanto sobre o Brasil, quanto relativos à África do Sul, lembrando que os números, entre parênteses, indicam a posição do país no indicador específico.

Assim:

“O Brasil aparece em 27º globalmente. O País é abençoado com os maiores e mais diversificados recursos naturais do planeta (1º). Ele também tem fortes recursos culturais (8º), desde o esporte e entretenimento até vários sítios de herança



histórica e volume significativo de viagens de negócios. Desenvolveu uma infraestrutura de turismo relativamente boa (39º) e de conectividade aérea (40º). Adicionalmente, a competitividade de preços melhorou (41º) devido a preços mais baixos de combustíveis e de hotéis, incentivando mais viagens. No entanto, nos últimos dois anos, a segurança pública e o contexto de negócios deterioraram ainda mais (106º, caindo duas posições), contrabalançando os efeitos positivos da maior competitividade de preços. O ambiente de negócios continua a piorar (129º) devido à ineficiência do sistema legal, burocracia e elevados impostos. Os recursos humanos também dificultam os negócios de viagem e turismo, uma vez que a qualificação da força de trabalho e os cuidados com o consumidor declinaram. De maneira geral, o setor de viagens e turismo não tem recebido muito apoio governamental, com baixo investimento (79º) e atividade de marketing (121º). A política ambiental também deveria estar fazendo mais para proteger a biodiversidade brasileira (66º). Embora alguns esforços tenham sido feitos para reduzir as emissões de material particulado (24º) e para restringir o desmatamento, o progresso feito em 2014 foi neutralizado pela retomada do desmatamento em 2015. Ao mesmo tempo as restrições ambientais foram reduzidas recentemente, sugerindo que se deve fazer mais para proteger os ativos que são os principais motivos dos turistas para visitar o País.”

“A África do Sul ainda lidera o ranking regional, assumindo o 53º lugar globalmente, embora o país tenha caído cinco posições desde 2015. O país continua a se embasar em recursos culturais (19º) e naturais (23º) e num ambiente de negócios positivo (21º), caracterizado por um mínimo de burocracia e modestos encargos administrativos. Embora o mercado de trabalho permaneça ineficiente (118º), houve algum progresso nessa área: o país estava na 135ª posição dois anos atrás. O país também melhorou a competitividade de preços (43º) ao reduzir os preços de passagens, dos impostos e dos hotéis. Apesar dessas melhorias, a competitividade do turismo na África do Sul deteriorou em dois elementos: a segurança pública (120º) e a sustentabilidade ambiental (117º). Medo de terrorismo e um crescente sentimento de insegurança relacionada ao crime tornam os turistas menos despreocupados sobre viajar no país. Com 33 homicídios por 100.000

habitantes¹⁵, a África do Sul tem uma das piores taxas de homicídio no índice, com a 131ª posição. Com respeito à sustentabilidade ambiental, o desmatamento e a perda de habitats prosseguiram a taxas rápidas desde 2000. O interesse global pelos recursos naturais da África do Sul tem aumentado, mas a insuficiência da preservação dos habitats pode impedir o país de se beneficiar dessa crescente fonte de atração de turistas. Outro aspecto que contribuiu para uma performance inferior da África do Sul neste indicador foi a redução do apoio governamental ao setor (59º). Embora o gasto tenha permanecido sem mudanças, as campanhas de marketing têm sido percebidas como efetivas (40º). Para incrementar seu setor de turismo a África do Sul poderia também implantar políticas mais abertas de visas (71º) e acordos no comércio de serviços (91º).”

A publicação aqui comentada diz, ainda, que “*As nações das Américas Central e do Sul deveriam continuar a melhorar sua segurança, criar ambientes mais favoráveis aos negócios e desenvolver suas infraestruturas para melhorar a conectividade (pag. XIII)*”.

Nos documentos sul-africanos sobre sua política de promoção do turismo é possível identificar diversos outros passos adotados por aquele país. Por exemplo, um dos seus grandes atrativos, que costuma estar nos corações e mentes dos turistas estrangeiros e é reiteradamente enfatizado pelos guias locais, é a possibilidade de se ver, em sua vida livre, os “*Big Five*”.

Os “*Big Five*” são o leão, o elefante, o búfalo africano, o leopardo e o hipopótamo, assim denominados por serem os mamíferos mais difíceis de serem caçados pelo homem. Outras listas incluem, entre os *Big Five*, o rinoceronte, em lugar do Leopardo. Safáris fotográficos são realizados regularmente, possibilitando ao turista a emocionante experiência de se ver frente a frente com vários dos *Big Five* durante uma excursão.

O que importa, aqui, no entanto, é que a caracterização dos *Big Five* é, antes de tudo, um instrumento de marketing que ajuda a “*vender o país*”. Mais: exceto pelos seus vizinhos, praticamente não existe outro país, que não a

¹⁵ No Brasil, a taxa é muito variável e as estatísticas precárias, mas em algumas regiões supera a da África do Sul. Ver números para países africanos e municípios do Pantanal na Tabela III, ao final do presente trabalho.

África do Sul, onde esses mesmos animais possam ser observados em seus habitats naturais, ou quase naturais, já que são pouquíssimos os locais realmente isentos de impactos dos humanos.

Nesse sentido, como um destino único, a África do Sul conseguiu manter-se quase numa posição de monopolista na oferta da experiência de se ver os *Big Five*, o que permite, entre outros, que os diversos parques onde tais animais podem ser vistos cobrem preços bastante elevados dos visitantes; mas não é apenas o “monopólio” sobre tais animais que lhes permitem cobrar tais preços: o luxo, o conforto, a higiene e a sofisticação da maioria desses locais ajudam a justificar os elevados preços de um safári. Também ajuda o fato de o inglês ser um idioma oficial do país, falado – ainda que como segunda língua - pela quase totalidade dos sul-africanos.

Nesse sentido, de maneira a ampliar sua atratividade, há poucos anos ampliaram a oferta de cursos de inglês como segunda língua - para a quase totalidade dos sul-africanos.

Nesse aspecto os apelos para que os turistas busquem também ver os “*Small Five*”: a tartaruga leopardo, a formiga leão, o besouro rinoceronte (assim chamado por ter dois chifres similares ao animal do outro grupo), o tecelão búfalo (uma ave) e o *elephant shrew*. Este último, para o qual não obtivemos uma tradução, pode chegar a medir 25 centímetros, e seu peso médio é de 60 (sessenta) gramas!

Trata-se, claramente, de um lance de marketing, na tentativa de ampliar a singularidade do destino África do Sul. No jargão comercial, pode-se dizer que se trata de uma tentativa de criar um diferencial, de forma a melhor enfrentar a concorrência.

6. DESTINOS TURÍSTICOS CONCORRENTES

Adiante, o quadro I mostra a posição de diferentes países no ordenamento da competitividade das viagens e hospedagens, no âmbito do TTCI (Travel and Tourism Competitiveness Index) já mencionado. Dos seis países incluídos no quadro, cinco são mencionados, em publicação sul-africana, como seus concorrentes, enquanto destinos turísticos. O quadro inclui, ainda, a

Argentina, que não está citada como tal, mas que foi incluída pela sua proximidade com o Brasil.

No quadro, quanto mais baixo o total, maior a competitividade do país, enquanto destino turístico, mas é importante, também, analisar cada item. Assim, enquanto o Brasil ocupa a primeira posição, em todo o mundo, no tocante aos recursos naturais, em termos de sustentabilidade ambiental, a sua posição cai para a 66ª posição, bem atrás de Austrália, Quênia e Botsuana, mas ainda à frente da África do Sul.

Em termos de ambiente de negócios, segurança pública, prioridade ao setor turismo e infraestrutura de terra e portos, o Brasil enfrenta sempre mais de cem países considerados mais competitivos.

Já a África do Sul perde para o Brasil em termos de segurança, saúde e higiene e sustentabilidade ambiental. Em termos de recursos naturais, no entanto, enquanto o Brasil ocupa o primeiro lugar no mundo, a África do Sul aparece apenas na 26ª posição.

Essas comparações permitem uma conclusão importante: o Brasil tem grande potencial, mas faltam-lhe políticas adequadas!

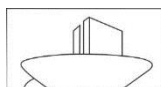


TABELA I

Posição de países selecionados nos pilares do Índice de Competitividade do Turismo – TTCl

	BRASIL	ÁFRICA DO SUL	Austrália	Quênia	BOTSUA NA	ARGENTI NA
Ambiente de negócios	129	21	31	70	30	132
Segurança Pública	106	120	22	129	77	97
Saúde e Higiene	70	113	32	120	118	18
R. Humanos e Mercado de trabalho	93	63	29	76	72	69
Prontidão em conectividade de TI	63	68	18	106	83	61
Prioridade ao setor turismo	106	59	32	21	70	66
Abertura ao exterior	96	110	02	70	118	89
Competitividade de preços	41	43	128	74	13	119
Sustentabilidade ambiental	66	117	38	26	36	125
Infraestrutura de transp. aéreo	40	46	04	72	87	66
Infraestrutura de terra e portos	112	59	53	70	89	100
Infraestrutura de serviços de turismo	39	59	08	95	84	54
Recursos naturais	1	23	06	15	50	25
Recursos culturais e viagens de negócios	8	19	11	77	106	14
Total	970	920	414	1021	1033	1035

Fonte: The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017, World Economic Forum, 2017

6.1. A imagem do Brasil no exterior

Como se viu na análise da posição do Brasil e de outros países no Índice da Competitividade do Turismo – TTCl, a posição do nosso país é melhor do que as dos demais países comparados no quadro I, acima, exceto a

Austrália. Esse índice, no entanto, é distinto da imagem do país no exterior. Reconhecidamente, este é um fator crucial na hora de um turista em potencial decidir o destino aonde irá. São poucos os bons estudos acerca dessa imagem que construímos no exterior, mas é claro que tal imagem pode variar entre países.

Mariutti, Giraldi e Crescitelli (2013)¹⁶ analisaram a imagem do Brasil como destino turístico, no mercado dos Estados Unidos da América. Segundo esses autores, os turistas têm dificuldade em obter medidas objetivas dos atributos de um destino pretendido, ou seja, um destino é avaliado positiva ou negativamente de maneira abrangente, de forma separada dos atributos particulares atribuídos àquele destino¹⁷.

Na continuação, Mariutti et al. afirmam que o *“Brasil é visto positivamente devido a características tais como o carnaval, a beleza natural, o futebol, a música, pessoas tais como Pelé, Gisele Bündchen, Ronaldo e Zico. Por outro lado, a imagem do Brasil inclui atributos negativos, tais como crime, violência, degradação ambiental, fome e pobreza.* (p. 17).

Citando estudo elaborado pela FIPE e pela EMBRARTUR, os autores afirmam que [...] *A simpatia do povo brasileiro é uma das mais significativas vantagens competitivas da indústria brasileira do turismo em nível internacional.*” (p.17)

Os autores enfatizam, em seguida, que mudanças na imagem de um destino são processos de longo prazo, dependentes de cooperação entre os setores público e privado, mediante um planejamento inovador e progressivo e a adequada gestão da “marca” Brasil. Lembram a necessidade de a “marca Brasil” ser bem trabalhada e gerenciada, uma vez que a imagem do país é composta de aspectos positivos e negativos, o que afeta a avaliação holística efetuada pelo turista na hora de escolher seu destino.

16 Mariutti, F. G., Giraldi, J. M. E., Crescitelli, E. *The Image of Brazil as a Tourism Destination: An Exploratory Study of the American Market.* International Journal of Business Administration, VCol 4, No. 1, p. 13 – 21m, 2013.

17 Lembre-se de que, como mencionado acima, a facilidade de se obter informações claras e confiáveis acerca de um destino é fator de grande relevância na hora de o turista se decidir aonde ir.

Uma das principais conclusões dos autores é a seguinte:

Esta investigação concluiu que a imagem do Brasil é ainda intrigante e não é sólida nem resistente. Encontrou-se uma disparidade nas imagens associadas ao Brasil em diversos contextos. [...] a imagem de um destino turístico não pode ser desenvolvida simplesmente mediante campanhas promocionais e logotipos atraentes; antes, a imagem é formada por uma ampla gama de fatores e baseada em processos holísticos. “ (p. 19).

7. A COMPETITIVIDADE DOS MUNICÍPIOS DO PANTANAL

Não se pode esquecer que os municípios do Pantanal possuem baixo IDH e baixa renda; dessa maneira, assim como na África do Sul, o planejamento para o desenvolvimento do turismo na região deve buscar maneiras para torná-lo o mais inclusivo possível, de forma a que a população local possa não só se engajar no desenvolvimento do turismo, mas principalmente ser beneficiada por tal expansão.

Como já comentado, a disponibilidade de informações facilmente acessíveis para o turista é fator de grande relevância. No caso do Pantanal, uma primeira dificuldade diz respeito a identificar quantos e quais são os municípios da região, já que diferentes fontes informam diferentemente¹⁸.

Todos os municípios considerados da região apresentaram, no período 2000 a 2010, melhora nos respectivos Índices de Desenvolvimento Humano - IDH. Em 2010, o IDH médio dos municípios pantaneiros era similar ao da África do Sul e de Botsuana, e superior aos de Zâmbia, Tanzânia e Uganda.

Em termos de disponibilidade de infraestrutura aérea, a região contava com sete unidades. Comparativamente, a África do Sul possui vinte e dois aeroportos, Botsuana quatro, a Namíbia tem oito, o Quênia dezesseis, a Tanzânia dezessete, Uganda três e Zâmbia oito.

Em termos de meios de hospedagem a região pantaneira carece de expansão e melhoria. Lá existem 230 unidades de hospedagem, desde 1(uma) estrela até 5(cinco) estrelas; nos países africanos incluídos no presente

¹⁸ A tabela 1, no anexo, mostra os municípios que foram considerados como sendo do pantanal, assim como diversas informações sobre cada um deles, todas elas relevantes para o turismo.

trabalho o número é bem maior, embora a confiabilidade dos dados possa não ser plena.

Para os municípios pantaneiros, uma informação básica para a elaboração de uma estratégia para o desenvolvimento da região baseado no turismo não está disponível: o número de turistas que os visitaram nos últimos anos!

A exceção é o município de Bonito. Segundo dados do Ministério do Turismo¹⁹, de janeiro a julho de 2015, 85,7 mil turistas visitaram a cidade. Isso, segundo o primeiro levantamento, visando à obtenção dessa informação, efetuado pelo Observatório do Turismo de Bonito. A mesma fonte informa, ainda, que, no período, esses turistas deixaram em Bonito o total de R\$ 102 milhões. A então secretária de Turismo, Indústria e Comércio do município afirmou que *“pela primeira vez temos dados concretos sobre o fluxo turístico e econômico. É um instrumento que facilita a tomada de decisões e a implantação de melhorias na cidade”*. O mesmo levantamento informa, também, que a maior parte dos turistas veio de São Paulo (33%) e Rio de Janeiro (14,8%), enquanto entre os estrangeiros, a maioria veio do Paraguai, seguidos pelos norte-americanos e pelos argentinos.

Outra informação vem da Secretaria de Turismo do Mato Grosso do Sul²⁰. Os dados não estão discriminados por município. A identificação se resume a Bonito e a Corumbá, *“considerada a capital do Pantanal”*, segundo o jornal Capitalnews, que publicou a informação.

Segundo essa fonte, 400 mil turistas visitaram a região, em 2015. A mesma fonte agrega que esses turistas deixaram em Corumbá cerca de R\$ 318 milhões. A origem desses turistas é semelhante àquela mencionada acima, para Bonito. Para o estado, aparecem como emissores importantes os estados de São Paulo, Paraná, Santa Catarina e Rio Grande do Sul. Aqueles que vieram do exterior residiam principalmente no Paraguai, e em seguida nos Estados Unidos da América e no Canadá. Juntos, os estrangeiros representaram

¹⁹ Disponível em: <<http://www.brasil.gov.br/turismo/2015/08/bonito-ms-recebe-r-102-milhoes-do-turismo-no-primeiro-semester>>, visitado em 18/07/2017,

²⁰ Disponível em: <<http://capitalnews.com.br/cotidiano/em-2015-mais-de-400-mil-turistas-visitaram-pantanal-e-bonito/288990>>, visitado em 18/07/2017.

menos de três por cento do total de visitantes. A Secretaria de Turismo estima, ainda, que o fluxo turístico gerou 1.304 empregos diretos em Corumbá, e mais 1.580 indiretos. Não há informação sobre como se calcularam esses últimos dados.

Algumas tabelas, ao final do presente trabalho, mostram valores de variáveis importantes na definição da competitividade de localidades enquanto destino turístico, tanto para os municípios do Pantanal como para o Brasil e para diversos países africanos.

Nota-se que em termos do Índice de Desenvolvimento Humano – IDH os municípios do Pantanal apresentam valores superiores, mas não muito, à maioria dos países africanos listados. Assim, esforços para elevar os resultados apresentados por esse indicador darão contribuição relevante para ampliar a atratividade desses destinos.

Com relação às taxas de homicídio por 100.000 habitantes, há grande variação entre os municípios pantaneiros, e mesmo para o mesmo município, ao longo dos anos; alguns com grande redução, outros com aumento expressivo. Variações tão amplas podem sugerir cautela quanto à fidedignidade dos dados.

Com as informações disponíveis percebe-se que alguns municípios da região apresentam taxas bem mais elevadas do que os países da África, onde o problema da criminalidade é mais sério.

Destaca-se, negativamente, no caso pantaneiro, o município de Várzea Grande, onde a principal causa de óbitos são as agressões e que apresenta a mais elevada taxa de criminalidade, mesmo comparado à África do Sul, Zâmbia e Uganda.

O município de Bonito – grande polo de atração de turistas no Pantanal – também apresenta taxa de homicídio das mais altas mostradas na Tabela; a questão preocupa, pois, essa realidade parece ser desconhecida de grande parte dos turistas que o escolhem como destino, e o problema da falta de segurança poderá, no futuro, vir a comprometer o fluxo receptivo de turistas.

A última tabela apresentada compara preços de hospedagens, de várias categorias, tanto no Pantanal quanto naqueles países africanos selecionados. A enorme amplitude da variação de preços, dentro de cada categoria, sugere que a validade da informação deve ser vista com muita cautela. Merece destaque o fato que, no Brasil, os estabelecimentos, de apenas uma estrela, apresentam preços muito mais elevados do que estabelecimentos, também com uma estrela, na África.

Não se conseguiram informações sobre a avaliação que os turistas fizeram das suas experiências, nem tampouco o que acharam, mais concretamente, dos hotéis ou pousadas, da infraestrutura, da hospitalidade e demais fatores críticos para o desenvolvimento do turismo. Sem tais informações, o eventual planejamento para ampliar a contribuição do turismo ao desenvolvimento da região será feito de forma, na melhor das hipóteses, tateante.

8. CONCLUSÕES

A competitividade do turismo – mesmo aquele destinado a contemplar a fauna, a flora e as paisagens – deve-se não mais a fatores naturais e sim a políticas cuidadosas, competentes, abrangentes e duradouras.

A proposta de “turismo responsável” alinha-se com a tendência mundial, de valorização do meio ambiente e de sua preservação, o que coloca essa questão ambiental no centro de qualquer política para o desenvolvimento do turismo. Mais ainda, quanto à atratividade de um destino, deve-se proporcionar aos turistas a contemplação de fauna, flora e paisagens!

A África do Sul – parece, já que não foi possível analisar a “política real” de promoção do turismo – adotou critérios técnicos para desenvolver seu turismo e promoveu-se como o primeiro destino mundial em “*turismo responsável*”. Mais recentemente, alguns dos pilares da política que permitiu um rápido crescimento do turismo naquele país parecem ter perdido a necessária centralidade nas ações de governo e essa pode ser uma das causas da interrupção do crescimento do turismo naquela nação.

Entre as características das políticas adotadas naquele país se encontra o recurso a seguidas pesquisas e à montagem de bancos de dados que possibilitem melhor conhecer o turista, sua origem, sua avaliação das suas experiências no destino, etc., de forma a incorporar essas informações no monitoramento e avaliação das políticas adotadas.

Na região do Pantanal, de outro lado, ainda faltam informações básicas para se planejarem ações eficazes, de longo prazo, para um desenvolvimento prolongado da contribuição do turismo ao desenvolvimento da região. Assim, além de amplo e intenso envolvimento de diversas comunidades locais na identificação de ações a serem feitas, há que se providenciar levantamentos básicos para que políticas mais bem informadas possam ser desenhadas e implantadas.

Embora a carência de dados não justifique a paralisia, é importante que ações planejadas sejam baseadas mais em fatos do que em opiniões.

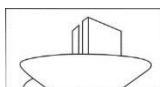


TABELA II

Índice de Desenvolvimento Humano para municípios do Pantanal e países africanos escolhidos

MUNICÍPIOS DO PANTANAL EM MATO GROSSO DO SUL	IDH ^[1]			Renda per capita ^[1] (em R\$)		
	2000	2010	2015	2000	2010	2015
Anastácio	0,517	0,663	...	331,54	495,48	...
Aquidauana	0,556	0,688	...	485,81	585,62	...
Bela Vista	0,580	0,698	...	447,50	621,23	...
Bodoquena	0,513	0,666	...	339,43	500,13	...
Bonito	0,564	0,670	...	463,41	679,03	...
Campo Grande	0,673	0,784	...	782,39	1.089,37	...
Caracol	0,484	0,647	...	264,01	399,46	...
Corguinho	0,502	0,671	...	339,21	566,09	...
Corumbá	0,584	0,700	...	451,78	627,10	...
Coxim	0,607	0,703	...	596,29	703,01	...
Dois Irmãos do Buriti	0,447	0,639	...	242,31	429,18	...
Dourados	0,636	0,747	...	615,48	866,40	...
Ladário	0,605	0,704	...	451,39	575,16	...
Miranda	0,500	0,632	...	324,28	424,44	...
Porto Murtinho	0,501	0,666	...	335,85	539,19	...
Rio Negro	0,580	0,709	...	369,91	631,11	...
Rio Verde de Mato Grosso	0,552	0,673	...	413,76	570,74	...
Sonora	0,553	0,681	...	541,74	648,07	...

MUNICÍPIOS DO PANTANAL EM MATO GROSSO	IDH ^[1]			Renda per capita ^[1] (em R\$)		
	2000	2010	2015	2000	2010	2015
Barão de Melgaço	0,446	0,600	...	236,31	330,46	...
Cáceres	0,586	0,708	...	442,80	590,43	...
Chapada dos Guimarães	0,522	0,688	...	376,82	540,98	...
Cuiabá	0,692	0,785	...	882,97	1.161,49	...
Cunelândia	0,530	0,690	...	322,52	480,92	...
Figueirópolis d'Oeste	0,576	0,679	...	440,40	502,34	...
Glória d'Oeste	0,574	0,710	...	560,50	564,35	...
Itiquira	0,541	0,693	...	500,88	602,03	...
Juscimeira	0,568	0,714	...	394,05	542,77	...
Lambari d'Oeste	0,472	0,627	...	291,44	516,75	...
Mirassol d'Oeste	0,582	0,704	...	450,84	718,18	...
Nossa Senhora do Livramento	0,464	0,638	...	248,21	335,56	...
Poconé	0,528	0,652	...	264,76	436,83	...
Porto Esperidião	0,478	0,652	...	367,93	504,99	...
Santo Antônio do Leverger	0,534	0,656	...	345,54	460,13	...
Várzea Grande	0,620	0,734	...	494,04	668,86	...

BRASIL	IDH ^[2]			Renda per capita ^[3] (current international \$)		
	2000	2010	2015	2000	2010	2015
Brasil	0,685	0,724	0,754	8.620,00	13.830,00	15.280,00

ÁFRICA	IDH ^[2]			Renda per capita ^[3] (current international \$)		
	2000	2010	2015	2000	2010	2015
África do Sul	0,629	0,638	0,666	7.520,00	11.530,00	12.900,00
Botsuana	0,560	0,678	0,698	7.750,00	12.500,00	16.010,00
Namíbia	0,556	0,612	0,640	4.880,00	7.970,00	10.520,00
Quênia	0,447	0,530	0,555	1.670,00	2.420,00	2.990,00
Tanzânia	0,391	0,498	0,531	1.160,00	2.030,00	2.610,00
Uganda	0,396	0,477	0,493	830,00	1.480,00	1.770,00
Zâmbia	0,424	0,543	0,579	1.590,00	3.000,00	3.800,00

Legenda:

... Dados indisponíveis

Fontes:

¹ Atlas do Desenvolvimento Humano no Brasil. IDHM e Renda per Capita. Disponível em: <http://www.atlasbrasil.org.br/2013/pt/consulta/>

² Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento - PNUD. IDH. Disponível em: <http://www.br.undp.org/content/brazil/pt/home/idh0.html>

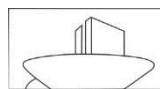
³ The World Bank. Gross national income (GNI) per capita, PPP (current international \$). Disponível em:

<http://databank.worldbank.org/data/reports.aspx?source=2&series=NY.GNP.PCAP.PP.CD&country=>

TABELA III

Taxas de Homicídios, Número de Leitos hospitalares e principais causas de mortes em municípios do Pantanal e países africanos escolhidos

MUNICÍPIOS DO PANTANAL EM MATO GROSSO DO SUL	Taxa de homicídios por 100 mil hab. ^[4]			Leitos hospitalares ^[5]	Principais causas de óbito ^[6]
	2000	2010	2015		
Anastácio	31,14	33,56	20,20	26	doenças isquêmicas do coração
Aquidauana	55,24	15,34	14,84	170	doenças isquêmicas do coração
Bela Vista	45,94	34,51	20,73	33	doenças isquêmicas do coração
Bodoquena	23,90	37,57	12,66	8	diabetes mellitus, doenças hipertensivas, doenças isquêmicas do coração
Bonito	47,18	15,31	42,76	30	agressões
Campo Grande	45,50	30,12	19,92	2.668	doenças isquêmicas do coração
Caracol	87,10	37,05	0,00	9	doenças hipertensivas
Corguinho	111,35	61,70	18,14	2	doenças isquêmicas do coração
Corumbá	45,97	28,92	28,53	195	pneumonia
Coxim	9,71	6,21	21,13	93	doenças isquêmicas do coração
Dois Irmãos do Buriti	53,56	0,00	0,00	20	doenças cerebrovasculares
Dourados	48,50	51,01	26,31	727	doenças isquêmicas do coração
Ladário	13,06	10,19	27,45	10	doenças isquêmicas do coração
Miranda	8,69	19,53	22,14	24	doenças isquêmicas do coração
Porto Murtinho	37,54	19,51	30,28	17	doenças isquêmicas do coração
Rio Negro	0,00	0,00	40,72	22	doenças isquêmicas do coração
Rio Verde de Mato Grosso	66,15	31,76	20,55	29	doenças isquêmicas do coração
Sonora	52,39	6,74	45,76	22	doenças isquêmicas do coração
MUNICÍPIOS DO PANTANAL EM MATO GROSSO	Taxa de homicídios por 100 mil hab. ^[4]			Leitos hospitalares ^[5]	Principais causas de óbito ^[6]
	2000	2010	2015		
Barão de Melgaço	-	13,17	13,28	12	sintomas, sinais e achados anormais (indefinidas)
Cáceres	47,75	26,15	23,20	259	doenças hipertensivas
Chapada dos Guimarães	31,73	16,83	16,04	35	diabetes mellitus
Cuiabá	69,30	48,26	44,10	2577	doenças isquêmicas do coração
Curvelândia	...	41,10	-	...	sintomas, sinais e achados anormais (indefinidas)
Figueirópolis d'Oeste	-	-	-	...	sintomas, sinais e achados anormais (indefinidas)
Glória d'Oeste	29,75	-	-	...	neoplasias, doenças do sistema nervoso, doenças respiratórias
Itiquira	21,73	26,13	16,04	36	doenças isquêmicas do coração



Juscimeira	49,73	34,99	18,01	17	sintomas, sinais e achados anormais (indefinidas)
Lambari d'Oeste	-	36,82	17,34	...	acidentes de transportes
Mirassol d'Oeste	39,13	15,81	26,54	84	doenças isquêmicas do coração, outras doenças cardíacas
Nossa Senhora do Livramento	24,71	17,22	8,78	14	sintomas, sinais e achados anormais (indefinidas)
Poconé	25,99	15,73	56,01	66	agressões
Porto Esperidião	60,02	27,19	26,17	...	acidentes de transportes
Santo Antônio do Leverger	32,39	32,49	31,16	21	doenças isquêmicas do coração
Várzea Grande	46,91	52,25	55,10	388	agressões

BRASIL	Taxa de homicídios por 100 mil hab. ^[4]			Leitos hospitalares ^[5]	Principais causas de óbito ^[6]
	2000	2010	2015		
Brasil	26,76	27,79	28,89	494.322	doenças isquêmicas do coração

ÁFRICA	Taxa de homicídios por 100 mil hab. ^[7]			Leitos hospitalares a cada 1.000 hab. ^[8]		Principais causas de óbito ^[9]
	Número	Taxa ^[7.1]	ano	nº de camas	ano	
África do Sul	15.940	31,80	2010	0,03	2009	Tuberculose (A15-A19)
Botsuana	287	14,50	2009	1,80	2010	HIV/AIDS
Namíbia	352	17,20	2004	2,70	2009	HIV/AIDS
Quênia	7.733	20,10	2008	1,40	2010	HIV/AIDS
Tanzânia	10.357	24,50	2008	0,70	2010	HIV/AIDS
Uganda	11.373	36,30	2008	0,50	2010	HIV/AIDS
Zâmbia	4.710	38,00	2008	2,00	2010	HIV/AIDS

Fontes:

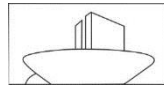
⁴ Taxa de homicídios por 100 mil hab.: Atlas da Violência. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada - Ipea. Disponível em: <<http://ipea.gov.br/atlasviolencia/>>

⁵ Leitos Hospitalares: Ministério da Saúde - Cadastro Nacional dos Estabelecimentos de Saúde do Brasil - CNES. Disponível em: <<http://www2.datasus.gov.br/DATASUS/index.php?area=0204&id=11663>>

⁶ Principais causas de óbitos: MS/SVS/CGIAE - Sistema de Informações sobre Mortalidade - SIM. Disponível em: <<http://www2.datasus.gov.br/DATASUS/index.php?area=0205&id=6937&VObj=http://tabnet.datasus.gov.br/cgi/deftohtm.exe?sim/cnv/obt10>>

⁷ <http://data.un.org/Data.aspx?d=UNODC&f=tableCode%3a1>

^{7.1} Intentional homicide, number and rate per 100,000 population. Disponível em: <<http://www.nationmaster.com/country-info/stats/Crime/Murder-rate>>



⁸ <<https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2227.html#bc>>
África do Sul: <<http://www.health.gov.za/index.php/2014-03-17-09-09-38/2014-03-17-12-57-15>>
⁹ <<http://www.who.int/countries/es/>>
África do Sul: <<http://www.health.gov.za/index.php/2014-03-17-09-09-38/2014-03-17-09-24-31>>

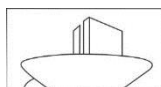


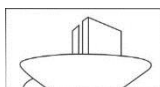
TABELA IV
Aeroportos Existentes – Municípios do Pantanal e Países Africanos Escolhidos

MUNICÍPIOS DO PANTANAL EM MATO GROSSO DO SUL	Aeroportos existentes^[10]
Anastácio	
Aquidauana	
Bela Vista	
Bodoquena	
Bonito	Bonito
Campo Grande	Campo Grande
Caracol	
Corguinho	
Corumbá	Corumbá
Coxim	Coxim
Dois Irmãos do Buriti	
Dourados	Dourados
Ladário	
Miranda	
Porto Murtinho	Porto Murtinho (não opera vôos comerciais)
Rio Negro	
Rio Verde de Mato Grosso	
Sonora	

MUNICÍPIOS DO PANTANAL EM MATO GROSSO	Aeroportos existentes^[10]
Barão de Melgaço	
Cáceres	Cáceres
Chapada dos Guimarães	Posto Leonardo Vila Boas
Cuiabá	
Curvelândia	
Figueirópolis d'Oeste	
Glória d'Oeste	
Itiquira	
Juscimeira	
Lambari d'Oeste	
Mirassol d'Oeste	
Nossa Senhora do Livramento	
Poconé	
Porto Esperidião	
Santo Antônio do Leverger	
Várzea Grande	Marechal Rondon

BRASIL	Aeroportos existentes^[10]
Brasil	2.463 aeródromos: 1.806 privados e 657 públicos.

ÁFRICA	Aeroportos existentes^[11]
---------------	---



África do Sul	22 aeroportos: Bloemfontein (BFN), Cidade do Cabo International (CPT), Durban International (DUR), East London (ELS), George (GRJ), Hoedspruit Afs (HDS), Joanesburgo International (JNB), Joanesburgo Lanseria (HLA), Kimberley (KIM), Mafikeng North (MFK), Margate (MGH), Nelspruit (MQP), Phalaborwa (PHW), Pietermaritzburg (PZB), Plettenberg Bay (PBZ), Polokwane Muni (PTG), Port Elizabeth (PLZ), Richards Bay (RCB), Sishen (SIS), Skukuza (SZK), Umtata (UTT), Upington (UTN)
Botsuana	4 aeroportos: Francistown (FRW), Gaborone International (GBE), Kasane (BBK), Maun (MUB)
Namíbia	8 aeroportos: Luderitz (LUD), Mpacha (MPA), Ondangwa (OND), Oranjemund (OMD), Rundu (NDU), Walvis Bay (WVB), Windhoek Eros Apt (ERS), Windhoek International (WDH).
Quênia	16 aeroportos: Kisumu (KIS), Kitale (KTL), Lamu Manda (LAU), Lodwar (LOK), Lokichoggio (LKG), Maasai Mara Mara Lodges (MRE), Melinde (MYD), Meru-Kiina (JJM), Mombaça (MBA), Nairobi (NBO), Nairobi Wilson (WIL), Nanyuki (NYK), Samburu (UAS), Ukunda (UKA), Vipingo (VPG), Wajir (WJR)
Tanzânia	17 aeroportos: Arusha (ARK), Arusha Kilimanjaro (JRO), Bukoba (BKZ), Dar Es Salaam (DAR), Dodoma (DOD), Grumeti (GTZ), Kigoma (TKQ), Lake Manyara (LKY), Mbeya (MBI), Mtwara (MYW), Musoma (MUZ), Mwanza (MWZ), Pemba (PMA), Seronera (SEU), Shinyanga (SHY), Tabora (TBO), Zanzibar - Kisauni (ZNZ)
Uganda	3 aeroportos: Arua (RUA), Entebbe International (EBB), Gulu (ULU)
Zâmbia	8 aeroportos: Chipata (CIP), Kasama (KAA), Livingstone (LVI), Lusaka International (LUN), Mansa (MNS), Mfuwe (MFU), Ndola (NLA), Solwezi (SLI)

Fontes:

¹⁰ ANAC (Agência Nacional de Aviação Civil). Disponível em:

<<http://www.aviacao.gov.br/noticias/2015/10/conheca-os-65-aeroportos-que-movimentam-o-brasil>>

¹¹ Disponível em: <<http://br.whichairline.com/aeroportos/pais/>>

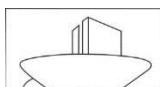


TABELA V

Preços de Hospedagem nos municípios do Pantanal e em países africanos escolhidos

MUNICÍPIOS DO PANTANAL EM MATO GROSSO DO SUL	Nº de estabelecimentos de hospedagem por nº de estrelas							Faixa de preços das diárias por nº de estrelas (em R\$)					
	1	2	3	4	5	NDA	Total	1	2	3	4	5	NDA
Anastácio	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	200 - 280
Aquidauana	-	-	2	-	-	1	2	-	-	148 - 160	-	-	120
Bela Vista	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bodoquena	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Bonito	3	10	15	5	1	16	50	99 - 146	126 - 250	124 - 301	217 - 351	385	60 - 512
Campo Grande	2	5	14	5	2	11	39	103 - 105	93 - 152	136 - 230	223 - 274	195 - 314	74 - 206
Caracol	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Corquinho	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Corumbá	-	1	4	-	-	7	5	-	181	160 - 300	-	-	74 - 732
Coxim	-	-	-	-	-	3	-	-	-	-	-	-	79 - 112
Dois Irmãos do Buriti	-	-	-	-	-	2	-	-	-	-	-	-	137 - 164
Dourados	-	1	4	-	1	4	10	-	130	136 - 253	-	228	118 - 150
Ladário	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Miranda	-	2	3	-	-	3	5	-	229 - 400	112 - 971	-	-	202 - 658
Porto Murtinho	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	180
Rio Negro	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rio Verde de Mato Grosso	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	162	-	-
Sonora	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
MUNICÍPIOS DO PANTANAL EM MATO GROSSO	Nº de estabelecimentos de hospedagem por nº de estrelas							Faixa de preços das diárias por nº de estrelas (em R\$)					
	1	2	3	4	5	NDA	Total	1	2	3	4	5	NDA
Barão de Melgaço	-	-	-	-	-	3	3	-	-	-	-	-	229 - 724
Cáceres	-	-	4	-	-	3	7	-	-	210 - 220	-	-	160 - 528
Chapada dos Guimarães	1	-	1	1	1	20	24	248	-	238	320	901	143 - 495
Cuiabá	-	5	10	10	13	15	53	-	107 - 148	113 - 172	146 - 252	243 - 358	88 - 286
Curvelândia	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Figueirópolis d'Oeste	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Glória d'Oeste	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Itiquira	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-
Juscimeira	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	-
Lambari d'Oeste	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Mirassol d'Oeste	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Nossa Senhora do Livramento	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-	-	133
Poconé	-	1	-	-	-	6	7	-	118	-	-	-	122 - 184
Porto Esperidião	-	-	-	-	-	2	2	-	-	-	-	-	-
Santo Antônio do Leverger	-	2	2	2	-	6	6	-	-	-	-	-	-
Várzea Grande	-	4	3	-	1	3	11	-	130 - 181	179 - 186	-	311	138 - 714
BRASIL	Nº de estabelecimentos de hospedagem por nº de estrelas							Faixa de preços das diárias por nº de estrelas (em R\$)					
	1	2	3	4	5	NDA	Total	1	2	3	4	5	NDA
Brasil
ÁFRICA	Nº de estabelecimentos de hospedagem por nº de estrelas							Faixa de preços das diárias por nº de estrelas (em R\$)					
	1	2	3	4	5	NDA	Total	1	2	3	4	5	NDA
África do Sul	-	21	711	1.203	277	6.952	9.164	-	62 - 222	34 - 2.677	37 - 443	45 - 13.306	20 - 130
Botsuana	-	7	19	7	-	154	187	-	120 - 446	129 - 6.417	276 - 1.281	-	48 - 3.969
Namíbia	-	5	21	9	4	265	304	-	100 - 191	145 - 424	187 - 1.154	311 - 649	27 - 2.249
Quênia	-	10	42	188	139	671	1.262	-	82 - 1.523	49 - 991	99 - 4.164	36 - 7.594	16 - 469
Tanzânia	13	29	139	115	48	918	1.262	49 - 485	82 - 277	49 - 2.429	49 - 2.809	148 - 3.622	16 - 5.552
Uganda	9	47	154	54	11	395	670	33 - 152	49 - 396	33 - 1.156	84 - 2.941	330 - 1.322	24 - 2.891
Zâmbia	1	1	18	9	7	219	255	151	99	39 - 647	909 - 1.126	528 - 4.589	16 - 2.974
Legenda:													
... Dado indisponível													
Fonte:													
Booking.com; pesquisa para o período de 15 a 20/10/2017 para 1 pessoa													