

MASTER PLAN DE TURISMO (2020-2030)

ILHA DO SAL, CABO VERDE

Master Plan Draft



Ministério
das Finanças

natureza urbana

NIPPON KOGI LAC



DESENVOLVIMENTO DO MASTER PLAN DE TURISMO (2020-2030) PARA A ILHA DO SAL, CABO VERDE

MINISTÉRIO DAS FINANÇAS

UNIDADE DE GESTÃO DE PROJECTOS ESPECIAIS

NOME DO PROJETO: COMPETITIVIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Crédito Nº: 5801-CV

ID do projeto: P146666

Nº de referência 63/CS/Ugpe/2019

DESENVOLVIDO POR:

Nippon Koei Latin America and The Caribbean Co., Ltd - www.nklac.com

Natureza Urbana Planeamento Integrado Ltda - www.naturezaurbana.net

EQUIPE TÉCNICA:

Pedro Paes Lira - Coordenador e especialista em Planeamento do turismo

Sergio Fernandes - Especialista em planeamento e marketing do turismo

Manoela Machado - Especialista no conceito do produto e infraestrutura

Julia Ximenes - Especialista em desenvolvimento de Masterplan

Simone Maciel - Especialista ambiental e social

EQUIPE APOIO:

Ana Camila Sanches - Arquiteta Urbanista

Carolina Passos - Arquiteta e Urbanista

Fernanda Hümmel - Especialista em Estudo de Mercado Turístico

Julia Marini - Arquiteta e Urbanista

Luciana Sagi - Especialista em Turismo

Laura Figueiredo - Arquiteta e Urbanista

Lais Pimentel - Arquiteta Urbanista

Tiago Martinelli - Arquiteto Urbanista

Novembro de 2019



SUMÁRIO

1. METODOLOGIA	9	3. VISÃO DE FUTURO	117
1.1. METODOLOGIA	10	3.1. CENÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO E PROJEÇÕES DE DEMANDA	118
1.2. SISTEMA TURÍSTICO - SISTUR	11	3.1.1. CONDICIONANTES EXTERNOS	119
2. DIAGNÓSTICO	13	3.1.2. CONDICIONANTES INTERNOS	121
2.1. CABO VERDE	17	3.1.3. POSSÍVEIS CENÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PARA A ILHA DO SAL	129
2.1.1. CARACTERIZAÇÃO GERAL	17	3.2. DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO	133
2.1.2. ANÁLISE SOCIOECONÔMICA	18	3.2.1. SUSTENTABILIDADE	134
2.1.3. ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO	20	3.2.2. ECONOMIA CIRCULAR	136
2.1.3.1. POSICIONAMENTO NO TURISMO MUNDIAL	20	3.2.3. DIRETRIZES	138
2.1.3.2. CARACTERIZAÇÃO DAS ILHAS	24	3.3. SEGMENTOS TURÍSTICOS	140
2.1.3.3. ACESSIBILIDADE E CONEXÃO INTERILHAS	26	3.4. LINHAS DE PRODUTOS TURÍSTICOS	141
2.1.3.4. CARACTERIZAÇÃO DOS TURISTAS (FLUXO E PERFIL)	28	3.5. BENCHMARKING	143
2.1.3.5. CARACTERIZAÇÃO DA VIAGEM DOS TURISTAS (COMPORTAMENTO)	31	4. PROPOSTAS	159
2.1.3.6. MERCADOS EMISSORES E TENDÊNCIAS	34	4.1. GOVERNANÇA	164
2.1.3.7. DEMANDA TURÍSTICA REAL	38	4.2. PROMOÇÃO DO TURISMO	172
2.1.3.8. MARKETING E PROMOÇÃO	48	4.3. CAPACITAÇÃO	178
2.2. ILHA DO SAL	50	4.4. CULTURA & IDENTIDADE	196
2.2.1. AMBIENTE SOCIAL, ECONÔMICO E AMBIENTAL	50	4.5. CONSERVAÇÃO AMBIENTAL	206
2.2.2. STAKEHOLDERS E GOVERNANÇA	54	4.6. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	228
2.2.3. ANÁLISE DA DINÂMICA DO TURISMO	58	4.7. TRANSPORTE	264
2.2.3.1. RECURSOS, EXPERIÊNCIAS E ATRATIVOS TURÍSTICOS	60	4.8. INFRAESTRUTURA BÁSICA	266
2.2.3.1.1. ELEMENTOS MATERIAIS	62	4.9. SEGURANÇA	270
2.2.3.1.2. ELEMENTOS IMATERIAIS	76	5. PLANO DE IMPLANTAÇÃO	273
2.2.3.1.3. CLASSIFICAÇÃO, HIERARQUIZAÇÃO E PRIORIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS	78	5.1. RESPONSABILIDADE PELA COORDENAÇÃO DO MASTER PLAN	275
2.2.3.1.4. PRODUTOS TURÍSTICOS	85	5.2. MODELO DE IMPLANTAÇÃO	278
2.2.3.2. ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	89	5.2.1. ESTADO	282
2.2.3.3. ANÁLISE DE INFRAESTRUTURA URBANA E OUTROS SERVIÇOS DE APOIO AO TURISMO	95	5.2.2. PRIVADO	284
2.2.3.4. DEMANDA TURÍSTICA	100	5.2.3. PARCERIA PÚBLICO PRIVADA	286
2.2.4. ORDENAMENTO TERRITORIAL	106	5.2.4. TERCEIRO SETOR	289
2.2.4.1. ESQUEMA REGIONAL DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO (EROT, 2010)	107	5.3. PRIORIZAÇÃO DOS PROJETOS	296
2.2.5. SITUAÇÃO ATUAL DE MARKETING E PROMOÇÃO	110		
2.2.6. CICLO DE VIDA DO DESTINO TURÍSTICO	112		
2.2.7. ANÁLISE SWOT	114		



INTRODUÇÃO

O Governo da República de Cabo Verde recebeu da Associação Internacional de Desenvolvimento (AID) do Banco Mundial um crédito para elaboração dos Projetos de Desenvolvimento Turístico, que visam a criação das condições necessárias para aumentar o investimento e a diversificação dos produtos do setor turístico do país.

O Turismo é tido como um dos pilares centrais da economia de Cabo Verde e vem em constante crescimento nos últimos anos. O Programa de Governo da IX Legislatura estabeleceu diversas metas e prioridades para o setor, dentre as quais destacam-se:

- Attingir 1.0 milhão de turistas estrangeiros por ano até 2021, e 3.0 milhões/ ano em 2030 (Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável);
- Crescer em receitas por turista acima da média dos seus principais concorrentes;
- Chegar a 2021 no top 30 dos países mais competitivos do mundo em matéria de turismo (hoje o país é o 86º) e top 5 em África;
- Promover as externalidades positivas do turismo através da constelação turismo, abrangendo a agricultura, as pescas, a cultura e o desporto;
- Adotar uma estratégia de extensão turística, dando especial atenção ao desenvolvimento de novos segmentos como Turismo de Montanha/Ecológico, Cruzeiro e de Eventos/Negócios;
- Reforçar a articulação entre o Turismo e o Ambiente, visando criar e promover a sustentabilidade no sector;

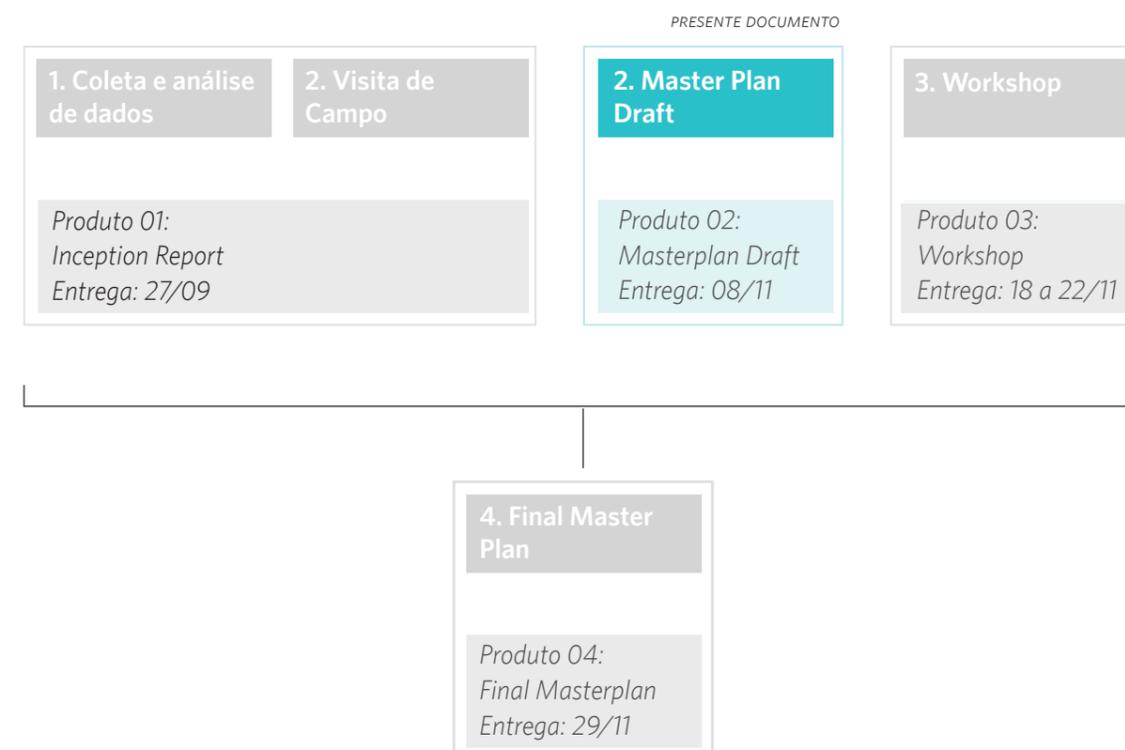
Tendo em vista o alcance destas metas de Governo, **o objetivo deste presente trabalho é desenvolver o Masterplan de Turismo da Ilha do Sal (2020-2030)** visando identificar as particularidades, potencialidades e necessidades da ilha para um desenvolvimento turístico sustentável e coerente com o território, e assim poder diversificar os produtos turísticos oferecidos pelo país.



A execução do **MASTER PLAN DE TURISMO DA ILHA DE SANTO ANTÃO** está organizada em 5 etapas:

- 1 - **Coleta e análise de dados** de documentos de entidades competentes e fontes secundárias para identificação de informações relevantes para a elaboração do trabalho;
- 2 - **Visita de Campo** para conhecimento do território e identificação dos desafios e potencialidades locais, além de reuniões com os principais atores locais;
- 3 - **Master Plan draft**, que apresentará a primeira versão do Master Plan para o desenvolvimento do turismo nas ilha;
- 4 - **Workshop**, no qual a equipe apresentará o Master Plan Draft aos principais atores que atuam no turismo das ilhas e ao Ministério do Turismo para recolha de comentários e sugestões;
- 5 - **Master Plan Final**, que apresentará a versão final do trabalho, focando no desenvolvimento e detalhamento das propostas e seus mitigação de seus impactos socioambientais e econômicos.

A seguir é apresentado o fluxo do trabalho com as etapas, produtos e datas previstas para as entregas.



1. METODOLOGIA

1.1. METODOLOGIA

Este presente documento, denominado **PRODUTO 2: MASTER PLAN DRAFT** tem como objetivo apresentar a versão preliminar do **Master Plan de Turismo da ilha de Santo Antão** (2020-2030), o diagnóstico e propostas concretas, criativas e factíveis de serem implementadas a curto, médio e longo prazo. Elas foram desenvolvidas de maneira sensível às características particulares da ilha e seus recursos turísticos, sendo confrontadas com os possíveis impactos socioambientais a elas vinculados (a análise dos impactos socioambientais dos projetos será entregue no Master Plan Final). Dessa maneira, se deseja um desenvolvimento sustentável e coerente com as questões locais.

O produto está organizado da seguinte maneira:

- 1. Diagnóstico:** apresenta o diagnóstico que foi realizado por meio das visitas de campo e análise de documentação, fazendo a caracterização do território em diferentes escalas (Cabo Verde, Ilhas do Norte e ilhas de Santo Antão) e temáticas pertinentes ao desenvolvimento do turismo (ambiente social, econômico, ambiental, governança, oferta e demanda turística, infraestruturas, entre outros). A intenção do diagnóstico é buscar entender o contexto atual do turismo da ilha e identificar os principais desafios a serem vencidos e as potencialidades a serem melhor trabalhadas.
- 2. Visão de Futuro:** traz a análise da projeção da demanda do turismo para a ilha, a partir de diferentes cenários de crescimento, e o conceito idealizado de turismo, tanto em termos da segmentação turística potencial, quanto às linhas de produtos turísticos desejáveis de serem melhor desenvolvidos.
- 3. Propostas:** capítulo que apresenta as propostas elaboradas para o desenvolvimento do turismo na ilha, que estão organizadas entre ações e projetos. As ações tratam de diretrizes gerais, de abrangência macro. Já os projetos demonstram de maneira objetiva quais são as principais frentes a serem trabalhadas para o desenvolvimento do turismo na ilha, apresentando, de maneira detalhada, como podem ser implementadas através da descrição das diretrizes, benchmarking, entidades envolvidas, responsáveis e cenário de implantação.
- 4. Plano de Implantação:** apresenta os responsáveis pela coordenação do Master Plan de Turismo da ilha, além dos modelos de implantação propostos para os projetos, a relação com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) e a priorização dos projetos.

Estruturação do documento



1.2. SISTEMA TURÍSTICO - SISTUR

O conceito de sistema aplicado ao turismo é utilizado em processos de planejamento territorial com foco na sustentabilidade e integração, uma vez que entende que há uma série de unidades temáticas que devem ser consideradas, que há dependência e relação entre esses diversos elementos.

Por um lado, tem-se a oferta turística (atrativos, equipamentos e serviços ligados ao setor) e do outro lado tem-se a demanda (formada por pessoas com diversas características e motivações, que são influenciadas por uma série de fatores externos). Como base de sustentação há a chamada superestrutura, formada pela infraestrutura básica e urbana, ordenamento e legislação, bem como a governança em si do destino.

Cada uma destas unidades irá influenciar a outra. Por exemplo, a falta de regramentos ou fiscalização irá afetar o ordenamento de espaços turísticos, que poderão adotar padrões irregulares de construção ou de inadequação no tratamento de resíduos, o que irá afetar a percepção do turista sobre a qualidade dos serviços ofertados. O comportamento do turista e sua percepção também afetam as atividades e experiências que serão “moldadas” enquanto produtos turísticos, por exemplo, que, se não considerarem os valores identitários locais, poderá acarretar a desconstrução de espaços sociais, criando “não lugares”, por exemplo. Os diversos interesses e atores ligados à operação do turismo, também possuem uma grande influência em toda esta dinâmica.

Assim, todos estes elementos estão conectados em uma cadeia complexa, sendo extremamente relevante adotar uma análise multicriterial no âmbito do Plano Master de Turismo, justamente para que se busque considerar o máximo de aspectos que influenciam e são influenciados pelo turismo, de modo a se ter um processo que foque na sustentabilidade e competitividade do destino em questão.

Sistema Turístico



Fonte: Sagi, 2010 adaptado de Beni 2004

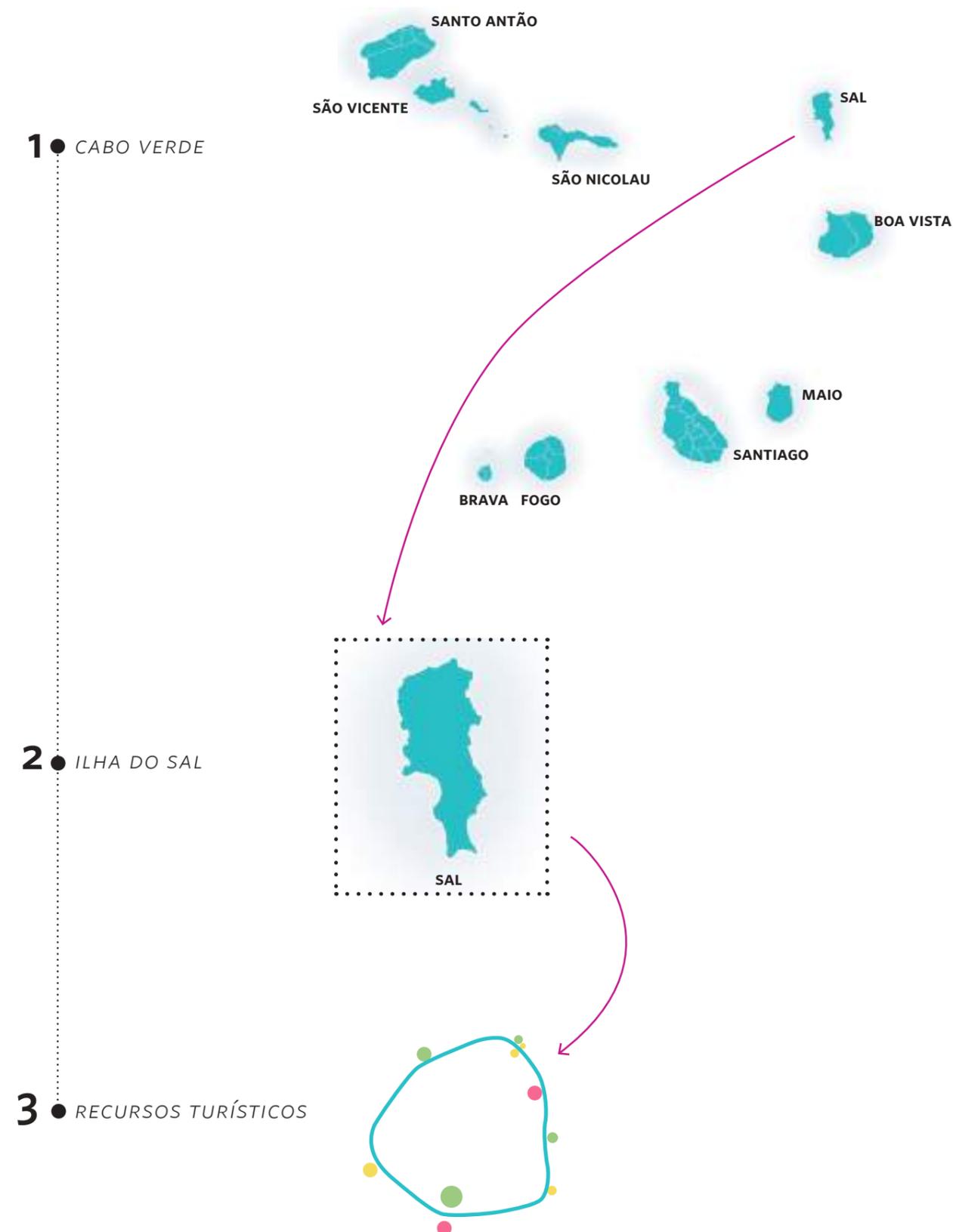
2. DIAGNÓSTICO

Para entender o contexto e a relevância turística da Ilha de Santo Antão, faz-se necessário um estudo com abordagem em múltiplas escalas e temáticas que através de uma perspectiva matricial as questões analisadas são permanentemente cruzadas entre si. Dessa maneira se tem uma melhor leitura do território, pois são identificadas e analisadas as relações e as influências diretas e indiretas dos diferentes aspectos relacionados ao turismo da ilha.

O diagnóstico foi organizado em três escalas de análise: (1) o país - Cabo Verde, (2) a Ilha do Sal, (3) a oferta e demanda turística da ilha. Na escala de **Cabo Verde** foram analisados temas de contextualização geral do país e as diferenças entre as ilhas em termos sociais, econômicos e turísticos. A escala da **Ilha do Sal** teve como foco a caracterização da ilha, análise dos stakeholders locais e governança, situação atual de marketing e promoção, ciclo de vida do destino turístico, além do levantamento e avaliação da **oferta e demanda turística** contida na análise da dinâmica do turismo da ilha, perpassando pelos recursos, experiências, atrativos, infraestrutura e equipamentos turísticos e infraestrutura urbana e outros serviços de apoio ao turismo.

Além das temáticas acima mencionadas, vale destacar que foi realizada uma pesquisa de mercado da ilha do Sal, com a intenção de auxiliar na compreensão do que os turistas querem e esperam do destino turístico (demanda).

A partir desta metodologia, que considera diferentes escalas e temáticas, é possível identificar as potencialidades a serem fortalecidas e os desafios a serem vencidos, dando uma base coesa para construção das propostas do Master Plan de Turismo, apresentadas no capítulo 4 do documento. Sendo assim, as estratégias e diretrizes propostas para o desenvolvimento do turismo da ilha visam responder aos desafios e às oportunidades apontadas no diagnóstico, construindo um plano sustentável e coerente com a demanda turística do local.





2.1. CABO VERDE

2.1.1. CARACTERIZAÇÃO GERAL

Cabo Verde é um país insular de 4 mil km² formado por um arquipélago composto por dez ilhas de origem vulcânica localizadas na região central do Oceano Atlântico, a cerca de 500 quilômetros da costa ocidental africana.

O país tem se destacado no turismo mundial por conta de suas excelentes praias, pelo mar transparente, clima ameno, pela possibilidade de praticar esportes náuticos, pelas belas paisagens naturais, pelo ecoturismo, entre outras diversas características que atraíram mais de 760 mil turistas no ano de 2018. O setor de turismo tem sido bastante impulsionado no país tanto por políticas públicas que visam o fortalecer de maneira sustentável, quanto pela criação de incentivos fiscais e aduaneiros para incentivar novos investimentos. Como resultado, observa-se que a atividade vem registrando crescimento superior a 8% ao ano, com tendência crescente para uma taxa média anual de mais de 10% durante os últimos dois anos, mais que o dobro da taxa mundial (República de Cabo Verde, 2019).

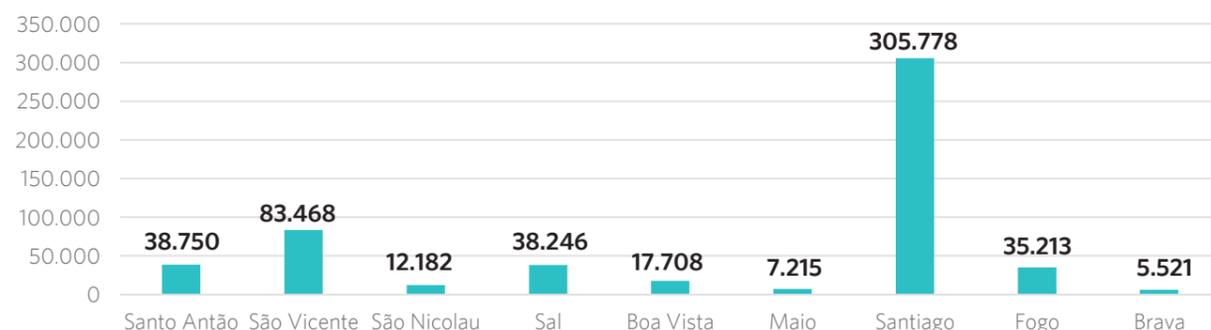
Os principais destinos turísticos de Cabo Verde são as ilhas Sal e Boa Vista, que recebem 76,7% do total de turistas estrangeiros do país. Essas ilhas oferecem hotéis de classe média a alta e instalações de resort, que são do tipo “all inclusive”. Nas demais 7 ilhas há um número limitado de turistas. Com exceção das Ilhas de Santiago, Sal e Boa Vista, as demais ainda não desenvolveram muitos empreendimentos hoteleiros, instalações turísticas e infraestrutura de transporte devido a falta de investimentos públicos e privados para o desenvolvimento do setor de turismo. Além disso, as demais ilhas possuem características únicas e diferentes como destino turístico, que estão mais relacionadas com o turismo natural e cultural.

De acordo com o documento Grandes Opções do Plano Estratégico do Desenvolvimento do Turismo Sustentável (GOPETS, 2018), é necessário descentralizar e diversificar o setor de turismo de Cabo Verde para reduzir o impacto nas Ilhas de Sal e Boa Vista devido a concentração de turistas e garantir uma maior sustentabilidade do turismo nessas ilhas. Dessa maneira, espera-se manter um maior equilíbrio entre o desenvolvimento do turismo e o meio ambiente, assim como a contribuição e divisão econômica dos lucros turísticos entre o setor privado local e as populações de cada ilha. Neste sentido, é salutar um olhar para a ilha do Sal, de modo que possa se consolidar como destino de Sol e Mar em bases mais sustentáveis. Assim, é indispensável formular plano de desenvolvimento de turismo com foco no aprimoramento de produtos turísticos, proteção do patrimônio cultural e natural, e fortalecimento da governança e instrumentos de gestão

2.1.2. ANÁLISE SOCIOECONÔMICA

Cabo Verde apresenta um número pequeno de população, com mais de 544.000 em 2018 (INE, 2010), espalhada em nove ilhas separadas até 300 km por mares turbulentos. Cerca de 85% da população está concentrada em quatro ilhas: Santiago (56,2%), São Vicente (15,3%), Santo Antão (7,1%) e Sal (7%). A ilha Brava representa apenas 1,0% da população do país (INE, 2010).

Projeção demográfica da população por concelho em 2018



Fonte: INE 2010. "Resumo das projecções demográficas da população por concelho, 2010 a 2030." Praia.

A elevada emigração e rápida queda na taxa de natalidade, levou Cabo Verde a uma transição demográfica mais rápida do que no resto da África. A população imigrante é estimada entre 750.000 e 1.000.000 de pessoas, sendo que muitas saíram antes de 1975, ano da independência do país. Nos últimos 30 anos, mais de 100.000 cabo-verdianos, que representa um quinto da população atual, migraram para o exterior. A maioria teve como destino Portugal, França e Estados Unidos (Banco Mundial, 2018). Os migrantes apresentam papel importante no desenvolvimento de Cabo Verde por meio dos recursos financeiros que liberam na economia local através de remessas e investimentos estrangeiros. Segundo o Banco Mundial (2018), cerca de 17% das pequenas empresas turísticas pertencem a ex-emigrantes.

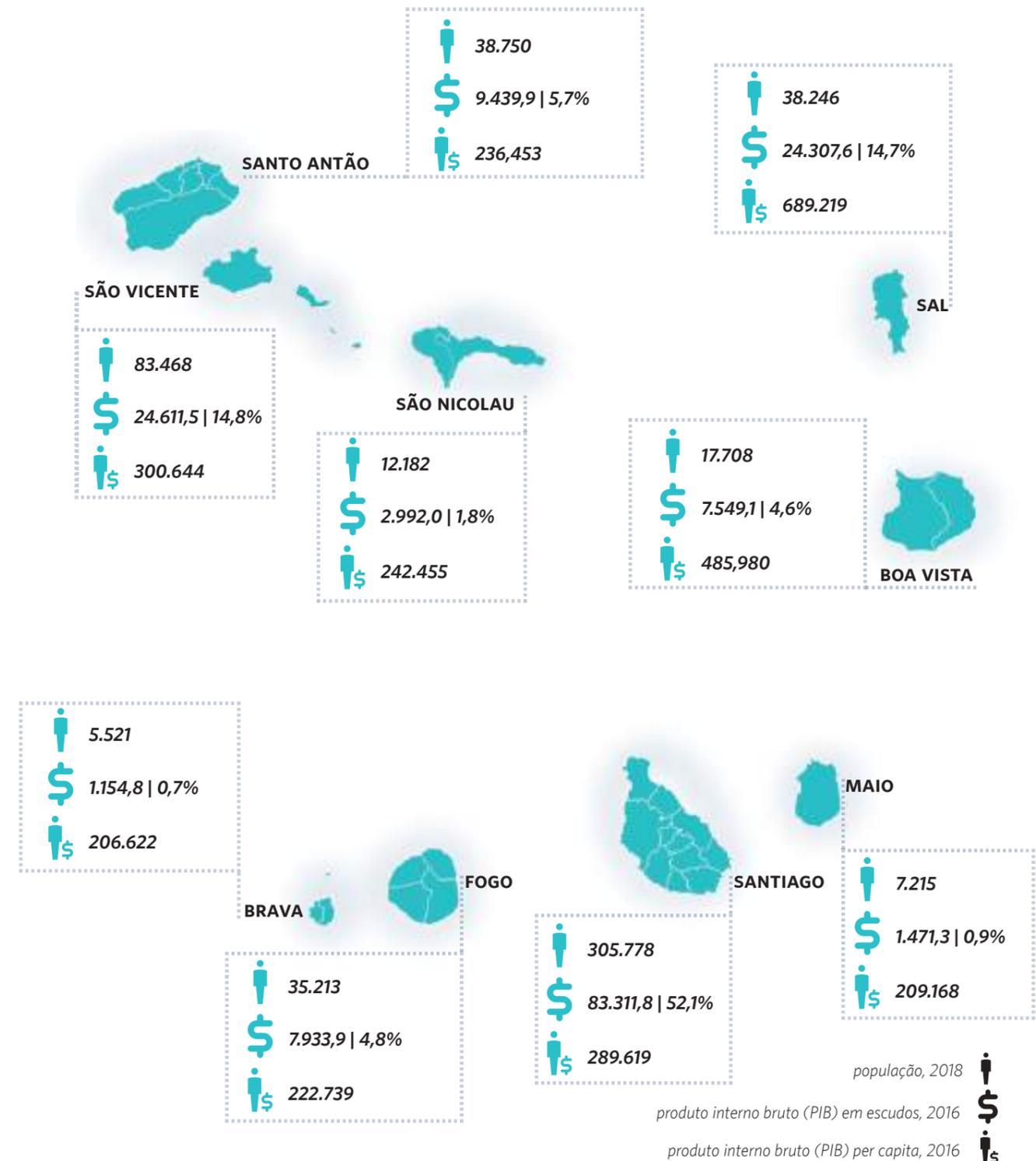
O país é relativamente urbanizado, com cerca de 66% da população vivendo em áreas urbanas (Banco Mundial 2018), sendo o segundo país mais urbanizado na África. A urbanização tem sido impulsionada pelas secas frequentes e a criação de empregos nas atividades relacionadas ao turismo nos centros urbanos.

A economia de Cabo Verde depende em grande parte do setor de serviços, dominado pela indústria do turismo, que responde por aproximadamente 70% das atividades econômicas e 65% da participação da força de trabalho (Banco Mundial, 2018). O comércio, hotéis e restaurantes (suportado pelo setor do turismo) são responsáveis por cerca de 23% dos postos de trabalho, seguido pela administração pública e serviços públicos (19%). Os dados indicam a importância que o turismo exerce no crescimento do país e por isso a importância de planos como este, que buscam as potencialidades específicas de cada ilha de modo a desenvolver ainda mais a economia local.

Em termos do Produto Interno Bruto, as ilhas que apresentaram um maior peso na estrutura econômica do país em 2016 foram Santiago, São Vicente e Sal, com 52,1%, 14,8% e 14,7%, respectivamente. Entre as ilhas com menor contribuição está Brava, sendo de apenas 0,7% o que representa 1.165 milhões de escudos (INE, 2018).

As ilhas que apresentaram o maior PIB per capita em 2016, foram as ilhas do Sal e da Boa Vista, destacando-se significativamente das outras. As ilhas do Fogo, Maio e Brava são as que apresentaram o menor PIB per capita de Cabo Verde (INE, 2018).

População e PIB



Elaborado por Natureza Urbana;

Fontes: INE. 2018. "Produto Interno Bruto por Ilha, ano 2016." Praia, 28 de Setembro.

INE 2010. "Resumo das projecções demográficas da população por concelho, 2010 a 2030." Praia.

Banco Mundial. 2018. "República de Cabo Verde: Ajustando o Modelo de Desenvolvimento para revitalizar o Crescimento e Fortalecer a Inclusão Social."



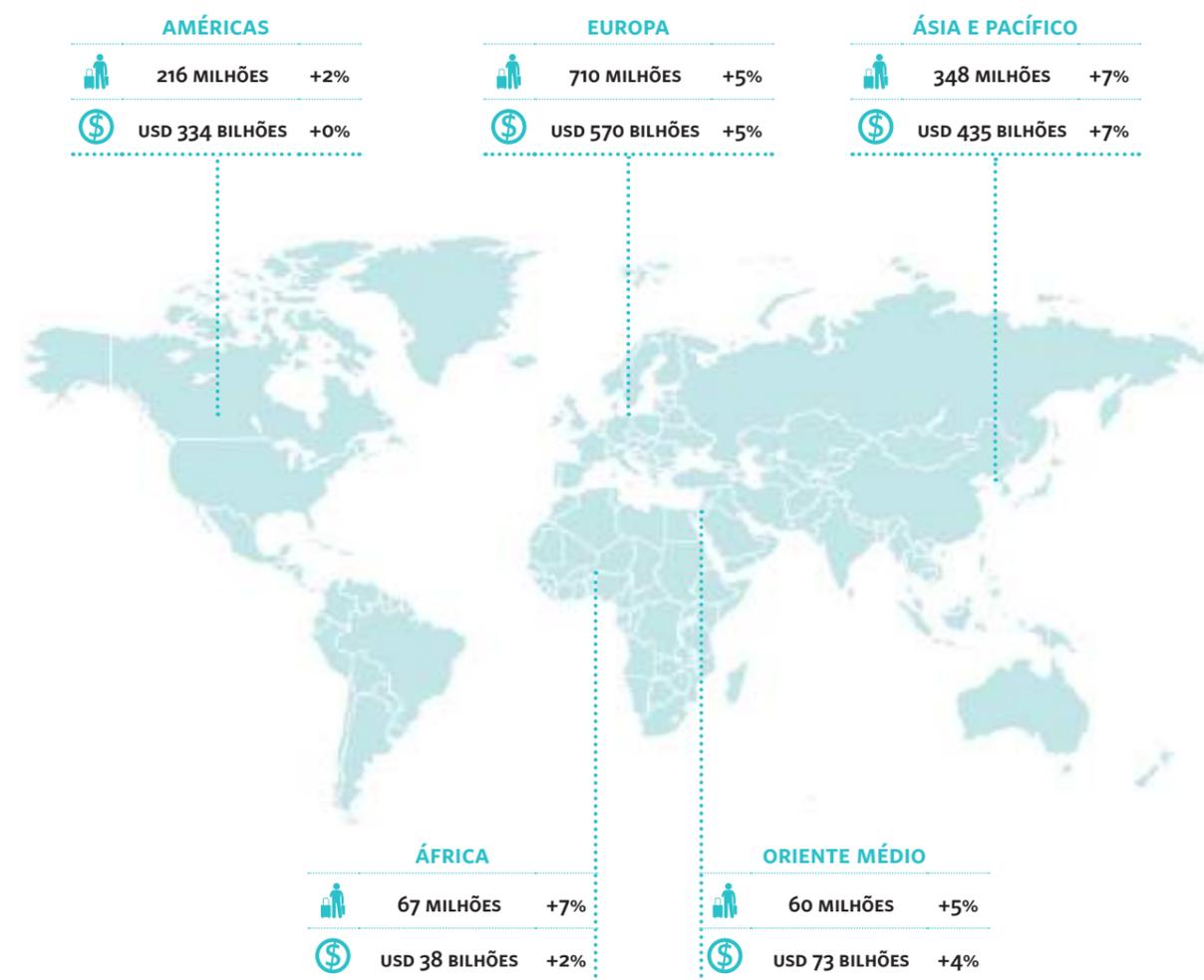
2.1.3. ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO

2.1.3.1. POSICIONAMENTO NO TURISMO MUNDIAL

Segundo dados da OMT, ocorreu um acréscimo de 5% no total de viagens no mundo se comparado a 2017 contabilizando 1,4 bilhões de desembarques de turistas o que gerou um movimento econômico de mais de USD 1,7 trilhões na balança comercial do turismo incluindo os gastos de visitantes nos destinos turísticos (USD 1,5 trilhões) e os serviços de transporte internacional de passageiros (USD 256 bilhões).

Os continentes que têm contribuído para aumentar estes números são **Ásia / Pacífico** e **África**, cada um tendo um aumento de 7% em chegada de turistas. A receita obtida com o fluxo turístico na África é menor que a relativa à Ásia e Pacífico, o que indica que **o turismo na África precisa fomentar o aumento do gasto médio por turista/ dia de permanência**.

Mapa das viagens internacionais (milhões) e receptivos (USD bilhões)

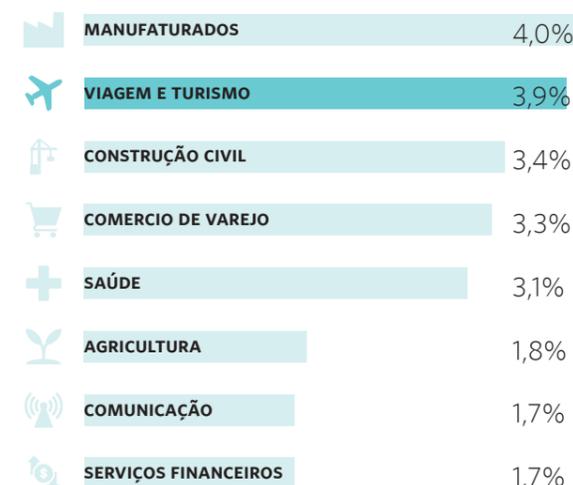


Fonte: Travel & tourism, Economic Impact 2019 World. WTTC

O relatório recém lançado da WTTC sobre o Impacto da Economia no setor de viagens e turismo ressalta o forte posicionamento do setor turístico enquanto gerador de emprego e renda no mundo gerando 319 milhões de empregos representando 1 em cada 10 empregos criados e 10,4% do PIB global em 2018.

O mercado de turismo de lazer é responsável por 78,5% do total de receita enquanto o turismo de negócios, 21,5% em 2018.

CRESCIMENTO DO PIB DOS SETOR EM 2018



O aumento das famílias de classe média e a recuperação econômica nos países da Europa possibilitaram que o setor turístico crescesse 3,9% em 2018 superando a economia global que ficou com 3,2%.

Corroborando com o relatório apresentado pela OMT que menciona o aumento do fluxo de turistas nas regiões de Ásia/Pacífico e África, o relatório da WTTC indica que o mercado do turismo na Ásia aumentou 6,4% e, com destaque fica a região **do Norte da África que teve um aumento de 8,6% em relação a 2017**.

Importante destacar que **o turismo doméstico representou 71,2%** de todos os gastos com turismo em 2018 e teve o maior crescimento nos países em desenvolvimento, mas atingiu também os cinco primeiros colocados no ranking de contribuições ao PIB Global como: EUA, China, Japão, Alemanha e Reino Unido.

Fonte: Travel & tourism, Economic Impact 2019 World. WTTC

Viagem e turismo na contribuição para o PIB nacional em 2018

	Valor total do PIB em turismo (US\$ bilhões)	% do turismo no PIB nacional (%)	Gastos domésticos % em relação ao total	Gastos internacionais % em relação ao total	Gastos no lazer % em relação ao total	Gastos em negócios % em relação ao total	
1	EUA	1,595	2,2	81,2	18,8	71,3	28,7
2	China	1,509	7,3	85,8	14,2	81,4	18,6
3	Japão	368	3,6	82,5	17,5	68,5	31,5
4	Alemanha	345	1,2	85,2	14,8	83,1	16,9
5	Inglaterra	311	1,0	84,4	15,6	65,9	34,1
6	Itália	275	3,2	76,2	23,8	79,1	20,9
7	França	266	4,1	65,7	34,3	80,5	19,5
8	Índia	247	6,7	87,2	12,8	94,8	5,2
9	Espanha	211	2,4	44,8	55,2	88,5	11,5
10	México	209	2,4	85,2	14,8	94,1	5,9
11	Austrália	154	3,2	76,1	23,9	84,4	15,6
12	Brasil	153	3,1	93,8	6,2	87,9	12,1
13	Canadá	111	2,9	76,3	23,7	63,7	36,3
14	Tailândia	110	6,0	19,8	80,2	90,6	9,4
15	Turquia	96	15,0	38,6	61,4	87,4	12,6

Fonte: Travel & tourism, Economic Impact 2019 World. WTTC



A seguir, o ranking dos 10 países que receberam 40% do fluxo de turistas do mundo no gráfico 1 e no gráfico 2, os 10 países que receberam 50% da receita total com o turismo em 2018. Se pode notar que 8 deles aparecem nos dois gráficos. A exceção no gráfico 1 ficou com a Turquia e México que tiveram um aumento no número de turistas de 22% e 5% respectivamente em relação a 2017. E no gráfico 2, a inclusão de Austrália e Japão, que tiveram um aumento considerável em suas receitas de 11% e 19% respectivamente. Neste caso, o volume de turistas na Austrália aumentou 4,9% de 2017 para 2018 e no Japão, 8,7%, o que indica que o turismo nestes países é mais qualitativo.

Tabela 1 - Ranking dos 10 países com maior do fluxo de turistas do mundo

Turistas em milhões	Países com maior recebimento de turistas internacionais	% de variação
89	França	3
83	Espanha	1
80	EUA	4
63	China	4
62	Itália	7
46	Turquia	22
41	México	5
39	Alemanha	4
38	Tailândia	8
36	Reino Unido	-4

Tabela 2 - Ranking dos 10 países com maior ganho com turistas do mundo

Valor arrecadados em bilhões de dólares	Países com maiores arrecadações com o Turismo	% de variação
214	EUA	2
74	Espanha	4
67	França	6
63	Tailândia	5
52	Reino Unido	2
49	Itália	7
45	Austrália	11
43	Alemanha	3
41	Japão	19
10	China	21

Fonte: OMT Highlights 2019

A OMT indica que o bom momento do turismo mundial, principalmente em regiões como Ásia e África está relacionado com alguns fatores como: ampliação da malha aérea de conexão principalmente nas regiões onde era inexistente a conectividade aérea, estabilidade do custo do combustível e a redução de taxas, cerca de 60% em relação a 1998.

O **continente africano** se sobressaiu nos resultados principalmente na performance do Norte da África, tendo a Tunísia e Marrocos como destaque desta região (10% a mais de chegadas de turistas e um aumento de 4% em receita). Este resultado se deve principalmente ao índice de segurança nestes países ter melhorado. O continente africano teve a chegada de 67 milhões de turistas em 2018 que gerou USD 38 bilhões de receita.

Na África Subsaariana, destinos insulares como: **Cabo Verde**, Comores, Ilhas Maurício e Seychelles também registraram um bom crescimento, com destaque para Comores que teve aumento de 28,2% em relação a 2017 e **Cabo Verde teve 4,9% de aumento no volume de turistas internacionais chegando a 710 mil em 2018 contra 668 mil em 2017 e a receita gerada pelo turismo internacional no país foi de 466 milhões de USD** (segundo a OMT) . O Quênia registrou resultados positivos, graças a melhoria da

segurança e ampliação da conectividade aérea, assim como Togo, Uganda, Costa do Marfim e Zimbábue.

O destino mais visitado da sub-região da África do Sul relatou crescimento moderado, em parte devido a uma moeda forte e a crise de seca na Cidade do Cabo em 2018.



Fonte: OMT Highlights 2019

Cabo Verde ocupa o 88º lugar no Ranking de Competitividade do WTTC, assim mesmo, obteve destaque nesta edição, é o membro de mais alta classificação da África Ocidental no índice global e o 6º mais alto na região da África Subsaariana. O país é mais competitivo do que suas contrapartes sub-regionais em todas as áreas, **exceto nos indicadores de recursos culturais (128º) e naturais (136º)**.

Segundo o Plano Estratégico de Turismo de Cabo Verde, os 4 princípios fundamentais são:

1. Um turismo sustentável e de alto valor acrescentado, com o envolvimento das comunidades locais no processo produtivo e nos seus benefícios;
2. Um turismo que maximize os efeitos multiplicadores, em termos de geração de rendimento, emprego e inclusão social;
3. **Um turismo que aumente o nível de competitividade de Cabo Verde, através da aposta na qualidade dos serviços prestados;**
4. Um turismo que promova Cabo Verde no mercado internacional como destino diversificado e de qualidade.

Especialmente sobre o terceiro item, isso já pode ser visto no índice de competitividade mencionado acima, mas ainda peca no item 1, onde foi a nota mais baixa do TCCI. A seguir as pontuações de Cabo Verde em cada item avaliado pelo estudo TCCI Global:

RANKING GLOBAL	CONDIÇÕES POLÍTICAS E FACILITADORAS AO TURISMO			
Cabo Verde	Priorização do Turismo	Abertura Internacional	Preço dos Serviços	Sustentabilidade Ambiental
88	4,7	3,2	5,7	4,5
AMBIENTE FAVORÁVEL				
Ambiente de Negócios	Segurança	Saúde e Higiene	Recursos Humanos e Mercado de Trabalho	Prontidão para TIC
4,5	5,2	4,7	4,2	4,2
INFRAESTRUTURA		RECURSOS NATURAIS E CULTURAIS		
Transporte Aéreo	Transporte Terrestre e Portuário	Serviços Turísticos	Recursos Naturais	Recursos Culturais e Viagens Empresariais
3,5	3,1	4,2	2,0	1,0

Fonte: TCCI Global, 2019

Em geral, a África Ocidental desfrutou do maior aumento de competitividade na região, mas também é a mais baixa no TCI global. A sub-região fica atrás da África Austral e Oriental em todas as áreas, exceto a sustentabilidade ambiental, onde tem uma ligeira vantagem, e a disponibilidade de TIC, onde está mais alta que a África Oriental.

Oito das 12 economias da sub-região cobertas na edição anterior e atual do TCI melhoraram sua competitividade. No entanto, apenas quatro deles (Nigéria, Cabo Verde, Benin e Chade) subiram no ranking, demonstrando que ainda há um longo caminho a percorrer para que a área se torne genuinamente competitiva.

2.1.3.2. CARACTERIZAÇÃO DAS ILHAS

As ilhas de Cabo Verde possuem características distintas em termos de turismo e oferecem, conforme suas especificidades, várias atividades para os turistas que são apresentadas de maneira resumida na tabela abaixo, extraída do relatório Oportunidades de Investimento no Setor do Turismo de Cabo Verde e Atividades Relacionadas com a Cadeia de Valor.

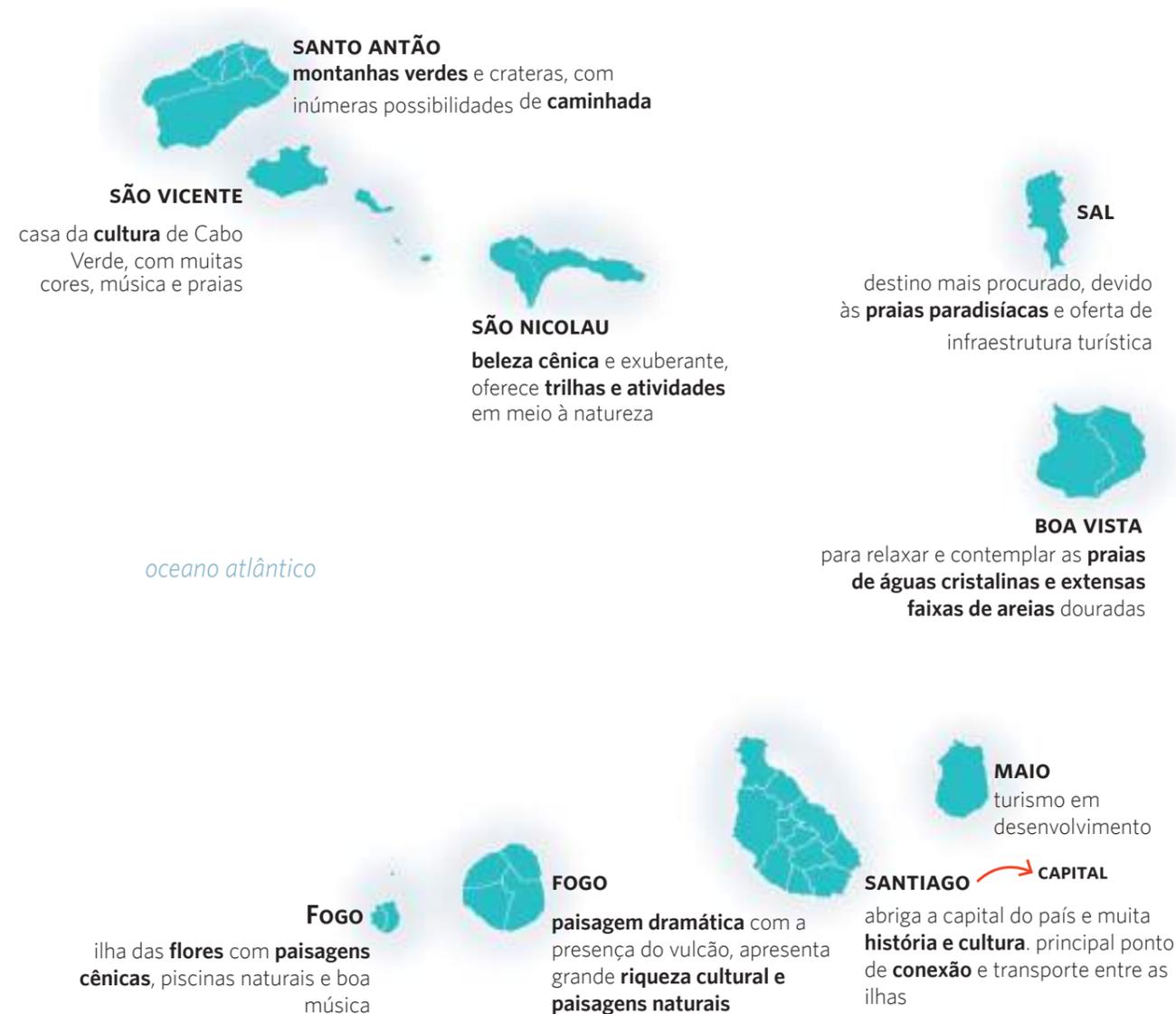
A ilha do Sal é o destino mais procurado do arquipélago, em função de suas belas praias e estrutura turística, formada por um complexo de hotéis e resorts, restaurantes, lojas de artesanato e serviços de receptivos locais, com a oferta de diversos passeios de curta duração.

Atividades e produtos turísticos oferecidos aos turistas por ilha

	Praia	Esportes Aquáticos	Negócios	Cultura & História	Natureza, Montanha & Agro	Cruzeiro	Residencial	Saúde	Esportes & Golfe
SANTIAGO	X	X	X	X	X	X	X		
SÃO VICENTE	X	X	X	X		X	X		X
SANTO ANTÃO	X	X		X	X			X	
SAL	X	X	X				X	X	X
BOA VISTA	X	X					X	X	X
SÃO NICOLAU		X		X	X			X	
MAIO	X	X				X	X	X	X
FOGO	X	X		X	X		X	X	
BRAVA		X		X	X			X	

Fonte: Investment Opportunities in Cabo Verde Tourism Sector and Related Value Chain Activities, Cabo Verde Trade Investment, April 2018

Caracterização das ilhas





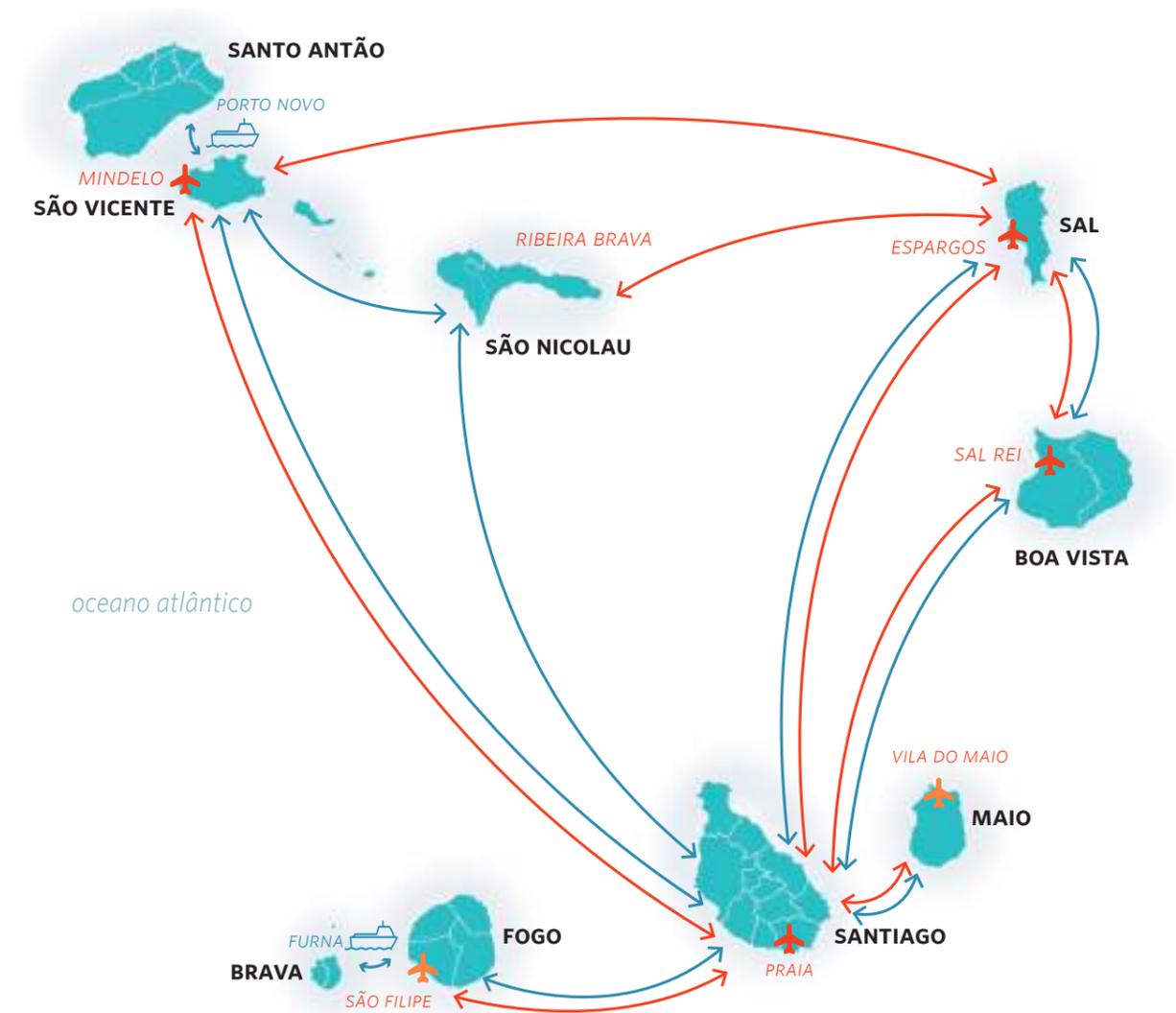
2.1.3.3. ACESSIBILIDADE E CONEXÃO INTERILHAS

Um dos principais desafios do país está relacionado com a acessibilidade das ilhas, embora nota-se que o Governo vem trabalhando para melhorar a questão. Como pode ser observado no mapa ao lado, Cabo Verde possui sete aeroportos, sendo quatro deles internacional, localizados em Praia (ilha de Santiago), Sal Rei (ilha de Boa Vista) Espargos (ilha Sal) e Mindelo (ilha Santo Antão). Atualmente existem 9 companhias aéreas com voos para o país: Tui Fly, Royal Air Maroc, Binter Canárias, TAP Air Portugal, Neos, Luxair, TAAG Angola Airlines e ASL Airlines France, além da TACV que é de Cabo Verde. Entre as conexões diretas, estão cidades como Hannover, Bruxelas, Boston, Washington, Paris, Roma, Dakar, Fortaleza, Recife, Salvador, Luanda, dentre outras.

A conexão interilhas acontece tanto por meio do transporte aéreo como marítimo. Santiago é a ilha mais conectada com as demais e isto se dá por ser a capital do país.

A Ilha do Sal possui um aeroporto internacional bem conectado, pelo qual a maioria dos turistas chega a Ilha. Além disso, é possível acessar a ilha de outras ilhas de Cabo Verde pelo serviço de Ferry, saindo de São Vicente, São Nicolau Boa Vista e Santiago.

Conexão interilhas em Cabo Verde



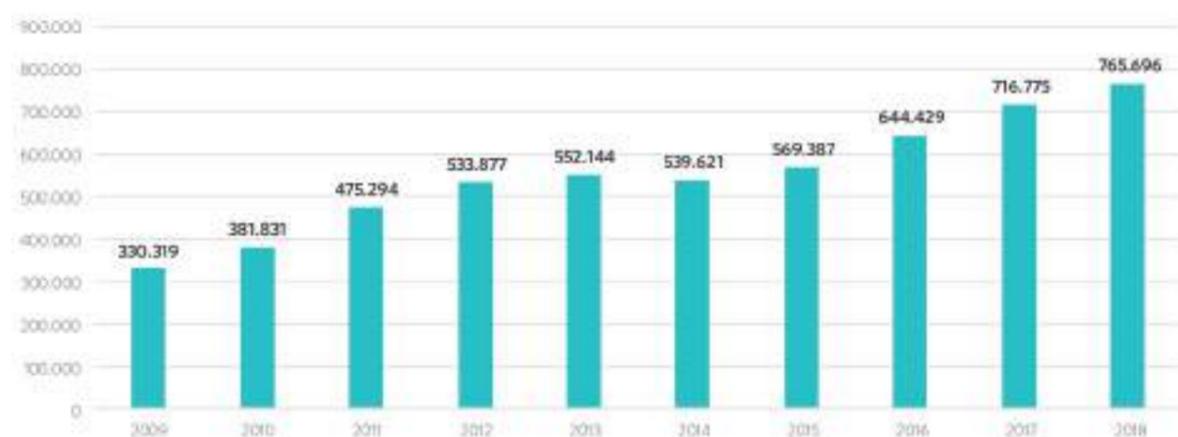
- conexão marítima interilhas
- conexão aérea interilhas
- aeroporto internacional
- aeroporto doméstico

Fonte: Cape Verde Experience, Serenity Holidays

2.1.3.4. CARACTERIZAÇÃO DOS TURISTAS (FLUXO E PERFIL)

As chegadas de turistas em Cabo Verde nos últimos dez anos (2009 a 2018) mostrou-se crescente a cada ano, com uma taxa de crescimento anual média de 9,9% como pode ser observado no gráfico abaixo. Esse número está considerando os estrangeiros que vivem em Cabo Verde e a entrada de cabo-verdianos, que juntos correspondem a cerca de 10% do total. O número de chegada de turistas a Cabo Verde em 2018 foi de 765.696, apresentando um crescimento de 6,8% em relação ao ano anterior. Destes visitantes, cerca de 44% visitaram o país na época de baixa temporada (novembro a maio) e 55% na alta temporada (junho a outubro).

Número de entrada de turistas

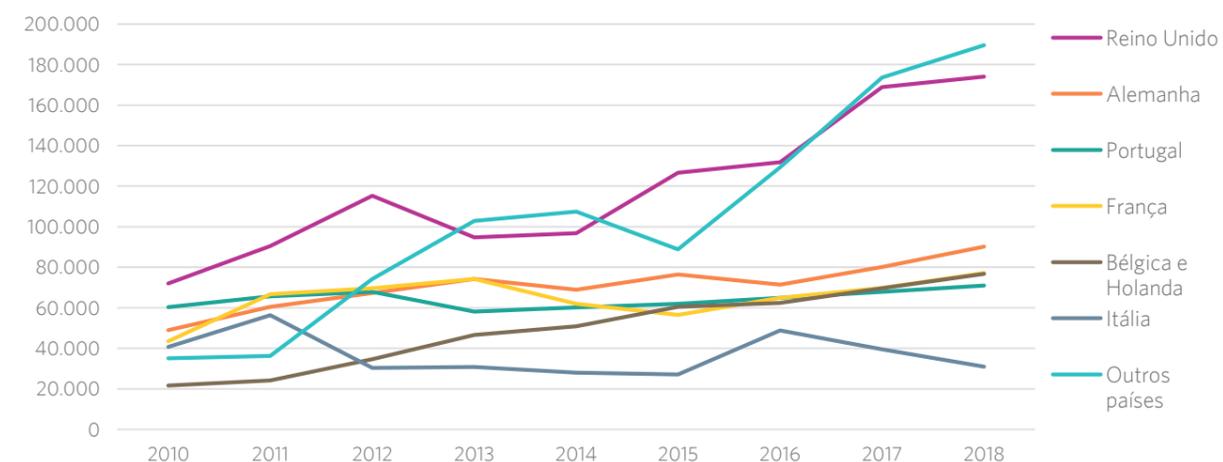


Fonte: INE, Tourism Statistics, Cape Verde

Destaca-se que uma das metas definidas no Plano Estratégico do Turismo de Cabo Verde (2010-2013) era o de atingir um fluxo anual de 500.000 turistas até 2013 e como pode ser observado, em 2012 esse número foi alcançado. Em termos de projeção, a entrada de turistas no país pode ser comparada ao cenário médio de crescimento, que previa cerca de 590 mil turistas em 2014 e 649 mil em 2015. O que aconteceu, no entanto, foi que entre os anos de 2013 a 2015 o número de turistas ficou na faixa dos 500 mil, alcançando mais de 600.000 turistas apenas em 2016. Observa-se um grande salto entre 2016 e 2017, com entrada de mais de 70 mil turistas em um ano.

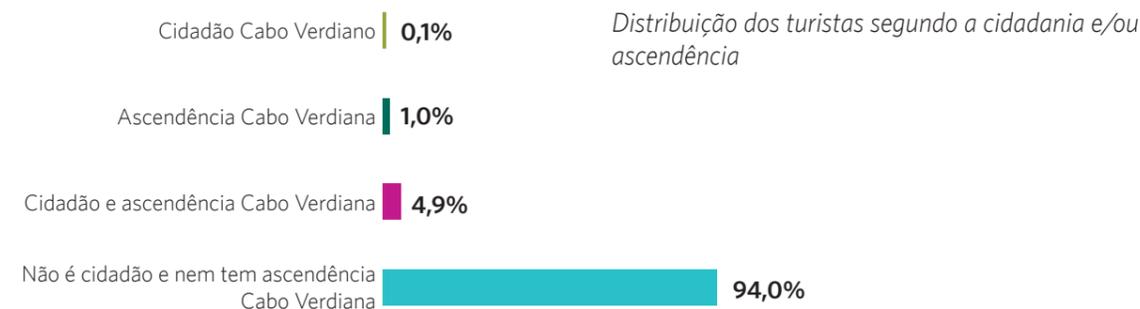
Dentre os turistas que visitam Cabo Verde, destacam-se os europeus, entre os quais os ingleses (Reino Unido) apresentam a maior percentagem, com 22,7%, seguidos dos alemães, franceses, holandeses e portugueses, com 11,8%, 10,1%, 10,0% e 9,3%, respectivamente (dados de 2018). O número de turistas estrangeiros destas nacionalidades destacadas foi de 489.134, representando 63,9% do total de turistas estrangeiros em Cabo Verde. Os brasileiros encontram-se com uma percentagem bem baixa dentre os turistas, apenas 0,4%. Pode-se dizer que um dos fatores para o elevado índice de europeus no país está vinculado à proximidade, além de ser um destino com belas praias para a temporada de férias na Europa.

Número de turistas por nacionalidade (principais países emissores)



Fonte: Tourism Statistics 2018, Cape Verde, INE

Como observado pelas pesquisas, a maioria dos turistas que visitam Cabo Verde não são cabo verdianos e também não tem ascendência do país, (94,0%). Apenas 4,9% são cidadãos com ascendência cabo verdiana e 1,0% possui ascendência cabo verdiana.



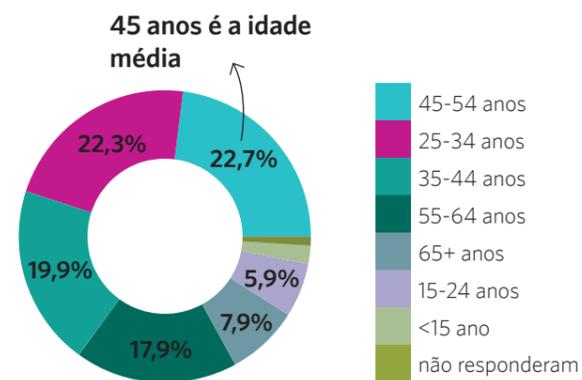
Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

As mulheres apresentam maior percentagem (53,5%) em relação aos homens (46,2%) entre os turistas, que possuem idade média de 45 anos. Neste sentido, observa-se que a faixa etária mais representativa dos turistas em Cabo Verde é de 45 a 54 anos e 25 a 34 anos, com 22,7% e 22,3%, respectivamente. Em menor número encontram-se os jovens (15-24 anos) e as crianças (menores que 15 anos), com percentagem de 5,9% e 2%, respectivamente.



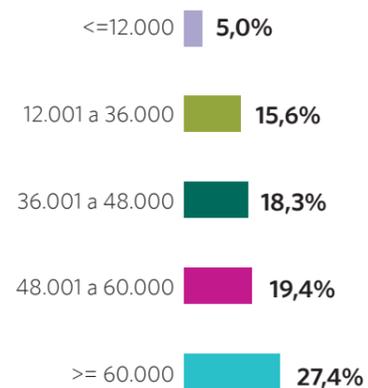
Com relação a situação de trabalho, a maioria dos turistas são de trabalhadores (83,7%), seguido de aposentados (12,2%), estudantes (2,1%) e desempregados (1,4%). Dentre os turistas, 27,4% possuem renda anual familiar de 60 mil euros ou mais, seguido por aqueles com rendimento entre 48 mil e 60 mil (19,4%), e entre 36 mil a 48 mil (18,3%). Sendo assim, nota-se que são pessoas com boa condição de renda.

Faixa etária dos turistas de Cabo Verde



Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

Distribuição dos turistas de acordo com a receita anual da família (em Euro)



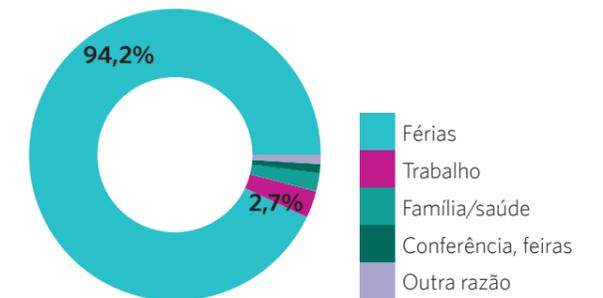
Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

2.1.3.5. CARACTERIZAÇÃO DA VIAGEM DOS TURISTAS (COMPORTAMENTO)

A maior parte dos turistas em Cabo Verde apresentam como principal motivo de viagem as férias, representando 94,2% do total.

Outros motivos que se destacam são os profissionais e por questões familiares/saúde, sendo 2,7% e 1,1%, respectivamente (dados 2018).

Distribuição dos turistas de acordo com o motivo da viagem

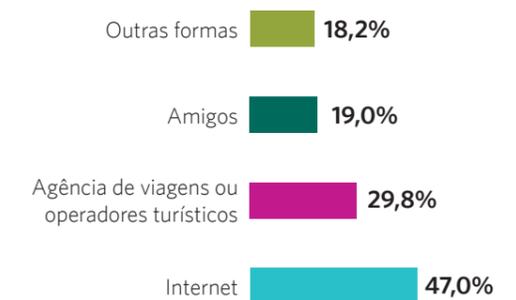


Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

Uma grande parte dos turistas, 47,0%, obtiveram informações sobre o país através da internet, que atualmente tem se destacado como um dos principais meios de promoção do turismo no mundo. Os turistas querem informações para programar a viagem com antecedência e a internet auxilia a descobrir o destino turístico desejado.

Nota-se também que uma boa parte dos turistas obteve as informações sobre Cabo Verde através de agências de viagem e operadores turísticos (29,8%), destacando a importância deste segmento para a promoção do turismo local. Destaca-se que 19% dos turistas obtiveram informações através de amigos, isso demonstra que o país tem sido bem visto pelos turistas, que acabam repassando suas experiências.

Distribuição dos turistas segundo os meios de obtenção de informação sobre Cabo Verde

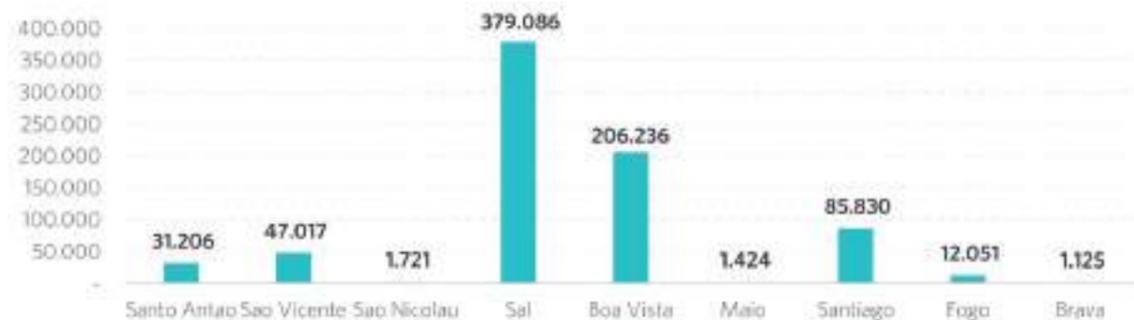


Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

Dentre os turistas, 81,0% viajou com pacote turístico, e destes, 75,8% estava com o sistema all inclusive. Quase 18% dos turistas indicaram que organizaram sua viagem por conta própria, ou seja, sem a intermediação de um agente/operador de viagens. A grande maioria - quase 82% - contou com o apoio de operadores e agentes de viagens para a organização: 41% contaram com operadores de viagens e 41% com agentes de viagens.

A distribuição do número de turistas por ilha em 2018 é mostrada no gráfico abaixo. Duas ilhas, Sal e Boa Vista recebem a grande maioria dos turistas, abarcando juntas 76,7% (549.825) do total de turistas em Cabo Verde. Em seguida, aparece a Ilha de Santiago com 11,2% do total de turistas. As demais ilhas contam com menos de 10% do total de turistas que o país recebe, sendo a ilha de Brava a menor, com apenas 1.125 turistas.

Distribuição do número de turistas por ilha



Fonte: Tourism Statistics, Cape Verde 2018, INE

O tempo de permanência médio da estadia no país foi de 6,4 dias. Fazendo uma comparação entre as médias da estadia por ilha, os turistas que visitaram as ilhas Boa Vista e Sal, permaneceram mais tempo do que nas demais. A maior parte dos hóspedes dessas duas ilhas fizeram parte do segmento "all inclusive". As estadias com menos de 3 dias foram em Santo Antão (2,9 dias), São Vicente (2,8 dias), Fogo (2,7 dias) e Santiago (2,6 dias).

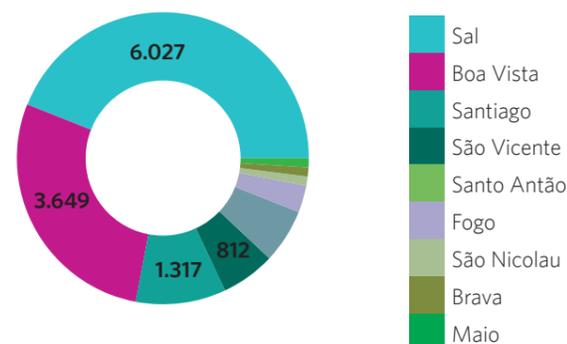
Tempo de permanência médio dos turistas por ilha



Fonte: Tourism Statistics, Cape Verde 2018, INE

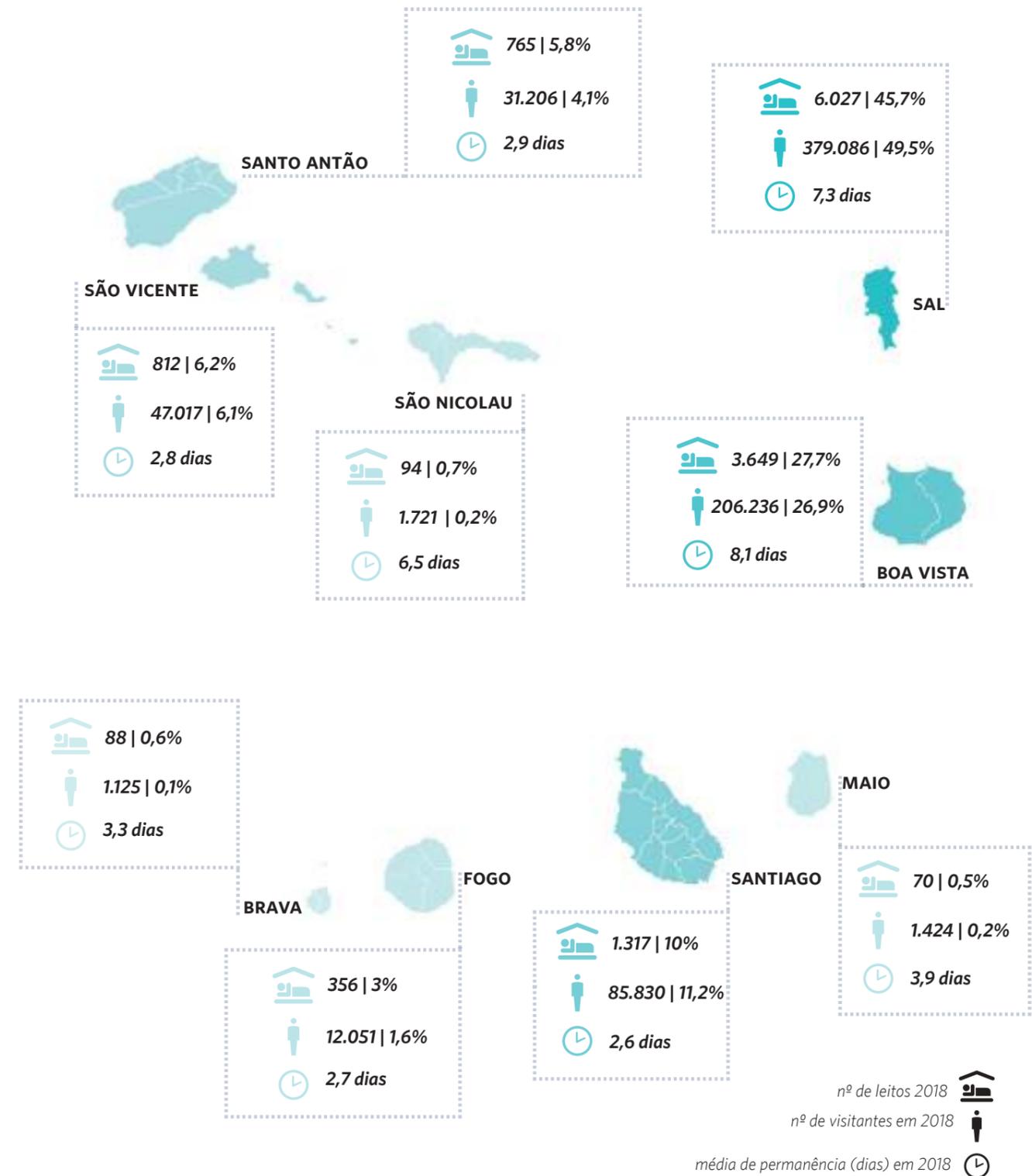
Em termos de estabelecimentos hoteleiros, a maioria dos quartos de Cabo Verde estão nas ilhas Sal e Boa Vista com 6.027 e 3.649, respectivamente, e juntas concentram 73,4% dos quartos do país. De acordo com o Inventário Anual de Estabelecimento Hoteleiro 2018, realizado pelo INE, a média anual da taxa de ocupação em Cabo Verde é 55%. No entanto, essa taxa média nas ilhas Boa Vista e Sal é muito maior, sendo de 80% e 61%, respectivamente, demonstrando a dominação dos hotéis "all inclusive" nessas ilhas.

Número de quartos em Cabo Verde por ilha



Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

Mapa com dos dados turísticos das ilhas

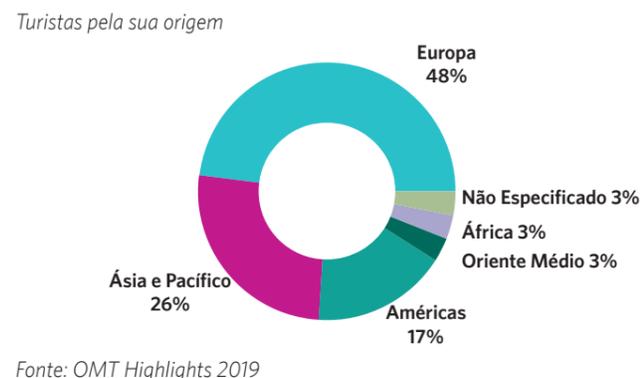


nº de leitos 2018
 nº de visitantes em 2018
 média de permanência (dias) em 2018

2.1.3.6. MERCADOS EMISSORES E TENDÊNCIAS

A Europa é o principal mercado emissor de turistas com 48% de mercado, seguida pela Ásia/Pacífico, Américas e empatados África, Oriente Médio e outras localidades não identificadas. Importante ressaltar que de 5 turistas, 4 viajam dentro da sua própria região reforçando a tendência do turismo doméstico já mencionada anteriormente.

Em 2018 a Europa foi responsável pela chegada de 672,3 milhões de turistas, a Ásia/Pacífico por 358,7 milhões, Américas por 235 milhões e o restante por 135,1 milhões. (Fonte: OMT Highlights 2019).



Os países que mais gastaram com o turismo no mundo em 2018 foram:

Valores gastos em bilhões de dólares	Países que mais gastaram com turismo em 2018	% de variação
277	China	5
144	EUA	7
94	Alemanha	1
76	Reino Unido	3
48	França	11
37	Austrália	10
38	Rússia	11
33	Canadá	4
32	Coreia do Sul	1
30	Itália	4

Fonte: UNWTO em OMT Highlights 2019

Destes mercados apontados pela OMT, três são os principais mercados emissores de **Cabo Verde e da Ilha do Sal, são eles: Reino Unido, Alemanha e França.**

Em relação as tendências de mercado as principais atualmente são as vinculadas **às mídias digitais e redes sociais**. A promoção dos destinos deve ser repensada para incluir como principais ferramentas de comunicação sobre o destino as ferramentas digitais, porque o turista experencia o destino antes, durante e depois da viagem (famosos #tbt) e o promove "real time". Além desta velocidade e veracidade da informação, tanto para o positivo como para o negativo, a inteligência artificial pode hiper personalizar a experiência do turista melhorando a performance inclusive das empresas turísticas.

E falando em experiências, as questões referentes a sustentabilidade dos destinos estão impactando diretamente na escolha das viagens pelos turistas que hoje estão muito mais conscientes do que querem vivenciar e qual tipo de destino querem visitar.

As **tendências dos turistas como consumidores responsáveis**, segundo a OMT 2019 são:

- **Viajar para MUDAR:** viver como "local", buscando autenticidade e transformação.
- **Viajar para MOSTRAR:** perfil de "instagramers" postar momentos, experiências e destinos.
- **Perseguir uma vida saudável:** fazer turismo que possibilite caminhada, bem-estar e saúde.
- **Aumento da conscientização sobre sustentabilidade:** zero plástico e mudanças climáticas.
- **Conquistar** a economia acessível.
- **Viagens individuais e multigeracionais:** resultado do envelhecimento da população mundial e de solteiros.

Quando se fala em tendências baseadas em hábitos de consumo, um dos públicos que vem se destacando no setor turístico são os **millenials**, nascidos entre 1980 e 2000 estão despontando como turistas principalmente com **foco em viagens de experiência relacionadas a cultura e natureza e sol e praia**. Segundo o relatório feito na ITB em 2019 pelo IPK *International*, as viagens de millenials aumentaram 15% em 2017, além disso metade das viagens de luxo são feitas por eles, aumentando ano a ano. O *Market Share dos millenials* é de 40% o que faz deste grupo um público muito relevante para ser considerado pelos destinos turísticos como Cabo Verde. Os *millenials* que mais viajaram foram procedentes de: EUA, China, Reino Unido e Alemanha, estes mercados juntos são responsáveis por 35% de todas as viagens de *millenials* no mundo. Os destinos com melhor média de visita de *millenials* em 2017 foram os asiáticos (Japão, Coreia do Sul e Índia), a Austrália e na Europa, Irlanda e Escandinávia.

O perfil destes *millenials*: maioria mulheres, com formação acadêmica alta, bem informados sobre os destinos, principalmente antes das viagens utilizando a internet como fonte de dados prioritária.

MERCADO EMISSOR EUROPEU E CABO VERDE

Levando em consideração **o mercado Europeu como principal emissor para Cabo Verde**, podemos dizer que em geral os residentes da Europa estão viajando mais dentro da própria região, segundo dados da Eurostat em 2017 ocorreram 1,3 bilhões de viagens com permanência em média de 5,1 noites, se comparado com 2016 este resultado teve um aumento de 4%. O principal meio de transporte utilizado foram os motorhomes (64%) seguidos por aviões (17%) e trens (11%). Os residentes dos países que mais viajaram de avião em 2017 foram: Malta e Chipre os quais, por questões óbvias, tiveram destaque, seguidos por Irlanda e Luxemburgo. Nenhum destes países são os que mais visitam Cabo Verde. Por outro lado, os franceses e alemães viajaram mais internamente e o meio de transporte mais utilizado foi trem em 2017.

O motivo destas viagens foram: Lazer e férias (49%), visita a parentes e amigos (35%), negócios (12%) e outros (4%).

A porcentagem de belgas que viajaram para o exterior alcançou 80% uma das mais altas entre os residentes, com uma média de pernoites de 6,5, juntamente com os holandeses. Ambos figuram na lista de principais mercados emissores para Cabo Verde.



Viagens realizadas por europeus em 2017 (negócios e lazer)

	Total de viagens (em milhares)	Viagens Domésticas (%)	Viagens Internacionais (%)	Duração média das viagens (em noites)
EU28	1.255.347	73,3	26,7	5,1
Alemanha	243.577	62,1	37,9	5,5
Áustria	23.085	50,2	49,8	4,9
Bélgica	15.202	20,1	79,9	6,5
Bulgária	5.464	86,1	13,9	4,4
Chipre	2.799	49,8	50,2	6,4
Croácia	4.900	60,7	39,3	6,4
Dinamarca	26.516	71,2	28,8	3,8
Eslováquia	4.825	37,6	62,4	4,3
Eslovênia	10.970	64,7	35,3	4,0
Espanha	152.708	90,6	9,4	4,1
Estônia	4.556	711,9	28,1	3,3
Finlândia	39.534	76,3	23,7	3,4
França	220.775	87,1	12,9	5,1
Grécia	6.210	88,4	11,6	9,9
Hungria	18.608	65,1	34,9	3,6
Irlanda	14.556	52,0	48,0	4,6
Itália	56.421	79,8	20,2	5,6
Letônia	4.208	69,9	30,1	3,3
Lituânia	4.560	55,4	44,6	4,4
Luxemburgo	1.834	1,7	98,3	7,1
Malta	807	32,3	67,7	4,9
Noruega	23.268	64,9	35,1	4,9
Países Baixos	45.070	53,9	46,1	6,5
Polónia	57.910	79,4	20,6	5,8
Portugal	17.474	89,0	11,0	4,0
Reino Unido	159.414	67,2	32,8	5,5
República Checa	35.815	81,1	18,9	4,1
Romênia	17.902	94,0	6,0	3,9
Suécia	59.648	64,4	35,6	5,2
Suíça	22.113	30,7	69,3	6,7

Dados de 2013 utilizados par ao Reino Unido
Fonte: Eurostat

Vale destacar que a permanência média dos mercados que mais visitam Cabo Verde está acima quando se trata deste destino se comparado com os resultados apontados pelo Eurostat.

A seguir os dados segundo o INE de Cabo Verde referentes a permanência média dos turistas dos principais mercados emissores em 2017 e 2018 e comparados com a média apontada pelo Eurostat em 2017:

País	2017 (INE)	2018 (INE)	Eurostat (2017)
Reino Unido	8,5	8,3 ↓	5,5
Bélgica+Holanda	7,6	6,7 ↓	6,5
Itália	7,0	6,0 ↓	5,6
Alemanha	6,6	6,3 ↓	5,5

Os dados apresentam uma queda mais expressiva de pernoites dos turistas da Bélgica+Holanda e Itália. Assim mesmo, todos os países estão com a permanência média (noites) bem acima do estudo da Eurostat se comparado a 2017. O que indica que os turistas destes países permanecem mais tempo quando viajam para Cabo Verde, principalmente para a Ilha do Sal que é a principal ilha visitada por este público.

O **turismo em Cabo Verde é sazonal**, regido principalmente pelo movimento dos turistas da Europa, que viajam mais ao arquipélago nos meses de inverno (novembro a março). A redução da sazonalidade pode ocorrer a partir de vários fatores como: diversificação da oferta, problemas de segurança nos destinos concorrentes, fortalecimento da moeda nos países emissores entre outros. No caso de Cabo Verde, algumas variáveis já apontadas no Final Report - Environment and Social Assessment Study of the Tourism Sector in Cape Verde impedem o crescimento do destino, bem como não possibilitam uma redução na sazonalidade, são elas:

- Falta de diversidade do turismo complementar.
- Recuperação da estabilidade por parte de alguns destinos competitivos do Norte da África.
- Aumento da carga tributária do setor, que foi agravada pela introdução da taxa de turismo e pelo aumento do IVA.

Esses itens interferem diretamente na competitividade do destino. É preciso pensar em transformar uma demanda potencial em demanda real, porque como já foi identificado, as viagens dos europeus em 2018 se concentraram dentro da sua região, a permanência média dos europeus em Cabo Verde vem diminuindo.



2.1.3.7. DEMANDA TURÍSTICA REAL

Segundo o INECV, o turismo em Cabo Verde tem crescido a números exponenciais nos últimos 15 anos. Sua localização geográfica, próximo a Europa, a costa da África e na rota dos voos da América do Sul e Norte facilita o fluxo de turistas destes continentes tendo como principal hub a Ilha do Sal.

Apesar desta “fácil” conectividade aérea, os voos regulares que chegam ainda são restritos a TACV, Binter, TAP e Air Senegal. O maior desafio para o desenvolvimento de Cabo Verde é a desconcentração de demanda. Preponderantemente, dois operadores (TUI e Thomas Cook) são responsáveis pelo fluxo de Alemanha e Reino Unido, vindo em voos fretados da Thomson Airways e TUI Fly. (Fonte: ASA.CV)

Segundo o Inventário de Capacidade de Hotéis e Similares (INECV), basicamente 4 redes de hotéis concentram o maior fluxo de turistas da Ilha do Sal: Hilton, Riu, Meliá e Thomas Cook, o que explica o grande fluxo de turistas dos países europeus com o seguinte hábito de consumo: hospedagem em resort (all inclusive) e destinos de sol e praia considerados massificados. Neste caso, a demanda é que controla atualmente o turismo em Cabo Verde e mais especificamente nas Ilha do Sal e Boa Vista, que é onde estão concentradas as melhores estruturas hoteleiras com foco para este tipo de público. Este tipo de demanda é perigoso, pois costumam gastar pouco no destino impactando na economia local. Normalmente os problemas sociais que são intrínsecos a este tipo de turismo são desenvolvimento de turismo sexual e tráfico de drogas.

A empresa Thomas Cook, pioneira na comercialização de viagens e pacotes de lazer e férias, com 178 anos e sede no Reino Unido, mas que também é referência na Alemanha decretou falência em setembro de 2019 deixando mais de 600 mil turistas sem assistência, sendo 150 mil britânicos. Foi necessária a ajuda de governos e seguradoras para repatriação desses turistas.

A falência da Thomas Cook impacta diretamente Cabo Verde e suas ilhas. Segundo o jornal G1, *a operadora de viagens britânica Thomas Cook administrava hotéis, resorts e companhias aéreas e transportava 19 milhões de pessoas por ano para 16 países, principalmente da Europa, operando uma frota de mais de 100 aviões.(...) Entre os países com mais turistas afetados pela falência estão Alemanha, Grécia, Turquia, Egito, Espanha, Suécia e Chipre.*

Na época do desenvolvimento do presente trabalho, a empresa aérea Condor, que faz parte do grupo Thomas Cook, informou que seguiria voando apesar da falência, pedindo um empréstimo de emergência ao governo britânico.

Deirdre Hutton, presidente da Autoridade Britânica de Aviação Civil (CAA), disse à BBC que a Thomas Cook entrou em colapso porque falhou em modernizar sua abordagem a um mercado de turismo cada vez mais digital e “incrivelmente competitivo”. Os desafios da digitalização do turismo impactaram principalmente as operadoras como se pode ver na análise da Euromonitor sobre o mercado alemão, apresentado a seguir.

TENDÊNCIA DE CONSUMO DE VIAGENS

MERCADO: ALEMANHA

Segundo dados do Euromonitor (2019), o planejamento de viagens de férias dos alemães vem mudando aos poucos. Tradicionalmente, os consumidores alemães costumavam reservar férias normalmente com um ano de antecedência, com uma marca e agente de viagens confiáveis e cômodos no tradicional modelo de cadeia turística. Esse tipo de padrão de comportamento de consumo de viagens fez com que os operadores “físicos” na Alemanha se consolidassem e acumulassem reputação e ativos principalmente

dentro do segmento sol e praia. Criando grupos econômicos com operadores, agências de viagens físicas, meios de hospedagem e companhias aéreas, como TUI. Além de outros nomes conhecidos como Der Touristik, até mesmo para varejistas de supermercados como Rewe, Netto e Aldi, que competem com seu próprio leque de ofertas de passeios e pacotes de férias.

Acontece que nos últimos anos houve uma mudança gradual em direção a viagens mais curtas e espontâneas, agendadas em “cima da hora”. O verão prolongado e especialmente quente de 2018 e as ondas de calor no verão de 2019 estiveram entre os principais catalisadores dessa mudança, pois os consumidores alemães encontraram oportunidades mais inesperadas para fazer viagens mais curtas perto de casa durante esses meses.

No entanto, **esta mudança também foi influenciada pela digitalização do turismo mudando o comportamento das reservas, e há novas oportunidades decorrentes disso.** Cada vez mais, as OTAs (Online Travel Agencies) atendem especificamente a reservas de última hora e a viagens domésticas mais curtas para destinos não tradicionais. Grande parte do crescimento orgânico das reservas gerais está mudando para as OTAs dos operadores/agentes tradicionais, que no mercado alemão foram relativamente lentos em entrar na era digital do turismo, com exceção da TUI, que foi a única empresa a ter resultados positivos durante a temporada de verão de 2019. Isso porque ampliou o domínio de todos os passos da viagem, controlando mais as questões que impactaram o baixo desempenho de suas concorrentes Der Touristik e Thomas Cook. Os turistas compram pacotes, onde os aviões são da TUI, os meios de hospedagem e operadores receptivos ou são de seu grupo ou possuem uma excelente negociação que não envolve grandes riscos. Além disso, as agências de viagens do grupo TUI passaram a ter consultores de viagens ao invés de emissores de bilhetes, característica comum nos mercados europeus.

Vale a pena destacar o crescimento das OTAs que são especializadas em personalizar as viagens, mesmo que de última hora. O destaque vai para as empresas: Chamäleon e SKR.de que oferecem atividades que estimulem a vivência com o destino e sua comunidade.

Ao analisar os dados de chegadas de turistas na Ilha do Sal observa-se que os alemães caíram para o terceiro lugar em 2018. Existem algumas respostas que validam esta queda, a primeira tem a ver com o aumento de turismo doméstico na Alemanha, que chegou a 85,2% das viagens totais dos alemães em 2018, a segunda pode ter a ver com a oferta de pacotes para Cabo Verde feito pela TUI, principal player do mercado alemão. Em uma breve pesquisa na internet (22.09.2019) a TUI oferece pacotes para Ilha do Sal e para Boa Vista, para 7 dias - Sal a partir de 506 euros e Boa Vista a partir de 502 euros. (https://www.tui.com/pauschalreisen/suchen/hotels/Kap-Verde-_Sal/1164?useExtendedFilterDefaultValues=true&startDate=2019-09-25&endDate=2020-03-31&duration=7-&operators=TUI;ATID)

Market Share dos operadores tradicionais (2015-2019)

% do valor responsável pelas companhias	2015	2016	2017	2018	2019
Der Touristik GmbH	13,2	12,9	12,7	12,0	11,6
TUI Deutschland GmbH	10,4	10,5	10,5	11,0	11,0
Booking.com BV	5,4	5,7	5,9	6,8	7,2
Lufthansa City Center Reisebüropartner GmbH	7,0	6,8	6,7	6,5	6,4
Schmetterling Reisen GmbH & Co KG	6,0	6,0	6,0	5,9	5,9

Fonte: Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais

Vendas online de viagem a lazer dos operadores tradicionais (2014-2019) - em milhões de Euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Passagens aéreas em vendas online	2.406,3	2.542,4	2.660,5	2.949,6	3.160,7	3.342,8
Aluguel de carros em vendas online	31,1	31,9	33,1	36,2	38,2	40,3
Cruzeiros em vendas online	181,4	192,9	216,3	243,1	261,1	277,7
Outros tipos de transporte em vendas online	101,2	105,8	109,6	121,5	128,7	136,5
Hospedagem em vendas online	2.545,9	2.661,8	2.732,9	3.036,8	3.231,3	3.419,1
Pacotes de férias em vendas online	2.963,5	3.132,4	3.268,7	3.617,1	3.843,2	4.078,5
Outras vendas online	82,3	95,0	97,4	101,8	105,9	110,9
Vendas online	8.321,6	8.762,2	9.118,5	10.106,3	10.769,2	11.405,8

Fonte: Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais

Projeção: Vendas online dos operadores tradicionais (2019-2024) (lazer e negócios) - em milhões de Euros

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Passagens aéreas em vendas online	10.177,6	10.388,1	10.577,0	10.691,2	10.796,6	10.891,8
Aluguel de carros em vendas online	181,6	184,5	187,0	189,0	190,6	191,9
Cruzeiros em vendas online	3.662,2	3.731,8	3.786,1	3.827,7	3.860,9	3.890,3
Outros tipos de transporte em vendas online	895,6	906,1	914,3	920,8	925,3	929,3
Hospedagem em vendas online	5.784,5	5.944,8	6.077,2	6.192,1	6.283,5	6.355,7
Pacotes de férias em vendas online	19.260,9	19.557,5	19.796,6	19.988,5	20.124,4	20.242,3
Outras vendas online	619,5	628,1	635,1	640,7	645,2	648,3
Vendas online	15.776,4	16.285,1	16.705,1	17.050,2	17.315,4	17.549,6

Fonte: Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais

Projeção: Vendas online de viagem a lazer dos operadores tradicionais (2019-2024) - em milhões de Euros

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Passagens aéreas em vendas online	3.342,8	3.449,5	3.535,8	3.605,8	3.663,2	3.714,5
Aluguel de carros em vendas online	40,3	41,5	42,4	43,2	43,9	44,4
Cruzeiros em vendas online	227,7	287,4	295,6	301,9	306,9	311,5
Outros tipos de transporte em vendas online	136,5	141,1	144,7	147,7	150,0	152,0
Hospedagem em vendas online	3.419,1	3.529,9	3.622,4	3.703,5	3.769,4	3.819,6

Fonte: Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais

Vendas por OTAs

Vendas por OTAs para residentes (2014-2019) - em milhões de Euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Vendas online de agencias de viagens a residentes	9.095,6	9.684,2	9.697,8	10.393,7	10.887,9	11.427,8
Outras vendas online a residentes	2.461,7	2.471,4	2.935,2	3.600,6	4.024,0	4.348,6
Vendas online pelas companhias aéreas a residentes	7.751,9	8.317,0	8.520,2	8.791	9.010,9	9.448,6
Vendas online de outros transportes a residentes	7.227,6	7.564,1	7.836,0	8.502,1	9.003,7	9.512,9
Hospedagem em vendas online a residentes	3.790,3	4.020,0	4.213,9	4.563,9	4.899,4	5.191,3
Aluguel de carros em vendas online a residentes	750,1	783	808,3	828,7	846,2	870,5
Outras vendas online a residentes	28,6	30,4	31,8	33,1	34,7	36,3
Vendas online de viagens a residentes	31.105,9	32.870,1	34.043,1	36.713,2	38.706,8	40.836,0

Fonte: Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais



Projeção: Vendas online dos OTAs para residentes (2019-2024) - em milhões de Euros

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Vendas online de agências de viagens a residentes	11.427,8	11.796,3	12.100,5	12.350,5	12.542,6	12.712,2
Outras vendas online a residentes	4.348,6	4.488,8	4.604,6	4.699,7	4.772,8	4.837,3
Vendas online pelas companhias aéreas a residentes	9.448,6	10.115,1	10.660,4	11.093,0	11.454,9	11.733,2
Vendas online de outros transportes a residentes	9.512,9	9.800,2	10.039,3	10.238,1	10.387,6	10.483,7
Hospedagem em vendas online a residentes	5.191,3	5.427,5	5.650,2	5.857,0	6.076,0	6.187,1
Aluguel de carros em vendas online a residentes	870,5	877,6	883,8	888,6	892,2	896,6
Outras vendas online a residentes	36,3	37,1	37,8	38,4	38,8	39,2
Vendas online de viagens a residentes	40.836,0	42.542,7	53.976,6	45.165,3	46.164,9	46.889,4

Fonte: Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais

MERCADO: REINO UNIDO

Os impactos do BREXIT já estão atingindo negativamente o mercado de turismo britânico, a insegurança após duas tentativas frustradas de votação interferiu na confiança e nos investimentos estrangeiros no país. Um grande reflexo disso foi a notícia sobre a falência da Thomas Cook em setembro de 2019, abalando o turismo mundial. Muitas empresas, principalmente as companhias aéreas, puxaram o freio e estão em contingência porque a saída da União Europeia impactaria nas frequências aéreas de mais de 44 países que hoje são atendidos por companhias britânicas segundo o acordo da UE.

Por outro lado, a libra fraca estimula as viagens domésticas e fomenta o inbound. O impacto negativo fica nas viagens internacionais: segundo a OMT 2019, 84,4% dos britânicos realizaram viagens domésticas em 2018, o que já reflete os debates sobre o BREXIT.

Os consumidores britânicos, principalmente os turistas, estão cada vez mais engajados no consumo responsável, economia compartilhada e sustentabilidade. Segundo estudo da Euromonitor sobre as tendências de consumo de viagens dos britânicos, a tendência "experimentar mais" está levando a novos conceitos. Com a digitalização e as redes sociais, mil novas palavras são adicionadas ao idioma inglês todo ano, principalmente quando se trata de viagens. Alguns exemplos: Staycation (férias em casa ou nas proximidades), glamping (camping glamoroso), floccation (férias de barco), citycation (férias em um destino urbano), traincation (auto-explicativo) ou mesmo voluntourism (forma de turismo onde visitantes participam de trabalho voluntário, geralmente para uma instituição de caridade). Os turistas britânicos parecem estar se tornando muito mais ativos nas férias, com as férias em centros urbanos tendo mais

destaque nos últimos tempos. As viagens experienciais para aprender um novo ofício também estão tendo destaque no mercado britânico. "Único" é outra palavra muito recorrente nos verbetes dos turistas britânicos, com a experiência sendo a nova moeda social, especialmente entre os millennials, as empresas de viagens estão destacando estas qualidades em uma viagem.

A tecnologia tornou-se um item importante da agenda para os profissionais da indústria de viagens. Embora muitas tecnologias voltadas para o consumidor não sejam novas no setor, sua implementação está crescendo rapidamente, por exemplo, pagamento por apps, check-in e serviço automatizados, fóruns de viagens, assistentes mobile nos quartos, entre outros.

Os operadores de hotéis no Reino Unido estão buscando aprimorar a experiência do hóspede, que esperam internet de alta velocidade gratuita e os quartos com Smart TVs, Bluetooth e carregamento sem fio. Estas exigências são refletidas nos hábitos de consumo das viagens dos britânicos que quando viajam ao exterior esperam encontrar as mesmas condições ou até superar o que eles têm no Reino Unido.

Os britânicos têm poucos dias de feriados nacionais, com apenas 8 dias por ano, em média tem 20 dias de férias pagas. O perfil do turista que mais viajou em 2018 está na faixa dos 35 a 64 anos, prioritariamente viagens em grupos, o que reforça a tendência deste público que é viajar com pacotes fechados em voos fretados, como já foi mencionado anteriormente.

Dados de mercado

Férias anuais: volume 2014-2019

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
FERIADO PAGO	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
FERIADO PÚBLICO	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0	8.0
FÉRIAS ANUAIS	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0	28.0

Fonte: Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais

Nota: Refere-se a residentes do país

Viajantes por idade: número de pessoas 2014-2019

'000 pessoas	2014	2015	2016	2017	2018	2019
0-14	8,115.5	8,183.1	8,270.7	8,355.3	8,447.1	8,533.6
15-24	6,478.3	6,471.8	6,457.3	6,405.9	6,327.0	6,259.0
25-34	7,075.7	7,149.1	7,228.7	7,304.1	7,393.0	7,476.8
35-49	10,832.1	10,768.4	10,782.2	10,743.0	10,710.4	10,691.4
50-64	9,897.0	10,017.3	10,185.8	10,344.3	10,517.6	10,681.4
Over 65	8,550.7	8,775.4	8,995.5	9,188.9	9,401.5	9,584.9
TOTAL	50,949.2	51,365.1	51,920.2	52,341.5	52,796.5	53,227.1

Fonte: Euromonitor International: estatísticas oficiais, associações comerciais, imprensa comercial, entrevistas comerciais

Nota: Refere-se a residentes do país



Informações demográficas de saída de lazer: número de viagens 2014-2019

'000 pessoas	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Casais	11,582.3	12,060.4	12,854.8	13,308.1	13,962.7	14,307.8
Famílias	10,944.2	11,331.4	12,080.0	12,471.8	13,087.6	13,413.6
Grupos	15,730.3	16,301.4	17,257.1	17,744.2	18,490.1	18,817.9
Solteiros	12,124.8	12,656.7	13,523.9	13,999.0	14,685.5	15,085.4
Outro	13,433.0	13,915.8	14,721.4	15,198.9	15,865.0	16,135.2
TOTAL	63,814.5	66,265.7	70,437.2	72,722.0	76,090.9	77,760.0

Fonte: OMT, Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais, associações comerciais, imprensa comercial, pesquisa de empresas, entrevistas comerciais, fontes comerciais.

Estudo sobre o impacto do resultado do BREXIT indicam que mais de USD 5 bilhões deixarão de ser gastos em viagens dos britânicos ao exterior entre os anos 2019-2025, os países que serão mais impactados: Espanha, EUA, França, Portugal, Itália, Índia, Tailândia, Austrália, Alemanha, China e Irlanda.

Estima-se que as previsões de gastos de turistas britânicos pelo mundo de USD 106 bilhões sejam reduzidos em 5%, atingindo USD 96 bilhões. Estes decréscimos já poderão ser sentidos ainda em 2019, derivados do período de transição que se encontram no momento e seguirá assim até 2020.

Por isso, estima-se que Cabo Verde seja atingido diretamente, ainda em 2019, visto que o Reino Unido é o principal mercado emissor, não apenas para Cabo Verde em geral como especialmente para a Ilha do Sal, por estes dois grandes motivos: falência da Thomas Cook e transição do BREXIT.

Não serão apenas os fluxos de turistas que irão sofrer impacto com o BREXIT, o WTTC estima que mais de 700 mil empregos no setor de viagens em toda a Europa serão eliminados, infelizmente isso já começou com a falência da Thomas Cook. A estimativa é de que mais de 22 mil empregados no mundo todo sejam demitidos, 9 mil deles no Reino Unido.

MERCADO: BÉLGICA E HOLANDA

O turismo na Bélgica está reaquecendo depois do atentado de 2016, o principal mercado emissor atualmente é a China. Aproveitando a oportunidade de crescimento da chegada de turistas no país, principalmente de voos de larga distância, dois aeroportos do país (Bruxelas e Charleroi) estão sendo ampliados para aumentar ainda mais as frequências aéreas e a estratégia de captação de voos visa reduzir a dependência da Ryanair e melhorar os serviços aos passageiros. Esta ampliação pode favorecer Cabo Verde caso seja feito um plano de captação de voos.

Os belgas têm 30 dias livres entre férias pagas e feriados nacionais, o que possibilita viagens mais longas. (tabela 1). O perfil que mais viaja para o exterior é solteiro, de 50 a 64 anos, acredita-se que sejam pessoas que estão em fase de se aposentar ou já se aposentaram. Este tipo de perfil de turista não precisa esperar as férias para viajar e pode auxiliar a reduzir a sazonalidade de Cabo Verde.

Além disso, os belgas fazem menos viagens domésticas e viajam muito ao exterior como apontado pelo estudo do Eurostat que em 2017 fizeram 79,9% de viagens outbound contra 20,1% de viagens domésticas. A média de permanência nas viagens é de 6,5 pernoites.

Dados de mercado

Férias anuais: volume 2014-2019

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
FERIADO PAGO	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0	20.0
FERIADO PÚBLICO	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0	10.0
FÉRIAS ANUAIS	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0	30.0

Fonte: Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais

Nota: Refere-se a residentes do país

Viajantes por idade: número de pessoas 2014-2019

'000 pessoas	2014	2015	2016	2017	2018	2019
0-14	966.1	969.5	967.5	973.6	979.3	985.1
15-24	586.5	588.0	590.2	579.2	577.2	579.4
25-34	730.2	727.6	725.7	717.6	719.3	724.1
35-49	1,205.3	1,203.5	1,204.7	1,202.2	1,202.8	1,204.1
50-64	1,667.4	1,683.3	1,706.0	1,727.9	1,747.7	1,763.0
Over 65	1,273.9	1,295.6	1,314.9	1,330.8	1,347.6	1,357.0
TOTAL	6,429.5	6,467.4	6,508.9	6,531.3	6,573.8	6,612.8

Fonte: Euromonitor International: estatísticas oficiais, associações comerciais, imprensa comercial, entrevistas comerciais

Nota: Refere-se a residentes do país

Informações demográficas de saída de lazer: número de viagens 2014-2019

'000 pessoas	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Casais	5,126.2	5,252.6	5,187.6	5,637.2	5,971.3	6,125.3
Famílias	4,238.5	4,336.1	4,246.3	4,597.8	4,862.8	4,971.0
Grupos	1,225.3	1,240.0	1,213.2	1,315.0	1,382.6	1,410.5
Solteiros	5,267.9	5,390.3	5,396.8	5,874.4	6,245.4	6,423.0
Outro	4,980.4	5,029.5	4,873.8	5,169.5	5,375.3	5,473.7
TOTAL	20,838.4	21,248.6	20,917.7	22,593.8	23,837.4	24,403.5

Fonte: OMT, Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais, associações comerciais, imprensa comercial, pesquisa de empresas, entrevistas comerciais, fontes comerciais.

Holanda

Um de cada cinco holandeses nunca viajaram para o exterior, apesar disso, os que viajam costumam ir várias vezes, o que indica que viajar é muito importante para eles. Eles buscam informações sobre os destinos para suas férias nos buscadores da internet, as principais motivações de viagem são: atrações culturais, cidades vibrantes e a paisagem / beleza natural.]



Em 2016, cerca de 81% da população holandesa foi viajar, pouco mais de um terço dessas viagens eram férias curtas (2 a 7 dias), mas também fizeram um número alto de viagens de 8 dias ou mais.

O público que mais viajou para o exterior é de faixa etária entre 45 e 64 anos e gastaram em média 1.625 euros por ano em suas férias.

Como hábitos de consumo de compras de viagens, eles costumam comprar online, mais de 4 milhões de holandeses ainda compram viagens nas OTAs.

Surpreendentemente, o grupo dos 50+ também compram online, mas analisam os reviews nos sites de viagem.

MERCADO: FRANÇA

As viagens ao exterior registraram um crescimento abaixo da média de 3% em 2016 e 2017, respectivamente. As tendências de reservas também indicaram que muitos turistas franceses esperaram até o último momento para reservar suas viagens de ida, com a maioria optando por destinos ensolarados, usam em sua maioria celulares ou tablets para fazer suas reservas. Os países do norte do Mediterrâneo, e particularmente a Espanha, continuaram sendo os principais destinos em 2017. Para a maioria dos franceses, a Espanha permanece acessível, enquanto a cultura latina e o sol são altamente atraentes.

Quando se fala em destinos de longa distância, os destinos da Ásia-Pacífico, Oriente Médio e África ganharam espaço nas férias dos franceses em 2017.

Os turistas franceses entre 60 a 69 anos lideram os gastos com férias, com uma média de 2.290 euros por ano (dados de 2017).

A economia compartilhada é uma importante tendência do consumidor no mercado francês, 80% dos usuários do Airbnb tendem a ter menos de 35 anos de idade e 62% escolhem esse tipo de acomodação pelo preço.

Os gastos em viagens pessoais de viajantes franceses com 15 anos ou mais totalizaram 72,4 bilhões de euros em 2016, dos quais 45,8 bilhões de euros foram gastos em viagens domésticas. Os gastos com viagens ao exterior aumentaram 6% a partir de 2015. Os franceses gastam o mesmo valor por quatro dias no exterior e por sete dias em uma viagem doméstica. Os gastos com transporte diminuíram (tendência observada por vários anos), mas foram gastos mais em pacotes ou viagens all inclusive.

Não são turistas fiéis ao destino: segundo a pesquisa da Wesgro (2017) os turistas franceses não têm problemas em mudar o destino de última hora desde que vejam vantagem no valor a ser pago pela viagem.

TENDÊNCIAS DOS TURISTAS FRANCESES

FERIADO PAGO	25.0
FERIADO PÚBLICO	11.0
FÉRIAS ANUAIS	36.0
PERFIL DE IDADE	36-49 anos (10.2 milhões)
SAZONALIDADE POR MÊS (NÚMERO DE PESSOAS)	Agosto (7.5 milhões) Julho (5.1 milhões) Maio (4.8 milhões)
TAMANHO PRINCIPAL DO GRUPO DE VIAGEM	Famílias (18.5 milhões)
NÚMERO DE VIAGENS NO ANO ANTERIOR	Pessoal (2.7 viagens) Negócios (1.2 viagens)
TIPO DE VIAGEM NO ANO ANTERIOR	Relaxante (51%) Sight-seeing (46%) Visita a família (39%) Viagem de família (35%) Viagem romântica (24%)
DURAÇÃO DA ÚLTIMA FÉRIAS	10.2 dias
MEIO DE TRANSPORTE DA ÚLTIMA VIAGEM	Avião (54%) Carro (30%) Trem (13%)
ACOMODAÇÃO PREFERIDA	Hotéis (51%)
VIAGEM DOMÉSTICA X INTERNACIONAL	Fora do país (56%) No país (44%)

Fonte: Euromonitor International, Expedia Media Solutions, 2017

PRINCIPAIS CONSIDERAÇÕES NO PLANEJAMENTO DA VIAGEM, 2017



Fonte: Expedia Media Solutions, 2017

Entre as principais razões para sair de férias para os viajantes franceses, estão: **visita a familiares / amigos / parentes, sol / praia, natureza, passeios pela cidade e cultura.**

Um grande número de turistas franceses em férias tende a começar a pensar em sua viagem mais cedo, com 42% fazendo isso já com meio ano ou mais de antecedência.

Para escolher um destino, os franceses levam em conta principalmente:

Custo benefício, possibilidade de explorar e vivenciar os destinos, e que ofereçam entretenimento para toda família. Além disso, as principais influências que ajudam na escolha do destino são: leem os reviews do Tripadvisor (75%), conteúdo dos destinos (72%), busca ofertas antes de decidir (70%), conversam com quem já esteve no destino (65%), propaganda podem ser levadas em conta para decidir (50%), usam programas de fidelidade (32%).

As fontes de pesquisa que os franceses mais utilizam para saber mais sobre os destinos são: Agência de viagem (44%), buscadores (38%), sites de viagens (28%), site de comparação de viagens (23%), páginas de companhias aéreas (23%) e páginas de meios de hospedagem (12%). Isso demonstra que mesmo com a digitalização do turismo, o francês segue tradicional e consulta ainda o agente de viagem.

2.1.3.8. MARKETING E PROMOÇÃO

O Plano de Marketing para Cabo Verde (2011-2013), desenvolvido pelo Ministério do Turismo, Indústria e Energia, incluiu uma análise do mercado de turismo do país, relacionando-o com seus destinos turísticos concorrentes, além de seu posicionamento, estratégias de promoção do turismo para o mercado alvo, plano de ação e recomendações. Após este relatório, não foi desenvolvido um novo plano específico de Marketing e Promoção, mas o assunto foi tratado no documento Grandes Opções do Plano Estratégico do Desenvolvimento do Turismo Sustentável (GOPETS).

Segundo o relatório, Cabo Verde tem restrições com relação ao marketing e promoção do destino turístico como um todo, situação que é refletida no *ranking Travel & Tourism Competitvity Index* do World Economic Forum, onde o país ocupa o 122º lugar no nível de precisão da estratégia da Organização Nacional de Turismo. Isto demonstra que o setor de promoção turística do país ainda é fraco e possui capacidade institucional limitada em termos de planeamento e implementação de marketing e promoção do turismo. O documento ainda afirma que são destinados poucos recursos para o setor, o que faz com que os próprios operadores locais promovam o país de uma maneira mais alinhada com seus interesses de negócio e marketing, evidenciando o distanciamento da atuação do setor público no branding e no marketing do destino turístico de Cabo Verde.

Como parte do marketing e promoção turística de Cabo Verde, o GOPETS apresenta uma nova imagem e slogan para a Marca Cabo Verde - **“Cabo Verde is Something Else!”**, com uma imagem em cores que visa acentuar a vitalidade colorida e cultural do país, além de destacar seus principais atributos físicos como o sol, o mar e as praias. O lema foi mantido em inglês para ser mais universal, e tem como objetivo destacar que o país é “único, singular e especial”. Ainda não foram criadas novas marcas específicas para as ilhas.

Nova logomarca de promoção de Cabo Verde

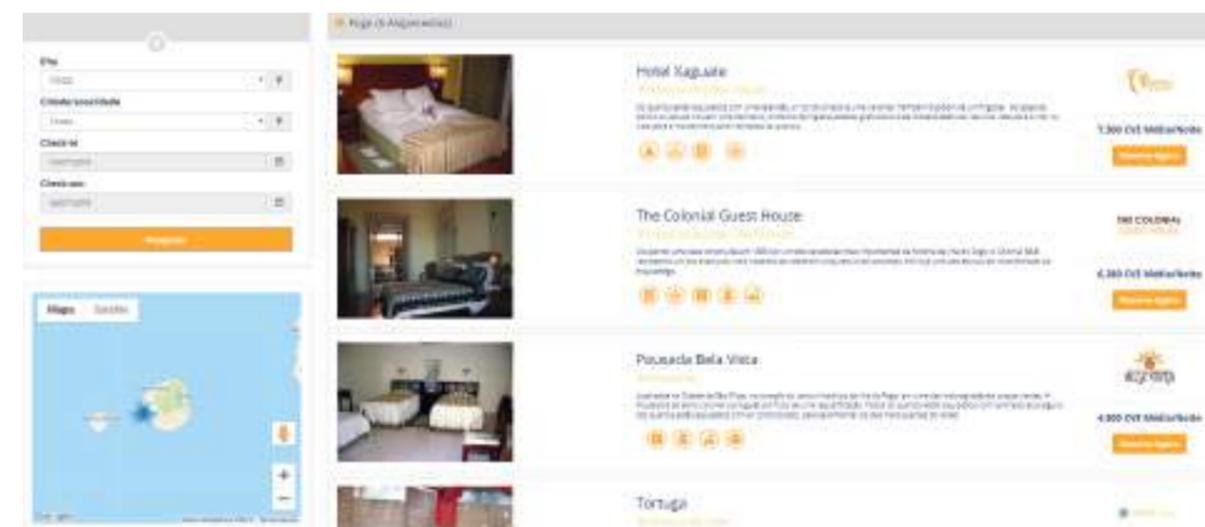
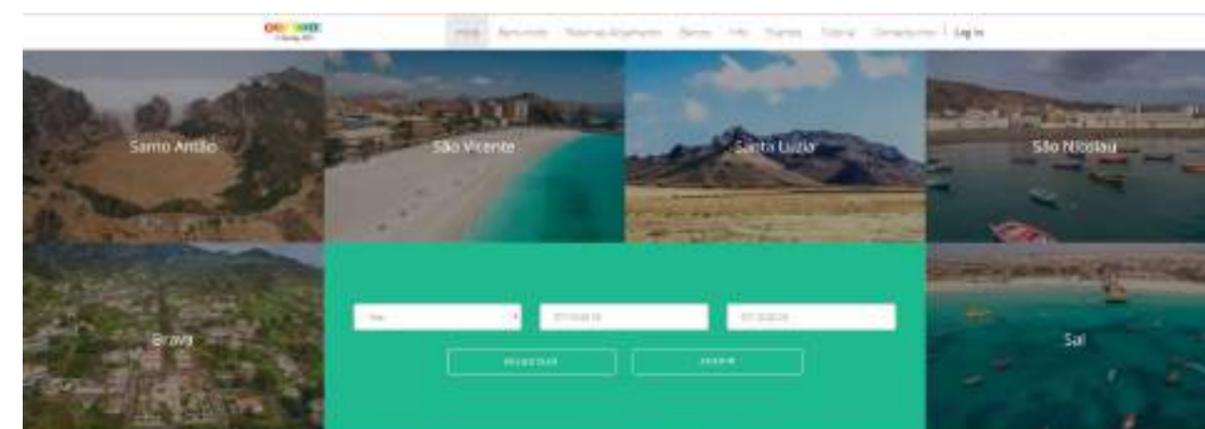


Fonte: Plano Estratégico para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo em Cabo Verde 2018-2030

Em relação às atividades de marketing e promoção para promover Cabo Verde no mercado europeu, americano e brasileiro, o MOTT tem participado de feiras internacionais de turismo, como World Travel Mart, ITB (Berlim, Alemanha), FITUR (Espanha) e BTL (Portugal) em cooperação com operadores de turismo privados e associações de turismo relevantes, realizando seminários e workshops em países de mercado alvo. Para publicidade ao consumidor, o MOTT criou um vídeo de promoção turística mostrando as atratividades e exclusividades do turismo em Cabo Verde, anunciado na CNN, outros programas de TV e no You Tube.

Além disso, o MOTT desenvolveu o website do Turismo em Cabo Verde (www.turismo.cv) em três idiomas (inglês, francês e português), onde divulga informações turísticas das ilhas, como alojamentos, transporte (acesso) e eventos. O site foi recentemente atualizado e agora conta com um sistema de reservas de acomodação online para cada ilha.

Site de turismo de Cabo Verde



Fonte: https://turismo.cv/pt_PT/page/hotels

2.2. ILHA DO SAL

2.2.1. AMBIENTE SOCIAL, ECONÔMICO E AMBIENTAL

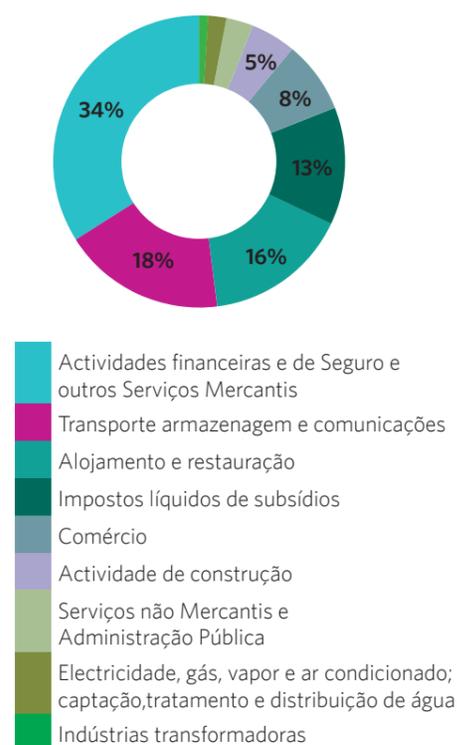
O entendimento sobre a dinâmica social, econômica e ambiental da Ilha do Sal permite apoiar a definição de cenários e caminhos estratégicos com maior grau de sustentabilidade no Master Plan, uma vez que tais elementos constituem ativos importantes para a atividade turística.

O turismo possui um peso econômico relevante na ilha, gerando impactos positivos e negativos significativos

Sal é a ilha com a maior concentração de dormidas, de desembarque de passageiros via transporte aéreo e de empregos gerados pelo setor de hospedagem de Cabo Verde. Dados da Diretoria Nacional de Turismo (2017 e 2018) demonstram que 4 mil pessoas estavam empregadas em meios de hospedagem em 2017; e 50% do total de hóspedes/dormidas (379.086 hóspedes) e 46% do total de desembarques realizados nos aeroportos do país estiveram concentrados na ilha do Sal, em 2018.

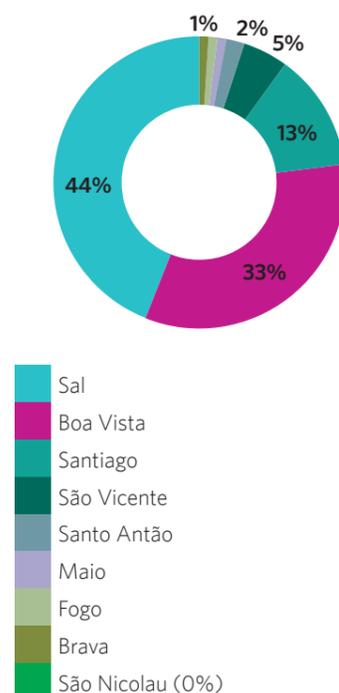
Dados relativos ao PIB da ilha em 2016 (INE, 2019) indicam a relevância do sector turístico: embora não seja possível precisar o total de impacto de todas as áreas produtivas relacionadas ao turismo, somente

Composição do PIB na ilha do Sal, por sector - 2016



Fonte: Instituto Nacional de Estatística, 2016.

Participação da ilha do Sal na composição do PIB do sector de alojamento e restauração de Cabo Verde - 2016



Fonte: Instituto Nacional de Estatística, 2016.

o setor de alojamento e restauração foi responsável por 16% do PIB no período, sendo a 3ª atividade de maior impacto no indicador. Ainda, a ilha do Sal detém 44% de participação no PIB do setor de alojamento e restauração de Cabo Verde.

Crescimento populacional estimado em mais de 100% até 2030, fruto de melhores condições de vida: imigração e pressão sobre serviços básicos

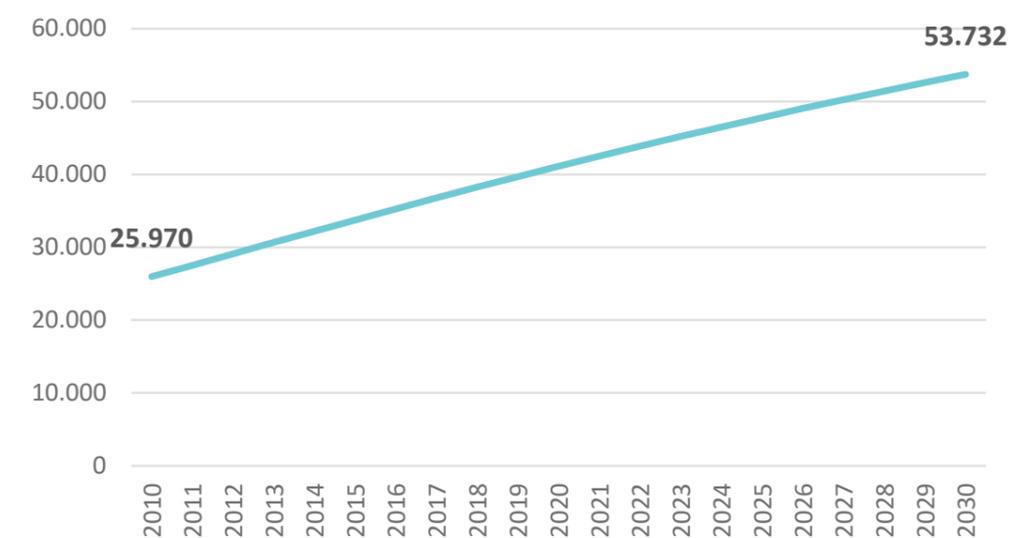
O desenvolvimento estrutural e econômico tem contribuído tanto para a manutenção da população local, quanto para seu crescimento, em função de oportunidades de emprego, renda e melhores condições de vida. O PIB per capita em 2016 foi o maior dentre as nove ilhas habitadas de Cabo Verde, com um total de 689.219 mil escudos, o equivalente a US\$ 6.914. O rápido desenvolvimento do turismo na região de Santa Maria tem garantido oferta de empregos nos hotéis e outras empresas prestadoras de serviços turísticos, bem como em áreas diretamente impactadas pela actividade.

Das nove ilhas habitadas de Cabo Verde, Sal é a quinta com maior número de moradores e tem apresentado crescimento populacional significativo desde 2010. De acordo com o relatório do Instituto Nacional de Estatística (INE), foram registrados 25.970 habitantes em 2010 na ilha do Sal, sendo que as estimativas para 2018 apontaram um total de 38.246 habitantes, o que representa um crescimento de 47,2%. O crescimento médio populacional ao ano na Ilha do Sal gira em torno de 4%, enquanto a média nacional é de 1,2%.

Se comparado com outras ilhas do arquipélago, a população do Sal é a segunda que mais cresceu no período de 2010/2018, sendo que a primeira posição pertence a Boa Vista.

As projeções populacionais do INE para 2030 indicam tendência de aumento da população residente no Sal, com estimativas de atingir 53.732 habitantes em 2030, crescimento de 107% comparado com 2010.

Projeção Demográfica para a Ilha do Sal - 2010/2030



Fonte: INE, Relatório Anual de Estatísticas, 2016



O aquecimento do turismo e outros setores no Sal tem criado uma particularidade na dinâmica social e econômica da ilha, que é o aumento do número de imigrantes provenientes de países africanos como Senegal e Togo. O aumento da imigração é um ponto sensível para o município que necessita desenvolver formas de integra-los, mitigando potenciais conflitos culturais e identitários.

O Plano de Ação de Competitividade do Turismo, elaborado pelo grupo de trabalho da CTVC – Câmara de Turismo de Cabo Verde, reforça a preocupação atual com relação ao

(...) incontrolável fluxo migratório do continente, por um lado, tratando-se de trabalhadores, pressionando os salários em sentido da baixa, por outro, no caso de ambulantes, cuja ocupação principal é o assédio ao turista, fenômeno recrudescente, (...) contribuindo sumariamente para desagregação social e descaracterização do país, tradicionalmente de brandos costumes e de respeitabilidade para com o próximo. (p.21)

O crescimento populacional possui uma pressão em torno da prestação de serviços básicos como abastecimento de água, energia, saúde e educação. Adiciona-se à esta dinâmica, o crescente fluxo turístico, que, em períodos de alta estação tende a criar maior pressão sobre estes mesmos serviços. Ao analisar a evolução do PIB do Sal, verifica-se que o sector de “Electricidade, gás, vapor e ar condicionado; captação, tratamento e distribuição de água” teve um crescimento de 534% em 2016, quando comparado ao ano de 2007.

Na análise da distribuição de população e da capacidade máxima de carga turística realizada no âmbito do Estudo de Avaliação da Dinâmica Social e Ambiental do Sector Turístico de Cabo Verde (Ministério das Finanças, 2018), identificou-se que a Ilha do Sal possui uma alta pressão sobre o território, com uma média de 3 turistas para cada 1 habitante e que há uma densidade populacional, ao somar a população total com a turística, de 200 hab/km².

Disponibilidade de capital humano para o turismo e pressões sobre a cultura local

Há um equilíbrio entre a população masculina e feminina na ilha do Sal. O censo de 2016 registrou um total de 18.784 homens e 16.483 mulheres na ilha. A ilha possui uma população jovem, nomeadamente concentrada na faixa considerada como economicamente ativa. Sal possui a melhor taxa de alfabetização do país. Em 2018, o INE/IMC apontou que 96,8% da população está alfabetizada, sendo que a média da população masculina alfabetizada registrou 98,9% e a feminina 94,3%. Quando se analisa a taxa de alfabetização juvenil (15 a 24 anos), o desempenho apresentado é de 100%.

Na unidade da Escola de Hotelaria e Turismo de Cabo Verde (EHTCV) existente no Sal, há dois cursos oferecidos na programação curricular, Bar e Restaurantes, e Cozinha e Pastelaria, com turmas de até 50 alunos. Além disso, há o curso de guia e condutores que tem ajudado na preparação de mais jovens capacitados para atuarem nas atividades e serviços turísticos.

Esse é um indicador que precisa ser considerado haja vista que essas pessoas constituem base importante para o mercado de trabalho local e na população local economicamente ativa, incluindo o turismo, e também para o processo de construção e/ou fortalecimento da identidade cultural e de valorização dos modos de vida, costumes e tradições de Cabo Verde.

Por outro lado, o perfil dos empreendimentos turísticos instalados, a crescente imigração e aumento

populacional tendem a criar uma pressão sobre o modo de vida local, afetando, portanto, as características culturais locais. Certamente que a cultura é dinâmica e que melhorias de qualidade de vida são notadas com o desenvolvimento do econômico do turismo. No entanto, é salutar um olhar para o fortalecimento da identidade, da história e das raízes que constituem o território, uma vez que constituem a base de convívio, de práticas e de relações sociais entre povos e formam a singularidade de espaços turísticos.

ALTO GRAU DE VULNERABILIDADE AMBIENTAL

Na esfera ambiental, vale destacar que a Ilha do Sal expõe vulnerabilidades com grau de preocupação alto, que parecem se potencializar à medida que não há a fiscalização e monitoramento efetivo nas áreas. A oferta de atrativos possui base nos recursos e atributos naturais, além de serem importantes ativos para a subsistência e qualidade de vida local, sendo, portanto, estratégico que a Ilha do Sal busque se posicionar como destino que tem base na sustentabilidade. Os principais pontos de atenção envolvem:

- A proliferação do lixo e falta de uma política ambiental de gestão de resíduos, caracterizando um descuido à proteção dos atrativos e recursos naturais;
- O desordenamento urbano nas proximidades da orla da praia em Santa Maria (presença de quiosques e segundas residências);
- Ocupação irresponsável em muitos espaços naturais, sejam públicos e privados.

A questão torna-se pauta ainda mais relevante quando se considera as Áreas Protegidas – dentre as quais estão Costa Fragata, Serra Negra e da Marinha/Murdeira – em que tem-se como premissa justamente o desenvolvimento sustentável de actividades turísticas, que possam vir a contribuir para sua conservação, por exemplo.



2.2.2. STAKEHOLDERS E GOVERNANÇA

No contexto do Sal, foram identificadas entidades técnicas, organizações não governamentais, cooperativas e instância de governança com atuação importante no desenvolvimento do turismo.

CÂMARA DE TURISMO DE CABO VERDE (CTCV)

Entidade organizada da sociedade civil, formada por empresários e agentes do setor turístico, a Câmara de Turismo de Cabo Verde é a instância responsável por defender os interesses do setor turístico no país. Com sede em Santa Maria, Ilha do Sal, a entidade assume papel atuante e de relevância dentro da sua missão no contexto do Turismo nacional e internacional, que envolve, conforme destacado no seu site institucional:

- O aprofundamento das relações com os agentes econômicos do setor;
- O desenvolvimento das relações institucionais;
- O apoio para promoção do turismo de Cabo Verde;
- A cooperação na interlocução com instituições, nacionais e internacionais;
- O desenvolvimento de uma visão estratégica com propostas no âmbito do desenvolvimento da economia e do turismo, da solução do problema do financiamento da economia, e da ultrapassagem dos constrangimentos atuais do setor do turismo residencial;
- A defesa dos interesses dos associados, procurando harmonizar soluções convergentes, no âmbito do conceito e da ideia de desenvolvimento social.

Observa-se que a Câmara de Turismo tem desempenhado papel atuante para dinamizar negócios e atividades diretamente ligadas com o desenvolvimento do setor turístico em Cabo Verde e, especificamente, na ilha do Sal.

Um exemplo é que recentemente (abril/2019) foi firmado um acordo empresarial entre a Câmara de Turismo de Cabo Verde e o núcleo PALOP de Confederação Empresarial para a reabertura dos vôos da TAAG (Linhas Aéreas de Angola) para



Logo da CTCV | Fonte: facebook.com/www.ctcv.cv/



Evento realizado com o apoio da CTCV no Sal | Fonte: facebook.com/BIC.CaboVerde/photos/pcb.2380256151996340/2380252168663405/?type=3&theatersanta-maria/aparthotel-ponta-preta/



Logo da EHTCV. Fonte: www.santiagomagazine.cv

Cabo Verde e parceria no âmbito da geração de empregos, negócios e trabalhos operacionais. O acordo visa, numa primeira fase, privilegiar a formação/qualificação a partir da construção de escolas de turismo nos Estados Unidos, visando a formação técnica e profissional de jovens angolanos e caboverdianos. Numa fase seguinte, o foco será a divulgação do turismo e serviços dos dois países.

ESCOLA DE HOTELARIA E TURISMO DE CABO VERDE (EHTCV)

Com unidades em outras ilhas de Cabo Verde, na ilha do Sal há dois cursos: Bar e Restaurante; e Cozinha e Pastelaria. A formação dos alunos inclui uma base teórica e prática, com atividades que simulam o ambiente real de atuação profissional, e trabalham atitudes e comportamentos dos jovens, o que reflete positivamente no futuro com relação às questões de empregabilidade e inclusão social.

Durante entrevista com a gerente da unidade, foi informado que a capacidade de absorção dos alunos nos restaurantes, hotéis e bares de Santa Maria é de 80%, nível considerado extremamente positivo.

PROJETO BIODIVERSIDADE

É uma associação não lucrativa de Cabo Verde responsável por desenvolver programas e projetos ambientais que visam a preservação e restauração de habitat naturais da ilha do Sal, para o aumento de oportunidades relacionadas com a exploração sustentável de recursos naturais e para o aumento do conhecimento científico acerca dos recursos naturais da ilha.

Como visão, assume o compromisso de criar um modelo de conservação baseado numa gestão sustentável que proteja os recursos únicos de Cabo Verde e os seus ecossistemas e que abra caminho para a criação de uma comunidade mais vibrante, com consciência ambiental e economicamente forte.

Atualmente, o principal programa desenvolvido pela entidade é o Programa de Conservação



Curso da EHTCV | Fonte: facebook.com/EHTCV/photos/rpp.111741495568469/2483848605024401/?type=3&theater



Curso da EHTCV | Fonte: facebook.com/EHTCV/photos/pcb.2474177852658143/2474176682658260/?type=3&theater



Atividade do Projeto Biodiversidade | Fonte: Acervo próprio, 2019



de Tartarugas. Uma vez que as tartarugas marinhas são um dos mais emblemáticos e ameaçados grupos de espécies em Cabo Verde, o foco do projeto é a sua proteção, encorajando o envolvimento da comunidade local e desenvolvendo a economia local de uma forma ambientalmente sustentável.

Para viabilizar projetos futuros, a entidade busca atualmente parcerias de fundos internacionais e empresas cabo verdianas para implementar novos projetos em áreas como: conservação de ecossistemas marinhos, costeiros e terrestres, recursos naturais e espécies autóctones.



Projeto Biodiversidade | Fonte: projectbiodiversity.org/camp-tour?lightbox=dataItem-j2bxejus4

COOPERATIVA DE DESENVOLVIMENTO DE CABO VERDE (CODE-CV)

Organização com natureza jurídica dedicada a realizar e apoiar projetos sociais, educacionais e culturais com foco em contribuir ativamente para o desenvolvimento sustentável das ilhas de Cabo Verde, recuperando tradições, história e artesanato, bem como capacitando as pessoas a desempenharem melhor o seu trabalho e, consequentemente, a terem melhores padrões de vida.

Os recursos que permitem à viabilização dos projetos têm origem na doação de fundos internacionais europeus, parcerias com empresas privadas de Cabo Verde, bem como financiamento de programas do governo federal, por exemplo, o Bolsa de Acesso à Cultura.

Durante entrevista com a gestora Hélia Bernardo, que subsidiou a estruturação do diagnóstico, foram mencionados quatro projetos desenvolvidos hoje pela entidade:

Dança e cultura

Direcionado para jovens carentes que visa fomentar a prática de ritmos tradicionais africanos, ajudando a resgatar elementos de cultura material e imaterial de Cabo Verde.

Conheça Cabo Verde (<https://www.knowcapeverde.com/>)

Plataforma que visa promover o turismo das



Projeto Precious Plastic | Fonte: facebook.com/codecvorg/photos/a.1823005807978394/2354978018114501/?type=3&theater



Projeto Noz Ritmu | Fonte: facebook.com/codecvorg/photos/pcb.2235958650016439/2235957580016546/?type=3&theater

ilhas de Cabo Verde, seus atrativos, produtos e diferenciais do turismo. A ferramenta tem sido importante também para ajudar a fortalecer um posicionamento do turismo sustentável no país, haja vista seu patrimônio natural.

Programa Empreendedorismo da Mulher

Fomenta o empreendedorismo para mulheres, ensinando-as a abrirem e gerirem o seu próprio negócio.

Reciclagem para crianças

Objetiva inserir alunos das escolas públicas em atividades que fomentam a criatividade, a disciplina, a consciência ambiental.



Projeto Reciclart | Fonte: facebook.com/codecvorg/photos/a.1823005807978394/2308167426128894/?type=3&theater

ASSOCIAÇÃO DOS ARTESÃOS DA ILHA DO SAL

Durante a reunião geral com os stakeholders, realizada no Hotel Hilton em Santa Maria, estiveram presentes representantes da categoria artesãos. Foi lembrado que há instituída a Associação de Artesãos da Ilha do Sal, com sede na capital Espargos, contudo, que a instância precisa ser organizada, fortalecida e estruturada.

Esse ponto foi reforçado como um das prioridades para o desenvolvimento turístico do Sal, especialmente, tendo em vista problemas enfrentados hoje na ilha:

- Falta de representatividade dos artesãos;
- Cultura e identidade de Cabo Verde não são devidamente representadas nos produtos e experiências comercializados no Sal;
- Falta de pertencimento da classe aos projetos de turismo que objetivam o desenvolvimento econômico e social da ilha do Sal.



Atividade da CODE | Fonte: facebook.com/codecvorg/photos/pcb.2338307083114928/2338305819781721/?type=3&theater



2.2.3. ANÁLISE DA DINÂMICA DO TURISMO

Considerada a ilha mais turística de Cabo Verde, Sal é destino indutor do turismo no arquipélago e se desponta por abrigar um conjunto de elementos e características que motivam o deslocamento de turistas estrangeiros e moradores de outras ilhas do país.

Seu território dispõe de uma grande quantidade de recursos naturais, alguns deles já consolidados como atrativos turísticos, com destaque para uma faixa litorânea curta, mas com belíssimas praias e potenciais para a prática de esportes náuticos, desde mergulho, surf, kitesurf, trilhas de aventura, dentre outras modalidades, além da vista panorâmica que favorece a contemplação e atividades de observação. Montanhas, dunas e salinas ainda compõem a rica diversidade de elementos naturais do Sal.

Todo esse conjunto de elementos é amparado por uma oferta de equipamentos de hospedagem estruturada e diversificada que se concentra na principal zona turística, praia de Santa Maria, e conta com opções de resorts all inclusive e hotéis de luxo, hotéis mais econômicos, pousadas e apartamentos em segundas residências. A estrutura de alimentação, com restaurantes, bares e confeitarias, pode ser encontrada em Santa Maria e na capital da ilha, Espargos.

Isso tem atraído um fluxo que cresce, ano a ano, e se diversifica. Bastante internacionalizada no público, Sal é ponto de chegada de voos que decolam da Europa, sendo porta de entrada de muitos turistas europeus. Os indicadores do turismo reforçam crescimento contínuo do fluxo turístico nos últimos anos.

Um dos diferenciais do turismo no Sal é que a ilha possui uma dinâmica econômica e social pujante, dispondo de serviços gerais importantes para o turismo e no contexto das demais ilhas. O aeroporto tem papel importante para impulsionar o turismo internacional e distribuição do fluxo turístico para o território regional. A construção da unidade básica de saúde (hospital) em Santa Maria também passa a ser ponto importante da infraestrutura de apoio ao turismo.

Figura. Principais atributos e aspectos do turismo local

Praia de Santa Maria – principal zona turística da ilha, nomeada pelo TripAdvisor como uma das 25 praias mais bonitas do mundo

Boa oferta de hospedagem na praia de Santa Maria, com opções requintadas de resorts all inclusive, bem como pousadas, apartamentos e hotéis de categorias mais econômicas

Bom número de bares e restaurantes na principal zona turística (Santa Maria), e também na capital Espargos

Conjunto relevante de recursos e atrativos naturais, composto por belas praias, natureza, montanha

Presença de eventos culturais geradores de fluxos regionais/interilhas, e eventos esportivos de cunho internacional (1ª etapa do circuito mundial de kitesurf)

Posição estratégica da ilha – poucas horas de voo da Europa e América do Sul – potencial aumento de fluxo turístico após acordo de fusão comercial entre as companhias aéreas Cabo Verde Airlines e a Iceland Air

Aeroporto do Sal é novo e estruturado, com área de embarque que se destaca pela beleza e boa manutenção, embora com poucos serviços e opções de alimentação e compras

Entidades organizadas do terceiro setor e instituições técnicas presentes na ilha do Sal, desenvolvendo projetos de relevância socioambiental, com potencial de tornarem-se parceiras para projetos de turismo de experiência

Atrativos e produtos turísticos já consolidados e bastante procurados, especialmente o “Volta a Ilha”

Passeios existentes em segmentos de turismo que vão além do sol e praia, envolvendo também experiências como contemplação e observação de tartarugas, tubarões e aves; esportes náuticos como kitesurf, mergulho, snorkeling, pesca, surf, windsurf e flyboard

Sal é reduto de reservas naturais com grande relevância ambiental, como a Costa da Fragata, Serra Negra e a área da Marinha



2.2.3.1. RECURSOS, EXPERIÊNCIAS E ATRATIVOS TURÍSTICOS

A oferta diferencial é formada por atrativos, recursos e produtos. Na Ilha do Sal, esta oferta é diversa e está baseada principalmente em suas características naturais, complementadas por aspectos culturais e históricos. Com base na oferta turística, foram definidos os principais segmentos da ilha, conforme o quadro síntese a seguir.

Segmentos e linhas de produtos turísticos baseados na oferta da Ilha do Sal

Segmentos	Características	Recursos e Atrativos turísticos relacionados	Atividades/Experiências realizadas
Sol e Praia	Atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor.	Praia de Santa Maria; Salinas Pedra do Lume; Salinas de Santa Maria; Kite Beach; Buracona; Regona.	Banho de mar; Banho de sal; Banho de lama; Contemplação/descanso; Snorkeling; Recreação: surfe, kitesurfe, windsurfe, jogos na areia; Vivência da Gastronomia; Massagem/spa; Compra de artesanato/souvenir; Festival Internacional de Santa Maria (Cultura).
Esportes	Atividades turísticas decorrentes da prática, envolvimento ou observação de modalidades esportivas, com fins competitivos	Praia de Santa Maria; Kite Beach.	Surfe; Kitesurfe; Windsurfe; Pesca; Aulas de kitesurfe; Jogos Africanos de Praia (Esportes); Etapa do circuito mundial de kitesurf (Esportes).
Náutico	Utilização de embarcações náuticas com a finalidade da movimentação turística	Praia de Santa Maria; Kite Beach; Baía da Parda/Shark bay;	Passeio volta à ilha; Pequenos passeios embarcados.
Histórico-Cultural	Compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural, material e imaterial	Centro de Santa Maria; Palmeira; Museu do Sal; Baía da Murdeira; Mercado Municipal.	Circuitos histórico-culturais; Visitas à museus/centros culturais e históricos; Vivência da Gastronomia; Compra de artesanato/Souvenir; Festival Internacional de Santa Maria (Cultura).

Ecoturismo	Utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista por meio da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações	Baía da Parda/Shark bay; Palmeira; Buracona; Regona; Baía da Murdeira; Monte Leão; Viveiro Botanical Garden; Costa da Fragata.	Mergulho; Visita à espaços interpretativos; Observação de tubarões; Observação da desova de tartarugas e educação ambiental sobre esta espécie; Compra de artesanato/souvenir; Caminhadas por trilhos; Contemplação de paisagens típicas da ilha; Festival Internacional de Santa Maria (Cultura).
------------	--	--	--

Verifica-se que diversos elementos compõe estes segmentos. Há aqueles que já possuem estrutura e visitação – atrativos turísticos, bem como aqueles que possuem potencial, mas ainda não estão adequados para receber o turista – recursos turísticos. Além disso, há atrativos organizados com o suporte de equipamentos, serviços e muitas vezes conectados pelo território que são os produtos turísticos. A análise apresentada considera estas diferenças, uma vez que elas impactam diretamente na proposição de melhorias estruturais e de serviços de modo priorizado no Master Plan, de modo a atender necessidades da procura atual e potencial, bem como garantir a sustentabilidade destes elementos.

Conceitos de atrativos, recursos e produtos utilizados na análise

Itens	Conceitos
Atrativos	É o recurso natural ou cultural que possui estrutura e serviços de apoio à visitação, seja de cunho privado ou público; possui fluxo turístico, atendendo especificações, portanto, necessárias para a comercialização e recepção de turistas
Recursos	É qualquer manifestação da natureza ou da cultura que tenha capacidade de atrair turistas e possa servir de “matéria-prima” para a formatação de um atrativo turístico.
Produtos	O conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais áreas / municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço. Difere do conceito de atrativo, justamente por envolver a questão territorial/distribuição no espaço das experiências, bem como o conjunto de serviços agregados, que muitas vezes envolvem transfers, alimentação, vivências, em um determinado espaço de tempo.

Fonte: Elaboração própria, 2019.



Além da caracterização destes elementos e sua análise, também foi realizada a priorização e hierarquização de atrativos turísticos, com base na matriz desenvolvida pela Organização Mundial do Turismo e Cicatur, de modo a apoiar processos de tomada de decisão sobre quais elementos estão mais aptos para comercialização, quais são atrativos âncoras/estrelas, quais são aqueles que precisam de melhorias de estruturas e serviços, considerando curto, médio e longo prazo e quais são as iniciativas necessárias para garantir sua sustentabilidade/conservação.

A matriz foca em um olhar de situação atual destes elementos. De modo projetivo e com foco em produtos, após o capítulo de análise de mercado turístico, os segmentos e linhas de produto são resgatados, de modo a avaliar sua à procura potencial.

A seguir, apresenta-se a análise da oferta diferencial, dividida por elementos materiais (espaços, paisagens, equipamentos) e elementos imateriais (vivências, eventos), indicando as atividades/experiências realizadas. Posteriormente, é apresentada matriz de hierarquização e priorização dos elementos.

2.2.3.1.1. ELEMENTOS MATERIAIS

BAÍA DA MURDEIRA

Tipologia	Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Passeio pela vila
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Vila situada na Baía da Murdeira, calma e charmosa, com belíssima vista panorâmica para o mar.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Volta à Ilha
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	<p>Presença: Estrutura de lanchonete / cafeteria serve alimentação rápida (lanches, café, bolo, pudim); Hotel.</p> <p>Ausência: Espaços/sinalização interpretativa.</p>
Atividades potenciais a serem realizadas	Trilha de bicicleta seguida por banho de mar; Venda de artesanato.



BAÍA DA PARDA (SHARK BAY)

Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Observação de tubarões
Há atrativos similares na ilha?	Praias, sim. Atividade de observação de tubarões, não.
Breve descrição do atrativo	Baía habitada por tubarões da espécie limão, de até 2 metros de comprimento e que não trazem perigo de ataque. O local é bastante visitado por turistas que vão apreciar de perto essa espécie em seu habitat natural, conhecer sobre sua história, curiosidades etc.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Volta a Ilha
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	<p>Presença: Há serviços de guias que levam os turistas para a área de observação</p> <p>Há estrutura de barracas em estado precário que alugam serviços como: Sapatos de borracha; Banheiro químico. Comercializam água, bebidas.</p> <p>Ausência: Sinalização indicativa e interpretativa; Lixeiras; Nota-se paisagem no entorno degradada e com grande presença de lixo.</p>
Atividades potenciais a serem realizadas	Atividades lúdicas e educativas com crianças e famílias, em torno de um centro interpretativo sobre a espécie; Venda de artesanato ligada ao ecossistema/espécie.





BAÍA DO ALGODOEIRO

Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Banho de mar, bares e restaurantes, observação de tartaruga, passeio de buggy
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Praia, faixa litorânea de aproximadamente 4km de areias brancas, mar azul com águas claras e calmas, propícia para banho e mergulho.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença Bar e restaurante
Atividades potenciais a serem realizadas	Snorkling, caiaque, stand up paddle



BURACONA

Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Alimentação, venda de artesanato, banho nas piscinas naturais, percurso interpretativo, museu.
Há atrativos similares na ilha?	Com as mesmas características gerais, sim. Com a mesma estrutura, não.
Breve descrição do atrativo	Pequena baía no noroeste da ilha, que possui como principal atração a piscina natural, onde os turistas podem pular e banhar-se. Conta também com o chamado olho d'água, buraco que fica azul em determinada hora do dia, devido ao raio do sol.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Volta a Ilha
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença Restaurante; Pannel artístico demonstrando o arquipélago de Cabo Verde no piso, utilizando pedras; Aquário; Loja de souvenir; Circuito interpretativo; Expografia. Ausência: Sinalização indicativa/interpretativa; Quantidade suficiente de lixeiras; Banheiro, vestiário, duchas; Sinalização interpretativa.
Atividades potenciais a serem realizadas	Já há uma diversidade de atividades ofertadas em Buracona. Deve-se buscar a qualificação destas.



CENTRO URBANO DE SANTA MARIA

Tipologia	Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Alimentação; Passeios de bicicleta; Compras nas lojas.
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Destaca-se a rua principal – rua Pedonal, que possui características únicas e de charme, com alguns prédios com arquitetura singular, restaurantes, bares, sorveterias, artesanato. Bastante frequentada pelos turistas principalmente nos fins de tarde e noite, quando todos normalmente já retornaram dos passeios na ilha.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim, o tour “Santa Maria e Espargos à Noite” da Hello Cabo Verde, “Guided Cycling” e “Bike and Hike” da Explore CV, entre outros.
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença Bar e restaurante que serve alimentação Sorveterias Barracas de venda de artesanato Museu do Sal Ausência: Sinalização indicativa/interpretativa Quantidade suficiente de lixeiras
Atividades potenciais a serem realizadas	Sarau e contos sobre a história da Ilha, sua colonização, curiosidades; Mercado dos artesãos: estrutura física para comercialização dos artesanatos, souvenirs, produtos locais; Eventos gastronômicos e culturais de rua.





COSTA DA FRAGATA

Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Observação de estrelas Observação de aves Observação de tartarugas Aulas de kitesurfe
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Espaço natural protegido, a Reserva Natural da Costa da Fragata consiste num corredor de areia extenso que margeia a costa litorânea da ilha, com vista panorâmica privilegiada para o mar. Se situa praticamente no meio de uma extensa área deserta.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Volta à Ilha
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência: Equipamentos físicos Serviços de alimentação Duchas/banheiros Estrada pavimentada/acessibilidade Sinalização
Atividades potenciais a serem realizadas	Caminhadas e exploração da montanha Expedições de bicicleta Esportes náuticos



MERCADO MUNICIPAL

Tipologia	Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Visita ao mercado, venda de frutas e verduras, venda de artesanato
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Mercado Municipal de Santa Maria, que conta com a venda de frutas e verduras, venda de artesanato, a EHTCV, sede do Projeto Biodiversidade, entre outras instituições e unidades comerciais.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	A estrutura encontra-se em bom estado de conservação
Atividades potenciais a serem realizadas	Atividades culturais, venda de artesanato com maior diversidade



MIRAGEM

Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação da miragem
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Parada para observação da miragem
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim, volta a ilha
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Bar Ateliê Miragem Ausência: Sinalização direcional e sinalização interpretativa
Atividades potenciais a serem realizadas	-





MIRANTE DE ESPARGOS

Tipologia	Cultural/Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação da paisagem, venda de artesanato
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Mirante.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim



Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência:	Sinalização direcional e interpretativa Infraestrutura de apoio à visitação
Atividades potenciais a serem realizadas	-	

MONTE GRANDE

Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Trekking
Há atrativos similares na ilha?	Sim, mas o Monte Grande é o ponto mais alto da ilha
Breve descrição do atrativo	Monte de origem vulcânica, ponto mais alto da ilha do Sal.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim, o tour "Trekking e montanhas" da Annes Insel



Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência:	Sinalização direcional e interpretativa Infraestrutura de apoio à visitação
Atividades potenciais a serem realizadas	Asa Delta	

MONTE LEÃO

Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Formação rochosa que assemelha a face de um leão, quando vista de perfil. Se situa praticamente no meio de uma extensa área que mais parece um deserto
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim - alguns passeios não tão procurados passam pelo Monte Leão, muitas vezes para observar o pôr-do-sol



Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência:	Estrada pavimentada/acessibilidade Sinalização direcional e interpretativa Infraestrutura de apoio à visitação ou serviços no local ou entorno
Atividades potenciais a serem realizadas		Expedições e caminhadas de natureza Trilhos de bicicleta seguida por banho de mar

MUSEU DO SAL

Tipologia	Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Visita ao acervo
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Situado no edifício do Centro Cultural de Santa Maria, de interesse histórico que antecede o século XX, o museu preserva bens culturais de valor histórico e nele funcionou prédio do correio, da antiga alfândega etc. O espaço foi criado para ajudar na valorização e promoção da memória histórica e cultural da ilha do Sal.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim, o Historical Sal Tour da operadora Explore Cape Verde



Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presenças	Bar / lanchonete; Banheiros; Sinalização.
Atividades potenciais a serem realizadas		Laboratórios criativos e rodas de conversa sobre história do local, da ilha, curiosidades etc., atividades culturais no quintal do museu.



PONTA DA FRAGATA

Tipologia Natural

Atividades/Experiências que são realizadas atualmente Observação da desova da tartaruga; Prática do surfe, kitesurfe, windsurfe.

Há atrativos similares na ilha? Não

Breve descrição do atrativo Área na Reserva Natural da Costa Fragata que conta com a Escola de Kite Mitu & Djo e a atuação do Projeto Biodiversidade para a conservação de tartarugas.

O atrativo compõe algum roteiro comercializado? Volta à Ilha, tours para observação de tartarugas

Presença Estrutura física de madeira que serve como base de escola de kitesurfe e base do Projeto Biodiversidade; Expografia do projeto Biodiversidade sobre o ciclo da desova das tartarugas.

Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias

Ausência: Estrutura de alimentação; Banheiros, vestiários e duchas; Sinalização interpretativa; Número de lixeiras suficiente.

Atividades potenciais a serem realizadas Serviços de alimentação; Centro de conservação do Projeto Biodiversidade; Venda de artesanato e produtos ligados ao Projeto Biodiversidade, como forma de angariar recursos para a manutenção do projeto.



PALMEIRA

Tipologia Natural e Histórico-Cultural

Atividades/Experiências que são realizadas atualmente Passeio na vila e no porto; Almoço em restaurante especializado em peixe; Banho na praia.

Há atrativos similares na ilha? Não

Breve descrição do atrativo Município com menos de 2 mil habitantes, sendo uma vila de pescadores. Possui o único porto ativo na ilha desde 1960, com rotas marítimas que conectam o Sal com outras ilhas.

O atrativo compõe algum roteiro comercializado? Volta à Ilha

Presença Restaurantes e bar/lanchonete; Venda de artesanatos; Cais do porto, repleta de embarcações de pesca locais; Duas igrejas históricas (São José e Nazareno); Biblioteca municipal;

Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias

Ausência: Sinalização indicativa/interpretativa; Quantidade suficiente de lixeiras.

Atividades potenciais a serem realizadas Contato com a história local e vivências, como um centro/percurso interpretativo que conte a história/relevância da área.





PRAIA DE SANTA MARIA



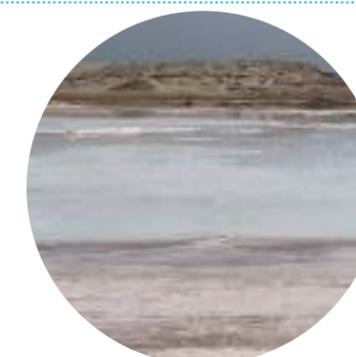
Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Banho de mar, caiaque, stand up paddle, Mergulho superficial de contemplação; Descanso.
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Principal praia da ilha, faixa litorânea de aproximadamente 3km de areias brancas, mar azul com águas claras e calmas, propícia para banho e mergulho superficial, com formações rochosas subaquáticas. Nomeada pela TripAdvisor como uma das 25 praias mais bonitas do mundo.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Volta a Ilha: normalmente todos os passeios saem da praia de Santa Maria
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Cadeiras de banho fornecidas pelos próprios hotéis situados na orla da praia Restaurantes e bares Cais com mercado do peixe Píer Quadra de vôlei
	Ausência: Duchas e banheiros Lixeiras em quantidade suficiente Sinalização indicativa e interpretativa adequada
Atividades potenciais a serem realizadas	Atividades na areia, esportes de praia

REGONA



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Banho, mergulho e contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Área protegida, da categoria "Paisagem Protegida" que inclui desde o Norte de Palmeira até Ponta Preta. A declaração desta Paisagem Protegida fundamenta-se na protecção de um sector do litoral insular muito representativo desde o ponto de vista geológico e paisagístico, pela presença de formas vulcânicas singulares. Possui grutas vulcânicas procuradas para mergulho e piscinas para banho.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência: Estrutura de equipamentos físicos Serviços de alimentação Duchas/banheiros Estrada pavimentada/acessibilidade Sinalização direcional e interpretativa
Atividades potenciais a serem realizadas	Snorkeling, incluindo locação de equipamentos

SALINAS DE SANTA MARIA



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Localizada em área privada, a Salinas é conhecida pela preservação de valor histórico e cultural, embora não disponha de estrutura, nem de experiências marcantes. Se situa praticamente no meio de uma extensa área deserta.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Volta a ilha, "Guided Cycling"
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência: Estrutura de equipamentos físicos Serviços de alimentação ou Spa ou Experiências voltadas à saúde/bem-estar Duchas/banheiros Estrada pavimentada/acessibilidade Sinalização direcional e interpretativa
Atividades potenciais a serem realizadas	Caminhadas e expedições



SALINAS PEDRA LUME



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Banho na piscina de sal; Massagens e spa; Alimentação .
Há atrativos similares na ilha?	Sim, com as mesmas características, contudo, não com a mesma estrutura e o mesmo potencial de atratividade
Breve descrição do atrativo	Considerada a mais bela salina de Cabo Verde, o local é Patrimônio Cultural Nacional e se localiza dentro de um vulcão extinto. Os turistas visitam o local para se banharem nas piscinas com elevado nível de salinidade, que permite flutuar na água.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Volta a Ilha, Historical Sal Tour
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	<p>Presença</p> <ul style="list-style-type: none"> Bar e restaurante; Spa com serviços de massagens terapêuticas; Banheiros; Loja. <p>Ausência:</p> <ul style="list-style-type: none"> Vestiários e duchas; Sinalização informativa e interpretativa; Lixeiras.
Atividades potenciais a serem realizadas	Visitas guiadas com conteúdo histórico, observação de expografia, venda de artesanato.

SERRA NEGRA



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Pico mais elevado da costa litorânea sul da ilha do Sal, com origem vulcânica e que percorre praias maravilhosas. Se situa praticamente no meio de uma extensa área deserta.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim - alguns passeios não tão procurados passam pela serra, para contemplar a imagem do mar, no caminho para a capital Espargos
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	<p>Estrutura de equipamentos ou serviços no local ou entorno</p> <p>Ausência:</p> <ul style="list-style-type: none"> Estrada pavimentada/acessibilidade Sinalização direcional e interpretativa
Atividades potenciais a serem realizadas	Caminhadas e exploração da montanha Expedições de bicicleta Esportes náuticos

VIVEIRO BOTANICAL GARDEN



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação; Visita guiada para vivenciar e conhecer as espécies e curiosidades, aula de yoga.
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Espaço que funciona como zoológico independente e jardim botânico, com exposição e venda de plantas e árvores locais.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Jardim Botânico e Zoológico na Ilha do Sal.
Atividades potenciais a serem realizadas	Atividades para crianças, eventos privados, aulas como yoga.



2.2.3.1.2. ELEMENTOS IMATERIAIS

A Ilha do Sal abriga eventos de caráter cultural, esportivo e religioso, geradores de fluxos turísticos em níveis e características diferentes, conforme descrito abaixo.

Enquanto eventos esportivos como a etapa do circuito mundial de kitesurf, os jogos africanos de praia, os dois mundiais de futebol de areia realizados em 2016 e 2017, bem como o festival cultural de Santa Maria, atraem turistas de várias partes do mundo, as festividades culturais e as romarias religiosas exercem enorme importância num contexto regional, impulsionando o fluxo de pessoas interilhas.

O principal evento cultural é o Festival da Praia de Santa Maria que em 2019 chegou à sua 29ª edição. As festas religiosas estão organizadas num calendário anual e oferecem atividades que normalmente envolvem a missa, a procissão pelas ruas do povoado, por fim, a festa com jogos de bazar, barracas com diferentes petiscos etc. As principais festividades de romaria são as de Santa Cruz, Santo Antônio, Santa Ana, e Nossa Senhora de Piedade.

Ao se pensar em estratégias de prospecção de novos eventos, dois segmentos de mercado, em especial, podem ser visualizados. Um deles são os eventos de negócios, explorando áreas como saúde, construção civil, tecnologia etc. A maioria dos hotéis e resorts all inclusive de Santa Maria dispõe de estrutura para reuniões e atividades corporativas e já são utilizados para tal objetivo. Eventos gastronômicos como festivais também podem ser propostos visando resgatar e valorizar alimentos da cultura local (e de Cabo Verde). Os principais eventos realizados na Ilha do Sal são:

FESTIVAL INTERNACIONAL DE SANTA MARIA

Tipologia	Cultura
Fluxo	Nacional e Internacional
Período do ano	Setembro



Principal evento cultural da Ilha do Sal, o festival é organizado pela Câmara Municipal e ocorre em recinto fechado, com entrada paga. A programação inclui a apresentação de bandas musicais, espetáculos de dança e música, etc. A edição de 2019 (29ª) reforçou a mudança de consciência e comportamentos em prol da educação ambiental, e adota ações como a instalação de eco pontos para a recolha de plástico para reciclagem na fábrica de azulejos de Santo Antão.

FESTIVAL DE PEDRA LUME

Tipologia	Cultura
Fluxo	Local
Período do ano	Agosto

O festival é um evento realizado anualmente no âmbito das comemorações do Dia de Nossa Senhora de Piedade, padroeira de Pedra Lume. A programação principal do evento inclui dois dias de apresentações musicais de artistas nacionais e internacionais, com entrada paga. Em 2019, o público total foi de 7 mil pessoas.

CARNAVAL

Tipologia	Cultura
-----------	---------

Fluxo	Local
-------	-------

Período do ano	Entre fevereiro e março
----------------	-------------------------

Os desfiles de carnaval do Sal são organizados pela Câmara Municipal e apoiado pelo Ministério da Cultura.

Além do desfile oficial, há também desfile de grupos de animação que desfilam por pontos turísticos como Santa Maria.

GKA KITESURF WORLD TOUR

Tipologia	Esportivo
-----------	-----------

Fluxo	Nacional e Internacional
-------	--------------------------

Período do ano	Entre fevereiro e março
----------------	-------------------------

Por possuir belas praias, algumas delas com ventos na maior parte do ano, a Ilha do Sal passa a ser reduto de praticantes de esportes como kitesurf, windsurf, surf, etc. Desde 2018, a praia de Ponta Preta é sede de etapa do circuito mundial de kitesurf, evento organizado pela Nautic Sports Events, que tem duração de uma semana, e atrai atletas do mundo inteiro e famílias.



JOGOS AFRICANOS DE PRAIA

Tipologia	Esportivo
-----------	-----------

Fluxo	Nacional e Internacional
-------	--------------------------

Período do ano	Junho
----------------	-------

Com sua 1ª edição realizada nesse ano de 2019, o evento realizado na praia de Santa Maria contou com mais de 800 atletas de quase 40 nacionalidades diferentes, despontando-se como o principal evento esportivo de Cabo Verde.



Além destes, destacam-se as diversas romarias e eventos paralelos que ocorrem anualmente e atraem uma parcela de turistas e/ou tem o potencial de se tornarem eventos capazes de atrair mais fluxo ou de atrair fluxos já existentes na ilha:

- São José - 19 de Março
- Santa Cruz - 3 de Maio
- Santo António - 13 de Junho
- São João - 24 de Junho
- São Pedro - 29 de Junho
- Santana - 27 de Junho
- Nossa Senhora da Piedade - 15 de Agosto
- Nossa Senhora das Dores - 15 de Setembro

2.2.3.1.3. CLASSIFICAÇÃO, HIERARQUIZAÇÃO E PRIORIZAÇÃO DOS ATRATIVOS TURÍSTICOS

Tendo como base os elementos materiais e imateriais apresentados anteriormente, este item do diagnóstico tem como objetivo promover uma melhor compreensão da oferta da Ilha de Santo Antão por meio da classificação, hierarquização e priorização dos atrativos turísticos conforme metodologia apresentada a seguir.

CLASSIFICAÇÃO

Os atrativos turísticos podem ser divididos em diferentes classificações, sendo aqui organizados em três tipos: **natural, histórico-cultural e patrimônio imaterial (festividades)**. A identificação e classificação dos recursos turísticos fundamentais (natural; histórico-cultural; e festividades) permite uma visão geral dos atrativos oferecidos na ilha, identificando os tipos que predominam no local.



Fonte: *Natureza Urbana*, 2019, adaptado de Eduardo Kusen, 2002.

A partir dessa definição, os atrativos do Sal foram classificados do seguinte modo:

NATURAL		PATRIMÔNIO IMATERIAL (FESTIVIDADES)	
Baía da Murdeira	Baía da Parda	GKA Kitesurf World Tour	fev-mar
Baía de Algodoeiro	Buracona	Desfile de Carnaval	fev-mar
Costa Fragata	Miragem	Sal Beach Soccer Cup	abr-mai
Mirante de Espargos	Praia de Santa Maria	Festa de São José (Palmeira)	19/03
Monte Grande	Monte Leão	Festa de Santa Cruz (Espargos e Sta Maria)	03/05
Ponta da Fragata	Regona	Festa de Santo Antônio (Espargos)	13/06
Serra Negra	Viveiro Botanic Garden	Festa de São João (Pedra Lume)	24/05
		Festa de São Pedro (Espargos)	29/05
		Festa de Santa Ana (Fontana)	26/06
HISTÓRICO-CULTURAL			
Centro de Santa Maria	Museu do Sal	Festival de Pedra Lume / Festa de Nossa Senhora da Piedade	15/08
Porto e Vila da Palmeira	Salinas de Santa Maria		
Salinas Pedra do Lume	Mercado Municipal	Festival de Música de Santa Maria	15/09

HIERARQUIZAÇÃO

De forma a identificar os diferentes níveis de relevância dos atrativos turístico de Santo Antão foi realizada a avaliação da atratividade destes, essencial para a compreensão do real potencial turístico da ilha e para estruturação dos produtos turísticos a ela relacionados. Para hierarquizar e priorizar os atrativos turísticos foi utilizada a metodologia do CICATUR (Centro Interamericano de Capacitação Turística).

Em primeiro lugar, deve-se avaliar o potencial de atratividade do elemento, conforme as características de peculiaridade e o interesse que pode despertar nos turistas. O quadro a seguir estabelece uma ordem quantitativa para o desenvolvimento desse potencial para o turismo.

Quadro de desenvolvimento do potencial de um atrativo turístico

GRAU DE ATRATIVIDADE	CARACTERÍSTICAS
3 ALTO <div style="text-align: center; border: 1px dashed gray; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div>	Atrativo turístico excepcional e de grande interesse , com significação para o mercado turístico internacional , capaz de, por si só, motivar correntes de visitantes , atuais e potenciais.
2 MÉDIO <div style="text-align: center; border: 1px dashed gray; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div>	Atrativo com aspectos excepcionais , capaz de motivar uma corrente atual ou potencial de visitantes locais ou estrangeiros , em conjunto com outros atrativos próximos a ele.
1 BAIXO <div style="text-align: center; border: 1px dashed gray; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div>	Atrativo com algum aspecto expressivo , que faz parte de um conjunto de atrativos, capaz de interessar visitantes que tenham chegado à área por outras motivações turísticas , ou capaz de motivar fluxos turísticos regionais e locais (atuais e potenciais).
0 COMPLEMENTAR <div style="text-align: center; border: 1px dashed gray; border-radius: 50%; width: 40px; height: 40px; margin: 0 auto;"></div>	Atrativo que é parte do patrimônio turístico do local e de caráter complementar a outros atrativos de maior hierarquia . Pode motivar correntes turísticas locais , em particular a demanda de recreação popular.

Em seguida, são avaliados diferentes aspectos do atrativo, conforme apresentado no quadro abaixo, que auxiliam na definição da hierarquização. Este critério possibilita classificar os atrativos, de acordo com uma escala preestabelecida, fornecendo subsídios para diferenciar as características e os graus de importância de cada um.

- Grau de uso atual: analisa o atual volume de fluxo turístico efetivo. Difere do grau de interesse por representar a situação atual, em vez da potencial. Um alto grau de uso indica que o atrativo apresenta uma utilização turística efetiva.
- Representatividade: fundamenta-se na singularidade ou raridade do atrativo. Quanto mais se assemelhar a outros atrativos, menos interessante ou prioritário.
- Estado de conservação da paisagem circundante: verifica, por observação in loco, o estado de conservação da paisagem que circunda o atrativo.
- Infraestrutura: verifica, in loco, se existe infraestrutura disponível no atrativo e o seu estado.
- Acesso: verifica as vias de acesso existentes e suas condições de uso.



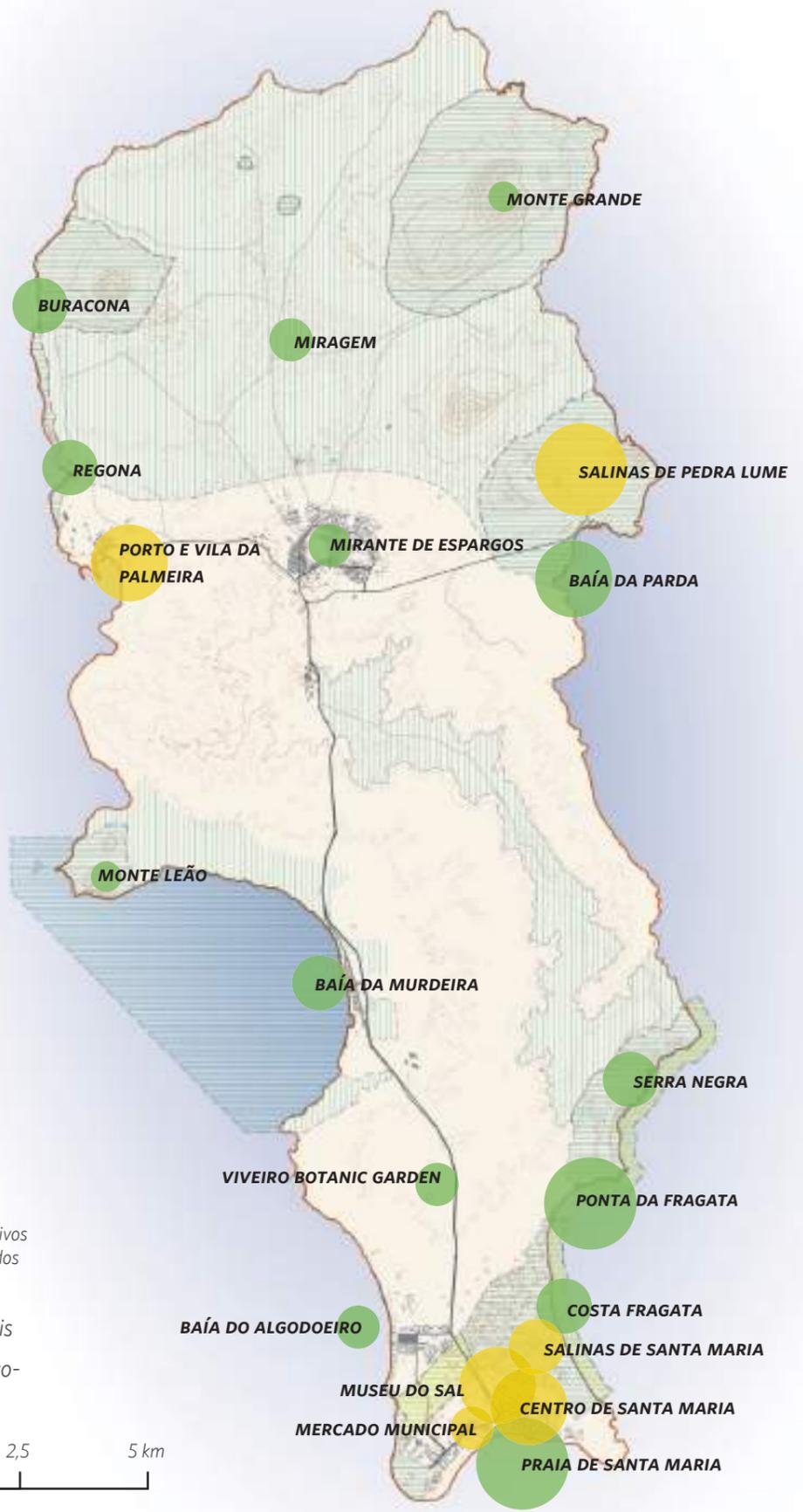
Quadro de critérios para hierarquização de atrativos

CRITÉRIOS	VALORES			
	0	1	2	3
(A) POTENCIAL DE ATRATIVIDADE	Nenhum	Baixo	Médio	Alto
(B) GRAU DE USO ATUAL	Fluxo turístico insignificante	Pequeno fluxo	Média intensidade e fluxo	Grande fluxo
(C) REPRESENTATIVIDADE	Nenhum	Elemento bastante comum	Pequeno grupo de elementos similares	Elemento singular raro
(D) APOIO LOCAL E COMUNITÁRIO	Nenhum	Apoiado por uma pequena parte da comunidade	Apoio razoável	Apoiado por grande parte da comunidade
(E) ESTADO DE CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM CIRCUNDANTE	Estado de conservação péssimo	Estado de conservação regular	Bom estado de conservação	Ótimo estado de conservação
(F) INFRAESTRUTURA	Inexistente	existente, porém em estado precário	Existente, mas necessita de intervenções/melhorias	Existente e em ótimas condições
(G) ACESSO	Inexistente	Em estado precário	Existente, mas necessita de intervenções/melhorias	Em ótimas condições

Por serem mais significativos em comparação com os demais itens avaliados, os itens “potencial de atratividade” e “representatividade” recebem peso 2. Ao final da análise, somam-se os pontos obtidos e define-se o ranking de atrativos. Quanto maior o número de pontos de determinado atrativo, maior sua importância e necessidade de ser incluído nos produtos turísticos da ilha. Quanto menor a pontuação, maior é a necessidade por intervenções no atrativo, devendo ser verificado cada item de maneira independente.

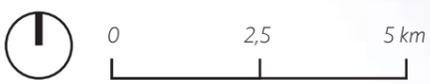
Tabela de avaliação e hierarquização de atrativos turísticos da ilha do Sal

ATRATIVO	POTENCIAL DE ATRATIVIDADE (X2)	GRAU DE USO ATUAL	REPRESENTATIVIDADE (X2)	APOIO LOCAL E COMUNITÁRIO	ESTADO DE CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM DO ENTORNO	INFRAESTRUTURA	ACESSO	TOTAL
PRAIA DE SANTA MARIA	3	3	2	3	2	3	3	24
SALINAS PEDRA DO LUME	3	2	3	1	3	2	3	23
PONTA DA FRAGATA	3	2	2	3	3	2	2	22
BAÍA DA PARDA	3	3	3	2	0	1	2	20
PORTO E VILA DA PALMEIRA	2	2	2	3	1	2	2	18
MUSEU DO SAL	2	1	3	1	1	2	3	18
CENTRO DE SANTA MARIA	2	2	1	3	1	2	3	17
BURACONA	2	2	2	0	2	2	2	16
SERRA NEGRA	3	1	3	0	2	0	1	16
REGONA	3	2	2	1	0	0	2	15
SALINAS DE SANTA MARIA	2	2	2	2	1	0	2	15
COSTA FRAGATA	2	1	2	2	3	0	1	15
BAÍA DA MURDEIRA	1	1	2	1	2	2	2	14
BAÍA DE ALGODOEIRO	2	1	2	1	0	1	2	13
MERCADO MUNICIPAL DE SANTA MARIA	1	1	1	2	1	2	3	13
MIRANTE DE ESPARGOS	1	2	1	2	1	1	2	12
VIVEIRO BOTANIC GARDEN	1	1	1	1	1	2	3	12
MIRAGEM	1	2	2	0	2	0	1	11
MONTE GRANDE	1	0	1	0	1	0	1	6
MONTE LEÃO	1	0	1	0	1	0	1	6



Mapa síntese com os atrativos classificados e hierarquizados

- Atrativos Naturais
- Atrativos histórico-culturais



Conforme anteriormente apontado, o processo de hierarquização e priorização de atrativos tem como objetivo apoiar a tomada de decisão sobre quais elementos estão mais aptos para serem promovidos/comercializados como produtos turísticos; quais são aqueles que possuem necessidade de melhorias estruturas em primeiro lugar; bem como quais são os elementos que possuem maior singularidade no território e podem, portanto, apoiar a composição de uma imagem e de narrativas sobre o destino turístico.

Para fins deste estudo, não foi analisado os atrativos imateriais como eventos, expressões artísticas e culturais como o artesanato, por exemplo. Por representarem apropriações, saberes e fazeres em torno do espaço e de elementos físicos, e serem genuinamente aspectos cotidianos, entende-se que estes importantes aspectos são tratados no âmbito de cada atrativo material similar ou correspondente. Quando tratados como atrativos, pode-se trazer o falso entendimento de que são aspectos “criados” para os turistas, enquanto, em verdade, são expressões que devem ser mantidas genuinamente locais e servirem, eventualmente, para compor vivências entre culturais distintas.

Por exemplo, no caso das praias de kite, está implícito analisar que sua representatividade tem um peso significativo para a prática de eventos esportivos. No caso de centros históricos, está implícita a representatividade da expressão artesanal, do acesso à produção cultural local, entre outros.

Assim, foram analisados 20 elementos. De acordo com a escala de pontuação adotada, tem-se quatro 4 categorias de agrupamento de atrativos:

Categorias de agrupamento de atrativos – priorização

PONTUAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIÇÃO
0 A 7	Recurso turístico	Elemento com potencial de visitação, mas que ainda não possui estrutura e visitação. É necessário investir em estrutura.
8 A 14	Baixa implantação	Atrativo turístico com pequena expressão/singularidade, com a função de complementar, na maioria a vezes, a visitação ou experiências turísticas destinadas à atrativos de maior relevância. O fluxo de turistas é pequeno. Há alguma estrutura de apoio e acesso, com melhorias necessárias.
15 A 21	Média implantação	Atrativo turístico com relativa expressão/singularidade, portanto, possuem significância importante na composição de produtos turísticos e diversificação de experiências. O fluxo de turistas pode variar entre pequeno e alto. Há estrutura de apoio e acesso que necessitam de alguma melhoria.
22 A 27	Alta implantação	Atrativo turístico com expressão importante devido à sua representatividade e capacidade de atrair fluxos. O fluxo varia de médio a alto, devido ao interesse despertado na demanda. Possui boa estrutura e acesso, eventualmente necessitando de melhorias/manutenção.

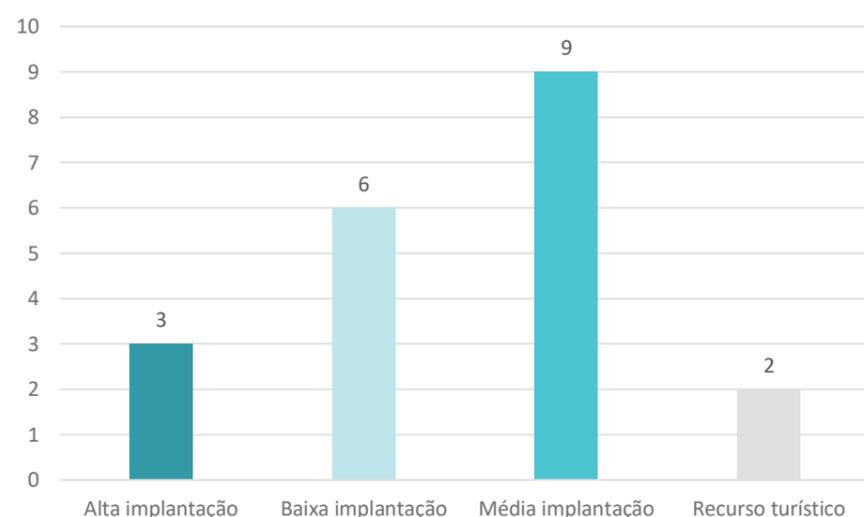
Fonte: Elaboração própria, 2019



A maior parte dos atrativos analisados encontra-se na categoria “Média implantação”, seguido daqueles de baixa implantação. Ou seja, uma boa parcela dos atrativos necessita de intervenções para que possam ofertar melhor qualidade de experiências aos visitantes e complementar a visita nos atrativos de maior singularidade.

Além disso, é importante a diversificação de experiências em destinos que possuem o Sol e Mar como principal segmento baseado na oferta, de modo que se possa manejar o fluxo turístico com o objetivo de ampliar a conservação e proteção dos elementos mais frágeis do ponto de vista ambiental e cultural.

Quantidade de atrativos por categoria de priorização



Fonte: Elaboração própria, 2019

Neste sentido, é importante considerar que atrativos ligados aos aspectos históricos e culturais do Sal e que possuem singularidade encontra-se justamente na categoria de média implantação e, por possuírem, em alguns casos, alto apoio da comunidade, configuram-se em espaços de importante revitalização e valorização identitária, por exemplo.

De modo complementar, com base na análise da demanda a seguir, verifica-se que o mercado atual e potencial busca diversificar experiências, sendo salutar um olhar prioritário para estes elementos, em especial, o Centro de Santa Maria e o Porto e vila da Palmeira.

Além disso, é importante atentar para a preocupação com a sustentabilidade dos atrativos, seja do ponto de vista da demanda ou da oferta. Os consumidores estão cada vez mais atentos para estes aspectos, além de ser primordial que os atrativos sejam devidamente ordenados e qualificados para garantir sua conservação e perpetuidade. Os atrativos naturais já comercializados e com potencial que possuem recursos naturais frágeis, como é o caso das praias com observações de tubarões e tartarugas, por exemplo. É fundamental o ordenamento e trabalhos de educação ambiental nestes casos, de modo a garantir que os fluxos turísticos contribuam efetivamente para a conservação destas áreas e para melhorar a qualidade da experiência do visitante.

2.2.3.1.4. PRODUTOS TURÍSTICOS

Durante as visitas técnicas realizadas na ilha, para reconhecimento do território e dos produtos turísticos existentes, foi possível observar que a maioria dos produtos tem relação direta com os atrativos e recursos naturais da ilha, portanto, o foco da exploração são as praias, salinas, piscinas de água salgada, montanha, bem como na fauna marinha da ilha.

Pode-se notar que há produtos que possibilitam experiências de contemplação e observação de diversos elementos da natureza, bem como aqueles cujas atividades desenvolvidas levam o turista a vivenciar algo mais específico e singular. Os produtos são comercializados, individualmente ou de forma organizada, e vendidos principalmente por receptivos locais. A diversidade dos produtos sinaliza que o turismo no Sal não se resume ao mercado de sol e praia, mas tem potencial para segmentos como ecoturismo, turismo de natureza, turismo de esportes etc.

De qualquer forma, a experiência do turista quase sempre tem base no seu contato com elementos da natureza para a realização de atividades ao ar livre.

Os passeios são sempre acompanhados por guias. No caso dos programas comercializados por operadoras internacionais como Tui e Thomas Cook, é comum notar a presença de guias estrangeiros e um guia local. No caso dos pacotes operados por agências locais e receptivos, a maioria dos guias é de Cabo Verde. Em alguns casos, há relatos que são pessoas de outros países da África, como Senegal.

Quando se avalia o potencial de atratividade desses produtos, e dos pontos que podem ser melhorados, observa-se a necessidade de diversificar e/ou criar novas atividades e experiências nos atrativos visando agregar mais valor ao que já existe, e qualificar a experiência do turista nos locais que visita. Tanto que se percebe, ao longo dos passeios, que os guias exploram pouco tempo em cada atrativo.

Normalmente o passeio se resume a uma parada para fotos e alguma curiosidade do local – com exceção de Salinas da Pedra do Lume e Buracona, onde se pode aproveitar o banho na piscina salgada, e o banho na piscina natural.

A seguir, destacam-se os principais produtos comercializados na ilha.

CITY TOUR VOLTA A ILHA

Passeio pelos principais atrativos da ilha, que pode ser realizado de microônibus, quadriciclos, motos e caminhonetes. O tour normalmente envolve a visita nos seguintes pontos:

- Praia de Santa Maria
- Salinas da Pedra do Lume
- Buracona, para ver Olho Azul e mergulhar na piscina salgada
- Regona para banho na piscina natural
- Espargos, para conhecer o Mirador
- Baía da Murdeira
- Palmeira
- Baía da Parda, para observar os tubarões



O principal produto turístico é o Volta a Ilha, que caracteriza um passeio pelos principais atrativos e locais turísticos, realizado através de caminhonetes, jipes ou motorcycles, operado por guias/condutores. O passeio tem duração de 8 horas, saindo às 09h e retornando às 18h/19h.

Há vários tipos de Volta a Ilha, sendo que as operadoras e agências que executam os pacotes buscam mudar a programação dos locais e atrativos visitados. Entretanto, os locais visitados normalmente são: Praia de Santa Maria, Salinas da Pedra do Lume, Buracona, Baía da Murdeira, Palmeira, Baía da Parda para observar os tubarões, Regona, Mirador em Espargos.

Durante o Volta à Ilha, nota-se em praticamente todos os atrativos e recursos visitados no território da ilha, observa-se a precariedade da infraestrutura de apoio, sendo que as principais vulnerabilidades estão relacionadas com a grande quantidade de lixo, falta de ordenamento e regras de uso dos espaços, ausência de sinalização nas vias de acesso.

O circuito Volta à Ilha se caracteriza por ser um passeio rápido e estático, no qual o turista conhece muitos locais, contudo, permanece pouco tempo no atrativo visitado, constrói pouca relação com o ambiente e não vivencia uma experiência plena.

Há uma percepção clara de que os problemas descritos acima têm relação direta com a perda de competitividade do turismo de Cabo Verde e a queda de cinco posições do país no ranking de turismo mundial, publicado no Fórum Econômico Mundial em setembro de 2019, passando a ocupar a 88ª posição.

Duração	7 a 8 horas - normalmente tem início às 09h com retorno previsto para 16h/17h
Preço	Varia de € 30 a 40, com operadores locais/receptivos. Agências especializadas cobram em média € 60 (p.e. Explore Cape Verde)
Principais agências que comercializam	Explore Cape Verde / Clamtour / Globo tour Viagens e Turismo / Barracuda Tours / Viator
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

OBSERVAÇÃO DE TUBARÕES

Foca na observação de perto de tubarões da espécie limão nadando em seu habitat natural, numa experiência singular. Os guias que acompanham os grupos contam sobre a espécie, reprodução, curiosidades. Passeio na Baía da Parda é indicado para todas as idades, sem restrições. O local não conta com um centro receptivo adequado e as informações repassadas pelos guias poderiam ser mais especializadas.

Local do passeio:	Baía da Parda
Duração	2 horas
Preço	Média de € 30
Principais agências que comercializam	Explore Cape Verde / Barracuda Tours / Viator / agências de receptivo locais
Épocas do ano propícias:	Sem informação disponível

OBSERVAÇÃO DE TARTARUGAS

Passeio para presenciar a desova de tartarugas marinhas, durante os meses de julho a outubro, estação considerada de nidificação das tartarugas. Os guias que acompanham os grupos contam sobre a espécie, reprodução, curiosidades. Não há restrições para idades, sendo indicado para qualquer tipo de público. Bastante realizado por famílias e crianças.

Local do passeio:	Kite Beach
Duração	2 horas
Preço	Média de € 30
Principais agências que comercializam	Globo Tour / Explore Cape Verde
Épocas do ano propícias:	de julho a outubro

SAFARI NO FUNDO DO MAR

Passeio para contemplar a fauna marinha da praia de Santa Maria, os corais, e uma estátua de Jesus Cristo naufragada. São utilizadas motonáuticas Seadoo movidos a partir de baterias recarregáveis.

Local do passeio:	Praia de Santa Maria
Duração	2 horas
Preço	Média de € 50
Principais agências que comercializam	Explore Cape Verde / Atlantic Star Nautical Center
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

CICLISMO GUIADO: TOUR DE BIKE

Passeio guiado de bicicleta percorrendo a costa litorânea de Santa Maria, praias vizinhas como Ponta Preta, com parada de atrativos importantes como a Salinas Pedra do Lume.

Local do passeio:	Santa Maria / Praia de Ponta Preta / Salinas Pedro do Lume
Duração	3 horas
Preço	Média de € 30
Principais agências que comercializam	Explore Cape Verde, Barracuda Tours
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

SAL HISTÓRICA

City tour realizado por locais com valor histórico e simbólico para a formação da ilha do Sal. É acompanhado por guia historiador cabo-verdiano em um microônibus com ar-condicionado. Os pontos visitados são as as minas de sal na Pedra de Lume, o museu em Santa Maria e outros locais de interesse.



Local do passeio:	Museu e mercado de Santa Maria / minas da Pedra do Lume / centro/rua Pedonal.
Duração	3 horas
Preço	€ 30
Principais agências que comercializam	Explore Cape Verde
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

OBSERVAÇÃO DE AVES

Passeio para observação das espécies de aves existentes no território de Cabo Verde e Ilha do Sal. Realizado por guias especializados, o roteiro percorre locais ao redor da ilha. Guias especializados oferecem binóculos durante os passeios.

Local do passeio:	Costa Fragata, mas pode acontecer em outras áreas da ilha
Duração	3 horas
Preço	€ 25
Principais agências que comercializam	Explore Cape Verde
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

OBSERVAÇÃO DAS ESTRELAS

Passeio para contemplação do céu e das estrelas nas áreas montanhosas do Sal. Apropriado para todas as idades.

Local do passeio:	Costa Fragata
Duração	1,5 horas
Preço	€ 25
Principais agências que comercializam	Explore Cape Verde
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

PASSEIO DE CATAMARÃ

Passeio de catamarã que sai do deck/portão da praia de Santa Maria e percorre a costa litorânea por locais que são rotas de baleias, golfinhos e tartarugas. Parada para mergulho em diversos pontos do passeio.

Local do passeio:	Praia de Santa Maria / Murdeira / costa litorânea do Sal
Duração	2 a 4 horas
Preço	€ 40 a 60
Principais agências que comercializam	Clamtour Viagens e Turismo, Viator
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

2.2.3.2. ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

HOSPEDAGEM

A capacidade das hospedagens ofertadas na Ilha do Sal é bastante significativa quando comparada às demais ilhas de Cabo Verde. Apesar desta possuir um menor número de estabelecimentos do que as ilhas de Santo Antão, São Vicente, Santiago e Fogo, as hospedagens do Sal possuem maior capacidade, representando 46,6% da capacidade do país. Sal possui o maior número de quartos entre as Ilhas, que correspondem à 45,7% da oferta nacional, e maior número de camas, o que representa 44,7% da oferta de Cabo Verde. Sal conta com estabelecimentos hoteleiros de grande porte, apresentando um número de quartos elevado por unidade.

Tipos de acomodação na ilha do Sal

		Hospedagem	Quarto	Cama	Capacidade
HOTEL	No %	15 21	5.155 51	7.584 47	10.777 51
PENSÃO	No %	7 8	107 11	194 16	237 13
POUSADA	No %	0 0	0 0	0 0	0 0
HOTEL-APARTAMENTO	No %	4 19	336 45	681 49	908 47
ALDEAMENTO TURÍSTICO	No %	3 30	418 75	930 82	1.037 79
RESIDÊNCIA	No %	1 1	0 0	0 0	0 0
TOTAL	No	30 10,6	6.027 45,7	9.404 44,7	27.860 100

Fonte: Inventário Annual de Estabelecimento Hoteleiro, Cabo Verde, 2018, INE

A oferta de alojamentos se concentra em Santa Maria, sobretudo os hotéis, havendo também a oferta de hospedagem em Murdeira, com o perfil de aldeamento turístico, e em Espargos, com diferentes perfis, mas com um caráter menos turístico.

Os hotéis se localizam em Santa Maria, sobretudo na Avenida dos Hotéis, devido ao caráter turístico da cidade e grande atratividade da sua praia. Dentre os hotéis de grande porte estão o Hilton Hotel, Hotel Riu Palace, Hotel Odjo D'água, Meliá Dunas Beach Resort & Spa, ClubHotel Riu Funana, Oasis Belohorizonte, Hotel Dunas de Sal, Meliá Tortuga Beach, Morabeza Hotel, alguns dos quais são hotéis de cadeias internacionais. Os hotéis em Sal são responsáveis pela maior oferta de quartos na Ilha (68%), de camas (81%) e capacidade de alojamento disponível (90%).

Parte desses hotéis oferecem hospedagem all



Hotel Riu Palace | Fonte: traveler-capeverde.com/hotel-riu-funana/



Hilton Hotel | Fonte: hiltonhotels.com/pt_BR/cabo-verde/hilton-cabo-verde-sal-resort/



inclusive (ClubHotel Riu Funana, Meliá Dunas Beach Resort & Spa, VOI Vila do Farol Resort, Melia Llana Beach Resort & Spa, Sol Dunas, entre outros), o que inclui no valor da diária todas as refeições e bebidas servidas nas instalações do hotel. O modelo all inclusive de hotéis tende a atrair os hóspedes a permanecerem e desfrutarem das dependências dos hotéis, já que eles já pagaram pela alimentação e bebida e possuem ao seu alcance uma gama de serviços e equipamentos. Os hotéis possuem uma estrutura bastante confortável, com a oferta de diferentes atrativos, como piscinas, academia, restaurante, bar, spa, sala de jogos, lojas, entre outros. Esse modelo de hospedagem representa um desafio para o destino turístico em atrair os hóspedes para outras experiências na Ilha, garantindo que o turismo contribua de maneira mais efetiva para o seu desenvolvimento socioeconômico.

Em Santa Maria também há a oferta de outros tipos de hospedagem, como pensão (Pensão Nha Terra, Pensão Les Alizés, Residencial Relax, entre outros), hotel-apartamento (Aparthotel Ponta Preta, Aparthotel Santa Maria Beach), residencial (Residencial Cabo Verde Palace, Residencial Pert D'Mar, Pátio Antigo Residence, entre outros) e aldeamento turístico (Porto Antigo Service). A presença de outros tipos de hospedagem, para além dos hotéis de maior escala, é bastante positiva, por diversificar a oferta e oferecer alternativas com preços mais acessíveis. A diversificação da oferta de hospedagem tem o potencial de atrair turistas com diferentes perfis, que buscam experiências diferentes do modelo ofertado pelos hotéis, aumentando a sustentabilidade do setor.

Em Mudeira há a presença do Murdeira Village Resort, classificado pelo Inventário Anual de Estabelecimento Hoteleiro (2018) enquanto aldeamento turístico. Neste há a oferta de quartos de hotel, apartamentos e moradia unifamiliares e edifícios de habitação coletiva de caráter permanente e temporário. O Murdeira Village Resort oferece diversos usos, como restaurante, bar lounge, bar de praia, área para a prática de esportes, piscina, entre outros.

Em Espargos há a presença de diferentes tipos de hospedagem, como hotel, residência e pensão, mas



Melia Llana Beach Resort & Spa | Fonte: Booking



Hotel Morabeza | Fonte: loveholidays.com/holidays/cape-verde-islands/santa-maria-cape-verde/morabeza-hotel



Aparthotel Ponta Preta | Fonte: olympicholidays.com/destinations/cape-verde/cape-verde-sal/santa-maria/aparthotel-ponta-preta/



Murdeira Village Resort | Fonte: murdeiravillageresort.com/galeria

em número bastante reduzido, com caráter menos turístico e preço médio da diária significativamente mais baixo do que Santa Maria e Mudeira. Em Espargos estão localizados o Residencial Monte Sintinha, Apartamento Ferradura e Pensão Paz e Bem, entre outros.

A análise dos dados de Hospedagem na Ilha do



Pensão Paz e Bem | Fonte: bela-vista.net/Residencial-Paz-e-Bem

Sal de 2005 a 2018, com base nos dados disponibilizados pelo Instituto Nacional de Estatística (2018), permite a compreensão de como a oferta de alojamento na Ilha se alterou ao longo do tempo. Podemos observar que de 2005 a 2018, o número de acomodações oferecidas no Sal teve pouca variação, atingindo o seu menor nível de oferta em 2010. Apesar da variação do número de alojamentos, o número de quartos, camas e capacidade teve um crescimento quase contínuo ao longo dos anos, resultando em um incremento significativo. A capacidade das acomodações cresceu de forma significativa de 2017 para 2018, atingindo o nível mais alto do período em 2018. Durante a estadia da equipe consultora na Ilha do Sal, foi possível perceber a construção em andamento de diversas hospedagens que ainda não foram computadas na pesquisa de 2018, mas que podem indicar uma manutenção da tendência de crescimento dos alojamentos na ilha.

Tendências de crescimento de hospedagem na Ilha do Sal de 2005 a 2018

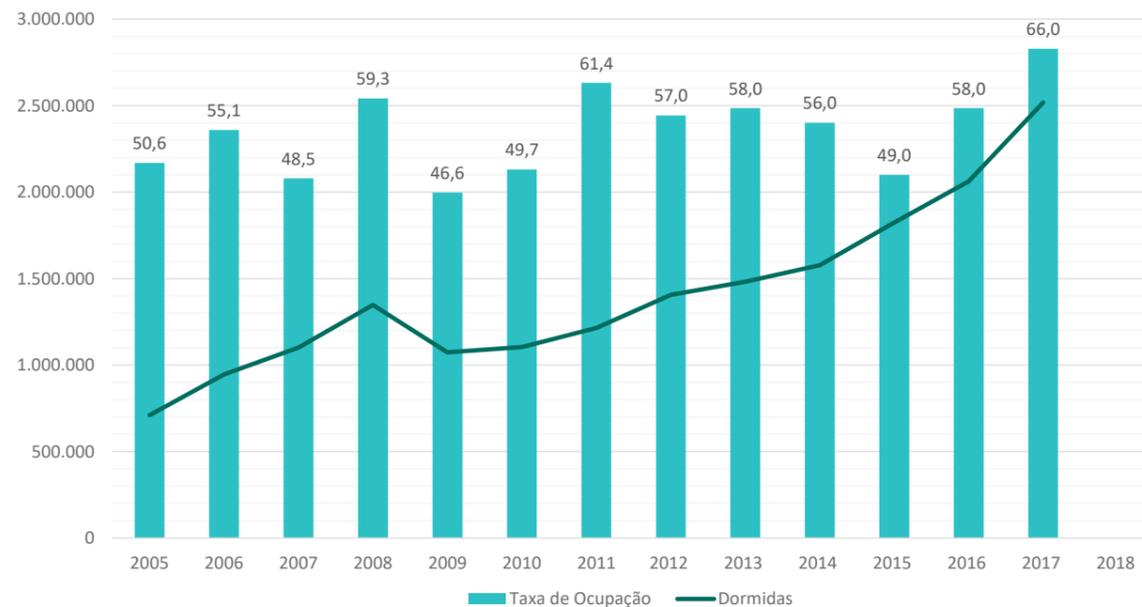


Fonte: Evolução e estatísticas do turismo por ilhas, 1999 a 2017, Cabo Verde, 2018, INE

Entre 2005 e 2017 o número de dormidas na Ilha teve aumento bastante significativo, com uma tendência de crescimento acentuada de 2009 a 2017. A taxa de ocupação das hospedagens variou no mesmo período, atingindo uma baixa em 2015, seguida de uma retomada de crescimento, atingindo o seu nível mais alto em 2017 (66%). O número de dormidas e a taxa de ocupação das hospedagens anual por Ilha em 2018 ainda não foi divulgado pelo INE, para analisarmos se a tendência de crescimento se mantém.



Taxa de ocupação e número de dormidas na Ilha do Sal de 2005 a 2017



Fonte: Evolução e estatísticas do turismo por ilhas, 1999 a 2017, Cabo Verde, 2018, INE

RESTAURANTES

A Ilha do Sal conta com uma boa oferta de restaurantes, localizados majoritariamente em Santa Maria. Estes são diversificados, com uma mistura de restaurantes de frutos do mar, cafés, restaurantes italianos, restaurantes locais com preços mais acessíveis e bares. Também há a oferta em outras localidades, como Espargos e Palmeira, mas em menor número e com menor diversidade.

Os hotéis existentes em Santa Maria são responsáveis por oferecer um número significativo de restaurantes e bares que também estão abertos a não hóspedes. De acordo com o Inventário Anual de Estabelecimento Hoteleiro de 2018, realizado pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), os hotéis oferecem cerca de 27 restaurantes e 26 bares, representando uma capacidade de 368 pessoas sentadas.

Além dos restaurantes das hospedagens, a cidade de Santa Maria conta com a oferta de restaurantes, bares e cafés, com diferentes perfis e faixas de preço. Dentre os restaurantes e cafés que se destacam estão o Soul Kitchen, Zum Fisherman,



Restaurante The Bounty Beach Restaurant | Fonte: hiltonhotels.com/pt_BR/cabo-verde/hilton-



Restaurante Barracuda | Fonte: restaurantebarracuda.com/

Capacidade dos Restaurantes dos alojamentos na Ilha do Sal, 2017

Hotel	Pensão	Pousada	Hotel Apartamento	Aldeamento turístico	Residência	Total
351	40	-	110	220	-	368

Fonte: Iconografia Sobre o Turismo em Cabo Verde, 2017

Chez Pastis, D'Angelas, Barracuda, LobStar, Americas, Cape Fruit, Tam Tam, entre outros. Os restaurantes e bares tem um importante papel na promoção da gastronomia e cultura local e para qualificação do destino turístico.

De acordo com o Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável (2017-2021), Cabo Verde importa mais de 80% dos alimentos que a sua população consome e grande parte dos produtos alimentares, inclusive o pescado, que vem de outras ilhas ou de fora. Os restaurantes locais tendem a oferecer pescado local, enquanto grande parte dos restaurantes dos hotéis oferecem alimentos importados, devido a preocupação com a segurança alimentar que apresentam.



Café Tam Tam | Fonte: eatout-cabo-verde.com/en/loc/restaurants-in-sal/page/3/

AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORES

Segundo dados da Direção Geral de Turismo e Transporte, existem no país cerca de 93 agências de turismo, das quais mais de 45% estão localizadas em Santiago, 14% no Sal, 13% na Boavista e 11% em São Vicente.

Em 2018, Sal contava com 13 agências de turismo em operação. É importante destacar a presença de grandes operadores turísticos ingleses - a TUI Thomson e a Thomas Cook - que atuam associados a grandes hotéis. Essas grandes agências também trabalham com operadoras parceiras de menor escala na Ilha.

A empresa Thomas Cook, no entanto, decretou falência em setembro de 2019, o que pode impactar negativamente o turismo em Cabo Verde, já que esta desempenhava um importante papel na promoção do destino. A dependência do destino em relação à poucas e grandes operadoras pode representar um risco para o turismo local, pois este se torna sensível à interrupção da comercialização



Site da agência TUI | Fonte: tui.co.uk/destinations/africa/cabo-verde/holidays-cape-verde.html



TUI Sensimar | Fonte: tui.co.uk/holidays/sensimar



do destino pela operadora ou ao seu fechamento, como ocorreu com a Thomas Cook.

O grupo TUI possui uma atuação bastante ativa na ilha e expandiu seus negócios para o setor dos hotéis, como o Hotel Riu Palace, Riu Funana, o novo Robinson Club e o TUI Sensimar Cabo Verde Resort & Spa, o que reforça a sua relevância na promoção do turismo na ilha. Da mesma forma, o Grupo Thomas Cook está construindo o complexo New Horizons Hotel Resorts, que corresponde aos hotéis Sunprime Hotels e o Family Resorts.

A importância que as agências de viagem possuem na ilha é apontada pelo Inquérito aos Gastos e Satisfação dos Turistas (2018), que reporta que 29,8% dos turistas obtiveram informações sobre Cabo Verde através de agências de viagem e operadoras de turismo. Além disso, 81% dos turistas que foram a Cabo Verde em 2018 viajaram com um pacote turístico, dos quais 75,8% viajou com o pacote com tudo incluso, o que demonstra a forte atuação das agências de viagens.

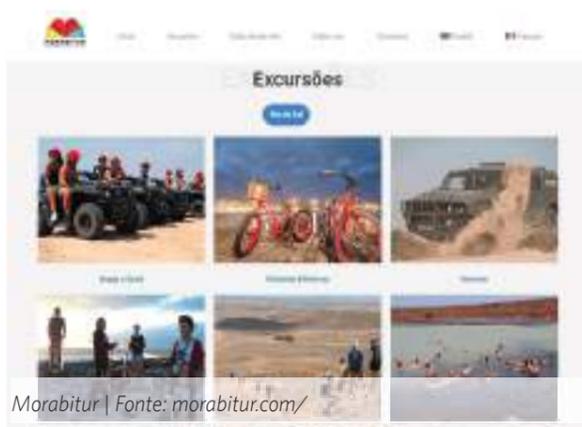
Dentre outras operadoras que atuam na ilha estão a Morabatur, No limits Adventure, Hello Tours, Explore Cape Verde, Barracuda Tours, Cabo Verde Sal Holidays, Toda Hora Tour, On Travel Solution, entre outras. As operadoras oferecem uma diversidade de produtos turísticos. Um desafio que as operadoras locais de menor porte enfrentam são as regras de segurança requeridas pelas agências de viagem estrangeiras e de maior porte e dos grandes hotéis. Essas regras muitas vezes não são previstas pela regulamentação local, que por vezes também não é cumprida, devido ao déficit na regulamentação e fiscalização das atividades do setor do turismo. Com isso, por vezes é criada uma barreira que dificulta o acesso dos operadores locais consigam acessar ao mercado dos hotéis e grandes operadoras.

CENTRO DE INFORMAÇÕES

A Ilha do Sal não conta com um Centro de Informações ou Centro de Visitantes, o que faz com que a comercialização e divulgação dos produtos turístico da Ilha ocorra de forma independente por cada operadora. A falta de centralização das informações turísticas em um mesmo local, torna



Agência de turismo Explore Cape Verde | Fonte: explorecv.com/



Morabatur | Fonte: morabatur.com/



Promoção dos produtos turísticos | Fonte: Acervo próprio, 2019

o acesso às informações mais confuso. Na maioria das vezes os turistas vão a Ilha com pacotes fechados ou buscam as operadoras parceiras dos hotéis para obter informações e ter acesso as atividades turísticas.

Além disso, não há um Centro de Interpretação Ambiental, o que faz com que os turistas não sejam sensibilizados quanto a questões ambientais relevantes na Ilha. Diversos produtos turísticos ofertados têm impacto no meio ambiente e a conscientização dos turistas deve ser uma das frentes de sensibilização e atuação para minimizar o impacto no meio ambiente.



Promoção de tours em Santa Maria | Fonte: Acervo próprio, 2019

2.2.3.3. ANÁLISE DE INFRAESTRUTURA URBANA E OUTROS SERVIÇOS DE APOIO AO TURISMO

A infraestrutura urbana e outros serviços de apoio dão suporte ao desenvolvimento do setor do turismo e podem valorizar o destino ou representar um fator limitante para o seu desenvolvimento. Dentre os aspectos que serão analisados estão a acessibilidade do destino, as condições de transporte, o abastecimento, tratamento de resíduos, saneamento básico, energia e serviço de saúde.

De modo geral, essas infraestruturas requerem melhorias no Sal, evitando que restrinjam o desenvolvimento do turismo e o bem-estar da população local. Por se tratar de uma ilha, sua estruturação é mais desafiadora, mas sua consolidação garante a valorização do Sal enquanto destino.

ACESSIBILIDADE DO DESTINO

AEROPORTO

O Aeroporto Internacional Amílcar Cabral é a mais importante porta de acesso ao Sal. Inaugurado em 1939, consolidou-se como hub de transportes de passageiros e cargas. Movimenta por volta de 40% dos passageiros do país e conta com a presença de 17 companhias aéreas internacionais. O número de passageiros passou a marca de um milhão de usuários em mais de doze mil voos no ano de 2017, sendo predominantemente oriundos de tráfegos internacionais (cerca de 83% dos passageiros são movimentações internacionais). O aeroporto passou por uma requalificação recente, na qual a antiga área de embarque internacional foi reestruturada, dando lugar a novas salas de embarque em um novo prédio.

Atualmente seu tamanho é condizente com a



Aeroporto Internacional Amílcar Cabral | Fonte: revistaitransporte.com/cape-verde-more-tourism-better-airports/



Terminal Aeroporto Internacional Amílcar Cabral | Fonte: revistaitransporte.com/cape-verde-more-tourism-better-airports/



demanda de viagens, porém para incrementar o número de operações simultâneas são necessárias melhorias para seu funcionamento adequado. No aeroporto não há espaço de promoção do turismo ou informações na chegada dos passageiros, apenas loja de survenir na área de embarque.

Seu acesso é fácil, localizando-se ao longo da via principal do município a menos de 3 km de Espargos e 15 minutos de Santa Maria.

PORTO

O Porto da Palmeira, único porto em funcionamento da ilha, e teve suas atividades potencializadas com duas obras de ampliação nos últimos 9 anos. Este tem como principal atividade o transporte de carga, sendo o terceiro maior a nível de tráfego de mercadorias do país.

Sua estrutura atual é composta por dois cais para embarcações, um molhe de 90m de comprimento e ainda um terceiro cais para barcos de pesca artesanal.

É atualmente um relevante ponto de acessibilidade interilhas, possuindo ligações diretas com São Nicolau e Boa Vista realizado pela Fast Farry. Em 2017 registrou uma média de movimentação de 770 passageiros por mês.

O porto ainda desempenha outras funções como pesca e atividades de recreio náutico.

TRANSPORTE E SISTEMA VIÁRIO

O transporte terrestre conta com conexões de boa pavimentação das rodovias ligando os principais centros (Espargos, Santa Maria, Palmeira e Pedra Lume), porém estas apresentam deficiências em relação a sinalização e iluminação.

As vias para outras regiões da ilha possuem estradas sem pavimentação, sinalização e iluminação. Em alguns trechos não há a definição das vias ou sinalização, o que faz com que os veículos circulem por diferentes pontos e gerem um maior impacto no meio ambiente.

As principais ofertas de transporte para os turistas são: translato realizado por veículos dos hotéis, aluguel de veículos e taxi.



Porto da Palmeira | Fonte: noticias.sapo.cv



Rodovia Pavimentada | Fonte: Acervo próprio, 2019



Estrada sem definição de rota formal | Fonte: Acervo próprio, 2019



Placa de sinalização | Fonte: Acervo próprio, 2019



Sinalização | Fonte: Acervo próprio, 2019

ABASTECIMENTO

Cabo Verde importa mais de 80% dos alimentos consumidos nas ilhas, o que representa 35% das importações do país. As importações - o que abrange alimentos, produtos básicos e combustíveis - são equivalentes a 40% do PIB nacional.

Sal está inserido nesta realidade, importando grande parte dos seus bens de consumo. A agricultura e pecuária tem pouca representatividade, devido à grande aridez e ao fraco potencial hídrico subterrâneo que dificulta a irrigação. A pesca, outrora importante produção local, está pouco estruturada, com baixo nível de qualificação pessoal e de infraestrutura, comprometendo a conservação e higiene dos pescados. Exemplo dessa realidade é a não absorção da produção local de alimentos por parte dos principais hotéis, por não estarem de acordo com as exigências dos estabelecimentos.

ABASTECIMENTO DE ÁGUA

A produção e distribuição de água é realizada majoritariamente pela empresa ELECTRA, através do processo de dessalinização, utilizando uma central localizada na zona industrial do Porto da Palmeira. Sua capacidade foi recentemente ampliada passando de 5.000 m³/dia para 15.000 m³/dia. Na região de Santa Maria, o abastecimento de grande parte dos hotéis é realizada pela empresa Águas de Ponta Preta, que possui uma central dessalinizadora com capacidade de produção de 3.000 m³/dia. As duas centrais hoje trabalham abaixo da sua capacidade, sendo a de Palmeira de 5.000 m³/dia e a de Santa Maria a 1.600 m³/dia.

A população acessa a água predominantemente pela rede pública (74% da população) e chafariz (20% da população), segundo o Anuário Estatístico de 2017 realizado pelo INE. O acesso da população à água potável registrou o índice de 97%. O custo ao consumidores está atrelado ao custo dos combustíveis, sendo este variável. Conforme o perfil do cliente, o valor também sofre variação, sendo os perfis definidos em indústria, comércio, serviços, turismo, domésticos, caráter social e autotanques para revenda.

GESTÃO DE RESÍDUOS SÓLIDOS

Os resíduos sólidos representam atualmente um gargalo no trabalho de conservação do meio ambiente em Cabo Verde. A legislação define que sua gestão seja realizado pelos municípios e está em vigor desde 2016 o Plano Estratégico de Prevenção e Gestão de Resíduos, que estabelece nacionalmente o regime de prevenção, produção e gestão de resíduos

A Ilha do Sal produz entre 9.300 a 12.000 toneladas de lixo por ano com sua evacuação sendo predominantemente feita pelo depósito em contentores (92% da evacuação é feita por esse modo, segundo dados do Anuário de 2017 do INE). Por não haver centros de recolhimentos seletivos, são lançados nessas lixeiras os resíduos domésticos, de construção, dos hospitais e das unidades comerciais e industriais, sem a adequada separação por tipo.

Os resíduos recolhidos são depositados no aterro municipal, entretanto este não apresenta controles



Lixo espalhado pela ilha | Fonte: Acervo próprio, 2019



Aterro sanitário sem a devida estruturação | Fonte: Acervo próprio, 2019



e medidas necessárias estruturais, com o material descartado se espalhando além dos limites do aterro, poluindo suas proximidades. Seu controle insuficiente constitui um risco de contaminação para o ar, água e solo.

O EROT do Sal localiza um novo complexo ambiental a norte da Madama onde deverá ser construído uma estação de tratamento com separação de resíduos.

A ilha também sofre com resíduos sólidos oriundos do oceano. É presente em seu litoral uma grande quantidade de lixo em suas praias e, atualmente,

não há nenhum programa de recolhimento e tratamento desse material, sendo uma grande ameaça ao meio ambiente e, conseqüentemente, à população e suas atividades, como o turismo.

Não há decreto municipal para taxa exclusiva de serviços para os resíduos sólidos, embora os hotéis e o setor privado (empresas e lojas) paguem uma taxa que também é destinada para a limpeza rodoviária.

SANEAMENTO BÁSICO

Cabo Verde não possui diferenciação entre águas residuais domésticas e industriais devido ao seu baixo índice de industrialização, sendo a responsabilidade pela infraestrutura nacional e a gestão de atribuição do município. A rede de esgoto do Sal possui cerca de 30 km de extensão que se utiliza de três estações de bombeamento para dirigir os resíduos líquido para sua estação de tratamento de águas residuais (ETAR) municipal, localizado em Fátima. Sua capacidade de depuração atual é de 2.000 m³/dia, sendo que apenas 1.200 m³/dia é utilizado. Entretanto, estima-se que com o crescimento do município, seja necessária a ampliação da estação para 2.500 m³/dia. O município possui outra ETAR localizada à entrada da Urbanização de Ponta Preta (CABOCAN), com capacidade atual de 2.500 m³/dia, sendo que utiliza apenas 1.200 m³/dia. As duas ETAR são geridas pela empresa Águas de Ponta Preta.

Em 2017, Sal registrou 93,2% dos agregados familiares com acesso a instalações sanitários, número bastante elevado em comparação com o restante do país.

SISTEMA DE SAÚDE

Atualmente, a infraestrutura do sistema de saúde do Sal é vista como insuficiente para o atendimento dos turistas da região, sendo necessário seu desenvolvimento para qualificar a ilha como destino.

O país possui dois hospitais centrais, um em São Vicente e outro em Praia. A rede local é composta por um hospital regional localizado em Espargos, dois centros de saúde, uma delegacia de saúde e sete farmácia. A oferta tem baixa qualidade em relação aos exigidas pelos turistas. Também não há estrutura de transporte médica para casos de emergências. Atualmente está em construção um novo centro de saúde em Santa Maria.



Lixo trazido pelo mar no litoral | Fonte: Acervo próprio, 2019



Centro de saúde em construção em Santa Maria | Fonte: Acervo próprio, 2019.

ENERGIA

Cabo Verde tem seu setor energético caracterizado por três tipos de consumo: combustível fóssil (derivados de petróleo), biomassa (lenha) e energia renovável, destacando-se o eólico e fotovoltaico.

No Sal, o acesso à energia elétrica cobre 95% das residências, segundo dados da INE de 2017, e o acesso a gás 97%. A produção de energia no mesmo ano foi de 87,4 GWh, sendo 64,4 GWh em fontes térmicas e 19 GWh em renováveis.

O Plano Diretor do Município define as Zonas de Desenvolvimento de Energias Renováveis para três áreas: do Cascalhal, para produção eólica; do Sal, para produção solar; e Ondas do Sal, para aproveitamento da energia das ondas.

A companhia Electra é a responsável pela produção e distribuição elétrica no município, com exceção da urbanização de Ponta Preta.



Painéis fotovoltaicos | Fonte: sapo notícias



Turbinas energia eólica | Fonte: Acervo próprio, 2019



2.2.3.4. DEMANDA TURÍSTICA

ANÁLISE DA DEMANDA TURÍSTICA E DOS PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES

No que tange à procura pelo destino Cabo Verde, verifica-se nos indicadores do INE que o setor evoluiu de 390 mil turistas e 2,3 milhões de hospedagens em 2010, para mais de 765 mil visitantes e 4,935 milhões de dormidas em 2018, o que representa um crescimento médio 13,5% ao ano, superior ao crescimento mundial.

Com base nos indicadores de 2017, aproximadamente 91% das dormidas concentraram-se em 2 ilhas: Sal (55%) e Boavista (36%). Tal desequilíbrio resulta, em grande medida, pela ausência de um produto estruturado, incluindo as dificuldades nas ligações aéreas e marítimas entre as ilhas (insuficiência de ligações, preços elevados, desarticulação entre horários), da insuficiência de infraestruturas turísticas adequadas e deficiente promoção junto dos mercados, isto numa abordagem de integração e de complementaridade, razão pela qual a ocupação média nas restantes ilhas se situar em 24%.

Os principais mercados emissores da Ilha do Sal seguem as características do fluxo para Cabo Verde como um todo. **Os europeus representam aproximadamente 80% dos fluxos.** Conforme dados do INE (2017), entre os principais países emissores destacam-se, Reino Unido com 24%, Alemanha 11%, Portugal e Países Baixos cerca de 10%, França com 8%, Itália com uma quota de 6%, Suécia e República Checa com 4% cada, e outras origens (não precisados no relatório do INE) cerca de 12%.

É importante destacar que nos últimos dois anos tem aumentado substancialmente o número de turistas dos países nórdicos, principalmente suecos, dinamarqueses, além de tchecos.

Estatísticas fluxos de turismo até 2017

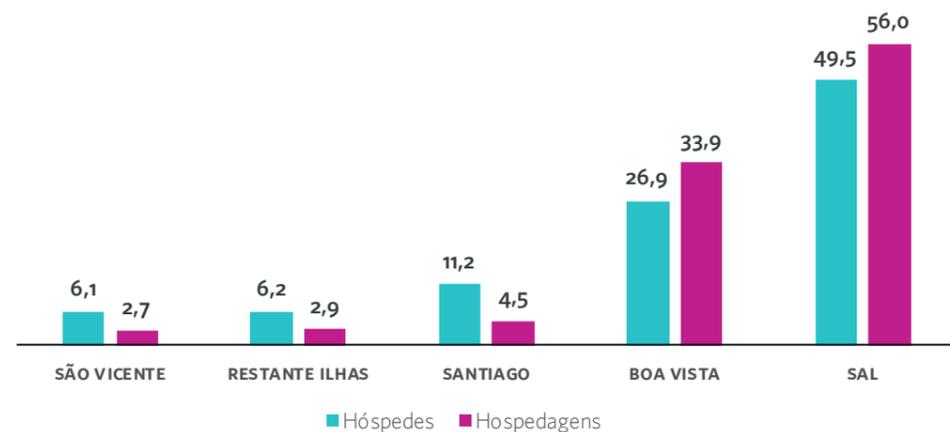
Origem	Trend	Anos								Média Cresc.	Média Estadia	Total Visitantes	Em % do TTL
		2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017				
França	Abs	241.527	293.334	300.622	317.955	285.160	279.617	325.497	353.888	21%	6,0	58.981	8%
	%	137%	21%	2%	6%	-10%	-2%	16%	9%				
Reino Unido	Abs	610.465	760.740	1.057.852	836.425	839.485	1.148.335	1.225.913	1.439.010	56%	8,4	171.311	24%
	%	18%	25%	39%	-21%	0%	37%	7%	17%				
Itália	Abs	278.261	397.473	215.113	218.026	199.474	189.959	259.806	277.231	11%	6,7	41.378	6%
	%	-4%	43%	-46%	1%	-9%	-5%	37%	7%				
Espanha	Abs	32.450	61.217	62.873	45.758	37.905	42.311	43.356	47.605	18%	4,7	10.129	1%
	%	44%	89%	3%	-27%	-17%	12%	2%	10%				
Países Baixos	Abs	159.061	171.851	245.814	326.580	385.717	458.957	478.660	529.271	35%	7,3	72.503	10%
	%	-2%	8%	43%	33%	18%	19%	4%	11%				
Alemanha	Abs	370.359	426.532	495.341	528.136	511.329	575.541	529.586	531.710	12%	7,0	75.959	11%
	%	20%	15%	16%	7%	-3%	13%	-8%	0%				
África do Sul	Abs	663	763	851	901	1.653	658	1.082	1.090	12%	1,9	574	0,1%
	%	9%	15%	12%	6%	83%	-60%	64%	1%				
Áustria	Abs	5.397	13.208	9.282	10.877	13.172	13.227	7.489	9.195	20%	7,0	1.314	0,2%
	%	-3%	145%	-30%	17%	21%	0%	-43%	23%				
Portugal	Abs	299.228	335.688	318.099	323.956	316.365	322.948	318.095	357.361	7%	4,9	72.931	10%
	%	23%	12%	-5%	2%	-2%	2%	-2%	12%				
Suíça	Abs	9.604	41.936	18.060	29.943	28.319	27.559	35.989	59.767	61%	6,0	9.961	1%
	%	-22%	337%	-57%	66%	-5%	-3%	31%	66%				
Outros Países	Abs	200.386	168.402	448.331	625.639	656.087	502.386	724.646	851.650	33%	5,7	149.412	21%
	%	-10%	-16%	166%	40%	5%	-23%	44%	18%				
Cabo Verde (Nac)	Abs	105.616	109.198	141.693	142.568	122.688	130.069	122.423	130.504	5%	2,6	50.134	7%
	%	-8%	3%	30%	1%	-14%	6%	-6%	7%				
Cabo Verde (Est)	Abs	19.103	14.455	8.058	13.615	7.873	7.053	5.835	9.195	33%	4,2	2.189	0,3%
	%	97%	-24%	-44%	69%	-42%	-10%	-17%	58%				
TOTAL	Abs	2.332.120	2.794.797	3.321.989	3.420.379	3.405.227	3.698.620	4.078.377	4.597.477	12,3%	-	716.775	100%
	%	16%	20%	19%	3%	0%	9%	10%	13%				

Outros países, dos quais	Total Visitantes	Em % do TTL
Visitantes em 2017	149.412	21%
Suécia	29.091	4%
República Tcheca	25.116	4%
Dinamarca	8.877	1,2%
Outros (Não especificados)	86.328	12%

PERFIL DO TURISTA QUE VISITA O SAL

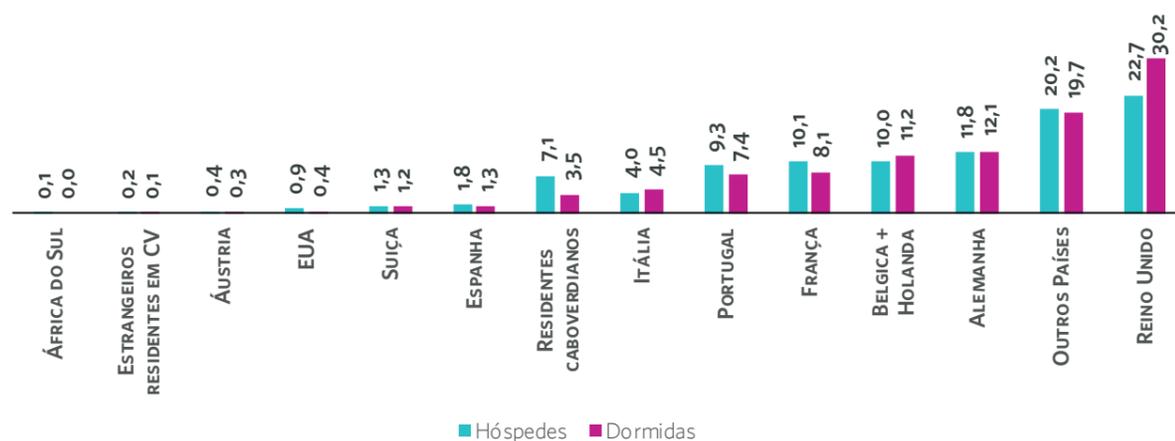
De acordo com os resultados do IGT (INE), alinhados com os dados do AAC, em 2017 a população de turistas com 15 anos ou mais que visitaram Cabo Verde é estimada em 716.775, sendo 41,7% para a baixa temporada e 58,3% para a alta temporada. Os residentes de Cabo Verde totalizam 7,3% das entradas e 3,6% das hospedagens.

A ilha do Sal foi responsável por 49,5% do total de entradas, seguida pela ilha de Boa Vista (26,9%) e Santiago (11,2%). Em relação às hospedagens, Sal desponta na primeira posição com 56,0%, seguido de Boa Vista, 33,9%, e Santiago com 4,5%.



O principal mercado para turistas em 2018 continuou sendo o Reino Unido, com 22,7% do total de entradas, seguido pela Alemanha, com 11,8%; França, Holanda e Portugal representam 10,1%, 10% e 9,3% dos turistas, respectivamente.

Quanto às hospedagens no Sal, o Reino Unido também permanece em primeiro lugar, com 30,2% do total, seguido por Alemanha, Holanda, França e Portugal, com 12,1%; 11,2%; 8,1% e 7,4%, respectivamente. Os residentes em Cabo Verde representaram 8,2% das entradas e 3,9% das hospedagens na ilha.



Segundo o INE, os visitantes do Reino Unido foram os que tiveram a maior média de permanência em Cabo Verde no ano em análise (9,1 noites). Depois vieram os Países Baixos (7,4 noites), a Alemanha com 7,1 noites e a Itália (5,2 noites). Os cabo-verdianos residentes permaneceram em média 2,6 noites em estabelecimentos hoteleiros durante o ano de 2016.

De acordo com relatório do INE com estatísticas da movimentação de hóspedes em 2018, a maioria dos turistas provenientes do Reino Unido preferiu como destinos as ilhas do Sal e da Boa Vista representando, respetivamente 56,9% e 42,2% das hospedagens e escolheram como local de acolhimento os hotéis, 93,2% das hospedagens.

As hospedagens dos residentes na Alemanha distribuíram-se principalmente pelas Ilhas do Sal (46,6%) e da Boa Vista (44,9%). Os hotéis foram os tipos de estabelecimento mais procurados pelos Alemães, representando cerca de 94,7%.

Os visitantes provenientes dos Países Baixos escolheram como destinos principais as ilhas do Sal (61,0%) e Boa Vista (32,1%). Preferiram também, os hotéis como o principal meio de alojamento, representando 92,6%.

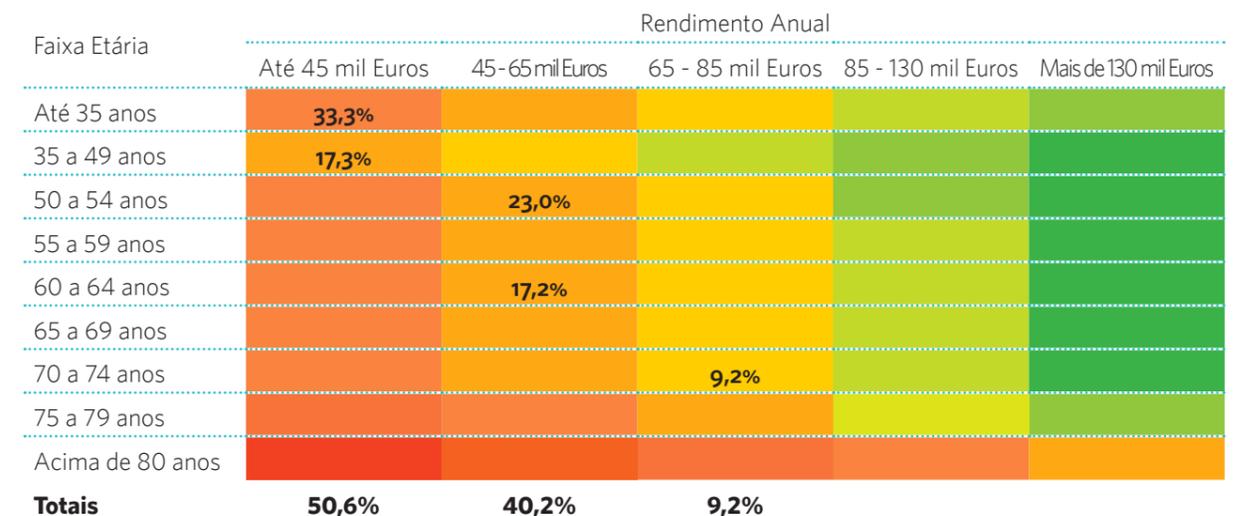
As hospedagens dos residentes em França distribuíram-se principalmente pelas ilhas do Sal (49,3%) e da Boa Vista (27,6%). Os hotéis foram os tipos de estabelecimentos mais procurados pelos franceses, representando cerca de 76,0%.

Os turistas provenientes de Portugal escolheram como principais destinos as ilhas do Sal (56,7%), Boa Vista (25,8%) e Santiago (11,6%). Preferiram também, os hotéis como o principal meio de alojamento, representando 93,2%.

A faixa etária mais representativa dos turistas que visitaram Cabo Verde recentemente é de 45 a 54 anos, representando 23,0%, seguida as de 25 a 34 anos (20,4%), 35 a 44 anos (17,3%), 55 a 64 anos (17,2%), com 65 anos ou mais (9,2%) e, em menor escala, os jovens (15-24 anos) e as crianças (menores de 15 anos) que representam 6,5% e 6,4%.

As observações realizadas pela equipe técnica, durante as visitas de campo na ilha do Sal que subsidiaram a construção do diagnóstico, corroboram com os dados preliminares coletados. A maioria do público presente mostrou ser casais, ou grupos de amigos, na sua grande maioria, faixa de 30 a 60 anos. De acordo com a pesquisa, do total de entrevistados, 84,8% são trabalhadores, 9,9% são aposentados e 2,6% são estudantes. Apenas 0,7% dos turistas não exerce uma atividade econômica. Por sua vez, a receita anual do agregado familiar dos 24,7% dos turistas é de 60 mil Euros, seguido os com rendimento entre 12 mil e 36 mil euros, representado 24,5% dos turistas. Uma percentagem, também significativa, 23,2%, tem uma receita familiar anual entre 36 mil e 48 mil Euros.

Propensão consumo vs categoria rendimento médio correlacionado faixa etária



As percentagens medem a parcela da população, segmentada por idade e renda que viajaram internacionalmente. Com Base em VISA Report E-Commerce, Adaptado a CV



A distribuição sazonal da demanda nacional de turistas ao longo do ano mostra que a sazonalidade também é uma característica do turismo de Cabo Verde. Com base na análise dos dados trimestrais publicados pelo INECV, referentes à movimentação de visitantes nos últimos três anos, verifica-se que esse desequilíbrio é causado, antes de tudo, por fatores climáticos e influenciado pelos movimentos dos turistas do norte da Europa, que visitam o país com maior incidência nos meses de inverno, coincidindo com o primeiro e o quarto trimestres.

Assim temos:

Para 2016, temos uma TS (Taxa de Sazonalidade) de 31%

Para 2017, temos uma TS (Taxa de Sazonalidade) de 29%

Hóspedes segundo ilha, distribuição ao longo do ano - 2016

Mês	Santo Antão	São Vicente	São Nicolau	Sal	Boa Vista	Maio	Santiago	Fogo	Brava	Total	Distr.
Janeiro	2.052	3.439	125	29.397	17.791	118	5.805	842	111	59.680	9,3%
Fevereiro	2.253	4.232	203	33.288	17.930	119	6.327	926	141	65.419	10,2%
Março	2.328	3.744	169	34.591	17.157	106	6.426	883	150	65.554	10,2%
Abril	1.897	3.002	119	25.167	14.958	129	6.271	771	123	52.437	8,1%
Maio	1.306	2.207	107	17.766	11.928	126	5.480	504	113	39.537	6,1%
Junho	1.123	1.668	121	18.808	13.900	135	4.235	342	137	40.469	6,3%
Julho	1.443	2.238	115	20.219	18.581	91	4.968	570	138	48.363	7,5%
Agosto	1.685	2.520	95	16.784	19.821	107	5.539	544	146	47.241	7,3%
Setembro	990	1.896	105	16.884	16.911	125	5.510	422	92	42.935	6,7%
Outubro	2.064	3.693	122	19.093	18.004	118	6.239	1.167	118	50.618	7,9%
Novembro	2.910	5.677	209	30.368	19.585	169	8.075	1.521	171	68.685	10,7%
Dezembro	2.098	4.226	161	31.622	16.765	126	7.482	894	117	63.491	9,9%
Total	22.149	38.542	1.651	293.987	203.331	1.469	72.357	9.386	1.557	644.429	100%
Em % do Total	3%	6%	0%	46%	32%	0,2%	11%	1%	0,2%	100%	

TS - Taxa Sazonalidade 2016: 31%

TS = (Soma dos três meses com maior fluxo/ Total de entradas

Hóspedes segundo ilha, distribuição ao longo do ano - 2017

Mês	Santo Antão	São Vicente	São Nicolau	Sal	Boa Vista	Maio	Santiago	Fogo	Brava	Total	Distr.
Janeiro	2.709	4.611	190	34.821	18.436	137	6.480	1.072	137	68.593	10%
Fevereiro	2.368	5.030	152	29.566	17.873	96	6.806	1.030	112	63.033	9%
Março	2.555	4.620	206	29.038	19.847	91	6.119	934	127	63.537	9%
Abril	2.230	3.922	151	28.997	17.248	155	6.590	1.162	170	60.625	8%
Maio	1.600	2.771	100	18.813	17.658	138	4.710	652	121	46.563	6%
Junho	1.433	2.211	130	22.321	14.608	103	4.724	612	205	46.347	6%
Julho	1.499	3.022	157	25.184	18.054	182	5.211	732	96	54.137	8%
Agosto	1.785	3.170	175	30.131	17.636	157	5.929	857	79	59.919	8%
Setembro	1.115	2.233	59	24.463	14.998	185	5.926	524	40	49.543	7%
Outubro	2.369	3.556	174	30.653	16.157	118	7.568	1.215	168	61.978	9%
Novembro	3.608	5.663	211	34.658	15.647	175	9.539	2.044	209	71.754	10%
Dezembro	2.809	4.663	136	34.566	18.452	132	8.783	1.086	119	70.746	10%
Total	26.080	45.472	1.841	343.211	206.614	1.669	78.385	11.920	1.583	716.775	100%
Em % do Total	4%	6%	0%	48%	29%	0%	11%	2%	0%		

TS - Taxa Sazonalidade 2017: 29%

TS = (Soma dos três meses com maior fluxo/ Total de entradas

Distribuição procura ao longo do ano 2016-2017





2.2.4. ORDENAMENTO TERRITORIAL

O desenvolvimento turístico em uma região gera reflexos e impactos importantes sobre vários domínios, em particular sobre o ordenamento do território, planeamento urbanístico e defesa e preservação do meio ambiente. Para tanto faz-se necessário uma análise do ordenamento territorial sobre o setor de turismo e planeamento do desenvolvimento do turismo, para além dos estudos relevantes e com utilidade que podem influenciar esta atividade, de modo a compatibilizar as ações e projetos previstos.

A Constituição da República de Cabo Verde, no seu artigo 71.º, nº 2, alínea a), especifica a responsabilidade do poder público de promover a criação de condições económicas, legais, institucionais e de infraestruturas adequadas, enquadradas numa política de planeamento territorial e urbanismo. Por sua vez, o artigo 72.º estabelece que, para garantir o direito ao meio ambiente, cabe ao poder público elaborar e executar políticas adequadas de planeamento territorial, defesa e preservação do meio ambiente e promoção do uso racional de todos os recursos naturais, salvaguardando a sua capacidade de renovação e estabilidade ecológica.

A Lei de Bases do Ordenamento do Território Nacional e Planeamento Urbanístico, (Decreto-Legislativo nº 6/2010 de 21 de junho), define um sistema de planeamento que se concretiza em quatro níveis diferentes: nacional, regional, municipal e especial. Assim, o planeamento territorial contempla as seguintes figuras:

Instrumentos de planeamento e desenvolvimento territorial de natureza estratégica

- Diretiva Nacional de Ordenamento do Território (DNOT) - Lei n.º 28/VIII/2013 de 10 de Abril
- Esquema Regional de Ordenamento do Território (EROT)

Instrumentos de planeamento territorial de natureza normativa

- Plano Diretor Municipal
- Plano de Desenvolvimento Urbano
- Plano Detalhado

Instrumentos de política setorial

- Planos de políticas sectoriais da competência da administração central

Instrumentos de natureza especial

- Planos Especiais de Ordenamento do Território

Em termos de planeamento territorial e estratégico para a ilha de Santo Antão, que visam melhorar os aspectos anteriormente destacados, foram analisados os documentos da **Diretiva Nacional de Ordenamento do Território** (DNOT, 2013), o **Esquema Regional do Ordenamento do Território** (EROT, 2010) e os **Planos Estratégicos Municipais de Desenvolvimento Sustentável** (PEMDS, 2019) de Porto Novo, Ribeira Grande e Paúl. A seguir são apresentados os principais aspectos observados nestes planos e que influenciam o desenvolvimento turístico da ilha. A análise foi organizada de modo cronológico.

2.2.4.1. ESQUEMA REGIONAL DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO (EROT, 2010)

O Esquema Regional do Ordenamento do Território da Ilha do Sal (EROT) lança as bases do ordenamento territorial da ilha, definindo as estratégias espaciais para o seu desenvolvimento socioeconómico e conservação ambiental.

No que tange o desenvolvimento do turismo, o EROT define as Zonas Turísticas Especiais, áreas que pelos seus recursos naturais e/ou culturais e históricos têm reconhecido valor turístico. As Zonas Turísticas Especiais se subdividem em:

- **ZONAS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO INTEGRAL (ZDTI):** áreas com especial aptidão para o turismo, devido as suas condições geográficas e valores paisagísticos.
 Áreas: Pedra de Lume, Mudeira e Algodoeiro, Morrinho Branco e Santa Maria.
- **ZONAS DE RESERVA E PROTEÇÃO TURÍSTICA (ZRPT):** áreas contíguas às ZDTI, dotadas de alto valor natural e paisagístico e cuja preservação é necessária para assegurar a competitividade do produto turístico de Cabo Verde, a curto e médio prazo, ou ainda, áreas que, possuindo também alto valor natural e paisagístico, deverão manter-se em reserva para serem posteriormente declaradas ZDTI.

Áreas: área compreendida em uma franja costeira insular de 1km de comprimento que rodeia por completo a ilha, com a exceção da ZDTI Santa Maria, ZDTI Pedra Lume, Vila de Santa Maria com o perímetro necessário para a expansão urbana da vila, Calheta Funda, Praia do Cascalho, Baía da Palmeira, com o perímetro necessário para a expansão das instalações portuárias e industriais.

O EROT define o limite das Zonas Turísticas Especiais, mas o ordenamento dessas áreas será estabelecido pelos Planos de Ordenamento Turístico (POT) e Projecto de Ordenamento Detalhado (POD). Os Planos de Ordenamento Turístico (POT) estão em desenvolvimento no momento por uma equipe consultora e serão responsáveis por estabelecer os condicionantes de ocupação do solo, como as áreas edificáveis e não edificáveis, os usos, parâmetros construtivos, entre outros aspectos. Assim, o POT tem um papel fundamental na definição do padrão de ocupação das Zonas Turísticas Especiais e na garantia da preservação de áreas de relevância ambiental. As Áreas Protegidas contidas nas Zonas Turísticas Especiais deverão atender a critérios específicos de conservação, devendo prevalecer a conservação ambiental em detrimento a novas ocupações. De qualquer forma, a delimitação das Zonas Turísticas Especiais e das Áreas Protegidas já são um indicativo da estratégia territorial traçada para o desenvolvimento do turismo e a conservação ambiental no Sal.

É importante ressaltar que parte da ZTDI Santa Maria se sobrepõe a uma área classificada enquanto Espaço Natural de Nível I, de acordo com o Plano Diretor Municipal (PDM) do Sal, o que corresponde a uma Área Protegida. O mesmo ocorre na ZTDI Pedra Lume, cujo perímetro coincide com uma Área Protegida. A área da Ponta Serena (ZTDI) também demonstra fragilidade do ponto de vista ambiental, devido à passagem de areia, apesar de não configurar uma área de proteção ambiental. O desenvolvimento do turismo e o ordenamento territorial deve ocorrer de forma sustentável, sobretudo nas áreas em que há uma reconhecida relevância ou fragilidade ambiental. Os Planos de Ordenamento Turístico (POT) em desenvolvimento terão papel fundamental em garantir a conservação das áreas, através da definição de condicionantes e parâmetros para a ocupação e o desenvolvimento de atividades turísticas.

A definição de áreas protegidas e, sobretudo, a sua conservação efetiva possui um papel fundamental para que o desenvolvimento do turismo no Sal ocorra de forma sustentável. Atualmente, o maior ativo da Ilha são os seus atrativos naturais e a não preservação destes poderá ter um impacto significativo para o desenvolvimento do turismo no médio/longo prazo e no ciclo de vida do destino. Atualmente, a oferta de determinados produtos turísticos e o perfil de turismo de massa na Ilha já têm demonstrado um impacto



na conservação do meio ambiente, o que requer um esforço para contê-lo e evitar o seu aprofundamento.

O EROT indica as Áreas Protegidas existentes, já previstas pelo Plano Diretor Municipal (PDM) do Sal, e propõe a criação de novas áreas de proteção. As Áreas Protegidas correspondem a:

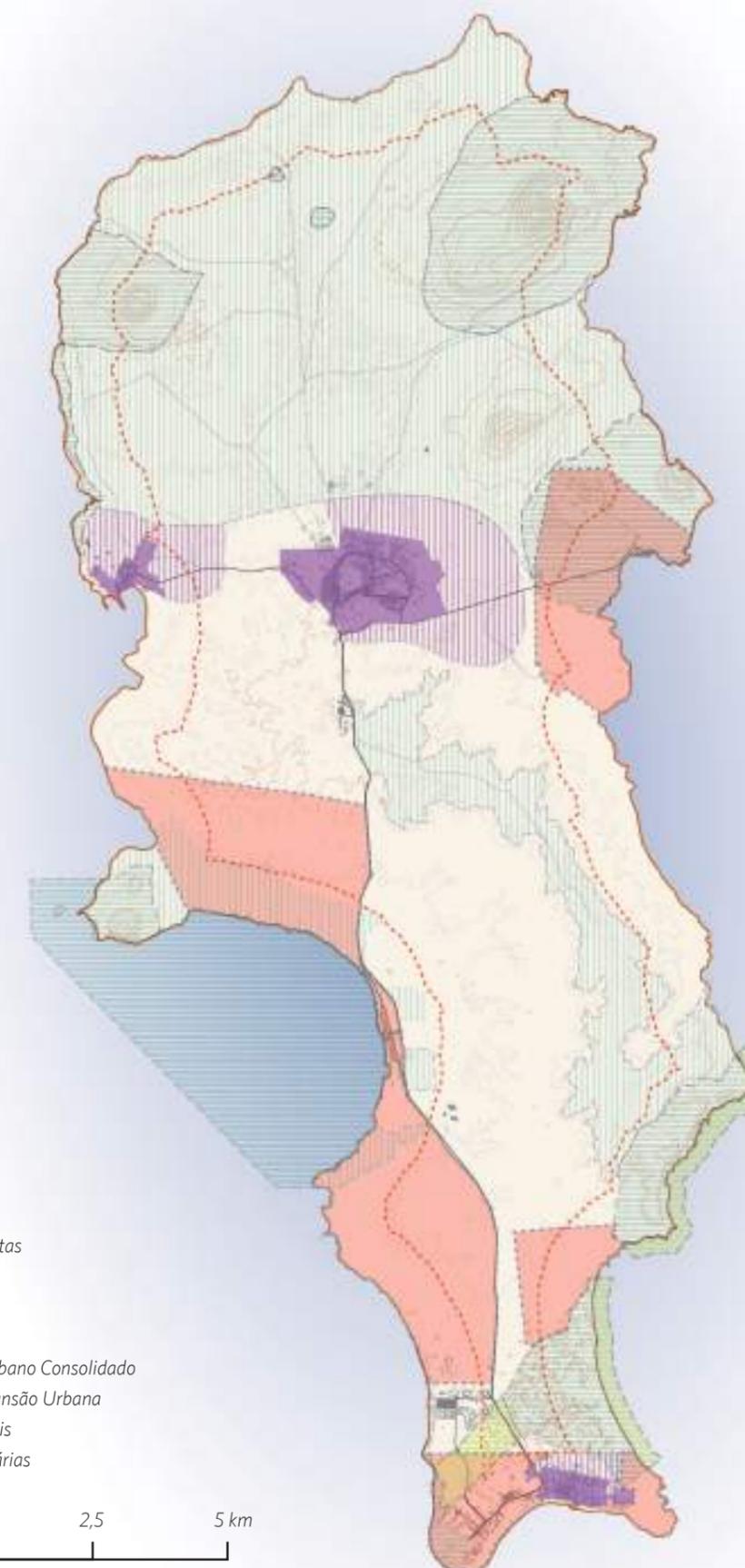
- Rabo de Junco (Categoria: Reserva Natural);
- Costa da Fragata (Categoria: Reserva Natural);
- Ponta do Sino (Categoria: Reserva Natural);
- Serra Negra (Categoria: Reserva Natural);
- Baía da Murdeira (Categoria: Reserva Natural Marinha);
- Morrinho do Filho (Categoria: Monumento Natural);
- Morrinho do Açúcar (Categoria: Monumento Natural);
- Buracona-Ragona (Categoria: Paisagem Protegida);
- Salinas de Santa Maria (Categoria: Paisagem Protegida);
- Salinas de Pedra Lume e Cagaral (Categoria: Paisagem Protegida);
- Monte Grande (Categoria: Paisagem Protegida).

As Áreas Protegidas Propostas pelo EROT correspondem a:

- Zona Norte (Categoria proposta: Paisagem Protegida).
- Curralona (Categoria proposta: Paisagem Protegida).
- Murdeira (Categoria proposta: Paisagem Protegida).

Para a definição de estratégias orientadas para a conservação e gestão dos recursos naturais e Áreas Protegidas da Ilha foi proposto o Plano de Conservação para a Ilha do Sal, que propõe as linhas estratégicas e os programas de conservação de fauna e flora para as Áreas Protegidas da Ilha. O plano, que tem como objetivo recuperar e valorizar os valores naturais e culturais da ilha, estrutura quatro programas apoiadas nas análises desenvolvidas para cada área. Os quatro programas definidos são nas linhas de Investigação, Conservação in situ, Educação, formação e sensibilização e Dinamização de actividades económicas sustentáveis. O Plano de Conservação para a ilha do Sal tem carácter complementar ao EROT e as demais normas e leis que regem as Áreas Protegidas.

No que tange a regulamentação das áreas protegidas, foi proposto o Plano de Ordenamento e Gestão do Complexo de Áreas Protegidas do Sudeste da Ilha do Sal, que constitui um instrumento essencial para a conservação da natureza e da diversidade biológica da região, definindo um modelo de ordenamento e gestão equilibrado e sustentável. O território envolvido no plano é delimitado por um conjunto de três áreas protegidas, denominadas: Complexo de Áreas Protegidas da Reserva Natural Costa da Fragata; Serra Negra e Paisagem Protegida Salinas de Santa Maria. Foi, ainda, proposto o Plano de Ecoturismo do Complexo de Áreas Protegidas do Sudeste da Ilha do Sal, que propõe o desenvolvimento de uma política de ecoturismo para a área. As ações propostas pelo plano abrangem temas como sinalização, gestão para a proteção e preservação, definição de infraestruturas de apoio, programas de estímulo as atividades, formação e capacitação e parcerias. É de fundamental importância que os planos de conservação ambiental sejam considerados e incorporados ao ordenamento territorial, garantindo a proteção destas áreas e a implantação efetiva das propostas de conservação.





2.2.5. SITUAÇÃO ATUAL DE MARKETING E PROMOÇÃO

Quando se analisa o tema promoção e marketing do turismo em Cabo Verde e, especificamente, na ilha do Sal, é possível notar num histórico recente a implantação do Plano de Marketing para o Turismo de Cabo Verde, documento que foi elaborado com a intenção de instruir a promoção do país enquanto destino turístico, propondo uma logomarca para o turismo nacional para o triênio de 2010-2013. As ações decorrentes do plano ajudaram a consolidar Cabo Verde como destino de sol e praia, bem como a identificar produtos turísticos vigentes até os dias atuais.

O Plano Estratégico de Turismo de Cabo Verde (2012, p.17), define 4 princípios fundamentais para o desenvolvimento do turismo:

1. Um turismo sustentável e de alto valor acrescentado, com o envolvimento das comunidades locais no processo produtivo e nos seus benefícios;
2. Um turismo que maximize os efeitos multiplicadores, em termos de geração de rendimento, emprego e inclusão social;
3. Um turismo que aumente o nível de competitividade de Cabo Verde, através da aposta na qualidade dos serviços prestados;
4. Um turismo que promova Cabo Verde no mercado internacional como destino diversificado e de qualidade.

Uma das ações importantes no âmbito do item 4, foi a marca de Cabo Verde relançada em 2018 (Something Else) que busca chamar a atenção para novos segmentos e experiências que podem ser vivenciadas no arquipélago. A construção da nova marca evidencia que tão importante quanto consolidar os segmentos já existentes como sol e praia, é diversificar os campos de descobertas e de novos produtos.

Um aspecto citado por alguns stakeholders do turismo dentro do projeto de promoção e divulgação, é estruturar e implantar melhorias no aeroporto do Sal, tornando-o uma vitrine importante para convidar e encantar o turista que chega na ilha. Uma vez que a ilha vem recebendo um número cada vez maior de turistas estrangeiros, parece oportuno considerar o aeroporto como porta de entrada capaz de gerar ótimas impressões nos visitantes.

No que se refere às estratégias de promoção e marketing do turismo do Sal, vale destacar que já estão sendo realizadas ações visando captar novos mercados. Recentemente, representantes do Ministério do Turismo de Cabo Verde estiveram na Rússia em ação que visou promover o turismo do arquipélago. Paralelamente, observou-se que operadores de turismo europeus que atuam em Cabo Verde promoveram famtours na Ilha do Sal e trouxeram representantes russos para conhecer o destino, em estratégia de relacionamento com novos mercados.

Além disso, é importante destacar a recente criação do Instituto Nacional de Turismo do Cabo Verde, que contribuirá para a realização de ações promocionais, em virtude de sua natureza institucional permitir maior agilidade para este tipo de projeto, facilitando a participação em feiras e eventos, a produção de material promocional e manutenção de redes sociais, bem como a realização de diversas ações de aproximação com mercados como é o caso dos famtour, presstrips e viagens com influenciadores digitais, por exemplo. Além disso, projetos ligados à estruturação das estatísticas e análise de perfil da demanda contribuirão cada vez mais para o monitoramento e inteligência de mercado.

Para definir as principais diretrizes de promoção e marketing do destino turístico Sal, é importante olhar para aspectos do mercado turístico, tendências de viagens e consumo:

- É expressivo o aumento de viagens domésticas no mundo, principalmente no mercado europeu que recém-saído de uma grave crise econômica teve que encontrar novas formas de viagem e de valorização da sua região.
- O crescimento do turismo na África merece destaque, e a inserção de Cabo Verde no índice de competitividade do WTTC indica que as projeções são positivas, não de crescimento exponencial como nos últimos anos, mas pode possibilitar um crescimento sustentável, apesar dos concorrentes.
- A digitalização do turismo está mudando a forma de compra das viagens e isso está impactando diretamente nas empresas tradicionais europeias que não se modernizaram, como exemplo, a Thomas Cook, empresa britânica de 178 anos que decretou falência em 23 de setembro.
- O perfil do turista que chega à Ilha do Sal em Cabo Verde proveniente principalmente do Reino Unido e da Alemanha é do turismo de massa, que chega em voos fretados, com pacotes fechados em hotéis e resort all inclusive, normalmente operados pela TUI ou Thomas Cook. Estima-se que Cabo Verde sentirá a curto e médio prazo os efeitos da falência da Thomas Cook, o que poderá acarretar a perda expressiva de turistas oriundos destes dois países.
- Com exceção dos belgas, que viajam em sua maioria para o exterior, os outros mercados estão priorizando as viagens domésticas, o que trará consequências negativas para o destino de Cabo Verde.
- A média de permanência em Cabo Verde é alta se comparada com as médias dos destinos como: Alemanha, Reino Unido, Bélgica/Holanda e Itália. Assim mesmo, vem caindo ano a ano.
- A expansão dos aeroportos na Bélgica pode proporcionar uma oportunidade de ampliar as relações entre Cabo Verde e Bélgica com o objetivo de captar voos para a Ilha do Sal.
- Os millenials merecem atenção porque eles são responsáveis por 40% de todo fluxo de turistas no mundo. Destinado massificado como o Sal não é a procura deste público, hoje tão relevante para o setor turístico. Eles buscam destinos que tenham preocupação com sustentabilidade, que ofereçam experiências e vivências, e que estas viagens transformem suas vidas.

2.2.6. CICLO DE VIDA DO DESTINO TURÍSTICO

Considerando o segmento turístico chave – Sol e Mar, e os produtos ofertados no destino, entende-se que a Ilha do Sal se encontra no estágio de “desenvolvimento/crescimento”, de acordo com a metodologia de análise de ciclo de vida de destinos/produtos turísticos definida por Butler (1980).

Estes estágios são definidos pelo processo de maturação avaliado pelo índice de volume de vendas/número de turistas. Cada fase possui uma determinada característica e sua análise apoia a tomada de medidas cabíveis para cada ciclo, do ponto de vista do planejamento e gestão. Não necessariamente um destino passa por todas as fases.

Fases do ciclo de vida dos destinos turísticos



*Posicionamento da Ilha do Sal no Ciclo de Vida do Destino Turístico, considerando o segmento Sol e Mar.
 Fonte: elaboração própria; adaptado de Butler, 1980*

Esta fase do ciclo de vida é caracterizada por:

- Número de turistas que ultrapassa a população residente em período de época alta estação: A Ilha do Sal possui uma média de 3 turistas para cada 1 habitante. Atrelado ao crescimento da população e os dados analisados no capítulo de dinâmica socioeconômica, é importante considerar que já há uma pressão sobre o meio ambiente e infraestrutura básica e urbana decorrente deste fluxo.
- Oferta de produtos crescente, com razoável grau de diversificação e presença de investidores internacionais: há uma série de receptivos locais ofertando produtos diversificados baseados no sol e mar, além de resorts de cadeias hoteleiras internacionais, bem como outros empreendimentos de investidores de outros países. Os empreendimentos são criados muito próximos aos atrativos turísticos naturais, causando maior pressão ambiental. Há boa quantidade de empregos e oportunidades de renda para moradores locais.
- Distribuição envolve operadores turísticos: grande parte dos turistas que visitam a ilha do Sal utilizam o serviço de operadores turísticos, como a TUI, por exemplo. Há receptivos locais e prestadores de serviços organizados para atender a demanda, havendo concorrência e, por conta disso, um

trabalho em torno de precificação buscando equilibrar o mercado. Há boa quantidade de empregos e oportunidades de renda para moradores locais.

- Há concorrência com outros destinos: o portfólio dos operadores emissivos considera a Ilha do Sal como concorrente de destinos como as ilhas Canárias,

Por outro lado, para outros segmentos turísticos – esportes náuticos, ecoturismo e turismo histórico cultural – por exemplo, os produtos oferecidos na Ilha do Sal estão em outros estágios.

A matriz do ciclo de vida possui dois eixos: tempo e volume de turistas. Butler indica que um aumento em qualquer uma das direções e uma vez que a capacidade de recepção chegue no limite, tem-se as seguintes implicações:

- Redução da qualidade e atratividade do destino;
- Maiores taxas de “irritabilidade” da população local com a presença de turistas;
- Concretização de “não lugares turísticos” – espaços moldados que são similares a outros em qualquer parte do mundo, que não valorizam os ativos locais; e
- Maior pressão e impactos negativos sobre os ativos turísticos, uma vez que estes muitas vezes são vistos como infinitos, por si só.

Com uma taxa de ocupação hoteleira média em torno de 60%, verifica-se que a Ilha do Sal possui ainda algum potencial de crescimento de demanda para o segmento de Sol e Mar, no entanto, ao não considerar um olhar para as tendências de mercado e o entendimento de que os ativos turísticos são finitos, a ilha corre o risco de estagnar ou entrar em declínio. Para isso não ocorrer, é importante buscar a diferenciação de produtos perante seus concorrentes, bem como a proteção dos recursos naturais e culturais.

Assim, a visão de futuro e estratégias para a ilha devem focar nestes aspectos, além de uma gestão que procure manter o processo de inteligência de mercado – monitoramento de fluxos, monitoramento de impactos – o que deve ser facilitado pelo Instituto Nacional de Turismo, que tem justamente como algumas de suas funções, atuar nestas frentes.



2.2.7. ANÁLISE SWOT

Com base nos principais resultados coletados durante as atividades de campo (reunião com stakeholders, visitas técnicas e entrevistas com players do turismo local) e na análise dos planos e documentos, chegou-se à matriz swot apresentada a seguir, que identifica os pontos fortes e diferenciais, oportunidades, fragilidades e ameaças para o desenvolvimento do turismo na Ilha do Sal.

A matriz Swot permite que sejam projetadas algumas diretrizes e linhas base que vão orientar a definição das estratégias de desenvolvimento e estruturação do turismo na Ilha do Sal.

FATORES POSITIVOS



FORÇAS

- População com estrutura etária predominantemente jovem e economicamente ativa
- Presença de reservas naturais (Costa da Fragata, Marinha, Serra Negra)
- Posição estratégica – poucas horas de voo da Europa e América do Sul
- Atrativos e produtos turísticos já consolidados e bastante procurados
- Recursos do Fundo Geral do Turismo/MTur para o Sal: curso de guias, implantação de hospital
- Morabeza e cultura local
- Crescimento contínuo do fluxo turístico nos últimos anos
- Passeios existentes nos segmentos de birdwatching, kite-surf, star glazing, entre outros.
- Presença da Câmara de Turismo para gestão do turismo no Sal
- Melhoria contínua nos indicadores educacionais e níveis de escolaridade

OPORTUNIDADES

- Aumento do número de vôos para o Sal
- Marca turística de Cabo Verde relançada em 2018
- Projeto Bandeira Azul protocolado junto à instância federal (em Santa Maria)
- Existência de planos e projetos com visão estratégica para o turismo em Cabo Verde
- Aumento do fluxo de visitantes de novas nacionalidades (Suécia, República Theca, Dinamarca) e novos públicos (LGBT)
- Centro de saúde em construção
- Diversificação de experiências e atividades nos atrativos consolidados da ilha, agregando mais valor aos produtos existentes
- Diversificação dos produtos turísticos, sobretudo os vinculados à conservação do meio ambiente e promoção da cultura local
- Fortalecer na comunidade o sentimento identitário e de pertencimento dos valores, costumes e tradições locais
- Curso de formação para guias de turismo no Sal (outubro, 2019)
- Presença da Escola de Hotelaria – cursos ofertados: Bar e Restaurante / Cozinha e Pastelaria

FATORES NEGATIVOS



FRAQUEZAS

- Falta de infraestrutura de apoio e sinalização nos atrativos turísticos
- Condições ruins das estradas que dão acesso aos principais atrativos
- Falta de representatividade da cultura e dos artesãos da ilha
- Falta de sinalização nas principais vias de acesso aos atrativos
- Grande quantidade de lixo, inclusive em zonas turísticas
- Ausência de alianças estratégicas entre stakeholders do turismo no Sal
- Falta de fiscalização dos espaços e áreas turísticas
- Abastecimento dos grandes hotéis é concentrado em duas empresas da Europa
- Condições ruins de habitação e saneamento
- Falta de regulamentação e qualificação da atividade pesqueira
- Ausência de fiscalização e regulamentação das atividades turísticas
- Modelo all inclusive incentiva os turistas a permanecerem no hotel
- Transporte interno e sistema de saúde são pontos frágeis para o turismo

AMEAÇAS

- Impacto do turismo de massa na conservação do meio ambiente
- Falta de fiscalização e gestão das áreas de conservação
- Crescimento rápido e desordenado do turismo em Santa Maria
- Patrimônio cultural material e imaterial pouco aproveitados
- Falta de regulamentação e fiscalização das atividades turísticas

3. VISÃO DE FUTURO



3.1. CENÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO E PROJEÇÕES DE DEMANDA

A seguir, apresentam-se cenários descritivos que tentam ilustrar como futuramente o turismo na ilha poderia se desenvolver e que tipo de impacto teria em termos de volume de fluxo e perfil turístico. Entende-se que a aplicação de taxas percentuais de crescimento baseadas em médias nacionais ou internacionais não são suficientes para definir estratégias de desenvolvimento turístico sustentáveis.

Há que se considerar a complexidade do turismo e como diversos fatores conhecidos e desconhecidos poderão impactar a dinâmica local. Assim, aqui procurou-se estabelecer taxas de projeções agregadas aos cenários.

O método escolhido para a definição de cenários foi o da Análise Lógica Intuitiva. Esta metodologia não utiliza algoritmo matemático. Ela considera primordialmente que as decisões sejam fundamentadas em um conjunto de inter-relações e interdependências adimensionais envolvendo variáveis sociais, políticas, tecnológicas, ambientais e econômicas. Além disso, é um método intuitivo porque estimula a intuição dos gestores a respeito das incertezas e possibilidades futuras.

O cenário do turismo na ilha para os próximos anos depende diretamente de um conjunto de variáveis condicionantes que indicam as direções prováveis que este setor poderá seguir. Assim, foram definidas 8 variáveis de análise, dentro de duas condicionantes:

Condicionantes de análise de cenários de desenvolvimento turístico e variáveis - Análise Lógica Intuitiva

CONDICIONANTES EXTERNAS

Envolve variáveis de âmbito internacional e nacional que poderão influenciar o crescimento e o desenvolvimento turístico, mas que estão fora do domínio administrativo da atividade turística

i) Desempenho da Economia Mundial Conjuntura da movimentação econômica de países em um determinado período de tempo, de modo a buscar prever tendências e elementos que podem impactar o desenvolvimento do turismo na ilha.

ii) Desempenho da Economia Nacional Conjuntura da movimentação econômica de Cabo Verde em um determinado período de tempo, de modo a buscar prever tendências e elementos que podem impactar o desenvolvimento do turismo na ilha.

CONDICIONANTES INTERNAS

Premissas cuja dinâmica têm influência direta sobre as decisões e possíveis cenários para o turismo da ilha

iii) Desempenho do Turismo Mundial Conjuntura do desempenho econômico do turismo no mundo em determinado período do tempo, de modo a buscar prever tendências e elementos que podem impactar o desenvolvimento do turismo na ilha.

iv) Desempenho do Turismo Nacional

Conjuntura do desempenho econômico do turismo em Cabo Verde em determinado período do tempo, de modo a buscar prever tendências e elementos que podem impactar o desenvolvimento do turismo na ilha.

v) Acesso e Logística

Conjuntura do desempenho e desenvolvimento dos acessos e logística de transporte em Cabo Verde e na ilha de Santo Antão de modo a buscar prever tendências e elementos que podem impactar o desenvolvimento do turismo na ilha.

vi) Governança e Investimentos Públicos no Turismo

Conjuntura do desempenho e desenvolvimento da governança e de investimentos públicos do turismo em Cabo Verde e na ilha de Santo Antão de modo a buscar prever tendências e elementos que podem impactar o desenvolvimento do turismo na ilha.

vii) Investimentos Privados no Setor de Turismo

Conjuntura do desempenho e desenvolvimento de investimentos privados do turismo em Cabo Verde e na ilha de Santo Antão de modo a buscar prever tendências e elementos que podem impactar o desenvolvimento do turismo na ilha.

viii) Estrutura de Mercado

Conjuntura do desempenho e organização dos modelos de mercado turístico, considerando os diversos segmentos de serviços prestados.

Fonte: Elaboração Própria, 2019.

3.1.1. CONDICIONANTES EXTERNOS

DESEMPENHO DA ECONOMIA MUNDIAL

De acordo com dados do IPEA (2019), depois de dois anos de crescimento relativamente robusto (entre 2016 e 2017), é prevista a desaceleração da economia mundial nos próximos anos. Essa desaceleração não parece ser muito forte, conforme as previsões do Fundo Monetário Internacional (FMI), mas preocupa diante de algumas características da economia mundial, neste momento, associadas às políticas implementadas após a crise financeira internacional de 2007-2008: um possível esgotamento dos instrumentos de política econômica, que poderiam impedir que a desaceleração se transforme em recessão, e o elevado nível de endividamento do setor não financeiro em escala global.

O final de 2018 e os meses iniciais de 2019 caracterizaram-se por um aumento de incertezas e uma perda de dinamismo da economia mundial. As principais fontes de incerteza são:

- a desaceleração do comércio internacional, em parte associada a conflitos comerciais, em particular entre Estados Unidos e China;



- questões políticas, com destaque para a até agora tumultuada perspectiva de saída (Brexit) do Reino Unido da União Europeia (UE); e
- questões econômicas, associadas às perspectivas de crescimento nos Estados Unidos e ao risco de uma recessão na Europa, especialmente na Alemanha e na Itália. Na China, uma redução do ritmo de crescimento mais acentuada, que a já embutida nas projeções, permanece como um risco relevante para a economia global, não obstante as medidas fiscais e monetárias de estímulo que vêm sendo adotadas.

O comércio internacional nos quatro primeiros meses de 2019 cresceu apenas 0,4%, em volume, em relação a igual período de 2018, o que representa forte desaceleração em relação ao crescimento de 4,1% de meados do ano passado. Indiretamente, a guerra comercial, na medida em que aumenta incertezas num mundo com cadeias de produção cada vez mais integradas, vem afetando o investimento (IPEA, 2019).

Assim, os fatores que podem influenciar a tendência dessa dimensão nos próximos anos são apresentados a seguir.



DESEMPENHO DA ECONOMIA NACIONAL

A reduzida população do país distribuída por uma vasta área aquática constitui uma importante condicionante para o crescimento e desenvolvimento. Isso limita economias de escala e cria problemas significativos de conectividade, bem como desafios ao fornecimento de serviços, incluindo energia, água, educação, saúde (Banco Mundial, 2019).

Segundo o relatório anual do Banco de Cabo Verde - BCV de 2018, a melhoria das condições de financiamento e dos mercados de trabalho nos principais parceiros do país, bem como a dinâmica do setor público e ainda os desempenhos positivos do comércio, indústria transformadora, imobiliária e outros serviços determinaram o crescimento econômico do país em 2018, ano em que se registrou um aumento de 5,5% no PIB nacional.

Já a agricultura, as telecomunicações e os transportes tiveram uma performance negativa. É o que diz o relatório do BCV que denota, em certa medida, um fraco dinamismo do tecido empresarial nacional.

O Banco de Cabo Verde sublinha que o crescimento econômico foi determinado, do lado da oferta, sobretudo, pela dinâmica do setor público (impostos líquidos de subsídios e administração pública) e pelos desempenhos positivos do comércio, indústria transformadora, imobiliária e outros serviços e eletricidade e água. Nota-se ainda uma recuperação importante da construção e uma redução do contributo positivo de alojamento e restauração. O setor do turismo teve também um contributo positivo para o desempenho da

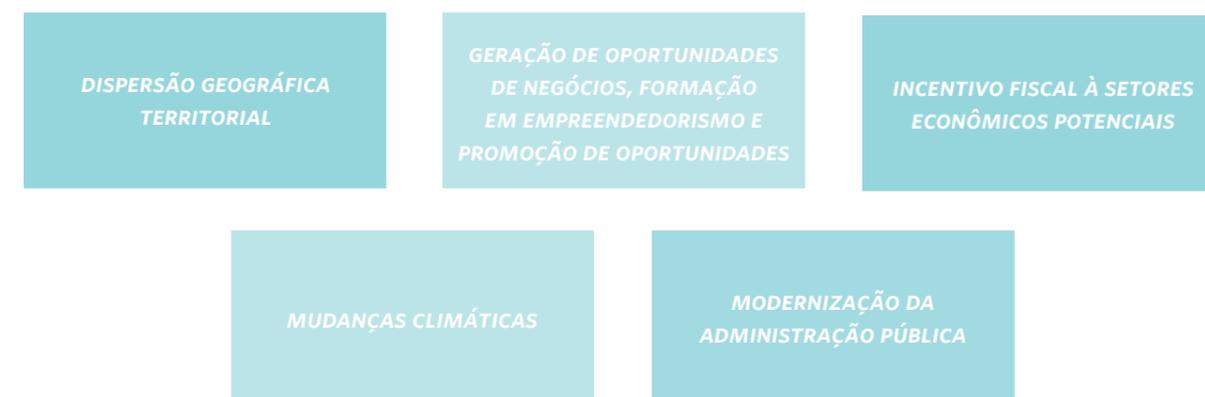
economia nacional em 2018, não obstante a sua redução, reflexo da moderação da procura internacional (pese embora o crescimento significativo da atividade turística global) e da diminuição dos preços turísticos (em 0,4 %).

O BCV avança que o contínuo fortalecimento da confiança dos agentes econômicos, nomeadamente empresários, consumidores, contribuiu, igualmente, para o desempenho mais conseguido da economia nacional, numa conjuntura de aumento moderado de pressões inflacionistas e de redução líquida de empregos.

As contas públicas melhoraram em 2018, tendo o déficit global reduzido de 3,1 para 2,6% do PIB. O melhor desempenho das contas públicas ficou a dever-se à redução dos investimentos públicos e ao contínuo aumento das receitas fiscais.

O cenário central das atuais projeções do Banco de Cabo Verde aponta para a manutenção do ritmo de crescimento econômico em torno de 5% em 2019 e 2020, sustentado, no presente ano, na dinâmica dos consumos privado e público, bem como das exportações líquidas e, no próximo ano, num maior dinamismo dos investimentos.

Assim, os fatores que podem influenciar a tendência dessa dimensão nos próximos anos são apresentados a seguir.



3.1.2. CONDICIONANTES INTERNOS

DESEMPENHO DO TURISMO MUNDIAL

Segundo dados da OMT, ocorreu um acréscimo de 5% no total de viagens no mundo se comparado a 2017 contabilizando 1,4 bilhões de desembarques de turistas o que gerou um movimento econômico de mais de USD 1,7 trilhões na balança comercial do turismo incluindo os gastos de visitantes nos destinos turísticos (USD 1,5 trilhões) e os serviços de transporte internacional de passageiros (USD 256 bilhões).

Os continentes que têm contribuído para aumentar estes números são Ásia / Pacífico e **África**, cada um tendo um aumento de 7% em chegada de turistas. A receita obtida com o fluxo turístico na África é menor que a relativa à Ásia e Pacífico, o que indica que o **turismo na África precisa fomentar o aumento do gasto médio por turista/ dia de permanência**.

Corroborando com o relatório apresentado pela OMT que menciona o aumento do fluxo de turistas nas regiões de Ásia/Pacífico e África, o relatório da WTTC indica que o mercado do turismo na Ásia aumentou 6,4% e, com destaque fica a região do Norte da África que teve um aumento de 8,6% em relação a 2017.



Importante destacar que o turismo doméstico representou 71,2% de todos os gastos com turismo em 2018 e teve o maior crescimento nos países em desenvolvimento, mas atingiu também os cinco primeiros colocados no ranking de contribuições ao PIB Global como: EUA, China, Japão, Alemanha e Reino Unido.

É expressivo o aumento de viagens domésticas no mundo, principalmente no mercado europeu que recém-saído de uma grave crise econômica teve que encontrar novas formas de viagem e de valorização da sua região. Com exceção dos belgas, que viajam em sua maioria para o exterior, os outros mercados estão priorizando as viagens domésticas, o que trará consequências negativas para o destino de Cabo Verde. A expansão dos aeroportos na Bélgica pode proporcionar uma oportunidade de ampliar as relações entre Cabo Verde e Bélgica.

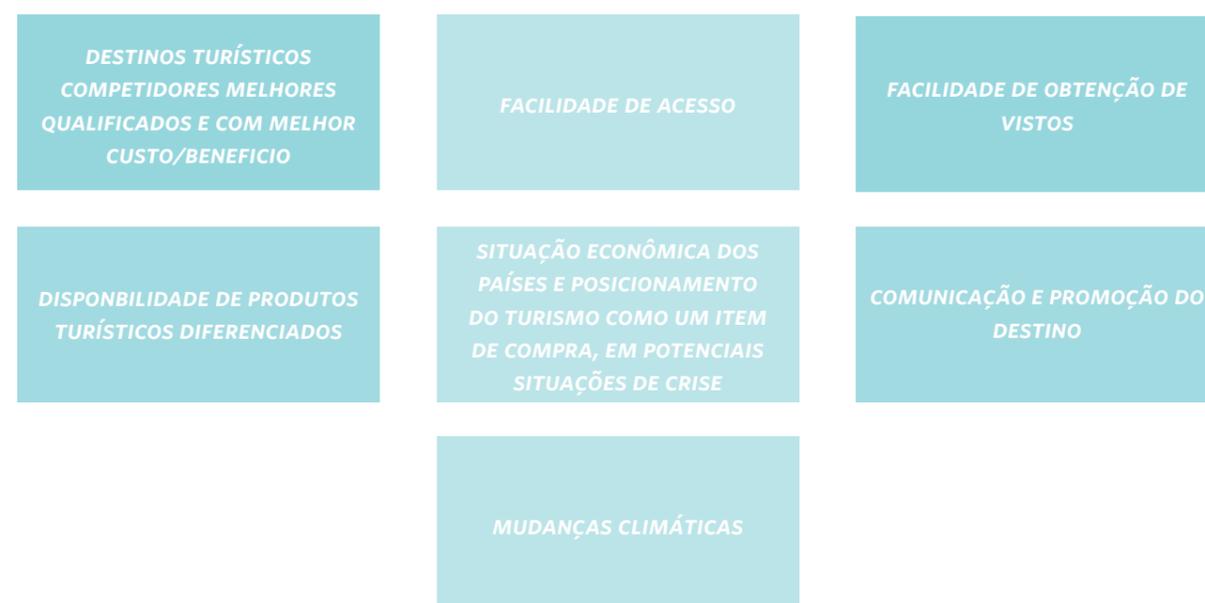
A OMT indica que o bom momento do turismo mundial, principalmente em regiões como Ásia e África, está relacionado com alguns fatores como: ampliação da malha aérea de conexão principalmente nas regiões onde era inexistente a conectividade, estabilidade do custo do combustível e a redução de taxas em cerca de 60% em relação a 1998.

O continente africano se sobressaiu nos resultados principalmente na performance do Norte da África, tendo a Tunísia e Marrocos como destaque desta região (10% a mais de chegadas de turistas e um aumento de 4% em receita). Este resultado se deve principalmente ao índice de segurança nestes países ter melhorado. O continente africano teve a chegada de 67 milhões de turistas em 2018 que gerou USD 38 bilhões de receita.

A digitalização do turismo está mudando a forma de compra das viagens e isso está impactando diretamente nas empresas tradicionais europeias que não se modernizaram, como exemplo, a Thomas Cook, empresa britânica de 178 anos que decretou falência em setembro. Este mercado será fortemente impactado, também como resultado do BREXIT, em que se prevê que mais de USD 5 bilhões deixarão de ser gastos em viagens dos britânicos ao exterior entre os anos 2019-2025.

Os millenials merecem atenção porque eles são responsáveis por 40% de todo fluxo de turistas no mundo, eles buscam destinos que tenham preocupação com sustentabilidade, que ofereçam experiências e vivências, e que estas viagens transformem suas vidas. O perfil da oferta turística de São Nicolau pode interessar este perfil de visitante.

Assim, os fatores que podem influenciar a tendência dessa dimensão nos próximos anos são apresentados a seguir.



DESEMPENHO DO TURISMO NACIONAL E DO SAL

Cabo Verde teve 4,9% de aumento no volume de turistas internacionais, chegando a 710 mil em 2018 contra 668 mil em 2017, com receita gerada pelo turismo internacional de 466 milhões de USD (OMT, 2018). **O setor do turismo teve um contributo positivo para o desempenho da economia nacional em 2018, não obstante a sua redução, reflexo da moderação da procura internacional e da diminuição dos preços turísticos em 0,4% (BCV, 2018).**

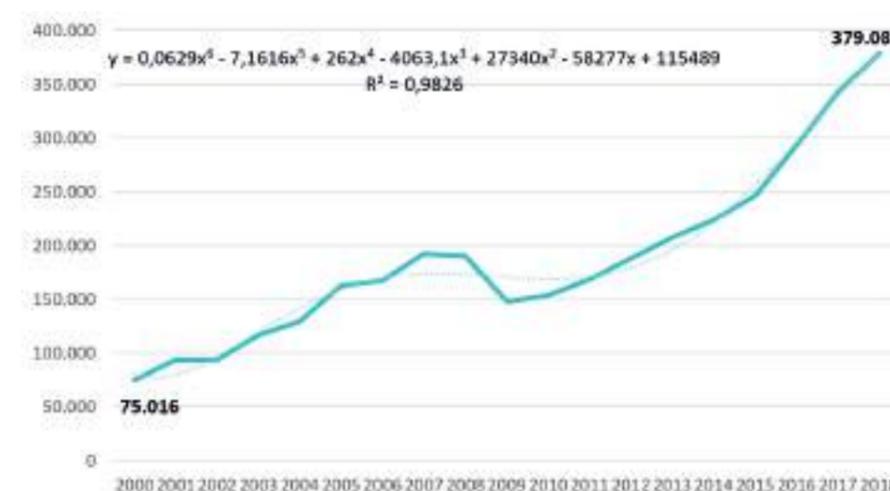
O setor de turismo tem sido bastante impulsionado no país seja por políticas públicas que visam o fortalecer de maneira sustentável, como pela criação de incentivos fiscais e aduaneiros para incentivar novos investimentos.

Como resultado, observa-se que a atividade vem registrando crescimento superior a 8% ao ano, com tendência crescente para uma taxa média anual de mais de 10% durante os últimos dois anos, mais do dobro da taxa mundial (República de Cabo Verde, 2019).

O país ocupa o 88º lugar no Ranking de Competitividade do WTTC, assim mesmo, obteve destaque nesta edição, **é o membro de mais alta classificação da África Ocidental no índice global e o 6º mais alto na região da África Subsaariana.** O país é mais competitivo do que suas contrapartes sub-regionais em todas as áreas, **exceto nos indicadores de recursos culturais (128º) e naturais (136º).** Outros itens que merecem atenção são a infraestrutura de transporte rodoviário e portos e a facilidade de obtenção de vistos.

Ao analisar os dados históricos de hóspedes para o Sal, verifica-se uma demanda flutuante até 2009, porém com crescimento exponencial entre os picos do período de 2000 a 2009. A partir de 2009 até 2018, a demanda começa a ter uma dinâmica de crescimento exponencial, mantendo certa estabilidade de crescimento. Assim, nota-se maior consolidação e fidelização do destino turístico.

Gráfico comportamento do fluxo de hóspedes no Sal – 2000/2018.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Com um pouco mais de 75 mil hóspedes em 2000, em 2018 a ilha recebeu mais de 379 mil hóspedes, um crescimento de 405%. Entre 2000 e 2018, a taxa média de crescimento de hóspedes foi de 9,4%. Entre 2009 e 2018, a taxa de crescimento foi de 11%.



As taxas de ocupação da ilha são altas, em torno de 61% em 2018 e oscilando entre 46% e 68% entre 2000 e 2018 (média de 55,8% no período). Com 14 empreendimentos em 1999, em 2018 este número subiu para 30 empreendimentos, com a previsão de mais novos 8 investimentos nos próximos anos. O perfil dos empreendimentos turísticos do Sal são de médio e grande porte.

Assim, os fatores que podem influenciar a tendência dessa dimensão nos próximos anos são apresentados a seguir.



ACESSO E LOGÍSTICA

Uma das condições fundamentais para o desenvolvimento do turismo diz respeito às questões de acessibilidade e logística para uma maior captura e distribuição de fluxo de turistas, de acordo com os mercados geográficos. A ilha do Sal possui relativa facilidade de acesso, via aeroporto internacional.

O Aeroporto do Sal possui a pista de maior dimensão de Cabo Verde, servindo como plataforma para voos internacionais, domésticos e escala técnica para abastecimentos. O aeroporto sofreu melhorias estruturais nos anos recentes e recebe voos de diversas cias aéreas como TACV, TAP, Turkish Airlines, TUI fly, Binter, Etihad, além de outras cias com voos sazonais. Atende principalmente a Europa (França, Itália, Espanha, Portugal, Inglaterra, Holanda, Suécia, Dinamarca, Alemanha) e países como o Brasil (voos do Recife, Salvador e Fortaleza) e Marrocos, na África.

Ainda encontra-se em execução um projeto financiado pelo Banco Mundial para a reforma do setor de transportes no país, que incluiu desde obras de requalificação de estradas, até estudos de concessão e planos de gestão de portos e aeroportos locais.

De forma geral, a geografia de Cabo Verde contribui para custos relativamente elevados em termos de serviços infraestruturais e para as limitações de acesso. Sua população encontra-se espalhada por um arquipélago de nove ilhas, localizado a 500 km da linha costeira da África Ocidental. A fragmentação geográfica e uma baixa densidade populacional requerem a duplicação das instalações infraestruturais.

Por exemplo, apesar da sua pequena população, o país tem sete aeroportos internacionais. A prestação de serviços descentralizada e altamente fragmentária impede a captação de economias de escala e aumenta o custo e preço dos serviços, dificultando a escolha de tecnologias adequadas.

Aspectos relevantes foram a privatização da TACV (Transportes Aéreos de Cabo Verde) - Cabo Verde Airlines, bem como o início do processo de concessão dos aeroportos do país. O objetivo é transformar Cabo Verde numa grande plataforma aérea de ligação entre África, Américas e Europa, uma vez que

espera-se que a concessão dos aeroportos aumente o fluxo de passageiros e de tráfego. Além disso, espera-se que a privatização da TACV crie melhor capacidade de atração de turistas do Norte da Europa.

A privatização da TACV, através da venda de 51% das ações à Lofleidir Cabo Verde, empresa detida em 70% pela Lofleidir Icelandic EHF e em 30% por empresários islandeses, foi formalizada no início de Março de 2019. Dos restantes 49% de capital, 10% serão colocados para subscrição de emigrantes e trabalhadores, e 39% dispersos em bolsa. Atualmente, o acesso à Cabo Verde pode ser feito via 07 aeroportos com voos internacionais.

Assim, os fatores que podem influenciar a tendência dessa dimensão nos próximos anos são apresentados a seguir.



GOVERNANÇA E INVESTIMENTOS PÚBLICOS NO TURISMO

Cabo Verde tem vindo a se modernizar em termos de governança pública, com a criação do Instituto Nacional de Turismo, que será implantado entre 2019 e 2020. O objetivo é otimizar a gestão do destino com um órgão que tenha mais autonomia para regular, fiscalizar, promover a marca Cabo Verde e incentivar o investimento no setor.

O governo espera também que o Instituto ajude a atingir a meta 21 mil turistas até 2021 e consecutivamente o crescimento do país. Com sede no Sal, o Instituto de Turismo de Cabo Verde terá ainda duas delegações, uma em São Vicente, para cobrir as ilhas do norte, e outra na Praia, para cobrir as ilhas do sul.

Além disso, Cabo Verde possui uma Câmara de Turismo de Cabo Verde, com sede no Sal. Embora possua atuação geral para o país, verifica-se que a presença desta instância no Sal, acaba por gerar maior atenção para esta ilha, que tem maior número de associados locais.

O governo de Cabo Verde e da Ilha do Sal vem investindo de modo significativo em infraestrutura de suporte ao turismo, ou apoiando diversos projetos de desenvolvimento local. Obras de melhoria de saneamento básico, abastecimento de água e energia também vem sendo realizados. Os maiores desafios ainda residem em torno da gestão dos resíduos sólidos.

Contando com um fundo de turismo de Cabo Verde, diversos projetos estão previstos para a ilha como a requalificação de áreas turísticas, construção de postos de informações turísticas, bem como o incentivo ao Turismo Rural e ao Turismo de Natureza.



Projetos que serão financiados pelo Fundo de Turismo de Cabo Verde na Ilha do Sal – 2017/2021

PROJETO

- Requalificação do bairro Antônio Sousa
- Bairros Alto S. Cruz, São João e Terra Boa
- Rua 1º de Junho – Santa Maria (pedonal)
- Requalificação do bairro Holandinha
- Requalificação do Norte São Paulo – Santa Maria
- Reabilitação Pontão Santa Maria
- Frente Marítima + Calçadão – Santa Maria
- Ciclovía Santa Maria
- Requalificação de outros bairros, incluindo rede de água, rede viária

Fonte: Resolução nº 107/2017, República de Cabo Verde

Ações promocionais vem sendo realizadas nos principais mercados emissores atuais e potenciais, seguindo as premissas do GOPEDs, com recursos próprios do governo, para além dos investimentos previstos no fundo. Outras ações com financiamento do governo são melhorias na estrutura de segurança pública, estruturas de saúde e revitalização de acessos. Além disso, a própria elaboração deste Master Plan de Turismo é de extrema importância para a orientação estratégica da ilha sobre o desenvolvimento turístico.

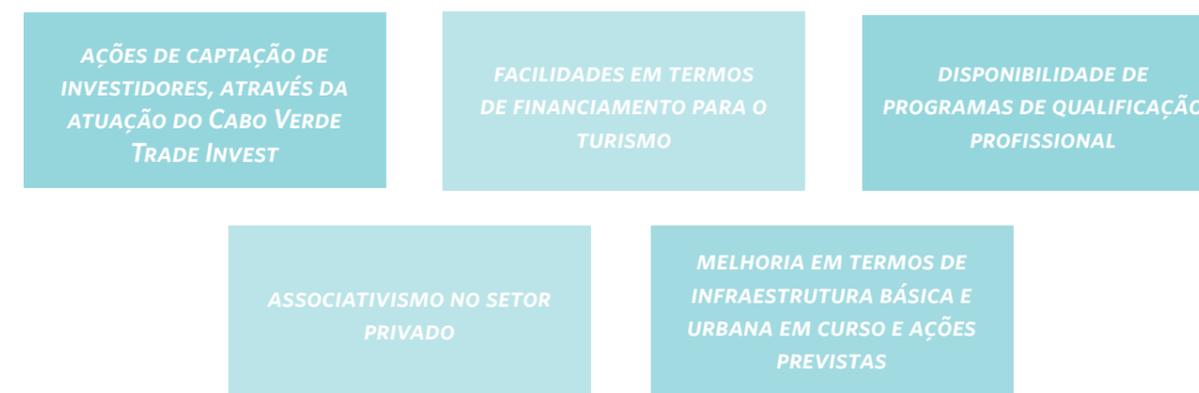
Há poucas ações de impacto do governo em termos de ações voltadas para a proteção e conservação ambiental e cultural da ilha, embora existam iniciativas locais por parte da sociedade civil. Além disso, torna-se relevante criar espaços de discussão e estruturar e fortalecer instâncias de governança locais, como uma associação que não apenas congregate empresários, mas a sociedade civil na ilha.

Assim, os fatores que podem influenciar a tendência dessa dimensão nos próximos anos são apresentados a seguir.



INVESTIMENTOS PRIVADOS NO SETOR DE TURISMO

Conforme abordado ao longo do diagnóstico, a ilha do Sal encontra-se em estágio médio de desenvolvimento turístico. Há uma série de receptivos locais ofertando produtos diversificados baseados no sol e mar, além de resorts de cadeias hoteleiras internacionais, bem como outros empreendimentos de investidores de outros países. Os empreendimentos são criados muito próximos aos atrativos turísticos naturais, causando maior pressão ambiental. Há boa quantidade de empregos e oportunidades de renda para moradores locais.



ESTRUTURA DE MERCADO

As Estruturas de Mercado são modelos que captam aspectos de como os mercados estão organizados. Cada estrutura de mercado destaca aspectos essenciais da interação da oferta e da demanda, baseando-se em características observadas em mercados existentes. As estruturas de mercado estão condicionadas por três variáveis principais:

1. número de empresas do segmento no mercado
2. diferenciação do produto
3. existência de barreiras à entrada de novas empresas

Nota-se que no caso de Cabo Verde o setor aéreo possui poucas empresas atuando no setor, com a recente privatização, inclusive, da cia aérea principal que atende o país. Há uma tendência de que exista uma maior diversidade de cias aéreas no futuro.

A maior parte dos empreendimentos hoteleiros do Sal é médio e grande porte, havendo relativa concorrência entre os mesmos, porém, com pouca diversificação do tipo de oferta hoteleira, que se constitui, em sua maioria em resorts com serviço all inclusive e produtos turísticos comercializados em formatos de pacotes, com alta dependência de operadores turísticos.

Há receptivos locais e prestadores de serviços organizados para atender a demanda, havendo concorrência e, por conta disso, um trabalho em torno de precificação buscando equilibrar o mercado. Há boa quantidade de empregos e oportunidades de renda para moradores locais. O portfólio dos operadores emissores considera a Ilha do Sal como concorrente de destinos como as ilhas Canárias.

Diversos incentivos vem sendo ofertados e preparados para o setor turístico, além de ações de captação de investimentos externos, através da Cabo Verde Trade Invest, que realiza estudos, road shows e eventos para captação de parceiros investidores.



A criação recente do Instituto Nacional de Turismo também deve contribuir para o processo de diferenciação de produto e inserção em diversos mercados geográficos.

Vem se procurando trabalhar na estruturação de destinos e produtos singulares, diferenciados entre as diversas as ilhas e que possam se complementar, de modo que exista uma diversificação de demanda, bem como o fortalecimento da fidelidade ao destino. O destino tem caminhado para diversificação de empresas, permitindo assim, maior concorrência e qualidade de serviços.

Assim, os fatores que podem influenciar a tendência dessa dimensão nos próximos anos são apresentados a seguir.

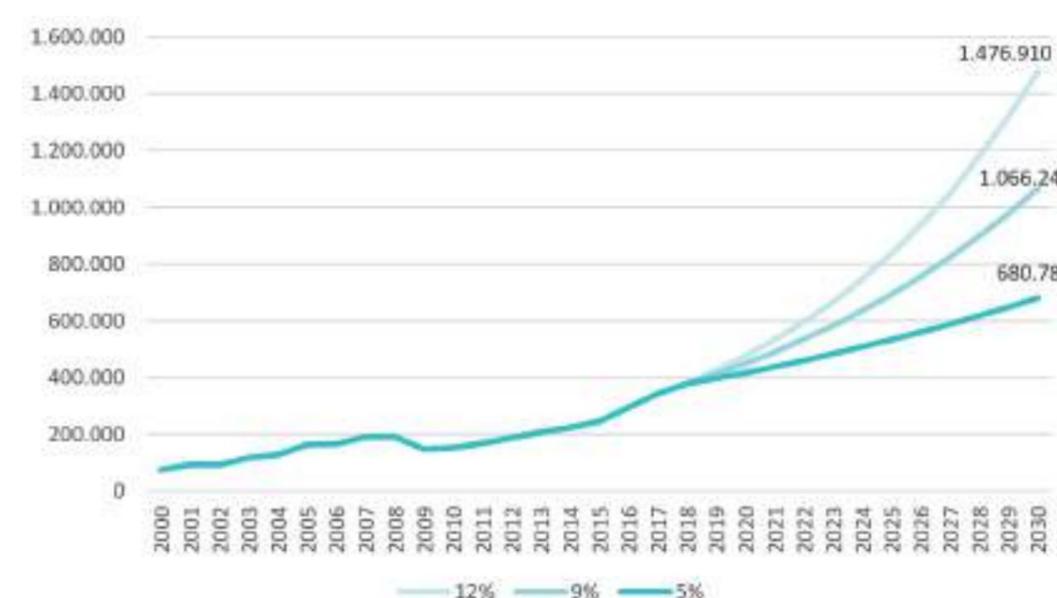


3.1.3. POSSÍVEIS CENÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PARA A ILHA DO SAL

Foram desenhados três cenários para o setor de turismo da Ilha do Sal para os próximos dez anos.

Um cenário combina crescimento do turismo e ganhos expressivos na competitividade turística, cenário A; o segundo, cenário B, apresenta crescimento e ganhos moderados de competitividade no setor; por fim, o cenário C, apresenta baixo crescimento e baixo ganho em termos de competitividade e sustentabilidade. Estes cenários foram construídos a partir da combinação do comportamento das dimensões para o conjunto das hipóteses definidas e analisadas anteriormente.

Projeções de demanda turística para a Ilha do Sal, de acordo com cenários estabelecidos



Fonte: Elaboração própria, 2019

CENÁRIO A: CRESCIMENTO COM GANHOS NA COMPETITIVIDADE E SUSTENTABILIDADE TURÍSTICA

Este cenário é constituído por uma combinação das condições externas e internas bastante favoráveis que deverão garantir o crescimento dos fluxos de turismo. As ações promocionais em execução, com foco em mercados geográficos diferenciados atraem fluxo turístico para o Sal.

Os investimentos públicos na infraestrutura, melhoria da governança e qualidade dos serviços e produtos deverão garantir uma melhora substancial no nível de competitividade e garantia da sustentabilidade turística da ilha, por terem escalas adequadas, que geram impactos negativos controlados e benefícios amplos em termos sociais, ambientais, culturais e econômicos. Novos investimentos privados são atraídos, com a crescente ampliação da oferta hoteleira e de serviços agregados.

O principal elemento de incerteza conjuntural se refere ao processo de recuperação da economia mundial e seus reflexos sobre o fluxo turístico, em especial os mercados do Reino Unido e Alemanha. Em nível estrutural, o principal elemento de incerteza está associado à eficácia e eficiência no planejamento e execução das principais obras de infraestrutura básica e turística de acesso e melhorias na qualidade de serviços.



Projeção de crescimento de hóspedes em cenário otimista (12% a.a.) – Sal

ANO	HÓSPEDES
2019	424.576
2020	475.525
2021	532.589
2022	596.499
2023	668.079
2024	748.249
2025	838.038
2026	938.603
2027	1.051.235
2028	1.177.384
2029	1.318.670
2030	1.476.910

Fonte: Elaboração própria, 2019

Além desta tendência de aumento de fluxo, há uma tendência de novos investimentos. Com taxa de ocupação média anual de 61%, verifica-se que a ilha tem espaço para atender uma demanda crescente, sendo necessário o monitoramento constante para garantir a qualidade da estadia e ampliar o número de leitos, na medida do crescimento. Além disso, deve-se atentar para os diversos impactos negativos decorrentes deste tipo de fluxo, procurando aprimorar a qualidade da experiência do turista e a valorização/proteção dos ativos culturais e naturais locais.

Conforme analisado no capítulo sobre a dinâmica social e ambiental, verifica-se que a os projeções de crescimento populacional no Sal versus o crescimento turístico é um ponto sensível de ser considerado, seja em termos de melhorias estruturais, sejam em termos de garantia de qualidade de vida para seus habitantes.

CENÁRIO B: CRESCIMENTO DO TURISMO E GANHOS MODERADOS DE COMPETITIVIDADE E SUSTENTABILIDADE

Neste cenário, as condições externas são favoráveis, uma vez que se projeta um lento processo de recuperação da economia mundial, o que terá reflexo negativo sobre o fluxo turístico internacional. Além disso, países que respondem por uma importante parcela de fluxo para Cabo Verde e a Ilha o Sal estariam sofrendo com a recessão e impactos como a Brexit, quebra da Thomaz Cook e recessão econômica. Ao mesmo tempo, as ações governamentais de Cabo Verde continuam focando na diversificação de mercados, o que garante manter fluxos e garantir novas entradas.

Parte das condições internas é favorável, o que terá reflexo positivo na competitividade e sustentabilidade da ilha. As melhorias nos produtos, estrutura urbana e qualidade dos serviços com ações de formação e qualificação, garantem ampliação da satisfação do cliente e reforço da fidelização do destino. Assim, neste

cenário o turismo deverá apresentar um crescimento alto, com alguns ganhos de competitividade. Neste caso, estima-se um **cenário de médio crescimento para os padrões desta ilha, na casa dos 5%**.

Projeção de crescimento de hóspedes em cenário moderado (9% a.a.) – Sal

ANO	HÓSPEDES
2019	413.204
2020	450.392
2021	490.927
2022	535.111
2023	583.271
2024	635.765
2025	692.984
2026	755.353
2027	823.334
2028	897.434
2029	978.204
2030	1.066.242

Fonte: Elaboração própria, 2019

Além desta tendência de aumento de fluxo, há uma tendências de novos investimentos. Com taxa de ocupação média anual de 61%, verifica-se que a ilha tem espaço para atender uma demanda crescente, sendo necessário o monitoramento constante para garantir a qualidade da estadia.

Além disso, deve-se atentar para os diversos impactos negativos decorrentes deste tipo de fluxo, procurando aprimorar a qualidade da experiência do turista e a valorização/proteção dos ativos culturais e naturais locais. Conforme analisado no capítulo sobre a dinâmica social e ambiental, verifica-se que a os projeções de crescimento populacional no Sal versus o crescimento turístico é um ponto sensível de ser considerado, seja em termos de melhorias estruturais, sejam em termos de garantia de qualidade de vida para seus habitantes.

CENÁRIO C: CRESCIMENTO REDUZIDO DO TURISMO COM POUÇOS GANHOS EM COMPETITIVIDADE E SUSTENTABILIDADE

Neste cenário as condições externas não são favoráveis, uma vez que se projeta um processo de relativa recessão da economia mundial, o que terá reflexo negativo sobre o fluxo turístico internacional. As condições internas são desfavoráveis, uma vez que não se consegue atingir com eficiências as metas de melhorias estruturais e de competitividade do destino, com poucas ou lentas mudanças na qualidade dos serviços prestados e diferenciação dos produtos e negócios turísticos.

Assim, neste cenário o turismo deverá apresentar um crescimento reduzido, com poucos ganhos competitividade. Neste caso, estima-se um **cenário de baixo crescimento, na casa dos 5%**.



Projeção de crescimento de hóspedes em cenário de baixo crescimento (5% a.a.) – São Nicolau

ANO	HÓSPEDES
2019	398.040
2020	417.942
2021	438.839
2022	460.781
2023	483.820
2024	508.011
2025	533.412
2026	560.083
2027	588.087
2028	617.491
2029	648.366
2030	680.784

Fonte: Elaboração própria, 2019

Com um crescimento restrito de fluxo, a média de dias de permanência na Ilha do Sal tende a ser a mesma neste cenário e há estrutura de hospedagem para atender a demanda crescente. Não obstante, deve-se atentar para os diversos impactos negativos decorrentes do fluxo turístico do Sal, procurando aprimorar a qualidade da experiência do turista e a valorização/proteção dos ativos culturais e naturais locais.

Além disso, mesmo em um cenário de baixo crescimento, conforme analisado no capítulo sobre a dinâmica social e ambiental, verifica-se que as projeções de crescimento populacional no Sal versus o crescimento turístico é um ponto sensível de ser considerado, seja em termos de melhorias estruturais, sejam em termos de garantia de qualidade de vida para seus habitantes.

3.2. DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Este item do relatório tem como objetivo estabelecer a visão de futuro desejável para a Ilha do Sal por meio da definição do conceito de turismo que deverá nortear o desenvolvimento turístico da ilha, desde as futuras tomadas de decisão do Governo, até a implantação de novas atividades turísticas. Este define as bases para a estruturação das propostas presentes no capítulo 4. O conceito passa pela definição das linhas norteadoras estratégicas, pelos segmentos turísticos potenciais e por sugestões de linhas de produtos que poderão ser exploradas na ilha, tendo como base a oferta existente e a demanda turística.

A Ilha do Sal já se configura enquanto um destino turístico reconhecido, sendo a ilha com maior fluxo de visitantes em Cabo Verde. Os turistas que visitam o Sal o fazem predominantemente através de pacotes de turismo oferecidos por agências de maior porte, com destaque para os pacotes all inclusive com hospedagem em grandes hotéis da ilha. A oferta de hospedagem é pouco diversificada e se concentra nos grandes hotéis de cadeia, o que é representativo do perfil dos turistas.

Ao mesmo tempo em que o turismo no Sal é responsável por uma parcela significativa da sua economia e pela geração de empregos diretos e indiretos, o caráter de massa deste tem gerado uma pressão sobre o meio ambiente e as infraestruturas básicas. A construção de uma visão de futuro para a Ilha do Sal, que guiará o seu desenvolvimento na próxima década, deve ter como premissa a busca por um turismo de base sustentável, que minimize o impacto ambiental já gerado pelo turismo com perfil de larga escala e evite o seu aprofundamento. Isto garantirá a longevidade e consolidação do Sal enquanto destino turístico, atrelando o seu desenvolvimento à valorização cultural, ambiental e social. O desenvolvimento turístico não deve acarretar a perda da essência e das características que a fazem singular, mas, ao contrário, deve garantir a sua conservação e valorização.

Tendo essas premissas como base, foram identificadas as linhas norteadoras estratégicas para o desenvolvimento turístico sustentável da ilha. São elas:

- **SUSTENTABILIDADE:** O conceito de sustentabilidade deve ser entendido como princípio fundamental na formulação do planejamento turístico da ilha, devendo ser abordado em distintos campos: ambiental, econômico, sociocultural e político-institucional. O objetivo é garantir a sustentabilidade e longevidade do desenvolvimento do turismo.
- **ECONOMIA CIRCULAR:** Diretamente relacionado ao exposto acima, o conceito de economia circular está associado a uma mudança de paradigma rompendo com o modelo linear predominante e que conforma um sistema que, para além da implementação de tecnologias sustentáveis, requer um design amplo de soluções que abarcam todo o ciclo de vida dos produtos e/ou materiais, focando na valorização dos recursos e na manutenção desse valor durante o maior tempo possível. Adotar um modelo cada vez mais circular passa a ser uma premissa fundamental para o desenvolvimento de um turismo sustentável nas ilhas.

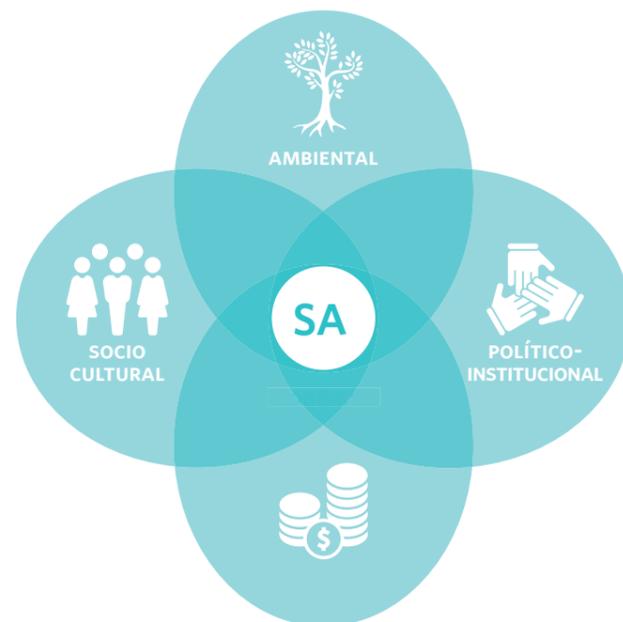
As linhas norteadoras são complementares entre si e reforçam as questões que são primordiais para o desenvolvimento da ilha. A intenção do Master Plan é que os conceitos trazidos sejam utilizados como base para o setor do turismo implantar suas ações e projetos, ou seja: de modo sustentável e circular, gerenciando todos os recursos relacionados a atividade turística, de forma que as necessidades econômicas, sociais e ambientais possam ser satisfeitas sem desprezar a manutenção da integridade sociocultural e a diversidade biológica do local; fortalecendo a ilha como destino turístico de experiências singulares e atrativas aos turistas.

Vale destacar que além dos conceitos trazidos pelo Master Plan por meio das linhas norteadoras, o setor do turismo deverá seguir as diretrizes definidas nos planos de ordenamento territorial e ambiental da ilha, que definem as regras para a implantação das atividades e serviços turísticos, a ocupação do território e as políticas de conservação do meio ambiente.

3.2.1. SUSTENTABILIDADE

Os diversos interesses e atores ligados à operação do turismo e ao desenvolvimento do setor geram consequências positivas e negativas para um destino. Por isso, é necessário ter como base os princípios da sustentabilidade, que “harmoniza o imperativo do crescimento econômico com a promoção de equidade social e a preservação do patrimônio natural, garantindo que as necessidades das atuais gerações sejam atendidas sem comprometer o atendimento das necessidades das gerações futuras” (Ministério do Turismo do Brasil, 2007).

O modelo de desenvolvimento sustentável para o turismo considera a autenticidade cultural, a inclusão social, a conservação do meio ambiente, a qualidade dos serviços e a capacidade de gestão local como condições fundamentais para a viabilidade das atividades turísticas a longo prazo. A busca por este conceito deve ser usada como uma condição base para o turismo e não como um tipo de turismo, sendo planejado como um sistema aberto e inter-relacionado aos sistemas:



AMBIENTAL

O ambiente é a base dos recursos naturais e culturais e o turismo depende da qualidade e da conservação do meio ambiente. As atividades turísticas devem ser planejadas de modo a minimizar os impactos negativos que podem gerar no meio ambiente. Neste sentido, é importante que haja a definição de fontes de recursos e a vinculação de taxas pagas pelos turistas ao desenvolvimento de projetos e programas que beneficiem a comunidade local e a conservação dos atrativos turísticos e áreas de proteção.

Para a conservação efetiva dos atrativos turísticos e áreas protegidas é necessário realizar um trabalho de sensibilização ambiental, que envolva os turistas e a comunidade local. Para isso, estes devem entrar em contato com o meio ambiente, através de diferentes atividades. Para que haja a conservação ambiental, deve-se considerar a emissão controlada de efluentes e resíduos sólidos; conservação e gestão do uso da água; eficiência energética; seleção e uso de insumos; ruídos, poluição visual e aglomeração; proteção das áreas naturais e da biodiversidade; uso sustentável dos recursos naturais; e adequação da infraestrutura turística.

Estes aspectos devem ser estruturados com responsabilidade ambiental nos projetos e planejamentos. É de especial importância na Ilha do Sal a proteção das áreas naturais e da biodiversidade, devido ao rápido desenvolvimento do turismo e do impacto que este tem causado na ilha.



SOCIOCULTURAL

A dimensão sociocultural da sustentabilidade no turismo é entendida como um processo que tem como objetivo melhorar a qualidade de vida e reduzir os níveis de exclusão social por meio de uma distribuição mais justa da renda e dos bens (Ministério do Turismo do Brasil, 2007). É importante a valorização do patrimônio cultural e histórico da ilha, preservando os costumes locais e o incentivo ao resgate das tradições e da cultura popular (música, manifestações artísticas, danças, artesanato, entre outras). Para que isso aconteça, deve-se promover a participação comunitária efetiva, estruturando programas de valorização cultural associados ao desenvolvimento do turismo. Devem ser fortalecidos, ainda, os atrativos turísticos da ilha, identificando e valorizando os aspectos culturais e históricos, o que pode gerar uma diversificação dos produtos turísticos oferecidos, abrangendo diferentes perfis de turistas.

Outro papel importante da atividade turística no desenvolvimento sociocultural é o de promover o aumento do bem-estar social, fortalecimento da identidade local e capacitação da mão de obra, para que se alcance a melhoria da qualidade de vida da população local. O turismo pode servir como um veículo para a conservação de ecossistemas e paisagens, sobretudo enquanto fonte de recurso para ações de conservação, e a proteção dos valores e das tradições locais.



ECONÔMICO

Segundo a Organização Mundial do Turismo (2001) a “sustentabilidade econômica é entendida como a garantia de um crescimento turístico eficiente: a conciliação entre a criação de postos de trabalho, com níveis satisfatórios de renda, e o controle sobre os custos e benefícios dos recursos, que garante a continuidade para as gerações futuras”. O desenvolvimento econômico deve contemplar a sustentabilidade ambiental e social, pois sem elas, a longo prazo, pode inviabilizar um negócio na ilha.

O turismo interage com um grande número de setores da economia e se mostra como oportunidade para: gerar empregos; priorizar pequenas e médias empresas; incluir na cadeia produtiva diferentes atores; reduzir as desigualdades sociais e de renda; gerar divisas; e uma maior integração nacional.



POLÍTICO-INSTITUCIONAL

A sustentabilidade político-institucional se baseia na solidez e na continuidade das parcerias e dos compromissos estabelecidos entre os diferentes agentes e agências governamentais, além dos atores da sociedade civil. As parcerias devem ter continuidade, além das gestões políticas, visando a implantação das ações e dos projetos previstos.

No desenvolvimento turístico, existe uma interdependência entre as instituições: o governo precisa dos atores locais para elaboração de políticas públicas eficazes; e os atores locais precisam de um governo que saiba das dificuldades locais e estimule a organização dos



sistemas de produção para o desenvolvimento sustentável da ilha. Sendo assim, é necessária uma perspectiva integrada entre as instituições governamentais e não governamentais, trabalhando em parceria para garantir a sustentabilidade político-institucional, fator essencial para o desenvolvimento competitivo, planejado e sustentável da ilha.

Destaca-se também que a sociedade civil deve assumir uma postura participativa e colaborativa. O governo precisa percebê-la como uma verdadeira parceira, que é capaz de contribuir com eficácia para o desenvolvimento do turismo da ilha.

3.2.2. ECONOMIA CIRCULAR

Relacionado diretamente ao conceito anterior, o conceito de economia circular suscita uma nova forma de pensar sobre o desenvolvimento e a necessidade de inovar e crescer relacionada à necessidade de preservar e proteger, buscando romper com a ideia sobre um possível antagonismo dessas questões.

O conceito de economia circular define um conjunto de princípios para produção e consumo, dissociando o crescimento econômico e o bem-estar humano do consumo crescente de novos recursos, diferente do sistema linear que hoje prevalece no mercado, o qual tem a prática de “extrair-produzir-descartar”. Em um sistema linear, o crescimento econômico depende do consumo de recursos finitos, gerando diversos problemas: o risco de esgotamento das matérias-primas, altos custos de extração associados à disponibilidade dos recursos, contaminação da produção e descarte de produtos, entre outros.

Um modelo circular abrange além da implementação de tecnologias sustentáveis, isoladas do sistema de produção – requer um design amplo e abrangente de soluções radicalmente alternativas, abarcando todo o ciclo de vida dos produtos e adotando padrões de produção e consumo visando o fechamento de ciclos em todo o sistema econômico. O destino final deixa de ser uma questão de gerenciamento de resíduos e passa a fazer parte do processo de design de produtos e sistemas, incluindo o aproveitamento inteligente dos recursos que já se encontram em uso no processo produtivo. Dessa forma, os resíduos se tornam nutrientes em novos processos e produtos ou materiais podem ser reparados, reutilizados, atualizados ou reinseridos em novos ciclos.

ECONOMIA CIRCULAR NO SETOR DE TURISMO

O consumo orientado ao modelo econômico linear, hoje predominante, não é mais viável – além de trazer o risco iminente de esgotamento de matérias-primas e recursos naturais. A transição para uma economia circular deve romper com os modelos de negócio atuais e deve ser percebida como um novo potencial e inovação com foco na tecnologia transformadora da era digital, para aumentar o crescimento com maior sustentabilidade no turismo. A economia circular possui grande potencial para que o setor de turismo alcance maior sustentabilidade e rentabilidade, relacionada à prestação de serviços de hospedagem, alimentação, atividades, etc., e os fluxos relacionados a isso como energia, água, gêneros alimentícios e outros trazendo assim à eficiência da utilização dos recursos, com o objetivo de gerar um modelo de criação positiva nas esferas social, econômica e ambiental.

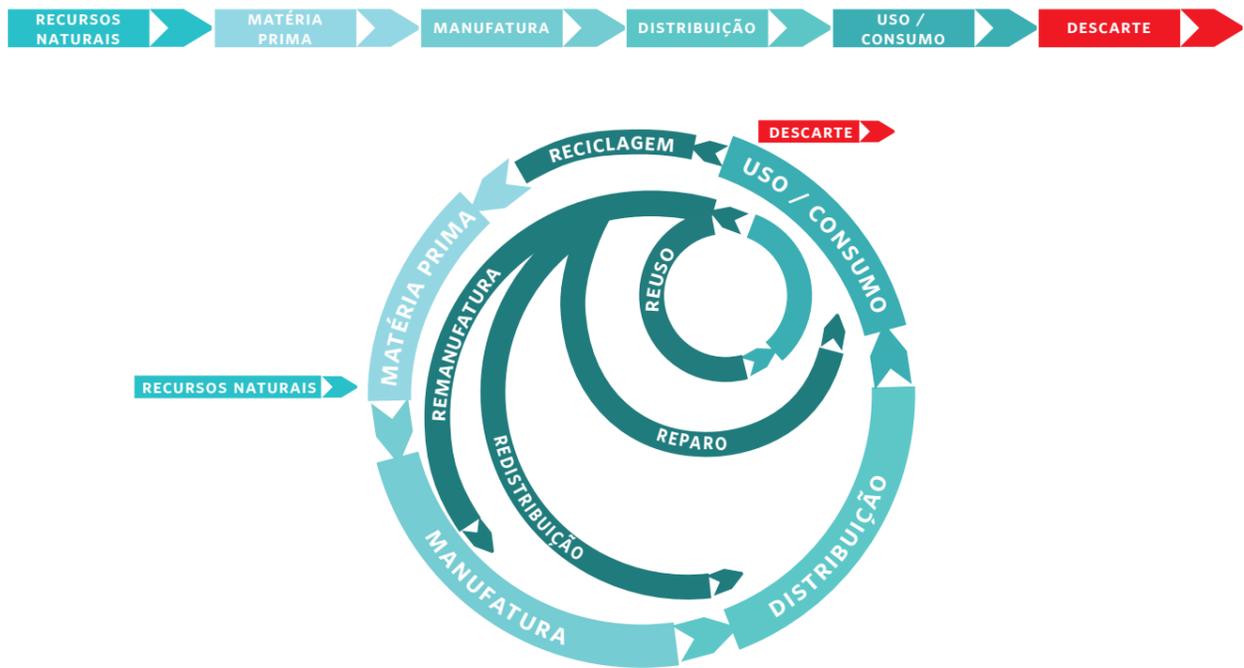
Atualmente em voga em diversas esferas, ainda é tímida a abordagem da economia circular sobre os setores do turismo. No entanto, observa-se que o tema vem sendo cada vez mais debatido e crescem os exemplos de práticas e iniciativas, inclusive no referido setor. Em Cabo Verde a questão vem sendo tratada e o país já atenta para a necessidade de valorização de seus recursos. Por exemplo, em relação à política de gestão de resíduos sólidos do país já se vislumbra a possibilidade de valorizar os resíduos como oportunidades de negócios, podendo ao mesmo tempo obter um ambiente sadio e proporcionar

rendimento para as pessoas.

Para uma transição sistêmica da economia circular, o setor de turismo deve ser entendido como uma série de recursos e fluxos de material inter-relacionados e circulares, ao invés de se estruturar com base nas relações clássicas de cadeia de valor, onde o foco está no fluxo linear de dinheiro através de cada elo da cadeia.

Soluções possíveis voltadas à economia circular entre os setores de turismo podem ser implementadas nos variados campos do setor e exemplos de casos de sucesso já podem ser observados em diversos países. Por exemplo, planos, ações e projetos podem se concentrar em mudanças nas áreas de mobilidade, ao promover inovação relacionada aos meios de acesso ao destino, formas de locomoção, incentivos à utilização de transportes e sistemas de mínimo impacto; hospedagem, revendo padrões e técnicas relacionadas à construção civil, considerando os temas da reutilização, reciclagem e manutenção de valor dos componentes ao longo dos ciclos – associando tecnologia e projetos para desmontagem e prevenção de resíduos; ainda em hospedagem, buscando escolhas conscientes para decoração e remodelação de ambientes – utilização de materiais locais, mobiliário, utensílios e equipamentos que possam ser recuperados, destinados à remanufatura e mesmo alugados; serviços operacionais, buscando eficiência energética e valorização dos recursos naturais; alimentação, atentando para o fluxo do material biológico desde sua produção, passando pelas embalagens, transporte, preparação de alimentos, limpeza, armazenamento, reaproveitamento dos resíduos como nutrientes; dentre outros.

O conceito de economia circular será tratado como eixo norteador das ações e projetos desenvolvidos neste estudo, ressaltando sua extrema relevância não apenas em relação à necessidade de se repensar o crescimento frente aos inúmeros desafios ambientais, sociais e econômicos que o planeta vem enfrentando, mas também em relação ao contexto insular dos locais de estudo, que por si só requer atenção para redução de impactos visando a preservação e manutenção de seus territórios.



Diagramas ilustrando o modelo de economia linear e o modelo circular, respectivamente.
Fonte: Elaboração própria, adaptado de: ideiacircular.com/economia-circular/.



3.2.3. DIRETRIZES

O turismo no Sal é promovido pela beleza natural da Ilha, com areia dourada e águas cristalinas, com destaque para a praia de Santa Maria, onde se concentram as infraestruturas turísticas. O turismo na ilha tem como principais segmentos o Sol e Praia e o Turismo Náutico, com destaque para o kitesurf, windsurf, mergulho e pesca. A ilha tem o potencial de diversificar a oferta de produtos turísticos e tipos de experiências, sobretudo os segmentos de turismo cultural e ecoturismo. A diversificação é essencial para aumentar a competitividade do Sal enquanto destino turístico.

Atualmente, grande parte dos turistas que visitam a ilha buscam os pacotes all inclusive oferecidos por grandes operadores turísticos, com ao TUI e a Thomas Cook. A oferta de hospedagem é pouco diversificada e se concentra nos grandes hotéis de cadeia, o que restringe o perfil dos turistas. Os hotéis em Sal são responsáveis pela oferta de 81% das camas da ilha e por 90% da capacidade de alojamento disponível (INE, 2018). O caráter de massa do turismo tem gerado uma pressão sobre o meio ambiente e as infraestruturas básicas, tornando-se um ponto sensível para o seu desenvolvimento sustentável. A dependência de poucas empresas (grandes operadoras e cadeias de hotel) pode representar um risco para o desenvolvimento do setor, devido à grande dependência que se estabelece em relação aos grandes grupos. Os turistas que buscam pacotes all inclusive tendem a permanecer mais tempo nos hotéis, o que pode diminuir os benefícios socioeconômicos do turismo em outras áreas da ilha.

A construção de uma visão de futuro para a Ilha do Sal, que guiará o seu desenvolvimento na próxima década, deve ter como premissa as seguintes diretrizes:

- Conservação ambiental;
- Fortalecimento da cultura e identidade local;
- Diversificação dos produtos turísticos;
- Diversificação da oferta de hospedagem e perfil dos turistas;
- Responsabilização socioambiental dos resorts e grandes operadores de turismo para com a sociedade local.

O turismo na ilha, conforme a análise do ciclo de vida do destino turístico, que utiliza como base a metodologia de Butler (1980), identifica o turismo em Sal como em desenvolvimento/ crescimento. É necessário qualificar e agregar valor ao turismo na ilha, através da conservação ambiental, fortalecimento da cultura local, diversificação dos produtos e perfis de turismo, buscando um crescimento sustentável e de longo prazo.

CONSERVAÇÃO AMBIENTAL

A preservação do meio ambiente é fundamental para a garantia da sustentabilidade do Sal enquanto destino turístico, já que seu turismo tem como principal base os atrativos naturais. A ilha possui uma importante diversidade de fauna e flora, com diversas espécies endêmicas. Sua conservação é basilar para o futuro da ilha enquanto destino turístico, sendo necessária a regulamentação, gestão e fiscalização das Áreas Protegidas da ilha, das atividades turísticas – sobretudo as que tenham o potencial de gerar dano ao meio ambiente – e intervenções físicas em áreas de conservação ambiental.

FORTALECIMENTO DA CULTURA E IDENTIDADE LOCAL

Destinos turísticos com uma beleza natural exuberante, como o Sal, são encontradas em diferentes lugares do mundo. O fortalecimento do Sal enquanto destino turístico frente aos seus concorrentes deve se pautar no fortalecimento e inclusão da unicidade da cultura cabo-verdiana na experiência de visitação à ilha. A cultura deve ser incorporada por meio de diferentes manifestações culturais, como a dança, música, o artesanato, a história da produção do sal, fortalecimento de uma agenda cultural, entre outras ações.

DIVERSIFICAÇÃO DOS PRODUTOS TURÍSTICOS

Diversificar os produtos turísticos da ilha, buscando atrair diferentes perfis de turistas com interesse em outros produtos além do Sol e Praia.

DIVERSIFICAÇÃO DE OFERTA DE HOSPEDAGEM E PERFIL DOS TURISTAS

Atualmente, a oferta de hospedagem possui um caráter de massa com a presença de hotéis de grande porte com pacotes “all-inclusive” para seus visitantes, oferecidos por poucos operadores turísticos internacionais. Esta singularidade torna a ilha dependente economicamente e politicamente de uma demanda específica de turismo e perfil de empresas. A diversificação da hospedagem, com acomodações de menor escala, e de produtos turísticos, tem o potencial de atrair diferentes perfis de visitantes, dinamizando e fortalecendo a economia local. Este direcionamento é identificado, inclusive, no DNOT de Cabo Verde e deve ser colocado em prática.

RESPONSABILIZAÇÃO SOCIOAMBIENTAL DOS RESORTS

A grande presença de hotéis de grande escala e com perfil all inclusive, traz, ao mesmo tempo, benefícios e impactos para o desenvolvimento do turismo no Sal. Ao mesmo tempo em que os hotéis são responsáveis por gerar um número significativo de empregos do setor, eles geram uma quantidade significativa de resíduos, sobrecarga da infraestrutura e fortalecem um modelo de turismo de massa. Para majorar os efeitos positivos da presença dos hotéis e minimizar os impactos, deve-se sensibilizar os hotéis quanto as suas responsabilidades socioambientais na Ilha, o que poderia ser feito através da estruturação de um programa de responsabilização. Este pode abranger investimentos em capacitação da mão de obra local, melhor gestão e iniciativas de reciclagem dos resíduos gerados, investimentos em projetos de responsabilidade social, incentivos para que os hóspedes conheçam outras áreas da ilha, entre outros.



3.3. SEGMENTOS TURÍSTICOS

A partir da análise do mercado turístico da Ilha do Sal, foram identificados os principais segmentos e linhas de produtos da ilha. Alguns destes segmentos já estão estruturados, sendo necessário algumas melhorias para fortalecê-los, enquanto outros possuem potencial e precisam ser estruturados para o turismo.



Turismo de sol e praia: consiste nas atividades turísticas relacionadas à recreação, entretenimento ou descanso em praias, em função da presença conjunta de água, sol e calor. Existem várias definições para o segmento, tais como Turismo de Sol e Mar, Turismo Litorâneo, Turismo de Praia, Turismo de Balneário, Turismo Costeiro e inúmeros outros.



Turismo náutico: se caracteriza pela utilização de embarcações náuticas como finalidade da movimentação turística e pela prática dos esportes náuticos. Considera-se como náutica as atividades de navegação desenvolvidas em embarcações sob ou sobre as águas.



Turismo natureza: consiste nas atividades turísticas que tem o ambiente natural como base principal do seu desenvolvimento e estruturação. O termo turismo de natureza abrange uma variedade de tipos de turismo, como o ecoturismo, turismo rural, turismo de observadores de pássaros, entre outros. Propõe-se no Sal o fortalecimento do segmento de ecoturismo, que busca estabelecer uma relação sustentável entre o turismo e o ambiente natural, garantindo a sua conservação e a formação de uma consciência ambientalista.



Turismo cultural: tem como objetivo principal conhecer a história e a cultura do povo e do local visitado. A programação é mais livre e variada, pois o turista cultural procura contato com as comunidades locais, quer saber como vivem, conhecer seus costumes, sua culinária, suas manifestações artísticas etc. Ele se interessa por museus, monumentos históricos, pratos típicos e as bebidas locais. A este turismo também se relaciona aos festivais locais, buscando um melhor entendimento sobre as pessoas, suas crenças, práticas culturais e seu patrimônio histórico, material ou imaterial.



Negócios e eventos: se caracteriza pelas atividades turísticas consequentes dos eventos de negócios, interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, técnico, promocional, científico e social. Os eventos tem diferentes formatos, como reuniões, visitas, missões, congressos, seminários, encontros, entre outros.

3.4. LINHAS DE PRODUTOS TURÍSTICOS

A Ilha do Sal tem como principal ativo turístico os recursos naturais, com a oferta sobretudo de produtos dos segmentos de Sol e Praia e Turismo Náutico. O turismo na ilha possui um caráter de massa, variação sazonal e principal mercado emissor o de turistas europeus (cerca de 80% do total de visitantes), com maior fluxo de visitação na época de inverno em seus países (entre novembro e março). Para aumentar a competitividade do Sal enquanto destino e atender a uma demanda potencial, a ilha deve qualificar e diversificar a sua oferta turística, buscando abranger outros perfis de turistas e mercados emissores.

Para isso, propõe-se a estruturação de diferentes linhas de produtos, que mesquem mais de um segmento turístico e tenham grande atratividade. As linhas de produtos combinam atrativos de diferentes segmentos e oferecem experiências variadas. São inúmeras as possibilidades de articulação de produtos e experiências que conformam as linhas de produtos, sendo elas desenvolvidas conforme os ativos da ilha e a demanda potencial dos turistas.

Com base na análise da demanda de mercado, identifica-se o potencial de fortalecer a oferta para perfis de turistas que a ilha já atrai ou tem o potencial de atrair, conforme será proposto a seguir:

- Linha de produto composta por atividades de Turismo de Sol e Praia e Turismo Náutico, por exemplo, pode atrair visitantes de 25 a 34 anos, que hoje representam 20% dos turistas do país, criando uma oferta mais estruturada para este nicho.
- Linha composta por Turismo de Sol e Praia e Turismo Cultural absorve visitantes mais velhos que se interessam pela história e cultura dos locais visitados, como é o perfil dos holandeses e britânicos, duas das principais origens dos turistas da ilha.
- Linha composta por Turismo de Sol e Praia e Ecoturismo, que tem o potencial de atender a demanda de um perfil como o dos ingleses, que procuram experiências voltadas ao aprendizado de um novo ofício e à natureza como voluntourism, em uma hospedagem mais integrada à natureza, como o camping e o glamping.

As demandas potenciais indicam um grande potencial para diversificação do turismo, que deve buscar atender novos mercados e perfis. Os millennials, por exemplo, representam 40% do turismo mundial atual. Seu perfil procura locais de transformação da vida, experiência, vivência e sustentabilidade. Sal pode oferecer linhas de produtos com experiências ligadas ao Turismo de Sol e Praia, Turismo Náutico, Turismo Cultural e Ecoturismo, que produza essa complexidade de imersões que coloque a ilha como destino de interesse desses visitantes.

A estruturação de linhas de produtos depende do fortalecimento de produtos turísticos dos segmentos potenciais, para além dos já consolidados. Identifica-se em Sal a necessidade de fortalecer os segmentos de ecoturismo e de turismo histórico e cultural, para diversificar a oferta de produtos turísticos e viabilizar a estruturação de linhas de produtos que atendam à diferentes perfis de turistas.

Exemplos linhas de produtos

PERFIL DOS TURISTAS — COMBINAÇÃO DE ATIVIDADES —> LINHA DE PRODUTO



TURISTAS INGLESES

Aprendizado
 Voluntarismo
 Atividades naturais

TURISMO SOL E PRAIA

- Mergulho
- Vôlei de praia

+

ECOTURISMO

- Tubarões
- Tartarugas



TURISTAS HOLANDESES

Atrações culturais
 Cidades vibrantes
 Paisagem natural

TURISMO SOL E PRAIA

- Jet Sky
- Vôlei de praia

+

TURISMO CULTURAL

- Historical Sal
- Talassoterapia



MILLENNIALS*

Transformação da vida
 Vivência
 Sustentabilidade

TURISMO SOL E PRAIA

- Windsurf
- Jet Sky

+

TURISMO NÁUTICO

- Mergulho
- Aulas de Kite Surf

+

TURISMO CULTURAL

- Visita Pedra Lume
- Oficina de dança

*nascidos nas décadas de 80 e 90

3.5. BENCHMARKING

O benchmarking tem como objetivo investigar destinos turísticos com características similares a Ilha do Sal e que representam experiências significativas que podem servir de exemplo para o desenvolvimento do turismo no Sal. Muitos destinos com perfil de turismo de massa enfrentam desafios semelhantes para garantir um desenvolvimento sustentável do turismo, sobretudo quanto à conservação ambiental e desenvolvimento socioeconômico, e têm desenvolvido estratégias relevantes para enfrentá-los. O benchmarking buscou, ainda, identificar estratégias de promoção, programas de conservação, produtos e atividades turísticas relacionadas aos segmentos promovidos, entre outras informações relevantes. Com esse objetivo, aqui serão analisados quatro destinos turísticos, sendo eles Ilhas Canárias, Punta Cana, Costa Rica e Fernando de Noronha.



ILHAS CANÁRIAS



Fuerteventura, Ilhas Canárias, Espanha.
 Fonte: cruise critic.com/articles.cfm?ID=3912

As Ilhas Canárias, arquipélago espanhol localizado na costa noroeste da África, é conhecido como um destino de Sol e Praia, sobretudo pelo mercado europeu. O arquipélago é composto por oito ilhas de origem vulcânica, cada uma com um caráter único. Suas paisagens variam consideravelmente, contando com ilhas mais áridas e planas ao leste (Lanzarote e Fuerteventura) e ilhas com relevo acentuado mais a oeste, caracterizadas por vegetação exuberante e diversificada (Bianchi, 2004). As Ilhas Canárias proporcionam diferentes experiências e atividades, dentre as quais destacam-se os segmentos de sol e praia, turismo náutico, ecoturismo, geoturismo, turismo gastronômico e cultural. As ilhas oferecem produtos turísticos diversificados, que podem servir de exemplo para a Ilha do Sal.

A época de maior fluxo turístico é durante o inverno europeu, representando um destino concorrente de Cabo Verde. A região está entre as seis mais visitadas por turistas estrangeiros na UE, atraindo uma média de 12,5 milhões de turistas ao ano. A escala do mercado turístico das ilhas Canárias é mais elevada do que a de Cabo Verde, tanto no número de chegada de turistas, como na capacidade de acomodação.

As Ilhas Canárias, possuem uma longa história de desenvolvimento do turismo, configurando um destino consolidado e com grande divulgação na Espanha e Europa. No entanto, a tendência crescente do turismo nas ilhas tende a intensificar o seu caráter de “destino de massa” em um futuro próximo, o que aprofundará os impactos ambientais decorrentes do turismo e as externalidades negativas.

O turismo possui níveis de desenvolvimento e graus de externalidades negativas diferentes em cada ilha. As Ilhas de Tenerife, Lanzarote, Gran Canária e Fuerteventura chamam a atenção pela presença de resorts no modelo all inclusive, um perfil de turismo com caráter de massa. Estas possuem um perfil semelhante e em nível mais intensificado do que o em Santa Maria, na Ilha do Sal. De acordo com Carrilho (1990), dentre os impactos que o turismo tem gerado no arquipélago, há a perda de biodiversidade, degradação dos habitats costeiros e marinhos, destruição de sítios arqueológicos e alta demanda por água e energia. O governo das Ilhas Canárias reconhece como um dos desafios, para além de minimizar

o impacto ambiental gerado pelo setor, incentivar os turistas que vão a ilha em pacotes all inclusive a sair dos hotéis e contribuir de forma mais efetiva para o desenvolvimento da economia local. O modelo *all inclusive* tende a gerar baixos gastos per capita pelos turistas, o que gera menos benefícios socioeconômicos.

Pela relativa semelhança entre os destinos, tais como praias, ilhas vulcânicas e parques naturais, as Canárias oferecem exemplos concretos de experiências que Cabo Verde deve buscar para consolidar o setor do turismo ou evitar para conter o impacto ambiental e as externalidades negativas do turismo. Por fim, cabe ressaltar a proximidade e conexão área existente entre as ilhas, o que pode ser ainda melhor explorado no futuro para captação de turistas europeus via Canárias.

O turismo nas Ilhas Canárias, apesar do papel primordial para o desenvolvimento econômico e geração de renda, tem gerado impactos significativos nos recursos naturais, aumento da pegada ecológica e aumento significativo da quantidade de resíduos gerados. O turismo mundial tem se sensibilizado quanto a questões ambientais, representando uma pressão adicional para uma alteração no padrão de desenvolvimento do turismo. Frente a isso, as Ilhas Canárias têm proposto estratégias para transformar o setor do turismo, atendendo a princípios de conservação ambiental e buscando um modelo mais sustentável de desenvolvimento. A visão de futuro para a região das Canárias tem como motor de transformação a busca por uma economia de baixo carbono, pois o arquipélago possui excelentes condições para a produção de energia eólica, solar e térmica.

As regulamentações e planos de ordenamento territorial e turístico têm se adequado a esse novo paradigma de desenvolvimento do turismo, como o documento “Diretrizes Gerais de Ordenamento do Turismo das Canárias (DOT)”. Este reconhece os impactos que o crescimento do turismo tem gerado nos âmbitos sociais, ambientais e econômicos, o que requer um ordenamento geral e setorial que tenha como pilar a sustentabilidade. Além disso, o Plano de Ação Europeu para as Ilhas



Praia del Duque, Tenerife, Ilhas Canárias
 Fonte: canaryislandsinfo.co.uk/tenerife/things-to-do/playa-del-duque/



Infraestrutura hoteleira em Fuerteventura, gerando impacto na paisagem. Fonte: dissolve.com/video/Mass-tourism-Morro-Jable-Fuerteventura-Canary-Islands-zoom-royalty-free-stock-video



Paisagem vulcânica no Parque Nacional del Teide. Fonte: lonelyplanet.com/spain/attractions/pico-del-teide/a/poi-sig/444919/355117



TENERIFE	Montanhas, caminhadas e gastronomia Parque Nacional del Teide (Patrimônio UNESCO), Parque Natural Florestal Corona	Passeio de barco, trilha, observação de baleias, mergulho, snorkeling, passeio de jeep, observação de estrelas, spa, tour gastronômico.	
GRAN CANÁRIA	Montanhas, história e gastronomia Tejada, Las Palmas	Caminhada, ônibus sightseeing hop-on-hop off, passeio de camelo, mergulho, passeio de barco, surfe	
LANZAROTE	Paisagem e Cultura Cones vulcânicos, praias de areia preta, Parque Nacional de Timanfaya.	Trilha, degustação de vinho, passeio de buggy, observação de aves, passeio de barco, hiking.	
FUERTEVENTURA	Praias e dunas Parque Natural de Corralejo, El Surfillo, Playa de Cofete, Reserva Natural Ilha de Lobos	Surf, windsurf, kitesurf, mergulho, vela, passeio de catamarã, snorkeling, passeio de bicicleta, caminhadas, passeio de buggy, visita a vinícola, parque aquático	
LA PALMA	Natureza e Caminhadas e Cultura Reserva da Biosfera da UNESCO, Parque Nacional da Caldera de Taburiente, montanhas, Santa Cruz de La Palma	Trilha, mergulho, passeio de buggy, passeio de bicicleta, espeleologia, observação de golfinhos.	
LA GOMERA	Caminhadas e Cultura Parque Nacional de Garajonay, San Sebastián de la Gomera	Observação de baleia e golfinho, visita a parque etnográfico, trilha, passeio de barco, passeio de bicicleta.	
EL HIERRO	Praias e caminhadas Piscinas naturais, falésias vulcânicas, Geoparque da UNESCO	Trilhas, mergulho	
ILHA GRACIOSA	Praias Praias, cones vulcânicos	Caminhadas, passeio de bicicleta, passeio de jipe	

Canárias (2020) estabelece como prioridade um crescimento inteligente, sustentável e inclusivo. Iniciativas com o objetivo de alcançar um modelo sustentável de desenvolvimento têm ocorrido por parte de grupos privados, como os programas desenvolvidos pelo grupo Lopesan Hotel que atua no arquipélago desde 1972. O grupo desenvolveu dois programas, o Eco Lopesan e o Lopesan Connect.

O Eco Lopesan investiu de forma pioneira em um parque solar, promovendo o uso de energia solar (térmica e fotovoltaica) nos seus estabelecimentos, o que representa uma diminuição na emissão de CO2 em 4,209 toneladas e uma economia um milhão de euros em contas de eletricidade, água e combustível. O grupo reduziu o seu consumo de energia em 30% em quatro anos e melhorou a reciclagem de resíduos em 20%. Em parceria com a Universidade de Las Palmas de Gran Canarias, foi criado o Projeto PILEV em 2011, um sistema capaz de informar aos clientes o consumo de energia dos hotéis, a maior parte de energia renovável. A iniciativa também buscava agregar valor aos hotéis e conscientizar os hóspedes quanto a redução do consumo de energia.

Outra iniciativa relevante nas Ilhas Canárias foi o plano de sustentabilidade para a Ilha de El Hierro, a menor dentre as ilhas do arquipélago. Nesta está em teste um sistema energético autossuficiente de fontes renováveis, a partir da combinação entre um parque eólico e uma usina hidrelétrica reversível. Com a implantação do sistema hidro eólico, a ilha aumenta a sua eficiência energética, reduz as emissões de carbono e a importação de diesel. As energias renováveis são um passo fundamental para a sustentabilidade, reduzindo a emissão de gases de efeito estufa.

As Ilhas Canárias representam um exemplo relevante de como o turismo com perfil de massa pode gerar impactos no meio ambiente e de iniciativas do poder público, iniciativa privada e instituições não governamentais de como reverter ou minimizar as externalidades advindas com esse padrão de desenvolvimento.



Lopesan Baobab Resort nas Gran Canária, Ilhas Canárias. Fonte: [tripadvisor.ie/LocationPhotoDirectLink-g2089121-d1488268-i31547675-Lopesan_Baobab_Resort-Meloneras_Gran_Canaria_Canary_Islands](https://www.tripadvisor.ie/LocationPhotoDirectLink-g2089121-d1488268-i31547675-Lopesan_Baobab_Resort-Meloneras_Gran_Canaria_Canary_Islands)



Placas solares nos hotéis do Grupo Lopesan em Gran Canária. Fonte: [thinkininnovation.com/en/lopesan-celebrates-the-day-of-the-innovation/](https://www.thinkininnovation.com/en/lopesan-celebrates-the-day-of-the-innovation/)



Energia eólica em El Hierro. Fonte: [nrel.gov/news/features/2010/1513.html](https://www.nrel.gov/news/features/2010/1513.html)



PUNTA CANA



Praia de Bávaro em Punta Cana. Fonte: topview.com.br/estilo/punta-cana-o-paraiso-dos-resorts-nos-fomos-e-te-contamos-tudo/

A região de Punta Cana, região localizada no leste da República Dominicana, é um dos destinos turísticos que mais cresce no Caribe, responsável por quase um terço das divisas do país. A região é conhecida pelas águas límpidas e grande oferta de resorts all inclusive. Punta Cana oferece diversas atividades e experiências, sobretudo nos segmentos de sol e praia, turismo náutico e ecoturismo. Dentre as atividades ofertadas estão snorkeling, passeio de barco, vela, caiaque, windsurfe, tirolesa, trilhas e passeio a cavalo.

O turismo de massa se iniciou em Punta Cana na década de 1980 e, apesar da grande relevância econômica da atividade o país, o seu rápido desenvolvimento tem tido um impacto significativo no meio ambiente e nas comunidades locais. O impacto mais relevante se deu nos recursos naturais das zonas costeiras, como os recifes de corais, áreas de mangue, praias, flora e fauna marinha, em função de pesca excessiva, destruição de habitats naturais, poluição, contaminação por poluentes offshore e onshore, e eventos climáticos, entre outros fatores.

De acordo com a Organização Mundial do Turismo das Nações Unidas (WTO), o crescimento do turismo e o desenvolvimento sustentável não são mutuamente excludentes. Na busca por minimizar as mudanças ambientais em curso no ecossistema costeiro e repensar o padrão de desenvolvimento do turismo em Punta Cana, a ONG Grupo Punta Cana Fundación foi criada em 1994. Sua atuação se dá em diferentes frentes, que abrangem capacitação, voluntarismo, educação ambiental, até a proposição de produtos turísticos e atividades que diversifiquem a oferta turística. Um dos objetivos da Fundação é demonstrar que a sustentabilidade ambiental pode tornar as empresas mais competitivas e melhorar seus resultados, implicando o setor privado na busca por um modelo de turismo sustentável.

A Fundación Grupo Punta Cana surgiu como um braço filantrópico do Grupo Punta Cana, que foi um dos pioneiros do turismo na região e detentora de diversas infraestruturas e empresas de serviço do setor de turismo, como o Aeroporto Internacional de Punta Cana, Punta Cana Resort & Club e The Estates Punta Cana Resort & Club. O trabalho da fundação se iniciou com recursos financeiros advindos do grupo e com a

doação de uma área de 6 quilômetros quadrados de reserva florestal. A partir de 1999, foi estabelecida uma parceria entre o Punta Cana Resort & Club, a Punta Cana Fundación e a Universidade de Cornell (EUA), com o objetivo de construir e operar o Centro de Sustentabilidade e Biodiversidade de Punta Cana. Este se configura enquanto centro de pesquisa e educação com o objetivo de garantir o desenvolvimento de um turismo sustentável na região, buscando soluções para equalizar a relação entre o turismo e a conservação do meio ambiente e promover a inclusão da comunidade local. Desde então, os parceiros da Fundação Punta Cana se ampliaram, e hoje a ONG conta com membros de diferentes instituições, como Cornell, Harvard, Columbia, Virginia Tech, Universidade de Miami, Universidade de Leiden (Holanda), Instituto de Tecnologia de Steven, Millikin e INTEC (Santo Domingo).

Atualmente, a Fundação Punta Cana desenvolve diferentes programas no âmbito ambiental e de desenvolvimento socioeconômico. Dentre os projetos desenvolvidos estão o PESCA, Agricultura Sustentável, Zero Waste, Proteção do Falcão de Ridgeway, Conservação de Tartaruga, Reserva Ecológica Olhos Indígenas, Jardins de Corais e iniciativas de apoio a educação, capacitação, cultura e esportes. A seguir destacaremos alguns dos programas que se relacionam à realidade da Ilha de Sal e que poderiam servir como referência ou inspiração para a ilha cabo-verdiana.

Parceria para Áreas Costa Ecologicamente Sustentável (PESCA)

A Parceria para Áreas Costeiras Ecologicamente Sustentáveis implementa programas de gerenciamento da costa de Punta Cana com o objetivo de proteger os recursos naturais locais. A PESCA é conformada por entidades públicas e privadas, como representantes do Conselho Dominicano de Pesca e Aquicultura (CODOPESCA), o Ministério Dominicano do Meio Ambiente, o Club Med, a associação regional de hotéis, a Associação Juanillo de Pescadores e Artesãos, a Universidade de Miami e a Counterpart International. Entre os programas estruturados pela PESCA estão o Gerenciamento Costeiro, Casas de



Centro de Sustentabilidade Fundación Ecológica Punta Cana. Fonte: ocva4h.org/2019/04/virginia-4-hdominican-republic-program



Atividades do programa PESCA. Fonte: puncacana.org/environment/pesca



Programa agricultura sustentável. Fonte: puncacana.org/environment/sustainable-agriculture



Lagosta e Controle Invasivo de Peixe-Leão. O grupo definiu regulamentações para a pesca, prática de esportes aquáticos, mergulho e medidas de segurança.

Resíduo Zero (Zero Waste)

O Puntacana Resort & Club desenvolveu o programa “Zero Waste”, programa de reciclagem que busca reduzir a quantidade de lixo enviada para o aterro local, possíveis problemas de saúde causados pelo gerenciamento inadequado dos resíduos e a contaminação do solo.

Punta Cana conta com um aterro que recebe lixo não classificado de quase 40 hotéis e 30.000 quartos, que produzem entre vinte e trinta toneladas de lixo diariamente. O Puntacana Resort & Club hoje possui um centro de reciclagem e incineração próprio, que recebe e separa lixo de todas as empresas do grupo que operam na região. O grupo criou um serviço de coleta de lixo porta a porta, administrado pela própria empresa. Além disso, há um sistema de compostagem de minhocas para os resíduos orgânicos, transformando-o em fertilizantes orgânicos para a produção de vegetais, para os campos de golfe e alimentação de porcos locais. Em paralelo, há a realização de programas educacionais sobre reciclagem.

Atualmente, a empresa é capaz de reciclar quase metade dos resíduos produzidos, reduzindo significativamente o que é enviado para o aterro. A iniciativa do resort criou um mercado local e incentivou outras empresas a reciclarem os seus resíduos. Com a implantação do programa de reciclagem, o custo da empresa com resíduos e sua dependência em relação a empresas externas diminuiu. A empresa reconhece que este tipo de iniciativa é valorizada pelos hóspedes de outros países, que tem uma sensibilidade com questões ambientais, o que aumenta a competitividade da hospedagem.

Programa de Agricultura Sustentável

Punta Cana não é tradicionalmente um centro de agricultura. A Fundação está comprometida com a



Projeto resíduo zero
 Fonte: ocva4h.org/2019/04/virginia-4-hdominican-republic-program



Oficina de capacitação de artesãs
 Fonte: puntacana.org/community/entrepreneurship



Projeto de conservação de tartarugas
 Fonte: puntacana.org/environment/turtle-conservation



Programa de voluntariado para agricultura sustentável
 Fonte: puntacana.org/to-do/voluntarism

produção local de hortaliças em pequena escala, utilizando adubo e minhoca produzidos localmente, que fornece produtos frescos a restaurantes locais, moradores da comunidade de Punta Cana e restaurantes do Puntacana Resort & Clube.

Conservação de tartarugas

A Fundação Ecológica de Puntacana desenvolve um trabalho de conservação de tartarugas marinhas, em parceria com organizações nacionais e internacionais. A Fundação realiza o monitoramento da praia, identificação de ninhos de tartarugas-de-pente e a liberação de filhotes de tartarugas no mar. A Fundação busca diferentes estratégias para a proteção das tartarugas, como mudanças na iluminação costeira perto da praia e plantio de flora nativa para proporcionar melhores condições de nidificação. A Fundação também realizou uma campanha para alertar os visitantes a não comprarem artesanato feito com conchas de tartarugas, entre outras ações de sensibilização.

Capacitação de artesãs

A fundação Puntacana patrocina oficinas de artesanato, a Oficina de Nossa Senhora de Punta Cana. O objetivo do projeto é oferecer às mulheres oportunidades de trabalho, contribuindo para a renda familiar. O workshop é oferecido gratuitamente a mulheres que vivem áreas turísticas da região. Algumas das oficinas utilizam materiais reciclados para a produção de artesanato.

Educação

A Fundação Puntacana reconhece a relevância da educação para o desenvolvimento socioeconômico local e para aumentar a competitividade do setor de turismo dominicano. Partindo desse princípio, foram criadas duas escolas, a Escola Internacional Puntacana e a Escola Politécnica Ann & Ted Kheel, além do apoio às escolas públicas de ensino fundamental da região, com melhorias nas infraestruturas e doação de material escolar. As escolas do grupo também oferecem programas de capacitação e educação para os funcionários do grupo. Atualmente, a escola internacional possui mais de 500 estudantes. A Escola Politécnica Ann & Ted Kheel atende cerca de 300 estudantes recebem educação básica, além de treinamento técnico em áreas como ciência da computação, hospitalidade, eletricidade, encanamento e refrigeração.

Programas de voluntariado

A Fundação Puntacana promove programas de voluntariado para projetos ambientais e sociais. Os programas de voluntariado atraem pessoas de diferentes países e promovem um outro segmento turístico. Os programas de voluntariado oferecidos são: Reflorestamento e Paisagismo, Sistemas aquapônicos, Laboratório Marinho, Voluntários de apoio à saúde, Voluntários da missão médica comunitária, Voluntário de apoio educacional e Voluntários para o setor de esportes.



COSTA RICA

Um dos países mais ricos em biodiversidade do mundo – com uma extensão de 51 mil km², concentra 5% da fauna e flora terrestres mundial –, sendo **mais de 20 %** de seu território áreas naturais protegidas, Costa Rica define seu posicionamento de mercado como **destino baseado na natureza** estimulando a ênfase em sustentabilidade na estratégia de turismo do país.



Lago Arenal em Costa Rica. Fonte: <https://www.brightwaterholidays.com/tours/garden-tours/gardens-of-costa-rica/>

Pioneiro no ecoturismo, o país investe em seus parques nacionais desde 1970, além de implantar outras iniciativas, como o Sistema de Pagamento por Serviços Ambientais (PSA), criado em 1996, que remunera o produtor rural por manter a vegetação natural e recuperar as áreas degradadas – por meio de incentivos do Governo e renda turística, os proprietários continuam a conservar suas terras em um estado natural, na maioria das vezes como floresta tropical.

Além disso, em 1996 o Instituto Costarricense de Turismo (ICT) criou o Programa de Certificação para a Sustentabilidade Turística (CST) visando categorizar, qualificar e diferenciar as empresas do setor turístico. Entre os itens observados pela Certificação, estão: consumo de água e energia, utilização de produtos verdes, manejo de resíduos, nível de emissão de poluentes, manutenção de áreas verdes, proteção de fauna e flora, benefícios econômicos para a comunidade, valorização da cultura local e garantia de saúde e emprego para a população. O CST é patrocinado pelo Governo, permitindo que a certificação seja gratuita para as empresas, e é um instrumento que permite uma análise legal para discriminar empresas sustentáveis e convencionais.

O CST teve um efeito salutar na indústria turística de Costa Rica, estabelecendo um conjunto de critérios credíveis e objetivos de sustentabilidade, abordando elevados padrões técnicos e éticos, tornando-o um dos melhores do mundo. O instrumento **promove efetivamente práticas ambientais e sociais exemplares**, de forma que as empresas buscam melhorar seu desempenho de forma perceptível, tornando-se promotores de práticas sustentáveis.

Tais ferramentas são baseadas no uso de princípios de desenvolvimento sustentável e contribuíram para uma **sólida expansão do turismo** no país, caracterizando investimentos relevantes os quais resultaram em um **aumento de 79% na cobertura vegetal do território** nacional (subindo de 29% do território em 1985 para 52% em 2012). Além de trazer claros benefícios econômicos para o país, tais medidas influenciaram seu desempenho social e ambiental e fez do país um ícone para o turismo ecológico.

O ecoturismo também é visto como ferramenta fundamental para o financiamento de áreas protegidas, independente do orçamento nacional. Os tipos mais comuns de áreas protegidas no país são os parques nacionais, que são de propriedade integral do governo. Serviços não essenciais, como estacionamento, centro de visitantes, loja, etc., podem ser oferecidos em concessão ao setor privado.

Os atrativos são agrupados entre **Aventura, Sol e Praias, Ecoturismo, Cultura, Turismo Rural (para conhecer a “Pura Vida” costa-riquenha), Bem-Estar**, além de voltar-se a nichos específicos como Famílias, Lua de Mel, Reuniões e Convenções, Observação de Aves e Cruzeiros. Diversas são as atividades que podem ser praticadas: caminhadas, ciclismo, rafting, mergulho e outros esportes náuticos, pesca esportiva, observação de aves e outros animais selvagens, acampamento, contemplação, visita a sítios arqueológicos e históricos, escalada, golfe, quadriciclo, dentre outros.

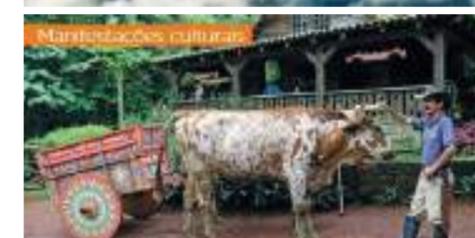
O país é dividido em regiões com diferentes características. Há o **Vale Central**, entrada principal ao país, que abriga uma variedade de atrativos culturais como museus e teatros, além de naturais, como os Parques Nacionais que protegem os principais vulcões da zona, contando com infraestrutura viária para visitação. As províncias oferecem serviços comerciais e turísticos e os povoados rurais oportunizam uma visita à “Costa Rica de antigamente”, contando com casas de pau-a-pique, fazendas cafeeiras, trapiches e leiterias.

Guanacaste, na costa pacífica, configura importante porção do patrimônio natural e cultural costa-riquenho – concentra grande parte das áreas protegidas e inúmeras praias de areias brancas de paisagem excepcional. No **Caribe**, na costa caribenha, é possível ver a desova de tartarugas, realizar pesca esportiva de robalo e outras espécies, passear pelos canais fluviais, conhecer a cultura afro-caribenha e os recifes de coral.

As **Planícies do Norte** concentram também diversas áreas protegidas, lagoas, vulcões, rios, cachoeiras – oferecendo atividades de aventura e santuários de fauna silvestre.

Além dessas, há as regiões de **Puntarenas, Pacífico Central e Pacífico Sul**.

O site oficial (www.visitcostarica.com/pt) **apresenta extensa informação** para o turista sobre o país, atrativos e atividades oferecidos, roteiros turísticos diversos, descrição das regiões e o que fazer em cada uma, além de dicas e informações para o planejamento da viagem: hospedagem, restaurantes, agências de viagens, aluguel de carros, companhias aéreas, taxas de câmbio, requisitos para entrada no país, dentre outros.



Exemplos de atividades e atrativos encontrados no site oficial | Fonte: <https://www.visitcostarica.com/en>



FERNANDO DE NORONHA



Baía dos Porcos, "cartão postal" do arquipélago com vista para o Morro Dois Irmãos e dotada de piscinas naturais para observação da vida marinha. Fonte: <https://viagemeturismo.abril.com.br/atracao/baia-dos-porcos/>

O Arquipélago de Fernando de Noronha compreende 21 ilhas de origem vulcânica, sendo que a ilha principal possui uma área de 17 km², à 545 km da costa pernambucana. É um importante foco de diversidade e riqueza biológica, de grande relevância e singularidade para a conservação marinha. Possui 3500 habitantes e o turismo é desenvolvido de forma sustentável.

O Arquipélago é protegido por duas Unidades de Conservação (UC) Federais: O Parque Nacional Marinho de Fernando de Noronha (PARNAMAR FN) e a Área de Proteção Ambiental de Fernando de Noronha-Rocas-São Pedro e São Paulo (APA FN). O PARNAMAR foi criado em 1988, com o objetivo de proteger os ecossistemas marinhos e terrestres, valorizar e preservar os ambientes naturais e de beleza cênica local. Ocupa uma área correspondente a 70% dos territórios da ilha principal e demais ilhas do arquipélago.

Considerado um **santuário** para muitas espécies, onde é possível observar uma expressiva biodiversidade e um **refúgio para diversos grupos ameaçados de extinção**, o Parque é reconhecido e tombado pela UNESCO como **Patrimônio Natural Mundial da Humanidade** desde 2001, além de ser um Sítio RAMSAR, que congrega as áreas úmidas mais representativas do planeta.

A gestão ambiental do arquipélago é realizada pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMbio) e a gestão dos serviços públicos são de responsabilidade do Governo de Pernambuco. A prestação de serviços de apoio à visitação pública e cobrança de ingressos no PARNAMAR é realizada pela empresa EcoNoronha, concessionária pertencente ao Grupo Cataratas do Iguazu S.A.

VISITAÇÃO

Por ser um dos santuários ecológicos mais importantes do mundo, a visitação na ilha requer algumas condições, visando o **equilíbrio** entre os impactos gerados pela visitação e a preservação biológica do local. Além do controle da visitação por meio de **agendamento nos atrativos, horários de visitação e limite diário de capacidade**, há o pagamento de **taxas ambientais** o qual contribui para o controle populacional da ilha; preservação do patrimônio ambiental e histórico; contenção dos impactos ao ecossistema; manutenção dos estudos científicos e biológicos; educação e conscientização sobre turismo ecológico.

O valor da Taxa de Preservação Ambiental (TPA) é correspondente à quantidade de dias que o turista fica

na ilha. Para um dia, por exemplos, são cobrados R\$ 73,52 e para cinco dias, R\$ 361,71 (valores de 2019). Além desta, há a taxa para acesso ao Parque Nacional Marinho (R\$ 106,00 para brasileiros e R\$ 212,00 para estrangeiros, em 2019) a qual não é obrigatória – porém, o parque abriga os principais atrativos da ilha e passeios de trilha ou barco. O bilhete é válido por dez dias.

Mesmo com as taxas e o elevado valor da viagem como um todo (taxas, passagens aéreas, hospedagem, alimentação, passeio, etc), em 2018 o arquipélago registrou um recorde de visitantes, chegando a 103 mil pessoas no ano. No entanto, o estudo mais recente da capacidade de carga do parque foi realizado em 2009, apontando como limite máximo de 89 mil turistas por ano.

A ilha oferece diversos atrativos e atividades: banho em **piscinas naturais, banho de praia, trilhas, observação de golfinhos, aves e outros animais, observação de desova de tartarugas, mergulho, ruínas e sítios históricos**, dentre outros.

Há diversos atrativos que requerem a contratação de um passeio e/ou condutor autorizado, além do agendamento prévio. São diversos os roteiros e passeios, com opções de diferentes características e durações. O passeio "Ilhatour", por exemplo, oferece um **tour com duração de um dia inteiro**, levando às principais atrações da ilha incluindo praias, piscinas naturais, pontos históricos e mirantes. Há os passeios para realização de mergulho, incluindo **mergulho autônomo** e o **"mergulho de batismo"**, para iniciantes, além do **"Planasub"**, onde o visitante mergulha segurando uma prancha que é mantida presa a um barco através de um cabo de aproximadamente 5 metros. Também há **passeios de barco**, com paradas para mergulho e contemplação da paisagem, fauna e pôr-do-sol. Trilhas guiadas passam por diversos pontos para contemplação, banho e visitação do sítio histórico de Fernando de Noronha.

No site do PARNAMAR (www.parnanoronha.com.br) há informação sobre os atrativos tanto do Parque como da APA, bem como informações e notícias sobre a região, dicas para planejamento da viagem, bem como acesso às regras do Parque e ao **sistema de agendamento dos atrativos e compra de ingressos online**. Ainda, há uma **lista com nome e contato dos condutores autorizados**.

O **pagamento da taxa TPA também pode ser realizado online** através do site oficial do governo (<http://www.noronha.pe.gov.br/turPreservacao.php>).



Expedição de Canoa, Circuito Mar de Dentro e Planasub, realizados por agência de viagens local. Fonte: <https://www.atalaianoronha.com.bcom.br/atracao/baia-dos-porcos/>



Praias e Atrativos Naturais. Fonte: <http://www.noronha.pe.gov.br/>

Morro São José	16 vagas
Abreu	24 vagas
Pontinha-Caieira	40 vagas
Atalaia	96 vagas (pode variar)
Capim-Açu	40 vagas

Atrativos que necessitam agendamento. Limite de acesso em função da fragilidade do meio ambiente e das condições da maré. Fonte: <https://www.parnanoronha.com.br/single-post/2017/08/11/Agendamento>



CONSIDERAÇÕES

A tabela a seguir sintetiza alguns pontos chave analisados nos estudos de benchmarking apresentados anteriormente, apontando as características similares dos destinos estudados com relação à Ilha de Sal, bem como os destaques positivos observados que por sua vez apontam referências para a Ilha relativas a modelos de gestão, sistemas de gestão e monitoramento do impacto de visitação, ordenamento e regulamentação dos atrativos e atividades, suportes e sistemas de apoio ao visitante, dentre outros.

	PRINCIPAIS SIMILARIDADES À ILHA DE SAL	DESTAQUES	REFERÊNCIAS PARA O SAL
COSTA RICA	- Destino de Sol e Praia em algumas regiões	<ul style="list-style-type: none"> - Investimento Público nos Parques Nacionais e Áreas Protegidas; - Sistema de Pagamento por Serviços Ambientais (PSA); - Certificação para Sustentabilidade Turística; - Site oficial bem estruturado, com descrição extensa sobre os atrativos, roteiros e informações para planejamento da viagem 	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativas e incentivos do Governo que priorizam parâmetros sustentabilidade, incluindo projetos de Certificação; - Ecoturismo como ferramenta para financiar áreas protegidas;
PUNTA CANA	<ul style="list-style-type: none"> - Destino de Sol e Praia, conhecida por suas águas límpidas e grande oferta de resorts all inclusive; - Desenvolvimento do turismo vem gerando impactos nos recursos naturais e comunidade local 	<ul style="list-style-type: none"> - Vem repensando padrão de desenvolvimento do turismo: criação da ONG Grupo Puntacana Fundación, buscando implementar modelo de turismo sustentável por meio de ações e projetos diversos; - projetos para: gerenciamento da costa visando a proteção dos recursos naturais locais; gestão de resíduos, programa de reciclagem e compostagem de resíduos orgânicos; produção local de hortaliças; conservação de tartarugas; capacitação de artesãos; criação de escolas; programas de voluntariado; dentre outros 	<ul style="list-style-type: none"> - Fortalecimento, Incentivo e Criação de projetos visando o ordenamento e gestão na escala de toda a ilha com foco na redução dos impactos gerados pelo desenvolvimento do turismo na mesma; - Regulamentação e ordenamento das atividades turísticas; - Planos de gestão e de redução de resíduos; - Integração da população local nos projetos de desenvolvimento turístico

FERNANDO DE NORONHA	- Diversidade e Riqueza Biológica, principalmente da vida marinha	<ul style="list-style-type: none"> - Arquipélago inteiramente protegido como Unidade de Conservação; - Serviços de apoio à visitação pública / cobrança de ingressos: parceria público privada; - Controle de visitação por meio de agendamento nos atrativos, horários de visitação, limite diário de capacidade; - Pagamento obrigatório de taxas ambientais pelos visitantes; - Site oficial bem estruturado: além de descrição e informações sobre os atrativos, disponibiliza o contato dos condutores autorizados e permite pagamento online das taxas, bem como agendamento dos atrativos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Valorização do patrimônio natural; - Controle da visitação: limitação e capacidade de suporte nos atrativos; - Cobrança de taxas ambientais (revertidas para preservação, conservação, pesquisa e manutenção); - Sistemas e plataformas online para agendamento de atrativos, contratação de guias, roteiros e pacotes, etc.
ILHAS CANÁRIAS	<ul style="list-style-type: none"> - Destino de Sol e Praia; - Ilhas de origem vulcânica - Resorts modelo all inclusive em Tenerife; - Maior fluxo turístico no inverno europeu (concorrente com Cabo Verde); - Desenvolvimento do turismo vem gerando impactos nos recursos naturais e comunidade local 	<ul style="list-style-type: none"> - Diretrizes Gerais de Ordenamento do Turismo das Canárias e Plano de Ação Europeu para as Ilhas Canárias (2020); - Iniciativas de grupos hoteleiros privados: utilização de energia solar, conscientização dos hóspedes; - Plano de Sustentabilidade pra a Ilha de El Hierro: criação de sistema energético autossuficiente em teste 	<ul style="list-style-type: none"> - Além do desenvolvimento de Planos e Projetos na escala da Ilha, promover incentivos e projetos relacionados aos empreendimentos e atividades turísticas

4. PROPOSTAS

A Ilha do Sal se apresentar como um destino turístico atrativo, mas com desafios significativos para aumentar a sua competitividade, como melhorias na estruturação de seus recursos e produtos turísticos, melhorias da infraestrutura turística, efetiva conservação das áreas protegidas, valorização da cultura local, entre outros. Durante o diagnóstico da ilha foram analisados diversos aspectos que tocam o desenvolvimento turístico do local, identificando os principais gargalos que deverão ser enfrentados ao longo da implementação do Master Plan. Estas têm como intenção melhorar o suporte ao turismo da ilha, agregando maior valor e atratividade ao destino. Algumas demandas são de ordem nacional, sendo necessário o envolvimento de diversas instâncias governamentais, além do apoio do setor privado; e outras são locais, dependendo das Câmaras Municipais e instituições locais. Sendo assim, é essencial que o Governo concentre esforços em favor da ilha e estabeleça um diálogo constante com as esferas municipais, que além dos benefícios locais, resultará, ainda, em benefícios para o país.

Este momento, portanto, se apresenta como uma oportunidade de planejar a curto, médio e longo prazo o que se deseja para o Sal, estabelecendo as estratégias prioritárias para o desenvolvimento turístico de maneira sustentável e coerente com as necessidades da ilha. Estas atividades são apresentadas por meio de propostas, que estão organizadas em **eixos temáticos** que abrangem as principais temáticas que precisam ser trabalhadas na ilha. Para cada eixo temático serão definidas **ações** e **projetos**, sendo:

- **Ações:** são as atividades de caráter estruturante, com intuito de criar o suporte técnico, político e gerencial para a sustentabilidade do desenvolvimento da ilha. Encontram-se, sobretudo, na esfera do aperfeiçoamento da gestão, ações de capacitação, desenvolvimento de programas públicos e melhoria da infraestrutura básica e tem como intuito assegurar a eficiência, a efetividade e dar sustentação ao turismo da ilha. São necessárias, portanto, para que a visão de futuro se concretize, mas não requerem um desenvolvimento ou aprofundamento maior na conjuntura do Master Plan de Turismo, pois se relacionam a outras temáticas, instâncias e planos.
- **Projetos:** são os responsáveis por estruturar a visão de futuro que se busca para a Ilha, abordando temas do turismo ou fortemente vinculados a ele. Apresentam, de maneira detalhada, o que está sendo proposto para o fortalecimento do destino turístico, demonstrando a viabilidade e os meios de serem efetivamente implementados.

As propostas foram definidas a partir análise do diagnóstico, visita de campo, reuniões com a equipe da UGPE e atores locais, leitura dos documentos disponibilizados e viabilidade de implementação. Tiveram como base o conceito de turismo que se deseja para a ilha, como demonstrado no capítulo anterior - visão de futuro - por meio das diretrizes para o desenvolvimento do turismo, segmentos e produtos turísticos potenciais. Dessa maneira, as propostas foram alinhadas aos objetivos estabelecidos no conceito, visando a construção de um plano coerente e assertivo, tendo em vista as peculiaridades do turismo da ilha.

Estruturação das propostas



EIXOS TEMÁTICOS

Para a construção de um destino turístico de sucesso, diversos pontos devem ser observados, tais como seus acessos, atrativos disponíveis (naturais, culturais, históricos), atividades potenciais e a infraestrutura existente, incluindo desde a sinalização para o turista até a energia elétrica e os meios de transporte disponíveis. A existência e a qualidade destes diferentes aspectos influenciam em muito o desenvolvimento do turismo e, portanto, devem ser considerados para a melhor estruturação de um destino.

Considerando esta diversidade, as propostas presentes neste Master Plan de Turismo foram organizadas em **eixos temáticos** que abrangem os principais aspectos que devem ser abordados no Sal. São eles:



GOVERNANÇA: está relacionado com a organização, planejamento e gestão compartilhada do destino turístico.

PROMOÇÃO DO TURISMO: está voltado para apoiar a divulgação e o incentivo à visitação junto aos turistas e parceiros comerciais.

CAPACITAÇÃO: está voltado para compartilhar aprendizados, trocar experiências, fomentar a criação de negócios e o fortalecimento das cadeias produtivas do turismo

CULTURA & IDENTIDADE: envolve as questões que precisam ser trabalhadas para o fortalecimento da cultura e das características próprias e distintas de Cabo Verde e da ilha.

CONSERVAÇÃO AMBIENTAL: visa a conservação do meio ambiente e da biodiversidade da ilha, prevendo ações que utiliza os recursos naturais e implanta infraestruturas de forma responsável e consciente para que sejam minimizados impactos negativos na visitação do território.

INFRAESTRUTURA TURÍSTICA: está relacionado a iniciativas variadas de cooperação, fomento, tecnologias e intervenções que incorporam valor agregado e ambiente favorável para o desenvolvimento do turismo no território. Tocam temas de infraestrutura e equipamentos urbanos diretamente relacionados às atividades turísticas, edificações de uso público destinadas a atividades indutoras de turismo, conjuntos históricos, entre outros.

TRANSPORTE: envolve questões que precisam se desenvolver em termos de acesso e mobilidade no país e na ilha, abrangendo sistema aéreo, marítimo, viário e de transporte público.

INFRAESTRUTURA BÁSICA: abrange ações nas temáticas de saneamento, tratamento de água, resíduos sólidos, energia elétrica, infraestruturas que são essenciais para o desenvolvimento do turismo.

SEGURANÇA: envolve ações destinadas a evitar e minimizar casos de emergência e de acidentes, além de criar mecanismos de suporte caso ocorram. São consideradas também ações para garantir a sensação de segurança no destino turístico.



AÇÕES

As ações demonstram quais são as medidas de caráter estruturante que precisam ser realizadas a curto, médio e longo prazo para o desenvolvimento do turismo no Sal. São apresentadas por meio de tabelas com as seguintes informações:

- **Código** da ação, que estará presente em outras partes do documento, facilitando a leitura transversal entre as ações, os projetos e o plano de ação do Master Plan;
- Principais **objetivos**;
- **Cenário de implantação**, podendo ser de curto prazo (0-3 anos), médio prazo (3-5 anos) e longo prazo (5-10 anos), a depender da urgência e da facilidade de implementação;
- **Responsável pela implementação** da ação, relacionando os agentes encarregados por estruturar ou provocar a realização da ação junto às demais entidades que poderão estar envolvidas;
- **Entidades envolvidas**, representam os atores de apoio, que são aqueles que desempenham um papel de suporte para o desenvolvimento e/ou implementação da ação. Exemplos de atores de apoio são autarquias do governo e empresas públicas que possuem uma área de atuação semelhante a da ação proposta, podendo contribuir para a sua estruturação.

O conjunto das ações propostas, envolvendo temáticas e cenários distintos, visa proporcionar um turismo de qualidade, diversificado e seguro, com a intenção de transformar a ilha em um destino turístico atrativo e competitivo no mercado interno e internacional.

PROJETOS

O Master Plan de Turismo visa a proposição de projetos factíveis, cuja implantação garanta que seus objetivos finais, o desenvolvimento sustentável do turismo no Sal, sejam alcançados. Cada projeto visa definir de forma clara e objetiva as atividades envolvidas por meio de referências e propostas, além de seu modelo de implantação, modelo de gestão e os responsáveis por sua estruturação e implementação. Dessa forma, se garante a sua viabilidade e criam-se as condições para a sua futura implantação e monitoramento através da pressão da sociedade civil e atores envolvidos.

Existem projetos que na prática envolverão diversos estudos e programas correlacionados por conta de sua complexidade e ações envolvidas. Neste sentido, é importante realizar o planejamento adequado para o cumprimento das propostas do plano, articulando os envolvidos com antecedência.

Os projetos são apresentados por meio de fichas que abordam diferentes informações, demonstrando sua estruturação enquanto projeto:

- **Código** do projeto, que estará presente em outras partes do documento, facilitando a leitura transversal entre projetos, ações e plano de ação;
- **Cenário de implantação**, podendo ser de curto prazo (0-3 anos), médio prazo (3-5 anos) e longo prazo (5-10 anos), a depender da urgência e da facilidade de implementação;
- Principais **objetivos** a serem alcançados com a sua implantação;
- Síntese da **proposta**;

- **Responsável pela estruturação do projeto** apresenta proposta dos atores responsáveis por estruturar ou provocar a realização do projeto, mesmo que não seja responsável por sua implantação e gestão. Um projeto que pode ser implantado por meio de uma Parceria Público Privada, por exemplo, depende da atuação do Governo, que terá o papel de estruturar a parceria, enquanto a implantação das infraestruturas fica a cargo da iniciativa privada;
- **Modelo de implantação**, se refere ao modelo de implantação e/ou financiamento do projeto, que poderá ser por meio do orçamento do Estado, financiamentos externos para projetos específicos, Fundo de Sustentabilidade Social do Turismo, Incentivos fiscais a nível do setor turístico, iniciativa privada, parceria público privada e terceiro setor.
- **Responsável pela Gestão**, propõe o ator responsável pela gestão do território ou espaço criado pelo projeto. Se aplica, principalmente, em projetos que envolvem intervenções físicas que necessitam de gestão e monitoramentos futuros. Os atores poderão ser o Estado, a iniciativa privada ou o terceiro setor.
- **Entidades envolvidas** apresentam os atores de apoio, que desempenham um papel de suporte para o desenvolvimento e/ou implantação dos projetos. Exemplos de atores de apoio são autarquias do governo e empresas públicas que possuem uma área de atuação semelhante a do projeto que está sendo proposto, podendo contribuir para a sua estruturação.
- **Estimativa orçamentária preliminar** dos projetos, que contribuirá para compreensão do volume de investimento necessário para a implantação dos projetos e a análise da sua viabilidade econômica. **Este item será apresentado na etapa seguinte do trabalho, no Master Plan Final**, quando os projetos terão sido discutidos e revisados junto ao cliente e atores envolvidos.

Destaca-se que nem todos os eixos temáticos receberam projetos, mas apenas ações, por envolverem questões de cunho estruturante. Alguns também não receberam ações, somente projetos por requererem intervenções físicas, mais voltadas ao desenvolvimento do turismo.

A seguir é apresentada a lista completa dos projetos que estão sendo propostos de acordo com os eixos temáticos:



4.1. GOVERNANÇA

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
A.G1	Fortalecer as ações de fiscalização e monitoramento de áreas ambientalmente frágeis que possuem fluxo turístico direto ou indireto	Minimizar os impactos da atividade do turismo no território.
A.G2	Estruturar ações compartilhadas entre as diversas entidades nos níveis governamentais distintos (nacional e na ilha) para o gerenciamento costeiro	Garantir uma gestão eficiente da Orla Costeira
A.G3	Criar uma Associação de Turismo da Ilha do Sal , que seja responsável pelo desenvolvimento e valorização do turismo	Fortalecer as associações locais, que melhor conhecem os desafios e oportunidades da ilha e que conseguem interagir com os diversos setores envolvidos no desenvolvimento do turismo
A.G4	Fortalecimento da Associação dos Artesões na ilha, que coordene o desenvolvimento e a valorização do artesanato do Sal e mobilize os artesões.	Fortalecer o artesanato local; Articular a conexão entre os artesões e os consumidores.
A.G5	Fortalecer e Apoiar o Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design , dedicado à experimentação, investigação e promoção do artesanato cabo-verdiano.	Fortalecer o artesanato local; Articular a conexão entre os artesões e os consumidores. Preservar a histórica e cultural e a multiplicação dos saberes - através do conhecimento transmitido por mestres artesãos cabo-verdianos.
A.G6	Apoiar os projetos desenvolvidos pelo terceiro setor na ilha, sobretudo o Projeto Biodiversidade e a CODE	Fortalecer iniciativas do terceiro setor que contribuam para o desenvolvimento socioeconômico, conservação ambiental e desenvolvimento sustentável do setor do turismo

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Curto	Direção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmara Municipal, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Terceiro Setor
Curto	Direção Geral de Turismo e Transportes, Direção do Ambiente e Câmara Municipal	Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Terceiro Setor
Curto	Direção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Cabo Verde Trade Invest, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Terceiro Setor, Setor Privado
Curto	Direção Geral de Turismo e Transportes	Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design, Câmara Municipal, IEF, Pró-Empresa, Terceiro Setor
Curto	Direção Geral de Turismo e Transportes	Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design, Câmara Municipal, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, IEF, Pró-Empresa, Terceiro Setor
Curto	Direção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmara Municipal, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde



P.G1 INSTITUIÇÃO E FORTALECIMENTO DA GOVERNANÇA LOCAL

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Aprimorar a gestão local compartilhada do turismo, através da criação e fortalecimento de instância de governança formada pelo setor privado, sociedade civil e setor público.

Proposta: Fomentar a criação de uma associação local;
Realização de assessoria para criação legal da instância de governança;
Elaboração de um Plano Operativo de Trabalho

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Ministério do Turismo e Transportes / Câmara Municipal / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final

Considerando a relevância que o turismo possui na ilha, torna-se fundamental a gestão compartilhada entre os diversos atores que operam, impactam e são impactados pela atividade, sendo salutar a criação de uma instância de governança local, que poderá se dar no formato de uma Associação, Comitê ou Câmara, formada por representantes da sociedade civil, setor privado e setor público.

As instâncias de governança são coletivos organizados em torno de interesses comuns, que visam apoiar a tomada de decisão em prol de benefícios que atinjam uma maior parcela de atores do território, justamente por dar voz e focar no compartilhamento de responsabilidades e a tomada de decisões.

Sendo o turismo nomeadamente operado pelo setor privado, e com alto impacto social, cultural e econômico nos territórios, os espaços coletivos de tomada de decisão certamente apoiam um desenvolvimento voltado para maior sustentabilidade local.

Assim, a proposta envolve 3 grandes etapas, a serem desenvolvidas ao longo de 18 meses:

1. Fomentar a criação de uma Associação Local, formada por empresários do setor de alojamento, restauração, artesanato, produção agrícola, agenciamento, associações e entidades representativas da produção cultural, com foco na proteção ambiental, nas econômicas criativas e na inclusão social. Para isto, devem ser realizadas oficinas de discussão com os atores ligados à estas áreas, de modo a sensibilizá-los sobre a temática, debater o papel de cada ator no desenvolvimento do turismo local e discutir a criação de uma instância, identificando o melhor formato e estrutura a ser adotada localmente.
2. Posteriormente, deve ser realizada uma assessoria com o objetivo de apoiar a criação legal da instância de governança, apoiando a redação e estruturação de normativas, regras, financiamento e procedimentos para seu pleno funcionamento.
3. Assessoria técnica para a operação da instância de governança, apoiando a condução de reuniões e encontros técnicos, a elaboração de um Plano Operativo de Trabalho, a troca de experiência com outras instâncias de governança para aprendizado, bem como o monitoramento da execução das ações previstas no Plano Operativo. A assessoria visa repassar conhecimentos aos participantes, para que, ao final, tornem-se autônomos na gestão e funcionamento pleno da instância.

Um projeto voltado para apoiar o fortalecimento de uma instância de governança no Brasil, na chamada região do Baixo São Francisco, no Estado de Alagoas, é um exemplo.

A ação foi executada no âmbito do Projeto de Dinamização do Turismo no Baixo São Francisco tinha como objetivo principal melhorar a qualidade de vida da população em uma das regiões de menor renda de Alagoas, porém com importantes atrativos culturais e ambientais. O projeto foi financiado pelo Banco Interamericano de Desenvolvimento (FOMIN), pela Agência de Cooperação Espanhola (AECID) e pelo Governo do Estado de Alagoas.

Chamada "Rede Empresarial do Caminhos do São Francisco", a instância foi criada em 2011 com o apoio de uma consultoria que reuniu diversos empresários da região formada por 09 municípios. Foi definido um estatuto, devidamente legalizado, incluindo regulamento operacional da instância. Ao



Projeto de Dinamização e Sustentabilidade do
**Turismo no Baixo
São Francisco**

Rede Empresarial do Caminhos do São Francisco | www.facebook.com/caminhossaofrancisco



mesmo tempo, os empresários foram estimulados a avaliar a importância da criação deste grupo e assumirem sua consolidação.

Posteriormente, foram realizadas uma série de ações de fortalecimento deste grupo, incluindo assessorias contínuas, capacitações, viagens de trocas de experiências e fortalecimento de parcerias entre os próprios membros da Rede Empresarial e apoio na estruturação de um Plano Estratégico e Operacional.

Após 4 anos de projeto, a Rede encontra-se em pleno funcionamento e continua, até os dias de hoje. Sua atuação vai desde a promoção do destino turístico, até capacitações, captação de recursos, apoio à organização de eventos locais, entre outros. Maiores informações podem ser acessadas no Facebook do grupo, que contém vídeos relatando toda a experiência de formação do mesmo: www.facebook.com/pg/dinamicaobaixosaofrancisco/videos/?ref=page_internal



Exercício de avaliação estratégica sobre si mesmo: avaliação individual e coletiva sobre o papel de cada um no grupo. | Foto: Luciana Sagi, 2015



Exercício de definição de ações para Plano Estratégico e Operacional | Foto: Luciana Sagi, 2015



Visita técnica da Rede Empresarial São Francisco para troca de experiências com a Associação de Turismo de Brotas, em cidade localizada em outro estado do país, sendo destino turístico de características semelhantes. | Foto: Luciana Sagi, 2015

P.G2 MONITORAMENTO DA SUSTENTABILIDADE E DA COMPETITIVIDADE DO TURISMO NO DESTINO TURÍSTICO

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Monitorar indicadores sobre os impactos de desenvolvimento do turismo no destino turístico, de modo a orientar a tomada de decisão estratégica em prol de maior sustentabilidade e competitividade, de modo complementar às pesquisas já realizadas pelo Ministério de Turismo e Transporte.

Proposta: Criar pesquisas periódicas sobre a avaliação e percepção dos turistas sobre o destino e avaliar a gestão e os processos em si adotados pelo destino para buscar sua sustentabilidade

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Instâncias de Governança do país e locais

Modelo de gestão: Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Instâncias de Governança do país e locais / Institutos de pesquisa e ensino

Entidades envolvidas: Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Instâncias de Governança do país e locais / Institutos de pesquisa e ensino

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final



Atualmente, o Ministério de Turismo e Transporte vem aferindo estatísticas sobre o desempenho do turismo no destino, em relação à indicadores relevantes como número de hóspedes, número de estadias, tempo de permanência média, origem dos turistas, taxa de ocupação hoteleira, número de unidades habitacionais, número de leitos, número de meios de hospedagens e empregos na área de alojamento.

Não obstante, torna-se necessário realizar outros levantamentos e monitoramento de dados para apoiar o processo de planejamento e gestão de destinos turísticos. De um lado, torna-se necessário olhar com maior ênfase para aspectos de mercado, em especial, a realização de pesquisas periódicas sobre a avaliação e percepção dos turistas sobre o destino, bem como seu perfil. Torna-se necessário aplicar pesquisa curtas, durante eventos ou momentos específicos para avaliar a percepção dos turistas; captar sua percepção e perfil através de redes sociais (contas no Instagram e Facebook permitem que seja feita uma avaliação do perfil dos usuários), plataformas colaborativas, entre outros. É fundamental compreender a percepção da demanda, para que os empreendimentos possam aprimorar seus serviços, bem como o destino como um todo.

Por outro lado, torna-se necessário avaliar a gestão e os processos em si adotados pelo destino para buscar sua sustentabilidade. Assim, utilizar uma grade de indicadores, por exemplo, como o Global Sustainable Tourism Criteria seria bastante interessante, de modo a verificar qual longe ou perto o destino se encontra idealmente de um destino que pratica uma gestão sustentável. Estes critérios são particularmente interessantes para o destino, pois sua origem deu-se na discussão sobre sustentabilidade em áreas costeiras e ilhas.

No Brasil, na Ilhabela, foi aplicado um piloto de uso dos Critérios Globais do Turismo Sustentável para Destinos - GSTC Destinos, como ferramenta de gestão e monitoramento do destino. A ação ocorreu com financiamento do WWF Brasil. Inicialmente, foi aplicada a metodologia para fazer um diagnóstico de como o destino estava perante os indicadores. Posteriormente, a partir deste resultado, o Conselho Municipal de Turismo alinhou



As redes sociais são grandes fontes de informação aos turistas, mas que também permitem conhecê-lo um pouco mais. Suas percepções são facilmente observadas em sites colaborativos como o TripAdvisor, por exemplo. | Fonte: www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g482855-d13565202-Reviews-Green_Line_Tours-Mindelo_Sao_Vicente.html



Postos ou centros de informações turísticas podem ser pontos de conversas e captação de percepções do turista sobre o destino, de modo rápido e objetivo, com o uso de formulários simples. | Foto: Luciana Sagi, 2017

seu planejamento estratégico ao atendimento de indicadores que demonstravam maior fragilidade, como foi o caso da questão da baixa cobertura de serviço de esgotamento sanitário. A partir de então, os indicadores viraram uma referência para apoiar o planejamento e gestão do destino, conferindo uma visão rápida e focada para a governança nos temas de maior relevância.

Para ambas as ações, seria necessário o envolvimento de equipes técnicas especializadas que podem fazer parte do setor privado, associações locais ou serem contratados para a execução do serviço. O projeto aqui proposto tem duração de um ano, envolvendo pesquisas mensais com turistas e ação semestral sobre o GSTC. Estudantes e institutos de ensino podem ser envolvidos para aplicarem as pesquisas

MACROREQUISITOS GD	ILHABELA
I. Gestão do destino	57%
II. Natureza e cenário	43%
III. Meio ambiente e clima	40%
IV. Cultura e tradição	22%
V. Bem estar social	50%
VI. Negócios e hospitalidade	42%
Total	45%

Quadro síntese com o percentual de atendimento aos macrorequisitos do GSTC aferidos na Ilhabela, Brasil. | Fonte: WWF Brasil, 2018



O GSTC apoia a comunicação sobre destinos sustentáveis no mundo, através de plataformas como o Green Destinations. | Fonte: <https://greendestinations.org>



4.2. PROMOÇÃO DO TURISMO

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
A.P3	Promover o turismo doméstico em Cabo Verde , incentivando o turismo dos cabo verdianos entre as ilhas	Desenvolver o turismo e a economia local; Incentivar a cultura local;
A.P4	Fortalecer programas existentes e promover campanhas de combate ao turismo sexual em Cabo Verde	Combater o turismo sexual em Cabo Verde

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Curto	Cabo Verde Trade Invest	DGTT, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Associação de Turismo, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Associação das Agências de Viagens e Turismo de Cabo Verde, Conselho Nacional de Turismo
Curto	Direção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Associação de Turismo, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Associação das Agências de Viagens e Turismo de Cabo Verde, Conselho Nacional de Turismo



P.P1 CONFEÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL – IMPRESSO E DIGITAL

Grau de prioridade: Médio

Objetivo: Fortalecer o processo de promoção e divulgação do destino turístico junto aos mercados alvo

Proposta: O posicionamento turístico do destino está diretamente ligado as estratégias de marketing adotadas seja pelos agentes privados quanto pelo poder público. Diante disso, durante a elaboração do diagnóstico identificou-se a inexistência de estratégia para promoção dos produtos turísticos, inexistência de website, redes sociais e material promocional. Assim, o presente projeto objetiva a confecção do banco de imagens, de vídeo e de material promocional – portfólio promocional e comercial – que valorize a atratividade do destino turístico, considerando os diversos tipos de atividades e perfis de públicos que são atraídos. Estes materiais podem estar disponíveis impressos e em formato digital para serem distribuídos em centros de informações turísticas, hotéis, galerias de arte e artesanato, aeroportos, bem como para download em website e redes sociais.

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Câmara Municipal / Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo



P.P2 CONFEÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL – IMPRESSO E DIGITAL

Grau de prioridade: Médio

Objetivo: Fortalecer o processo de promoção e divulgação do destino turístico junto aos mercados alvo

Proposta: O posicionamento turístico do destino está diretamente ligado as estratégias de marketing adotadas seja pelos agentes privados quanto pelo poder público. Diante disso, durante a elaboração do diagnóstico identificou-se a inexistência de estratégia para promoção dos produtos turísticos, inexistência de website, redes sociais e material promocional. Assim, o presente projeto objetiva criar contas em redes sociais, em especial Instagram e Facebook, com o objetivo de divulgar o destino para o público alvo. Para isso, deverá haver um planejamento de imagem, programação de postagens, promoções e estratégias para aumentar o banco de dados de seguidores. Através das redes sociais, também será possível conhecer o perfil dos seguidores e seus comportamentos, sendo possível criar um banco de dados de inteligência de mercado que facilite a tomada de decisões de marketing futuras para públicos específicos, por exemplo.

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo



P.P3 REALIZAÇÃO DE FAMTOURS, PRESS TRIPS

Grau de prioridade: Médio

Objetivo: Fortalecer o processo de promoção e divulgação do destino turístico junto aos mercados alvo

Proposta: O posicionamento turístico do destino está diretamente ligado as estratégias de marketing adotadas seja pelos agentes privados quanto pelo poder público. Diante disso, durante a elaboração do diagnóstico identificou-se a inexistência de estratégia para promoção dos produtos turísticos, inexistência de website, redes sociais e material promocional. Assim, o presente projeto objetiva identificar operadores, formadores de opiniões, blogueiros e digital influencers, bem como profissionais de mídias especializadas para realizarem visitas orientadas de reconhecimento do destino, com o objetivo de apoiar sua divulgação, realização de parcerias comerciais e aprimorar o produto, através da avaliação deste grupo.

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo /Empresários / Associações de Turismo

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo /Empresários / Associações de Turismo



P.P4 REALIZAÇÃO DE ROAD SHOWS EM DESTINOS PRIORITÁRIOS

Grau de prioridade: Médio

Objetivo: Fortalecer o processo de promoção e divulgação do destino turístico junto aos mercados alvo

Proposta: O posicionamento turístico do destino está diretamente ligado as estratégias de marketing adotadas seja pelos agentes privados quanto pelo poder público. Diante disso, durante a elaboração do diagnóstico identificou-se a inexistência de estratégia para promoção dos produtos turísticos, inexistência de website, redes sociais e material promocional. Assim, o presente projeto consiste em realizar visitas de promoção do destino nos principais mercados emissores potenciais e atuais, gerando maior aproximação entre os atores e fortalecimentos de acordos comerciais. As visitas podem ser realizadas por grupos de empresários, em conjunto com representantes do setor público.

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo /Empresários / Associações de Turismo

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo /Empresários / Associações de Turismo



4.3. CAPACITAÇÃO

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
A.C1	Contratar consultoria especializada ou fazer acordo com terceiro setor para promover a capacitação dos empreendedores cabo verdianos locais , com foco em meios sustentáveis de produção, boas práticas, empreendedorismo, entre outros.	Incentivar atividades complementares para geração de renda da população local; Diversificar os produtos locais oferecidos na ilha por meio do empreendedorismo; Melhorar a mão de obra local; Garantir a qualidade dos produtos locais (boas práticas).	Curto	Câmara Municipal e/ou terceiro setor	DGTT, AAVT, IEF, EHTCV, Pró-Empresa, Terceiro Setor
A.C2	Fortalecer as iniciativas de capacitação e formação da População local existentes , como a desenvolvida pela EHTCV, para trabalhar no setor do turismo, com cursos de hotelaria, atendimento ao público, línguas estrangeiras, Guias de Turismo, gastronomia, camareira, entre outros. Prover subsídios e incentivos, como bolsa de estudos, para dar condições à qualificação da população local.	Fomentar a qualidade no atendimento dos turistas; Incentivar atividades complementares para geração de renda da população local; Melhorar a mão de obra local; Promover a geração de novos empregos e incentivar a fixação dos habitantes na ilha.	Curto	Câmara Municipal e/ou terceiro setor	DGTT, AAVT, IEF, EHTCV, Pró-Empresa, Terceiro Setor
A.C3	Incentivar a sinergia entre as entidades capacitadoras e os empregadores , de forma a estimular a contratação dos formandos dos cursos de capacitação	Melhorar a mão de obra local; Promover a geração de novos empregos e incentivar a fixação dos habitantes na ilha.	Curto	Câmara Municipal e/ou terceiro setor	Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design, Pró-Empresa, EHTCV, Terceiro Setor



P.C1 CAPACITAÇÃO EM PLANEJAMENTO E GESTÃO DO TURISMO
 SUSTENTÁVEL E COMPETITIVO

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Melhorar a competitividade e a sustentabilidade do destino turístico, por meio do aprimoramento da qualidade dos serviços e de práticas sustentáveis

Proposta: Desenvolvimento de planejamento e execução do capacitamento em turismo sustentável através de cursos e oficinas.

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Ministério do Turismo e Transportes / Câmara Municipal / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais

A competitividade e a sustentabilidade de um destino estão diretamente relacionados à qualidade dos serviços, equipamentos e atrativos turísticos. Consequentemente, a qualidade dos serviços, equipamentos e atrativos turísticos depende do nível de profissionalização e de hospitalidade dos profissionais que atuam no setor turístico ou áreas correlatas, sejam eles gestores públicos, empreendedores ou funcionários. Assim, diante do estágio de desenvolvimento turístico da ilha – estágio inicial de desenvolvimento turístico, mas com fluxo que vem aumentando, mesmo que de modo flutuante – torna-se fundamental o preparo para o bem receber e qualidade na prestação de serviços, para a gestão dos impactos ambientais, culturais, econômicos e sociais do turismo a fim de contribuir para a inovação, formalização e aprimoramento da oferta e da gestão turística.

Este projeto objetiva ser uma base para trazer os principais conceitos e práticas de sucesso adotadas em destinos, em termos de sustentabilidade e competitividade. Ele está dividido em duas etapas:

1. Planejamento da Capacitação, contemplando as seguintes fases: a) validação das temáticas a serem trabalhadas e dos recursos necessários para operacionalização, considerando o público alvo a ser atingido: setor de alojamento, setor de alimentação, receptivo e transportes, comércio – artesanato, lojas de circulação de turistas, gestores de atrativos turísticos, gestores públicos, guias turísticos, associações, entre outros; b) elaboração dos projetos pedagógicos das capacitações; c) elaboração do material didático; d) definição do cronograma e das estratégias de mobilização e seleção dos participantes; e) realização das atividades de qualificação (cursos/oficinas); f) emissão de certificados de participação e; g) monitoramento e elaboração de relatório com os resultados. A carga horária sugerida é de 40 horas.
 - Temáticas sugeridas para cursos/oficinas: Conceitos básicos do turismo; História breve do turismo no mundo, em Cabo Verde e na ilha; Modelos de desenvolvimento de turismo adotados nos destinos; O que é um destino sustentável e competitivo; Práticas de sustentabilidade; Práticas de Hospitalidade, Bem Receber e Qualidade na Prestação de Serviços;
 - Metodologias sugeridas: além de aulas expositivas em sala de aula, é importante focar na troca de experiências e tornar os alunos atores no processo de construção de conhecimento. Para isso, sugere-se que sejam utilizadas diversas técnicas participativas, com jogos, exercícios práticos e coletivos, atividades de campo e



Materiais lúdicos, com dicas objetivas e simples devem fazer parte do conjunto didático a ser adotado neste tipo de capacitação. Exemplo de cartilha adotada com dicas para atender bem turistas idosos, produzida pelo Ministério do Turismo Brasileiro. | Fonte: Mtur, 2016



Aula dentro de um restaurante, focada na troca de experiências entre empresários e funcionários do setor. Programa de Fortalecimento do Associativismo de Bertioga no Estado de São Paulo, Brasil | Foto: Luciana Sagi, 2015



- discussões. Deve-se prezar por despertar nos alunos a empatia e a importância de seu trabalho para o desenvolvimento e preservação de sua ilha, bem como um agente que irá trazer uma sensação de acolhimento ao visitante.

- Execução da Capacitação, contemplando as seguintes fases: a) realização da mobilização dos alunos; b) organização dos espaços e locais de aulas teóricas e práticas; c) condução das aulas, com o apoio de material didática e técnicas participativas; d) realização de um seminário de troca de experiências; e) aplicação de pesquisas de satisfação e avaliação de desempenho ao longo de todo o curso e ao final; f) entrega de certificados; g) produção de relatório final.



Grupo do curso de Fortalecimento da Gestão Ambiental do Polo Costa dos Arrecifes, no Estado do Pernambuco, Brasil, apresentando os resultados de trabalho em sala de aula para definir ações prioritárias para a melhoria da sustentabilidade em seus empreendimentos. | Foto: Luciana Saji, 2016



PROGRAMA DE EMPREENDEDORISMO E CAPACITAÇÃO EM EXPERIÊNCIAS GASTRONÔMICAS

Grau de prioridade: Alta

Objetivo:

Aprimorar a experiência turística, melhorar a competitividade de negócios e a sustentabilidade do destino, através de formação em turismo histórico, cultural e etno, focando na valorização do patrimônio material e imaterial de Cabo Verde, enquanto ativo turístico.

Proposta:

Desenvolvimento de programa de empreendedorismo e capacitação em experiência gastronômicas através de cursos e oficinas.

Responsável pela estruturação do projeto:

Ministério do Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Modelo de implantação:

Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão:

Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas:

Ministério do Turismo e Transportes / Câmara Municipal / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais



A alimentação ocupa um lugar de destaque na experiência turística, pois envolve a restauração do bem-estar, o contato com os saberes e fazeres locais e uma vivência afetiva, com grande impacto na formação de memórias, através dos cheiros e sabores. Além disso, permite o conhecimento sobre tradições locais e troca de experiências marcantes. A valorização da culinária local torna-se também importante do ponto de vista da sustentabilidade, por priorizar alimentos e a produção local, que muitas vezes envolve uma série de famílias e pequenos negócios. Tem um impacto, portanto, econômico, ambiental e social. Atualmente verifica-se poucos empreendimentos que valorizam os pratos e insumos locais. Assim, o projeto está dividido em duas etapas:

1. Planejamento da Capacitação, contemplando as seguintes fases: a) validação das temáticas a serem trabalhadas e dos recursos necessários para operacionalização, considerando o público alvo a ser atingido: setor de alojamento, setor de alimentação; b) elaboração dos projetos pedagógicos das capacitações; c) elaboração do material didático; d) definição do cronograma e das estratégias de mobilização e seleção dos participantes; e) realização das atividades de qualificação (cursos/oficinas); f) emissão de certificados de participação e; g) monitoramento e elaboração de relatório com os resultados.
 - Temáticas sugeridas para cursos/oficinas: Gastronomia e Turismo; Elementos da gastronomia de Cabo Verde e da ilha; Insumos e recursos utilizados na gastronomia; Receitas e técnicas tradicionais; técnicas de culinária regional; segurança alimentar; decoração e experiências gastronômicas; organização de eventos gastronômicos; empreendedorismo, gestão de pequenos negócios.
 - Metodologias sugeridas: além de aulas expositivas em sala de aula, é importante focar na troca de experiências e tornar os alunos atores no processo de construção de conhecimento. Para isso, sugere-se que sejam utilizadas diversas técnicas participativas, com jogos, exercícios práticos e coletivos, atividades de campo e discussões. Deve-se prezar por despertar nos alunos a empatia e a importância de seu trabalho.
2. Execução da Capacitação, contemplando as seguintes fases: a) realização da mobilização dos alunos; b) organização dos espaços e locais de aulas teóricas e práticas; c) condução das aulas, com o apoio de material didática e técnicas participativas; d) realização de um seminário de troca de experiências, aulas show e concurso de pratos locais; e) aplicação de pesquisas de satisfação e avaliação de desempenho ao longo de todo o curso e ao final; f) entrega de certificados; g) produção de relatório final.

De forma complementar à capacitação, outras ações podem ser tomadas para fortalecer a gastronomia cabo-verdiana, como promoção dos estabelecimentos com comidas típicas e a realização de circuitos gastronômicos. A seguir serão propostas algumas dessas estratégias.

CRIAÇÃO DE OFICINAS DE GASTRONOMIA PARA OS TURISTAS

Os turistas cada vez mais procuram vivências e aprendizagem de culturas típicas dos destinos que visitam. A fim de captar essa tendência, é proposta a criação de oficinas de gastronomia para os visitantes da ilha. Essa experiência pode ser realizada no Mercado Municipal e em restaurantes, buscando diversificar os produtos turísticos do Sal e despertar o interesse dos turistas em conhecer diferentes pontos da ilha.

CRIAÇÃO DE SELO DE QUALIDADE DOS ESTABELECIMENTOS

Criar selo de qualidade ou autenticidade dos estabelecimentos gastronômicos da ilha. Podem ser criados parâmetros que garantam a qualidade dos estabelecimentos e a realização da sua fiscalização sanitária. O selo funciona como um incentivo aos estabelecimentos em se qualificar e porvir informação para os turistas.

CRIAÇÃO DE TOUR GASTRONÔMICAS

Através da associação de estabelecimentos gastronômicos, deve ser desenvolvido um tour gastronômico turístico que proporcione uma experiência em diferentes estabelecimentos, com cardápio de petiscos para o tour ou com particularidades gastronômicas. O circuito pode contar com a presença de um guia que oriente e explique as peculiaridades e história do Sal através da gastronomia e de seus ingredientes.



Cachupa, um dos pratos típicos cabo-verdianos | fonte: www.e-konomista.pt/receita-cachupa-cabo-verde/



Cursos de aperfeiçoamento de pratos típicos em São Luís, Brasil | fonte: <http://www.agenciaaoluis.com.br/noticia/23901/>



Selo de qualidade sanitária presente nos estabelecimentos de Nova Iorque | fonte: www.nytimes.com/2018/06/05/dining/new-york-restaurant-inspections-by-the-numbers.html



CRIAÇÃO DE FEIRA GASTRONÔMICA ANUAL

Criar feira gastronômica semestral com o chamamento de estabelecimentos e chefes de todas as ilhas do país a fim de estabelecer evento gastronômico no calendário cultural do Sal, além de possibilitar o intercâmbio entre profissionais cabo-verdianos. A feira contribui para o desenvolvimento do calendário cultural turístico do Sal.

VOUCHER DE ESTABELECIMENTOS LOCAIS DENTRO DE PACOTES ALL INCLUSIVE

Deve-se fomentar a relação entre os estabelecimentos gastronômicos locais e os resorts presentes na ilha. Dessa parceria, propõe-se a criação de voucher para refeições em bares e restaurantes fora dos hotéis, que estejam incluídos nos pacotes all inclusive dos turistas, incentivando os turistas a consumirem e terem experiências em estabelecimentos locais. Pode-se criar incentivos fiscais aos resorts que participarem desta política.



Oficina de culinária tailandesa para turistas | fonte: <https://thai-secret-cooking-school.blogspot.com/2018/09/thailand-tourism-at-its-finest-thai.html>



Tour de tapas em Barcelona | fonte: <https://free-barcelona-tours.com/tours/original-barcelona-tapas-tour/>



Feira gastronômica de Passo a Paço em Manaus, Brasil | fonte: <https://vivamaneaus.com/2019/07/19/prefeitura-lanca-edital-para-feira-gastronomica-do-passo-a-paco/>



P.C3 PROGRAMA DE EMPREENDEDORISMO E CAPACITAÇÃO EM TURISMO DE PESCA

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Aprimorar a experiência turística, melhorar a competitividade de negócios e a sustentabilidade do destino, através de formação em turismo de pesca, focando na valorização dos recursos pesqueiros, da paisagem e da experiência com condutores locais como ativos turísticos

Proposta: Desenvolvimento de programa de empreendedorismo e capacitação em turismo de pesca através de cursos e oficinas.

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais

O turismo de pesca tem ocorrido em Cabo Verde através de operadores especializados, porém, ainda não há normativas e regras específicas para este segmento. O Plano Nacional de Pescas de 2020 indica preocupação com o estoque pesqueiro do país e, sendo o turismo de pesca um segmento que pode contribuir para a gestão e monitoramento sustentável deste estoque, torna-se importante trazer conhecimentos e sensibilizar os diversos atores que já atuam ou que são impactados pela pesca, em torno deste segmento turístico. Assim, o projeto está dividido em duas etapas:

- Planejamento de Oficinas de Sensibilização e Capacitação, contemplando as seguintes fases: a) validação das temáticas a serem trabalhadas e dos recursos necessários para operacionalização, considerando o público alvo a ser atingido: Operação e agenciamento turístico; Serviços de Transporte; Meios de Hospedagem; Recepção e condução; Comerciantes que vendem Material para pesca; Outras atividades complementares que existam em função do Turismo de Pesca – oficinas de reparos de embarcações, estaleiros, entre outros; b) elaboração dos projetos pedagógicos das capacitações; c) elaboração do material didático; d) definição do cronograma e das estratégias de mobilização e seleção dos participantes; e) realização das atividades de qualificação (cursos/oficinas); f) emissão de certificados de participação e; g) monitoramento e elaboração de relatório com os resultados.
 - Temáticas sugeridas para cursos/oficinas: Conceitos básicos do Turismo de Pesca; Mercado do Turismo de Pesca; O condutor de turismo de pesca / guia de pesca; Modalidades de pesca esportiva; Ciências naturais; Primeiros socorros envolvidos a pesca esportiva; Equipamentos, preparação e manutenção; Expressões inglesas utilizadas na pesca esportiva; Ordenamento e legislação pesqueira; Educação ambiental e edu-entretenimento; Boas práticas para pesque e solte; Relacionamento humano e prestação de serviço; Principais espécies de peixes esportivos; Técnicas de navegação e marinharia; Embarcações, máquinas e motores marítimos; Controle, monitoramento e produção científica; Organização de eventos e torneios de pesca.
 - Metodologias sugeridas: além de aulas expositivas em sala de aula, é importante focar na troca de experiências e tornar os alunos atores no processo de construção de conhecimento. Para isso, sugere-se que sejam utilizadas diversas técnicas participativas, com jogos, exercícios práticos e coletivos, atividades de campo e discussões. Deve-se prezar por despertar nos alunos a empatia e a importância de seu trabalho.



Orientações para a prática de pesca esportiva no Estado do Tocantins, no Brasil. O instrumento apoia os pescadores, empresários e condutores a adotarem boas práticas no Estado. | Fonte: Governo do Estado do Tocantins, 2018



PROGRAMA DE EDUCAÇÃO PARA O TURISMO: IDENTIDADE, VALORIZAÇÃO PATRIMONIAL E HOSPITALIDADE

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Aprimorar a valorização e conservação do patrimônio cultural e natural da ilha, através de sensibilização de jovens sobre o turismo local

Proposta: Desenvolvimento de programa de educação para o turismo através de visitas técnicas, oficinas e cursos,.

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais

Despertar o interesse dos alunos e jovens por meio da sensibilização turística que reforça a necessidade de conhecer a história local, seus equipamentos culturais e principais pontos turísticos, mostrando o potencial da Ilha e as oportunidades do segmento é fundamental para garantir a sustentabilidade do destino turístico, envolver a comunidade na atividade, garantindo a inserção de potenciais profissionais e da comunidade de um modo ativo no turismo. Através de visitas técnicas, oficinas e cursos, alunos são sensibilizados sobre a importância do turismo para a ilha, potenciais oportunidades de negócios, valorização dos ativos naturais e culturais. Propõe-se a implantação de um projeto inspirado no "Turismo do Saber", executado no município de Maceió, no Estado de Alagoas, Brasil, em que jovens das escolas locais realizam visitas técnicas guiadas aos principais atrativos da ilha, como se fossem turistas.

O guiamento ocorre por uma agência de turismo receptiva parceira do projeto. Além disso, são realizadas palestras nas escolas, falando sobre a importância do turismo e identificando os principais atrativos turísticos locais. Ao final do ano, os alunos participantes são convidados a participarem de um concurso de frases para relatarem o que torna a cidade tão bela para o turismo. As três melhores frases são premiadas com o apoio de empresários locais, que doam os prêmios ou passeios turísticos. No caso de Cabo Verde, sugere-se que o concurso envolva uma atividade coletiva dos alunos das escolas, elaborando mapas afetivos que procurem descrever atrativos, na visão dos próprios alunos. Este material poderá compor a narrativa dos locais turísticos, ampliando o envolvimento do turista com o projeto também.



Alunos de escolas municipais realizando visitas técnicas em Museu na cidade de Maceió, como parte das atividades do Projeto Turismo do Saber. | Fonte: <https://www.facebook.com/turismodosaber/>, 2019



P.C5 FORTALECIMENTO DE ARRANJOS PRODUTIVOS LOCAIS LIGADOS AO TURISMO

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Aprimorar e ampliar as oportunidades de inserção de pequenos negócios, grupos e produção local na atividade turística.

Proposta: Fortalecimento de arranjos produtivos através de mapeamento de oportunidades, capacitação em temas como associativismo e elaboração de plano de negócio

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Ministério do Turismo e Transportes / Câmara Municipal / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais

A competitividade e a sustentabilidade de um destino estão diretamente relacionados à qualidade dos serviços, equipamentos e atrativos turísticos. Consequentemente, a qualidade dos serviços, equipamentos e atrativos turísticos depende do nível de profissionalização e de hospitalidade dos profissionais que atuam no setor turístico ou áreas correlatas, sejam eles gestores públicos, empreendedores ou funcionários. Assim, diante do estágio de desenvolvimento turístico da ilha – estágio inicial de desenvolvimento turístico, mas com fluxo que vem aumentando, mesmo que de modo flutuante – torna-se fundamental o preparo para o bem receber e qualidade na prestação de serviços, para a gestão dos impactos ambientais, culturais, econômicos e sociais do turismo a fim de contribuir para a inovação, formalização e aprimoramento da oferta e da gestão turística.

Este projeto objetiva ser uma base para trazer os principais conceitos e práticas de sucesso adotadas em destinos, em termos de sustentabilidade e competitividade. Ele está dividido em duas etapas:

1. Planejamento da Capacitação, contemplando as seguintes fases: a) validação das temáticas a serem trabalhadas e dos recursos necessários para operacionalização, considerando o público alvo a ser atingido: setor de alojamento, setor de alimentação, receptivo e transportes, comércio – artesanato, lojas de circulação de turistas, gestores de atrativos turísticos, gestores públicos, guias turísticos, associações, entre outros; b) elaboração dos projetos pedagógicos das capacitações; c) elaboração do material didático; d) definição do cronograma e das estratégias de mobilização e seleção dos participantes; e) realização das atividades de qualificação (cursos/oficinas); f) emissão de certificados de participação e; g) monitoramento e elaboração de relatório com os resultados. A carga horária sugerida é de 40 horas.

- Temáticas sugeridas para cursos/ oficinas: Conceitos básicos do turismo; História breve do turismo no mundo, em Cabo Verde e na ilha; Modelos de desenvolvimento de turismo adotados nos destinos; O que é um destino sustentável e competitivo; Práticas de sustentabilidade; Práticas de Hospitalidade, Bem Receber e Qualidade na Prestação de Serviços; Economia Circular no Turismo; Dentre outros.
- Metodologias sugeridas: além de aulas expositivas em sala de aula, é importante focar na troca de experiências e tornar os alunos atores no processo de construção de conhecimento. Para isso, sugere-se que sejam utilizadas diversas técnicas



Materiais lúdicos, com dicas objetivas e simples devem fazer parte do conjunto didático a ser adotado neste tipo de capacitação. Exemplo de cartilha adotada com dicas para atender bem turistas idosos, produzida pelo Ministério do Turismo Brasileiro. | Fonte: Mtur, 2016



Aula dentro de um restaurante, focada na troca de experiências entre empresários e funcionários do setor. Programa de Fortalecimento do Associativismo de Bertioga no Estado de São Paulo, Brasil | Foto: Luciana Sagi, 2015



- participativas, com jogos, exercícios práticos e coletivos, atividades de campo e discussões. Deve-se prezar por despertar nos alunos a empatia e a importância de seu trabalho para o desenvolvimento e preservação de sua ilha, bem como um agente que irá trazer uma sensação de acolhimento ao visitante.

- Execução da Capacitação, contemplando as seguintes fases: a) realização da mobilização dos alunos; b) organização dos espaços e locais de aulas teóricas e práticas; c) condução das aulas, com o apoio de material didática e técnicas participativas; d) realização de um seminário de troca de experiências; e) aplicação de pesquisas de satisfação e avaliação de desempenho ao longo de todo o curso e ao final; f) entrega de certificados; g) produção de relatório final; h) quando pertinente, elaboração de manual, cartilha ou produto similar visando sintetizar o conteúdo abordado e sua disponibilização ao público.



Grupo do curso de Fortalecimento da Gestão Ambiental do Polo Costa dos Arrecifes, no Estado do Pernambuco, Brasil, apresentando os resultados de trabalho em sala de aula para definir ações prioritárias para a melhoria da sustentabilidade em seus empreendimentos. | Foto: Luciana Sagi, 2016



O projeto Maceió Inclusiva teve como objetivo melhorar a qualidade de vida da população dedicada às cadeias mais tradicionais da economia local (mariscos e pescados), a partir do fomento de modelos de economia circular na cidade de Maceió. O projeto se estruturou em quatro distintas fases: por meio de seminários e oficinas, buscou disseminar e fortalecer o conceito, além de ser realizado trabalho junto aos produtores e setor público; incentivo ao desenvolvimento de novos produtos a partir dos resíduos da produção, busca por formas alternativas de embalagem, minimização de resíduos, produção limpa, dentre outros; apoio técnico e financeiro aos pescadores e empresários locais; desenvolvimento de estratégias de promoção e comercialização dos produtos. | Foto: <http://iabs.org.br/maceioinclusiva/objetivos-e-componentes/>



Marisqueira das comunidades da região. | Foto: <http://agenciaalagoas.al.gov.br/noticia/item/28004-uncisal-e-onu-habitat-expoem-opcoes-sustentaveis-para-areas-frageis-de-maceio>



4.4. CULTURA & IDENTIDADE

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
Patrimônio histórico e cultural		
A.CI1	Organizar um inventário do patrimônio arquitetônico e etnográfico da ilha, contendo as edificações de valor histórico, artístico, civil ou religioso; os elementos de arquitetura tradicional; e elementos e conjuntos de interesse etnográfico. Deverão ser definidos níveis de proteção a estes elementos.	Estimular a preservação e restauração dos elementos de valor histórico, artístico, civil ou religioso; da arquitetura tradicional; de interesse etnográfico.
A.CI2	Fortalecer os locais de relevância histórica como produtos turísticos através da criação de um circuito voltado a conhecer a histórica e a cultura local.	Diversificar os circuitos turísticos; Valorizar os núcleos urbanos e a história local; Incentivar a preservação do patrimônio edificado.
Festividades		
A.CI3	Sistematizar os eventos da ilha (festas tradicionais e religiosas, eventos culturais e festivais) para criação de um calendário anual e agenda cultural. As datas devem ser fixadas com no mínimo 6 meses de antecedência e idealmente 12 meses para que as agências de turismo tenham tempo de estruturar e promover a visitação.	Alavancar o turismo e trazer mais vida à ilha ao longo do ano; Fortalecer a cultura local por meio das festividades; Incentivar o turismo interno; Desenvolver o turismo religioso; Organizar as atividades da ilha para melhor promoção do turismo.
Produtos Locais		
A.CI4	Criar selo para os produtos e artesanato local da ilha do tipo "made in Sal" , de modo a garantir a autenticidade dos produtos e promover a produção local.	Valorizar os produtos locais da ilha; Garantir a qualidade dos produtos por meio de critérios de boas práticas; Incentivar o empreendedorismo na ilha para incrementar a renda da população local.
A.CI5	Incentivar, fortalecer e promover os produtos locais, sobretudo o pescado	Promover os produtos locais; Gerar condições para melhor a renda dos produtores; Facilitar o acesso do turista aos produtos locais.

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Curto	Câmara Municipal e/ou terceiro setor	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Patrimônio Cultural, Terceiro Setor
Médio	Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Patrimônio Cultural, Setor Privado, Terceiro Setor
Curto	Câmara Municipal	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Patrimônio Cultural, Associação de Turismo, Setor Privado, Terceiro Setor, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Associação das Agências de Viagens e Turismo de Cabo Verde
Curto	Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Terceiro Setor
Curto	Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Terceiro Setor



P.CI1 FORTALECIMENTO DA CULTURA E IDENTIDADE E PROMOÇÃO DE EVENTOS E FESTIVIDADES

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Estimular e fomentar grupos e entidades locais de dança e música.
 Incentivar atividades de fortalecimento da cultura musical local.
 Desenvolver produtos turísticos locais e autênticos.
 Valorizar e fortalecer eventos e festividades locais.

Proposta: Fortalecer o contato da música e dança com os jovens;
 Programas de subsídio a grupos de dança e música;
 Incentivo a eventos esportivos e empresariais;
 Criação de oficinas turísticas de músicas e danças;
 Estruturação de calendário cultural turístico.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Modelo de implantação: Setor Público / Terceiro Setor

Modelo de gestão: -

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde / Instituto do Patrimônio Cultural / Terceiro Setor / Associação de Turismo / Centro Nacional de Arte / Artesanato e Design

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final

A musicalidade cabo-verdiana possui importante identidade cultural, com ritmos próprios com destaque ao Tambaká, Batuque, Funaná, Morna e Coladeira. A cidade Praia, na ilha de Santiago, possui visibilidade mundial sendo uma das Cidades da Criativas da Música elencada pela UNESCO. No Sal, entretanto, sua estruturação e potencial são poucos explorados, impedindo seu proveito enquanto identidade e produto do turismo local.

Com a perspectiva de reverter essa situação, este projeto é desenvolvido através de propostas que visam o fomento da música e dança na ilha do Sol, a fim de tornar a cultura um diferencial do destino, tornando sua experiência mais atrativa e única, destacando-o perante seus concorrentes, assim como promover eventos e festividades próprias que tragam notoriedade para o Sal.

A seguir, seguem as propostas a serem desenvolvidas:

FORTALECER O CONTATO DA MÚSICA E DANÇA COM OS JOVENS

O contato da criança com a cultura estimula seu aprendizado e potencializa seu desenvolvimento no médio e longo prazo. Para isso, propõe-se duas realizações a serem implantadas em Sal visando a construção do aprendizado musical para a juventude: a incorporação de atividades musicais como disciplina escolar; criação e incentivo ao aprendizado da dança e música a crianças e adolescentes através de instituições especializadas.

Entende-se que a incorporação de atividades voltadas à musicalidade na grade de ensino das escolas do município é essencial para sua difusão pela importância da escola no primeiro contato dos jovens com conhecimentos gerais e cultura. Seu ensino pode ser feito através da contratação de especialistas ou por parceria com instituições da área. O intuito desse programa não é o ensino aprofundado às crianças, mas a difusão e afirmação da cultura local. Atividades complementares podem estar ligadas a este ensino como festivais escolares ou programas de interação entre países, como o projeto Olhares Cruzados Brasil-Cabo Verde, desenvolvido em 2014 pela ONG Imagem da Vida que levou a música como objeto de interação entre os países.

A criação e incentivo ao aprendizado da dança e música a crianças e adolescentes através de



Batucadeiras | Fonte: www.chaodeoliva.com/periferias/periferias-2019/175-outras-atividades/351-batucadeiras-exposicao



Cabo-verdianas dançando morna | Fonte: www.mundodanca.art.br/2013/06/dancas-africanas-cabo-verde-morna.html



Atividade do Noz Ritmu | fonte: atividades desenvolvidas para Punta Cana | Fonte: www.facebook.com/codediritmu



Exemplo de festival escolar de dança em São Caetano do Sul, Brasil | Fonte: www.abcdabc.com.br/sao-caetano/noticia/2-festival-escolar-danca-sao-caetano-reune-grande-publico-43345



instituições especializadas proporciona aos jovens o aprofundamento no conhecimento da identidade e tradições locais, além de propor perspectivas e atividades alternativas sociais. O incentivo às instituições especializadas pode ocorrer através de editais ou parcerias com o Estado. Realizado no Sal, o projeto “Noz Ritmu”, desenvolvido pela CODE CV, é um exemplo de atividade nesse sentido. Criado com o intuito de estimular o contato dos jovens com a cultura e tradição local, além de procurar afastar os jovens de atividades ilícitas, o programa propõe cursos de seis meses de duração com o desenvolvimento da dança através da fusão de ritmos tradicionais com danças modernas, com produção de coreografias e vestuários próprios. Serve-se também de exemplos projetos brasileiros como a Escola Olodum, criado pelo grupo de mesmo nome em 1984, o Grupo Cultural Afroreggae, de 1993 e o Projeto Guri como instituições culturais para crianças e adolescentes. Apresentações de grupos infanto-juvenis promovidas pelos programas podem fazer parte do calendário cultural turístico desenvolvido para o Sal.



Exemplo de programas musicais voltados a jovens. Escola Olodum |
Fonte: <http://g1.globo.com/bahia/noticia/2016/12/escola-olodum-abre-inscricoes-gratuitas-para-cursos-em-salvador.html>

PROGRAMAS DE SUBSÍDIO A GRUPOS DE DANÇA E MÚSICA

Deve-se criar editais para fomentação através de subsídios a grupos de dança e música. Os editais podem ter apoio de entidades privadas para suporte de estrutura e financeira. A missão dessa proposta é o incentivo a grupos de qualquer natureza, seja entidades de ensino musicais, grupos de dança, blocos carnavalescos, entre outros. Os editais devem ter vínculos ao calendário cultural turístico da ilha, devendo os grupos subsidiados realizar contrapartidas culturais como oficinas, cursos e apresentações.



Exemplo de programas de fomento à dança e música é o Programa Municipal de Fomento à Dança da Prefeitura de São Paulo, no Brasil. O programa abre edital de chamada duas vezes por ano para selecionar grupos e companhias culturais que recebem subsídio para pesquisa, produção, circulação e manutenção de suas atividades. Ainda são promovidas mostras e oficinas dos grupos subsidiados como forma de divulgação e contato da população com a arte. |
fonte: www.dancabrasil.com.br/mostra-do-fomento

INCENTIVO A EVENTOS ESPORTIVOS E EMPRESARIAIS

A ilha do Sal sedia uma etapa do campeonato mundial de Kitesurf e já sediou outros eventos esportivos como o Jogos Africanos de Praia e o Sal Beach Soccer. Somado a essas experiências, encontros e conferências empresariais já ocorrem na ilha. Estes nichos turísticos devem ser incentivados, expandindo o perfil de turistas na ilha.



Jogos Africanos de Praia de 2019 realizado no Sal | fonte: <https://interlusofona.info/primeiros-jogos-africanos-de-praia-arrancam-hoje-na-ilha-cabo-verdiana-do-sal/>



criação de oficinas turísticas de músicas e danças

Os turistas cada vez mais procuram vivenciar e aprender culturas típicas dos destinos que visitam. A fim de captar essa tendência, é proposto a criação de oficinas de música e dança aos visitantes da ilha. Essa experiência pode ser realizada por entidades musicais em suas sedes, em locais públicos ou mesmo dentro dos hotéis da ilha, este visando conseguir expandir a experiência dos turistas mais reclusos.



Exemplo de oficina de dança típica para turistas em Tóquio | fonte: www.tokyo-tradition.jp/2018/eng/program/032

estruturação de calendário cultural turístico

Deve ser produzido uma agenda idealmente anual, ou eventualmente semestral, com eventos e festividades da ilha, que seja disponibilizando sempre ao fim do ano/semestre antecedente de modo que agências e turistas consigam organizar e promover viagens utilizando essa base de eventos, expandindo o potencial de oferta da ilha. Eventos já existentes como o Festival de Santa Maria e a Festa de Pedra Lume, assim como outros acontecimentos como carnaval, romarias e eventos locais devem ser fortalecidas, complementados com novas apresentações e eventos, estruturando um circuito de festividades que contemple os visitantes de diversas épocas e promova atividades permanentes aos grupos e entidades de cultura local. Editais de dança e música, artesanato e gastronomia subsidiam eventos para o desenvolvimento do calendário.



Festival de Santa Maria, maior evento musical realizado na Ilha do Sal | fonte: http://www.rtc.cv/index.php?paginas=21&id_cod=18453



Krioli Jazz Festival, maior evento promovido em Praia | fonte: expressodasilhas.cv/cultura/2019/04/12/palavras-de-ordem-ame-o-krioli-jazz-festival

A cidade de Praia, na ilha de Santiago, é um exemplo a ser seguido. O município promove oito festivais e mais de 100 eventos musicais/culturais anuais, contribuindo para a valorização e desenvolvimento da cultura como polo econômico e turístico.

P.CI2

PROGRAMA DE FORTALECIMENTO DO ARTESANATO LOCAL

Grau de prioridade: Média

Objetivo:

Capacitar, aperfeiçoar e profissionalizar dos artesãos locais.
 Estimular e fortalecer o artesanato local para a criação de produtos e feiras para os turistas.
 Valorizar a produção local.

Proposta:

Cursos e Capacitação;
 Criação de oficinas de artesanato para os turistas;
 Criação de programas de subsídio a centros de artesanatos
 Criação de oficinas de artesanato para os turistas
 Consolidação da política nacional de selo para artesanatos locais;
 Mapeamento e plataforma de informações dos artesãos;
 Fomento a eventos e feiras de artesanato.

Responsável pela estruturação do projeto:

Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Modelo de implantação:

Setor Público / Terceiro Setor

Modelo de gestão:

-

Entidades envolvidas:

Instituto de Turismo de Cabo Verde / Instituto do Patrimônio Cultural / Terceiro Setor / Associação de Turismo / Centro Nacional de Arte / Artesanato e Design

Estimativa orçamentária:

Este item será apresentado no Master Plan Final

Este projeto promove o fortalecimento e reconhecimento do artesanato local, desenvolvendo estratégias de apoio, estruturação e promoção que favoreça o produto como expressão cultural cabo-verdiana, impulsionando seu contato com os turistas e consolidando o empreendedorismo dos artesãos.

Ressalta-se o trabalho do Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design (CNAD) que desenvolve programas a diversas áreas culturais cabo-verdiana, entre elas o artesanato. As propostas de fomento do artesanato aqui desenvolvidas buscam trabalhar em conjunto com o CNAD, fortalecendo seus programas, assim como incorporando novas propostas que consolide o artesanato como manifestação cultural e produto turístico no Sal. A seguir, seguem as propostas que estruturam este projeto:

CURSOS E CAPACITAÇÃO

Deve-se promover a capacitação dos artesãos do Sal para aperfeiçoamento do artesanato local e diversificação dos produtos. Junto à capacitação técnica, deve haver a profissionalização dos artesãos e a capacitação na gestão de pequenos negócios/empreendedorismo. A capacitação na gestão de pequenos negócios é fundamental para que as artesãs se profissionalizem, auxiliando, inclusive, na definição do preço de venda do artesanato, baseando-se nos custos da produção e análise do mercado. A capacitação pode contribuir não só para a gestão do negócio de forma individual, mas o associativismo, como a criação de uma associação de bordadeiras, e a criação ou participação em feiras e rodadas de negócios.



Exemplo de aperfeiçoamento cultural realizado no Centro Regional de Apoio ao Artesanato de Ponta Delgada, Portugal, com a residência criativa de artesanato. | Fonte: www.facebook.com/CentroNacionaldeArtesanatoeDesign

CRIAÇÃO DE PROGRAMAS DE SUBSÍDIO A CENTROS DE ARTESANATOS

Cria-se editais de subsídios para centros de artesanatos que promovam o desenvolvimento, ensino e pesquisa do artesanato cabo-verdiano. Os centros devem promover atividades voltados ao aprendizado e qualificação do artesanato para a população local.

CRIAÇÃO DE OFICINAS DE ARTESANATO PARA OS TURISTAS

Os turistas cada vez mais procuram vivências e aprender culturas típicas dos destinos que visitam. A fim de captar essa tendência, é proposto a criação de oficinas de artesanato para os visitantes da ilha. Essa experiência pode ser realizada em feiras, oficinas de trabalhos dos artesãos, espaços culturais, locais públicos ou mesmo dentro dos hotéis da ilha,



Artesão contemplado pelo Programa Ponto de Cultura, programa brasileiro que subsidia centros que disseminam a cultura regional | Fonte: <https://fundacc.sp.gov.br/oficina-do-mestre-joca-e-reconhecida-por-ministerio-como-ponto-de-cultura>

este visando conseguir expandir a experiência dos turistas mais reclusos para além dos resorts.

CONSOLIDAÇÃO DA POLÍTICA NACIONAL DE SELO PARA ARTESANATOS LOCAIS

Cabo Verde desenvolveu a criação do selo “Created in Cabo Verde” para destacar e valorizar os produtos de origem cabo-verdianos. É essencial a consolidação da sua aplicação.



Oficina de artesanato turístico na Tailândia | Fonte: www.handicrafttourism.com/en/aboutvillage/ban-kuan-wualai-village/

MAPEAMENTO E PLATAFORMA DE INFORMAÇÕES DOS ARTESÃOS

Deve ser trabalhado, em conjunto com o Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design, o projeto de desenvolvimento de uma plataforma nacional dos artesãos cabo-verdianos. Sua organização de trabalhadores funciona através do cadastramento e mapeamento dos artesões cabo-verdianos, que tenham o selo “Created in Cabo Verde”, produzindo uma plataforma de contato entre os artesões e os turistas, facilitando o acesso a localização dos ateliês e lojas, assim como a promoção de seus trabalhos, oficinas e outras informações, aproximando os viajantes e os artesãos. A plataforma também faz parte da rede nacional de lojas de artesanatos proposto pelo CNAD.



Site desenvolvido pelo Projeto Raízes em Santo Antão, exemplo de plataforma com informações dos artesãos locais | fonte: <https://visitsantoantao.net/produtos-locais/artesaos-produtos>

FOMENTO A EVENTOS E FEIRAS DE ARTESANATO

Deve-se disponibilizar espaços e datas fixas semanais para a criação de feiras locais de artesanatos em pontos culturais e turísticos do Sal facilitando o acesso e oferta dos artesãos aos turistas. Exemplo dessa prática ocorria na própria ilha quando em conjunto com o Museu do Sal foi criado uma feira em seu entorno, estimulando a presença dos visitantes nos dois locais.

Cria-se, inspirado na URDI, anualmente uma feira artística com chamamento para todos os artistas cabo-verdianos no Sal. Esta feira promove o intercâmbio cultural entre as ilhas e contribui para o desenvolvimento do calendário cultural turístico da ilha.



Um exemplo de programa de fomento do artesanato é o Programa do Artesanato Brasileiro que tem a missão de coordenar e estruturar a atividade através de cursos de qualificação e capacitação, cadastramento, apoio a feiras e associações, prêmios, intercâmbios e outros instrumentos de incentivo. Exemplo é a feira de artesanato promovida pelo programa | Fonte: www.artesol.org.br/novo/rede/membro/programa_do_artesanato_brasileiro_pab



4.5. CONSERVAÇÃO AMBIENTAL

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
A.A1	Desenvolver e estruturar um Projeto de Gestão Integrada da Orla Marítima do Sal, com o objetivo fiscalizar o uso e ocupação desse espaço para a sustentação natural e econômica da Zona Costeira, sendo necessário aprovação junto ao IMP.	Melhorar o ordenamento do território; Criar os mecanismos para proteção e preservação; Minimizar impactos negativos que podem ser gerados pela visitação; Ordenar os diferentes usos e atividades específicas; Classificação e valorização das praias e regulamentação do uso balnear
A.A2	Estudar e incentivar a aplicação do Sistema de Bandeira Azul . A certificação internacional pode ser aplicada em praias, marinas e operadores de embarcações de turismo sustentável desde que cumpram com uma série de critérios de sustentabilidade.	Desenvolvimento sustentável do turismo por meio da conscientização dos cidadãos e tomadores de decisão para a necessidade de se proteger ambientes costeiros, além de incentivar a realização de ações que conduzam à resolução de conflitos.
A.A3	Desenvolver estudos de capacidade de carga dos atrativos naturais da ilha , que poderão estar contemplados nos Planos de Gestão das Áreas Protegidas.	Minimizar os impactos do turismo no território; preservar as condições físicas, naturais e biológicas dos atrativos
A.A4	Implementar o Plano de Ordenamento e Gestão para o Complexo de Áreas Protegidas da Reserva Natural da Costa da Fragata, Reserva Natural da Serra Negra e Paisagem Protegida das Salinas de Santa Maria.	Garantir os mecanismos necessários para proteção e preservação da área natural; Incentivar a educação e pesquisa; Promover o turismo científico e a educação ambiental na reserva.
A.A5	Desenvolver os Planos de Ordenamento e Gestão para as Áreas Protegidas da Ilha sem tal regulamentação	Garantir os mecanismos necessários para proteção e preservação da área natural; Incentivar a educação e pesquisa; Promover o turismo científico e a educação ambiental na reserva.
A.A6	Definir modelo de gestão eficiente e fonte de recurso para a gestão e fiscalização das Áreas Protegidas da Ilha.	Garantir os mecanismos necessários para proteção e preservação da área natural.
A.A7	Restringir as áreas de circulação de veículos motorizados e cavalos nas Áreas Protegidas da Ilha, que possam gerar impacto na conservação ambiental.	Garantir a preservação das Áreas Protegidas.

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmara Municipal, Ministério da Agricultura e Ambiente, ENAPOR - Portos de Cabo Verdes, Instituto Marítimo Portuário, Terceiro Setor
Médio	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmara Municipal, Ministério da Agricultura e Ambiente, ENAPOR - Portos de Cabo Verdes, Instituto Marítimo Portuário, Terceiro Setor, Associação de Turismo
Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Câmara Municipal, Associação de Turismo, Instituto do Património Cultural, Terceiro Setor
Curto	Direcção Geral do Ambiente	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Câmara Municipal, Terceiro Setor
Curto	Direcção Geral do Ambiente	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Câmara Municipal, Terceiro Setor
Curto	Direcção Geral do Ambiente	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Câmara Municipal, Terceiro Setor
Curto	Direcção Geral do Ambiente e Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Terceiro Setor



AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
A.A8	Promover ações periódicas de limpeza das Áreas Protegidas da Ilha	Garantir a preservação das Áreas Protegidas.	Curto	Direcção Geral do Ambiente, Câmara Municipal,	Setor privado, Terceiro Setor, Direcção Geral de Turismo e Transportes
A.A9	Regulamentar as atividades turísticas permitidas nas Áreas Protegidas da Ilha	Minimizar o impacto gerado pelo turismo; Garantir a conservação das Áreas Protegidas.	Curto	Direcção Geral do Ambiente e Direcção Geral de Turismo e Transportes	Câmara Municipal, Terceiro Setor
A.A10	Apoiar e fortalecer o desenvolvimento de ações educativas e de sensibilização ambiental , abordando conceitos de sustentabilidade, conservação e preservação ambientais nas escolas.	Sensibilizar turistas e a população local quanto à necessidade de preservar o meio ambiente na ilha.	Curto	Câmara Municipal	DGTT, AAVT, IEFPP, EHTV, Terceiro Setor
A.A11	Criar sistema para monitorar e fiscalizar as atividades turísticas de pesca (pesca submarina, esportiva e artesanal, mergulho, fotografia). Deverão ser criadas as normativas e parâmetros de segurança necessários para a realização das atividades, além da regulamentação dos pontos de pesca desportiva e de mergulho.	Regulamentar as atividades de pesca e marítimas, evitando potencial impacto ambiental.	Curto	Direcção Geral do Ambiente e Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Ministério da Economia Marítima, Câmara Municipal, Associação de Turismo, Setor Privado, Terceiro Setor



P.A1 **ESTRUTURAÇÃO DO ECOTURISMO NAS ÁREAS PROTEGIDAS DO SUDOESTE DA ILHA**

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Incentivar a oferta de diferentes atividades ao redor da ilha, diversificando o turismo através da estruturação e fortalecimento do ecoturismo, que valorize as áreas protegidas e seus recursos naturais.

Proposta: Implantação de áreas de apoio e interpretativos, e o desenvolvimento de novas atividades como trilhas e caminhos de direcionamento dos visitantes para aproveitamento do local sem afetar o meio ambiente.
 Criação de camping.
 Criação de mobiliário em mirantes naturais.
 Definir, regularizar e consolidar regras de usos e atividades no local que não agridam o ambiente

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Direcção Geral do Ambiente

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor

Modelo de gestão: Direcção Geral do Ambiente / Setor Privado / Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Ministério da Agricultura e Ambiente / Câmara Municipal



Imagem: paisagem de Costa Fragata.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: paisagem das Salinas de Santa Maria.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Paisagem de Serra Negra.
 Fonte: Plano de Ordenamento e Gestão - Complexo de Áreas Protegidas

CONCEITO

O Ecoturismo pode ser definido como atividade turística que se apoia, de forma sustentável, no patrimônio natural e cultural. Dessa forma, o objetivo do ecoturismo é de, ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento econômico, busca integrá-lo a consciência ambientalista. Portanto, é através da conservação dos recursos naturais que se constrói o bem-estar e envolvimento da comunidade local e dos visitantes. Este tipo de turismo atrai um perfil de turista que aprecia e respeita o ambiente natural, fauna e flora, e que se preocupa com a sua preservação.

A Ilha de Sal possui uma riqueza de recursos naturais pouco explorada no setor turístico, sendo que, majoritariamente atrai um perfil de público voltado para o turismo de sol e praia. Com isso, além de conceitualmente o ecoturismo ser uma ferramenta de extrema importância para valorização do patrimônio natural, também é uma forma de diversificar as atividades oferecidas, atraindo um público com perfil mais diversificado, de famílias, crianças, idosos a jovens.



Imagem: Experiência da tartaruga em Costa Fragata.
 Fonte: <https://www.projectbiodiversity.org>



Imagem: Atividades de Kite-Surfing em Costa Fragata.
 Fonte: <https://www.redbull.com/us-en/best-places-to-kitesurf>



Imagem: Atividades de Kite-Surfing em Costa Fragata.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

PLANO DE ECOTURISMO DE ÁREAS PROTEGIDAS

O Plano de Ecoturismo do Complexo de Áreas Protegidas da Ilha do Sal, 2014, estabelece a criação de uma Rede Nacional de Áreas Protegidas, através do Decreto-Lei 3/2003, a fim de instituir o instrumento político necessário para a preservação, conservação e manutenção de recursos e processos naturais, espécies e habitats, e também criando os princípios e instrumentos para a gestão territorial.

Este Plano também aborda especificamente três Áreas Protegidas, sendo denominadas como “Complexo de Áreas Protegidas da Reserva Natural Costa Fragata/Serra Negra e Paisagem Protegida Salinas de Santa Maria”. E possui como um dos objetivos centrais a identificação de áreas sensíveis e potenciais para ações de preservação ou para estimular o crescimento sustentável do turismo, estabelecendo políticas e estratégias necessárias para a sua materialização.

O Complexo está localizado a sudeste da ilha, com uma extensão de cerca de 9km, mas que apresentam paisagens completamente distintas entre si, de áreas de praia e dunas, além da desova de tartarugas em Costa Fragata; lagoas salgadas e exploração do sal nas Salinas de Santa Maria; até a região rochosa de Serra Negra. O relevo é predominantemente plano considerando a Costa Fragata e as Salinas de Santa Maria, já em Serra Negra eleva-se para construir exuberantes paisagens e vistas. Por isso identifica-se esse Complexo formado por essas três áreas protegidas com elevado potencial para o desenvolvimento e estruturação do ecoturismo.

O planejamento e estruturação do Ecoturismo, enquanto produto turístico, propõe medidas minimizadoras para as áreas, tais como: i) controle

Circuitos para pedestres em Áreas Protegidas, englobam além do passeio a apreciação de paisagem, de observação de espécies e de fenômenos naturais.



Imagem: Hiking em conjunto montanhoso no Havaí.
 Fonte: <https://www.superadventure.co.id/news/4460/hiking-ke-gunung-berapi-paling-aktif-di-pulau-hawaii-gunung-kilauea/>



Imagem: Áreas para camping na Califórnia, Estados Unidos.
 Fonte: <https://www.tripsavvy.com/california-beach-camping-1477665>



Imagem: Implantação de mirantes integrados a paisagem, na Noruega.
 Fonte: <https://divisare.com/projects/349297-reiulf-ramstad-arkitekter-rasmus-hjortshoj-trollstiglataet>

e restrição de veículos motorizados em áreas de dunas, praias e salina; ii) educação e sensibilização ambiental para residentes e visitantes; iii) infraestrutura de apoio para visitação; iv) melhoria na limpeza e coleta de lixo; além de medidas de controle de acesso de pedestres, definição de percursos, etc. Para mais, também promove-se medidas potenciadoras, a fim de identificar áreas e atividades com potencial de exploração, tipo: i) implantação de circuitos definidos de visitação que contemplem infraestruturas de apoio, sinalização e interpretação; ii) incentivo a atividades expográficas para educação e sensibilização ambiental; iii) incentivo a parcerias entre stakeholders, governo, comunidades locais, ONGs, entre outros.

PROPOSTA

Para o desenvolvimento da proposta, buscou-se integrar a mitigação dos impactos negativos, devido ao uso antrópico, a implantação e estruturação de atividades e produtos turísticos que sejam compatíveis com a sustentabilidade econômica, ecológica e ambiental das Áreas Protegidas.

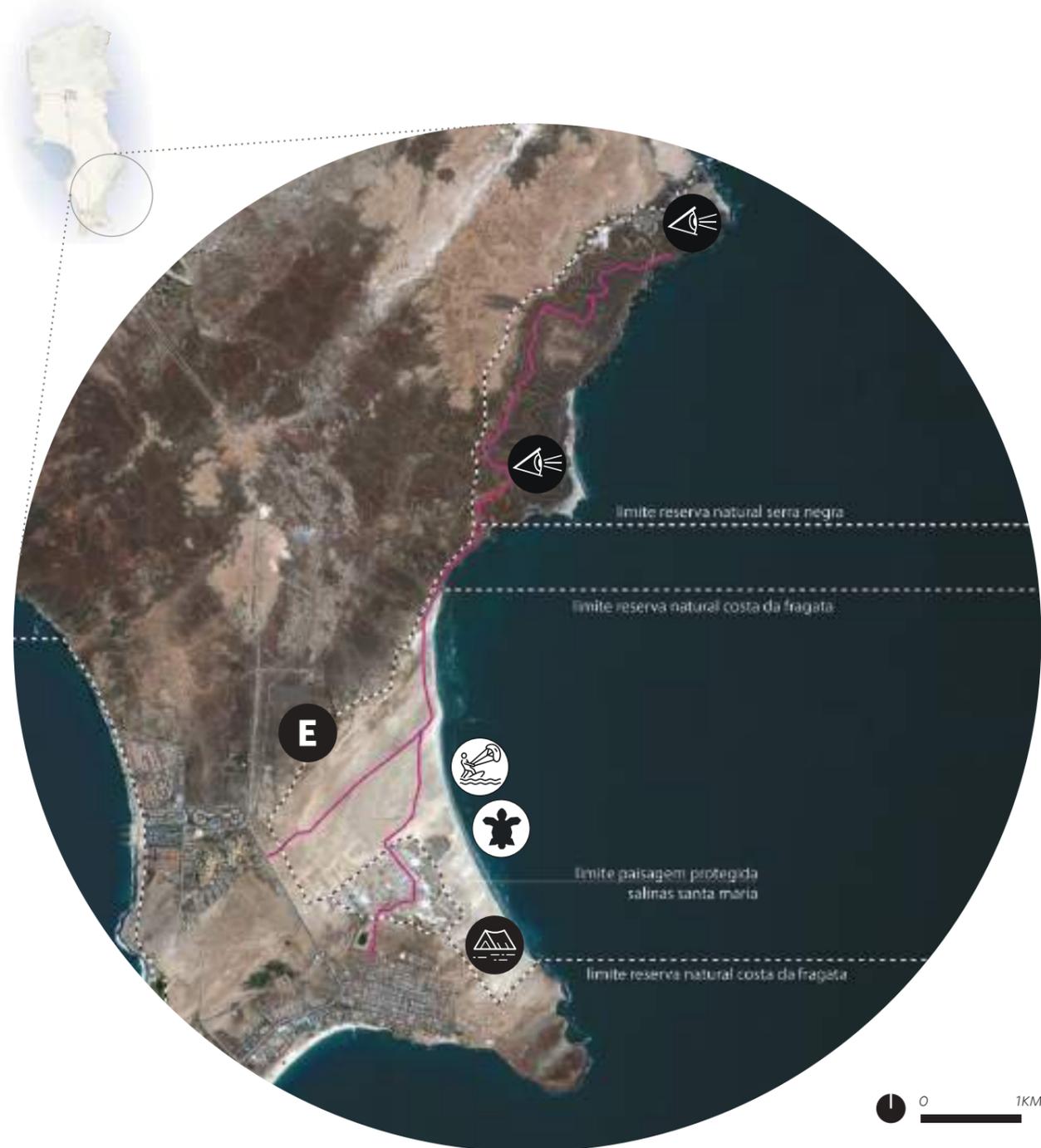
Com isso, estrutura-se um circuito de visitação, tanto para pedestres como também para passeio em bicicleta em trilhas e caminhos pré-existentes. A médio prazo propõe-se limitar o acesso e circulação de veículos motorizados nas Áreas de Proteção, e a longo prazo estará sujeito a estudos de viabilidade para a restrição total destes.

Também definem-se áreas de apoio e serviços que contemplem não só a infraestrutura de visitação, como centros interpretativos, áreas de expografia, sanitários e estacionamento, mas também núcleos para o desenvolvimento de pesquisas na área de conservação e preservação ambiental, associadas a ONGs e a comunidade cabo-verdiana.

Podem ser exploradas e estruturadas novas atividades de ecoturismo complementares ao turismo de sol e praia, como hiking, áreas de camping e mirantes. Dessa forma, propõe-se diversificar o perfil dos visitantes a Ilha de Sal.



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DO ECOTURISMO - NÚCLEO DE VISITAÇÃO



- USO PROPOSTO
- USO EXISTENTE
- ESTACIONAMENTO
- ÁREA DE DESOVA DE TARTARUGAS
- ESCOLA DE KITESURF
- MIRADOURO
- ÁREA DE CAMPING
- CAMINHO EXISTENTE E PROPOSTA DE ROTA CICLOVIÁRIA



Imagem: Referência de sinalização interpretativa e expografia.
 Fonte: <http://www.screenmakers.com.au/showcase/cotter-dam-discovery-trail/cotter-dam-interpretive-signage>
<http://www.vadrot.com/home/>

Articulados aos novos circuitos propostos, estruturam-se atividades cultural-ambiental e práticas desportivas como experiência das tartarugas, centro interpretativo nas Salinas, birdwatching e observação das estrelas, kite-surfing, trekking e camping. Em Serra Negra, propõe-se também a implantação de mirantes em duas áreas com vistas exuberantes da paisagem e natureza da ilha de Sal. Vale destacar que, a preservação do valor histórico, cultural e paisagístico do Complexo das três Áreas Protegidas constitui o principal fundamento para o envolvimento da comunidade local e dos visitantes na valorização do patrimônio natural e desenvolvimento do ecoturismo.

A oferta de atividades de lazer, como o aluguel e circuitos para bicicletas, contribuiria para uma maior variedade de atividades a serem desenvolvidas no Complexo. Ademais, ela permitiria que os turistas conhecessem uma extensão maior em menor tempo.

Imagem: Passeio de bicicleta com pneus largos (fat bike), na Islândia.
 Fonte: outdoorresearch.com/blog/article/fat-biking-iceland-part-2-ttkk





P.A2 ESTRUTURAÇÃO DA EXPERIÊNCIA DA TARTARUGA

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Estruturar a experiência da observação e conservação das tartarugas como produto turístico, valorizando a conscientização da preservação ambiental.

Proposta: Criação de um Centro de preservação em apoio ao Projeto Biodiversidade, com foco na conservação de tartarugas, a fim de consolidar diretrizes e regulamentos para a visitação turística.
 Estruturação do Centro com programa e ações complementares, como expografia e educação ambiental da fauna protegida.

Cenário de implantação: Costa Fragata e Baía do Algodoeiro

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral do Ambiente e Terceiro Setor

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Direcção Geral do Ambiente e Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Câmara Municipal



Imagem: Ilha de Sal abriga 5 espécies diferentes de tartarugas marinhas. Fonte: <https://www.projectbiodiversity.org>



Imagem: Conservação e proteção das tartarugas marinhas. Fonte: <https://www.projectbiodiversity.org>



Imagem: Referência de uma das áreas de proteção da desova de tartarugas pelo projeto Biodiversidade. Fonte: <https://www.projectbiodiversity.org>

O arquipélago de Cabo Verde possui uma considerável biodiversidade marinha, e em especial na Ilha de Sal concentra-se a desova de espécies de tartarugas marinhas, nas áreas de Costa Fragata, Serra Negra e Baía do Algodoeiro. Entretanto, mesmo com a implementação ao longo dos anos de legislação sobre proteção de tartarugas marinhas, estas ainda sofrem grandes ameaças em relação a sua conservação, principalmente devido a fatores antropogênicos.

Nesse contexto, originou-se em 2015 o projeto Biodiversidade, articulado por uma NGO, com foco na conservação de tartarugas marinhas. O projeto Biodiversidade busca desenvolver e apoiar atividades de controle e pesquisa da espécie, proteção da desova, patrulha nas orlas, promovendo através de estratégias de conservação o desenvolvimento econômico sustentável e integrado a comunidade local. Com isso possibilitou-se o desenvolvimento de atividades turísticas associadas a observação das tartarugas e sensibilização ambiental.

Dessa forma, as atividades do projeto Biodiversidade se estruturam em Santa Maria, sede da organização, na Costa Fragata e na Baía do Algodoeiro, onde estão localizados os pontos de apoio para desova das tartarugas e pesquisa. Esses pontos se estabeleceram ao longo dos anos como atrativos turísticos na ilha.



Portanto, é a partir desse ponto de partida, que se estrutura a proposta da experiência da tartaruga, ou seja, propõe-se a criação de um Centro de Visitantes e de Conservação para abrigar as atividades do projeto Biodiversidade, bem como a possibilidade de articular-se com outras organizações cujo objetivo seja consoante a preservação da fauna e flora local. No programa do Centro serão contempladas também atividades administrativas, alojamento, serviços de apoio como sanitários e áreas para expografia e sensibilização ambiental.

PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DA EXPERIÊNCIA DA TARTARUGA - COSTA FRAGATA

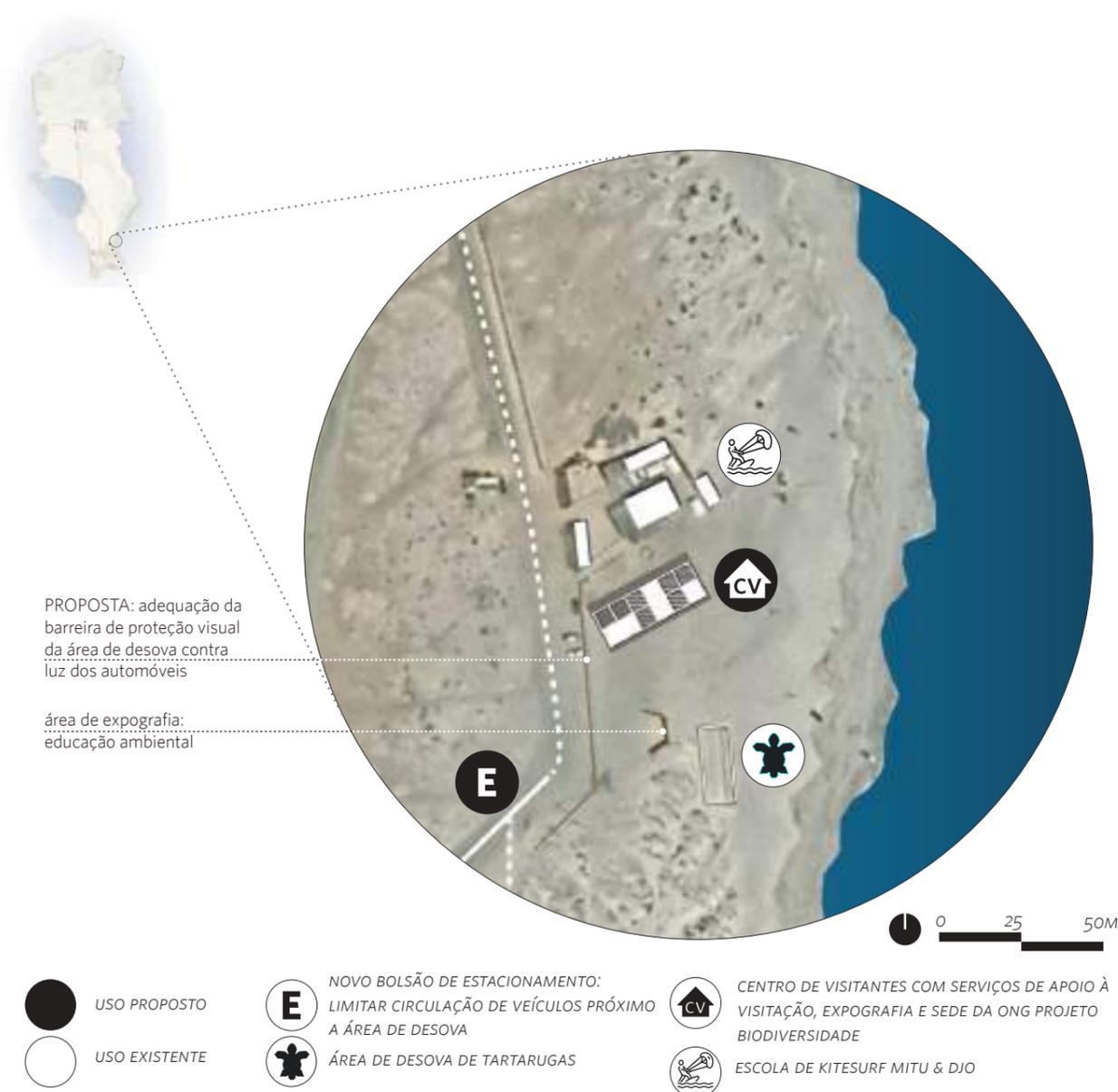


Imagem: Área destinada a divulgação das atividades do projeto Biodiversidade, existente na Costa Fragata.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Alojamentos temporários do projeto Biodiversidade durante o período de desova de tartarugas na Costa Fragata.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Centro de visitantes do Projeto Tamar. O centro informa aos turistas o trabalho realizado pelo projeto, conscientizando os visitantes sobre a preservação das tartarugas.
 Fonte: <https://vivinaviagem.com/projeto-tamar-praia-do-forte>

É importante destacar a localização do Centro junto a área atualmente utilizada para desova pelo projeto Biodiversidade na Costa Fragata. As áreas destinadas a expografia e educação ambiental são essenciais para interlocução sobre o tema, não só com os turistas mas principalmente com a comunidade cabo verdiana. Além disso, propõe-se também a limitação e diretrizes para o fluxo turístico, como áreas restritas para o uso de veículos motorizados e controle de acesso de visitantes. Portanto, a médio prazo propõe-se acesso restrito de veículos motorizados às instalações para visitação, mas a longo prazo estará sujeito a estudos de viabilidade a total restrição a veículos motorizados na Área Protegida da Costa Fragata.

Em relação a área do projeto Biodiversidade na Baía do Algodoeiro está previsto a implantação de um ponto de apoio para o desenvolvimento das atividades de pesquisa e desova das tartarugas, mas que abrigue somente funções necessárias para operação e gestão.

A proposta da experiência da tartaruga revela-se fundamental para a valorização dos trabalhos na área de conservação ambiental, a fim de impactar através de projetos de sensibilização e proteção das tartarugas marinhas na longevidade da ilha de Sal enquanto destino turístico.



P.A2 ESTRUTURAÇÃO DA BAÍA DO PARDA

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Estruturar e fortalecer a Baía da Parda como área de preservação e conservação ambiental associada a exploração de atividades de apoio a pesquisa e turísticas para sensibilização ambiental.

Proposta: Implantação de núcleo de pesquisa na área de preservação e conservação ambiental da Baía da Parda, associada a um centro de visitantes para apoio a visitação e também de educação ambiental.
 Explorar atividades turísticas vinculadas ao trabalho de conserva o, que sensibilizem tanto os visitantes quanto a popula o local da importância da preserva o das espécies, como o tubarão, para a manuten o da vida no planeta.

Responsável pela estrutura o do projeto: Direc o Geral do Ambiente e Terceiro Setor

Modelo de implanta o: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Direc o Geral do Ambiente e Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Direc o Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Câmara Municipal



Imagem: Infraestrutura turística em Baía da Parda.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Visita o na Baía da Parda para observa o dos tubarões.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Corais presentes na Baía da Parda.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

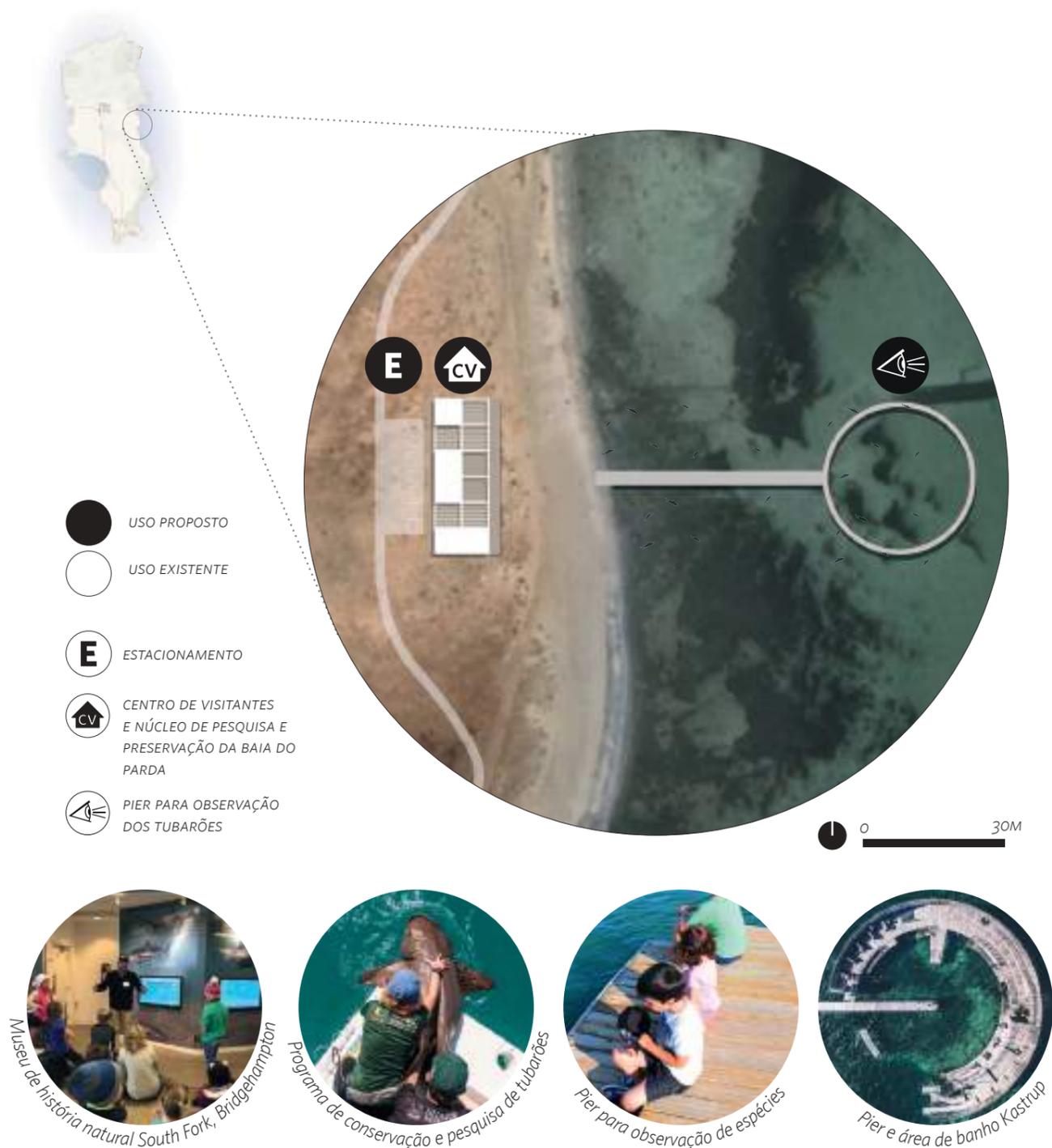
As experiências turísticas que objetivam a intera o dos turistas com a biodiversidade, em especial a fauna, possuem um papel relevante para apoiar a conserva o ambiental de áreas protegidas e para processos educativos sobre a importância da preserva o de espécies para a manuten o da vida no planeta. Com isso em mente, a estrutura o da Baía da Parda pretende consolidar esse núcleo como área de preserva o e conserva o ambiental, portanto, a área que atualmente   uma ZDTI se adaptaria a uma fun o mais conectada ao desenvolvimento sustentável com foco na prote o dos recursos naturais a médio e longo prazo.

Atualmente, a visita o na Baía da Parda   principalmente para a observa o de tubarões, que, embora com alguns cuidados dos condutores, ocorre de forma descontrolada: há pisoteamentos de corais, sem monitoramento de distúrbios na fauna, disposi o de alimentos artificiais, etc. Assim, as atividades turísticas existentes no local são realizadas de forma a agravar os impactos negativos decorrentes do desenvolvimento turístico.

O objetivo do ecoturismo   de, ao mesmo tempo em que promove o desenvolvimento econômico, busca integrá-lo a questão ambiental. Portanto,



é através da conservação dos recursos naturais que se constrói o envolvimento da comunidade local e visitantes, fator de extrema importância para valorização do patrimônio natural.



San Luis Obispo Shark Museum nos EUA, exemplo de mostra que informa e sensibiliza os turistas | fonte: <https://slo.tours/slo-shark-museum>

Dessa forma, faz-se necessário a implementação de medidas, ações e programas de suporte ao funcionamento de um núcleo de pesquisa de conservação da fauna e flora local, como também de um centro de visitantes destinado a interpretação e educação ambiental, a fim de consolidar práticas e diretrizes adequadas para a visitação de áreas sensíveis, como esta, ao desenvolvimento da vida selvagem.

O centro de visitantes também contemplará serviços de apoio turístico, como sanitários, lanchonete, loja e estacionamento, além de medidas para controle de acesso e programas de capacitação de condutores e guias para ação local. Propõe-se a construção de um píer para observação dos tubarões e circulação dos visitantes, que mitigue ao máximo a interferência no ambiente natural e nas espécies selvagens.

Fomenta-se também, além de cursos de capacitação e treinamento com biólogos especializados, narrativas e processos de educação ambiental sobre a preservação e observação da vida aquática, a criação de associações locais sobre empreendedorismo sustentável e gestão, com o intuito de fortalecer mecanismos de participação e integração da comunidade cabo verdiana no desenvolvimento turístico e econômico da ilha.

Malmö Marine Education Center, NORD Architects
 Fonte: <https://www.nordarchitects.dk/malmo>





P.A3 PROGRAMA DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Estruturar programa de responsabilidade socioambiental das empresas turísticas instaladas no Sal para sensibilizar, informar e incentivar a preservação do destino.

Proposta: Implantação de um programa de responsabilidade socioambiental para os estabelecimentos hoteleiros da ilha do Sal a fim de mitigar os impactos turísticos do local, procurando conscientizar a importância da conservação do meio ambiente e da sua sociedade, ressaltando os benefícios que a preservação traz a estas mesmas empresas, através do retorno financeiro, do seu compromisso como empresas sustentáveis no mercado turístico e da garantia de longevidade do Sal.

Recomendações de incentivos fiscais e legais para implantação de políticas socioambientais.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Direcção Geral do Ambiente

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Direcção Geral do Ambiente

Entidades envolvidas: Ministério da Agricultura e Ambiente, Câmara Municipal, Setor Privado, Terceiro Setor

Propõe-se a estruturação de um ciclo continuado de seminários, eventos e debates visando conscientizar a importância de ações socioambientais e informar práticas para sua realização. Estes eventos procuram informar os benefícios que políticas socioambientais podem trazer. Além das vantagens da própria conservação do meio ambiente e desenvolvimento social, medidas sustentáveis trazem retornos às próprias empresas como a diminuição de custos de operação e o alinhamento com perfil de turistas conscientes, principalmente se pensadas sob uma ótica do modelo de economia circular. Consultorias e assessorias técnicas também devem auxiliar na estruturação dos programas junto as empresas.

O estudo desenvolvido no Brasil pela PNUMA para desenvolvimento do Passaporte Verde, com relatório denominado Ecoeficiência em Empreendimentos Turísticos, serve como base para desenvolver linhas de trabalhos sustentáveis a serem incorporadas no Sal, conforme o entendimento da capacidade das empresas e do diagnóstico das necessidades local, enfatizado pelas suas limitações enquanto ilha. As linhas de trabalhos sustentáveis propostas que devem ser desenvolvidas se definem a seguir:

Geração, uso e eficiência da energia: A principal fonte de energia do Sal é a combustão, fonte de bastante impacto ambiental e sujeito aos custos de logística de importação e transporte em seu valor, além da dependência do valor da matéria prima conforme o mercado internacional. A geração de energia solar, além de renovável, utiliza características naturais da ilha e necessita de menor custo de produção a médio e longo prazo, beneficiando financeiramente as empresas que a utilizam. Outras formas de eficiência e redução de uso é a incorporação de sistemas de iluminação natural, utilização de equipamentos de baixo consumo, como LED, campanha de redução de consumo aos hóspedes e funcionários e automatização de sensores e mecanismos de diminuição de uso, entre outras possíveis práticas. Ainda, há grandes empresas do ramo de iluminação que já estão desenvolvendo produtos e serviços voltados a um modelo mais circular, de forma que a iluminação e todos os equipamentos vinculados (inclusive as lâmpadas) são oferecidos como serviço, por meio de contrato, eliminando os problemas e custos relacionados à manutenção de um sistema de iluminação.

Uso e eficiência da água: Quase que a totalidade da água utilizada em Sal provém da dessalinização, este de alto custo de produção. Estratégias para a racionalização devem ser feitas através de campanha de redução de consumo aos hóspedes e funcionários, equipamentos econômicos e de controle de vazão, tratamento e reutilização de água cinza, diminuição de práticas que envolvam uso de produtos químicos nas águas (como a troca por tratamento de ozônio em piscinas), entre outras



Campanha do Passaporte Verde para conscientização socioambiental aos turistas durante Jogos Olímpicos de 2016 | Fonte: <https://nacoesunidas.org/pnuma-e-rio-2016-lancam-campanha-para-os-jogos-olimpicos-no-brasil/>



Visando fortalecer seus destinos e mitigar os impactos do turismo, o Royal Resorts desenvolveu uma série de medidas socioambientais como o uso de fornecedores locais. Fonte: www.royalresorts.com/news/royal-resorts-helping-protect-the-environment



possíveis práticas. Na Europa, por exemplo, há um serviço de lavanderia e fornecimento de enxoval de cama que trabalha para melhorar a vida útil dos produtos e reduzir os impactos ambientais dos serviços de lavanderia - há exemplos de algumas redes hoteleiras que já vem se readequando visando adotar modelos mais circulares e adotando esses sistemas de colaboração, por meio de aluguel e contratação dos serviços de lavanderia.

Construção, remodelação, decoração: É possível associar sustentabilidade aos empreendimentos turísticos, com foco nas práticas sustentáveis de construção e operação. Implementar na construção o uso de materiais alternativos ao concreto, incluindo materiais não tóxicos e com baixas ou nenhuma emissão tóxica; realizar produção industrializada com reutilização e reciclagem de alto valor de componentes e materiais; realizar projeto para desmontagem dos componentes e prevenção de resíduos; utilizar materiais e soluções construtivas compatíveis com os locais; inclusive considerar comprar ou alugar móveis, utensílios e equipamentos remanufaturados, com longa vida útil; são alguns exemplos de práticas possíveis.

Redução do desperdício de alimentos: Segundo estudo da ONU, um terço dos alimentos produzidos no mundo são desperdiçados, gerando custo tanto na produção quanto na gestão do seu descarte. Controle de estoque, flexibilização das porções servidas, capacitação de melhor aproveitamento dos alimentos ou ainda oferecer alternativas para que os visitantes levem a comida que acabaria indo para o lixo, por exemplo em hotéis que oferecem buffet de café da manhã, são alguns exemplos de medidas simples que podem reduzir no desperdício de alimentos.

Redução e gestão de resíduos: deve ser utilizado o conceito de reduzir (combatendo o desperdício e diminuindo o uso de embalagens), reutilizar (através do reuso possível de embalagens, caixas e matérias em condições) e reciclar (pela separação e transformação de materiais usados em novos produtos). Os estabelecimentos podem fazer parcerias com organizações de recolhimento e reciclagem e colaboradores, ou através da própria estruturação de um sistema de reciclagem, gerando



O Puntacana Resort & Club desenvolveu a Fundación Grupo Puntacana que hoje conta com diversos programas socioambientais, estruturando uma rede de conservação do destino. Um desses programas é o Zero Waste, recolhendo e tratando metade dos resíduos produzidos.
 Fonte: <https://www.puntacana.org/environment/zero-waste>



O Hotel Verde, localizado na África do Sul, traz diversas inovações que garantem seu título como "hotel mais verde da África", com soluções que aproximam o empreendimento de um modelo mais próximo da economia circular. Além das soluções sustentáveis voltadas à construção, à eficiência energética e economia de água, foram desenvolvidas estratégias para o envolvimento dos visitantes com as práticas sustentáveis - tais como reutilização de toalhas de banho, utilização das escadas ao invés do elevador, separação dos lixos gerados durante a estadia, não utilização do ar condicionado, dentre outros.
 Fonte: <https://www.verdehotels.com/thegroup/>

novas receitas pelos novos produtos. Dessa forma, o tratamento dos resíduos, visando a separação dos diferentes tipos, visa também aumentar o seu valor de reutilização. Ainda, indica-se o estabelecimento de oficinas de manutenção e reparos para conserto e reciclagem, as quais inclusive poderiam ser geridas em parceria com a comunidade e/ou colaboradores.

Responsabilidade Social: a promoção do desenvolvimento social do local possibilita a estruturação da população e qualificação do destino. Pode ser elencado algumas formas dessa promoção como a participação em programas sociais locais, priorização de contratação de moradores da ilha, incorporação de produtos e cultura local e priorização de uso de fornecedores locais. Optar pelo fornecimento de produtos locais, principalmente no setor de alimentação, além de contribuir para o desenvolvimento econômico e social da comunidade reverte em impactos positivos para o meio ambiente - por exemplo, por meio do incentivo à produção aquapônica, cuja técnica pode economizar até 90% de água em relação à agricultura convencional, além de eliminar a liberação de efluentes no meio ambiente, ao ser utilizada a criação de peixes associada ao cultivo das hortaliças.

Ademais, recomenda-se formas de incentivo e estruturação de programas da área através da criação de selo e certificado de sustentabilidade para estabelecimentos hoteleiros, de incentivos fiscais e legais, como IPTU Verde, ou criação de taxas para os empreendimentos que financie fundos para programas socioambientais.



Certificado desenvolvido na Costa Rica para empresas sustentáveis
 Fonte: www.ict.go.cr/es/sostenibilidad/cst.html



4.6. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
A.11	Implantação ou criação de Selo Ambiental para os estabelecimentos turísticos da ilha , focado em incentivar a sustentabilidade sobretudo das hospedagens.	Reduzir o impacto socioambiental dos estabelecimentos turísticos da ilha, sobretudo os de grande escala, como os hotéis de cadeias.	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Direcção Geral do Ambiente	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmara Municipal, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Cabo Verde Trade Invest, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Associação das Agências de Viagens e Turismo de Cabo Verde, Conselho Nacional de Turismo, Pró-Empresa, Setor Privado.
A.12	Fortalecer os espaços públicos dos núcleos urbanos , com a implantação de parques infantis e a ativação de atividades culturais e recreativas que contribuem para a sua revitalização levando a um maior dinamismo e uso (apresentações da cultura local, grupos musicais e feiras de exposição artesanal).	Diversificar as atividades recreativas na ilha; Valorizar os núcleos urbanos; Implantação de atividades voltadas para públicos diversificados (famílias, crianças, idosos, jovens);	Curto	Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Direcção Geral de Infraestrutura e Setor Privado,
A.13	Implementar e qualificar as infraestruturas de apoio à visitação, sobretudo nos atrativos de maior relevância da ilha.	Agregar valor à visitação e aumentar o tempo de permanência dos turistas em diferentes áreas da ilha.	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Direcção Geral de Infraestrutura e Setor Privado,



P.11 **ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO URBANO DE SANTA MARIA**

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Fortalecer o núcleo urbano de Santa Maria como principal centro turístico de Sal, com diferentes estruturas e atividades de apoio aos turistas, culturais e econômicas.

Proposta: Estruturação de apoio aos turistas como sanitários, incentivo a restaurantes e bares.
 Implantação de atividades recreativas e esportivas como suporte para o desenvolvimento turístico, cultural e econômico local.
 Fomentar atividades e promoção dos atrativos histórico-culturais.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado

Modelo de gestão: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal

Entidades envolvidas: Setor Privado, Terceiro Setor, IP, Associação do turismo, Instituto do Patrimônio Cultural

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final



Imagem: Rua pedonal no centro de Santa Maria.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Praça no centro de Santa Maria.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



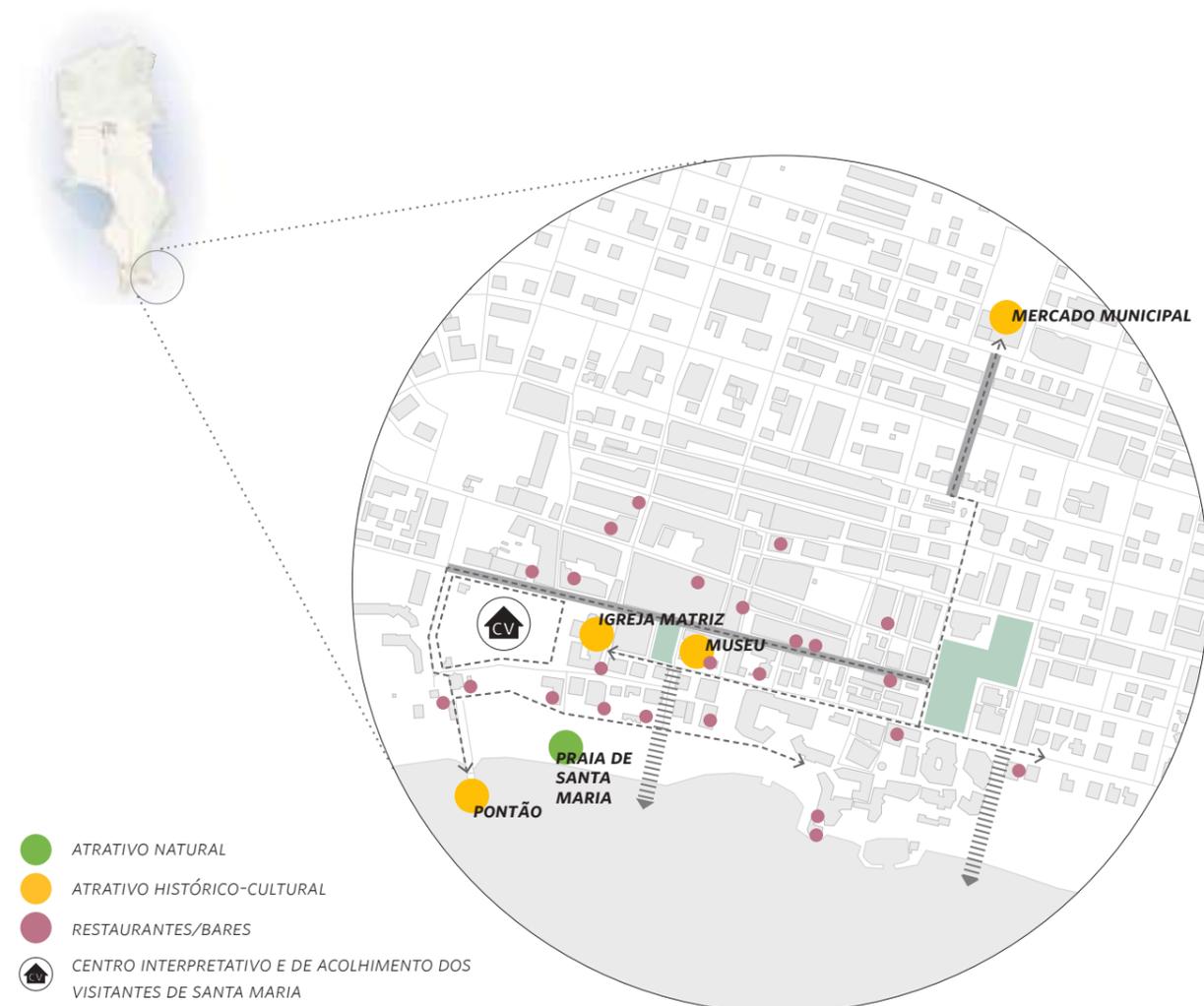
Imagem: Imagem de Santa Maria
 Fonte: <https://i.pinimg.com/originals/17/60/eb/1760eb1ac97634c19772e07e4ce74c42.jpg>

O núcleo urbano de Santa Maria, um dos primeiros e importantes aglomerados urbanos da Ilha do Sal, teve seu início associado ao desenvolvimento da indústria salineira no século XIX. Posteriormente, no século XX, o desenvolvimento de Santa Maria acompanhou a ascensão do turismo como principal atividade econômica da Ilha, e massivamente o desenvolvimento da indústria hoteleira devido a sua grande atratividade de recursos naturais, conferindo-lhe um novo dinamismo social e econômico.

Além dos atrativos naturais, como a Praia de Santa Maria, o núcleo urbano também contempla atrativos de importância histórico-cultural como o Centro, Museu do Sal, Mercado Municipal e o Pontão, além das festividades e manifestações culturais presentes ao longo do ano. Dessa forma, a praia de Santa Maria se estabelece como um dos principais destinos turísticos de Cabo Verde, concentrando ao longo de sua orla inúmeras redes de hotéis e resorts. Entretanto, devido a essa característica de resorts all inclusive, o próprio núcleo urbano não se desenvolveu como centro turístico, com atividades econômicas que explorem de fato o mercado turístico.



A partir disso, delimitou-se o desenvolvimento de propostas que busquem o fortalecimento do núcleo urbano de Santa Maria, a fim desta se consolidar como um dos principais centros turísticos de Sal. Portanto, propõe-se a estruturação e requalificação de áreas e eixos urbanos de Santa Maria, organizando e potencializando projetos e atividades nas áreas livres, ativando espaços públicos e turísticos existentes, e articulando-os com a criação de novas áreas de apoio aos turistas, e atividades culturais e econômicas locais.



Museu do Sal



Mercado em São Filipe



Igreja Matriz de Santa Maria



Pontão

Incentivo a restaurantes e bares nos eixos das ruas pedonais para ativação e dinamização do centro



Imagem de referência de rua pedonal com restaurantes e bares
 Fonte: Google Maps - Trapani, Itália

Clareiras de serviço e acesso a frente marítima, promovendo atividades culturais, feiras e eventos



Imagem de referência de espaço público com atividades
 Fonte: imgs.6sqft.com/Sunset-Park-Industrial-City1.jpg

Assim, no eixo pedonal da Rua 1 de Junho, incentiva-se restaurantes, bares e lojas a fim de consolidar esse eixo turístico e conectá-lo através da implantação de novas vias pedonais, como a Rua 15 de Agosto, a outros pontos de interesse histórico-cultural da cidade, como Mercado Municipal, Museu de Santa Maria, Igreja Matriz e Pontão. Vale destacar também a integração das principais artérias do circuito turístico com a infraestrutura de áreas livres e verdes existentes, a fim de promover a requalificação dessa área com mobiliário e iluminação urbana adequados como suporte para o desenvolvimento de circuitos turísticos, feiras de artesanato, gastronomia e festividades culturais para contemplar tanto os turistas quanto a população residente. Para que essas atividades sejam fortalecidas, propõe-se a realização de walking tours, implantação de sinalização direcional e interpretativa, centros de acolhimento do visitante, e que valorizem também o patrimônio imaterial, e dessa forma, potencializem a atratividade do centro turístico.

Em relação a frente marítima busca-se maior valorização e integração desse espaço com a cidade, através da implantação de clareiras de serviço e acesso, com mix de uso, atividades e áreas livres, para reforçar e estimular zonas de lazer, desporto e de permanência pública com a orla da praia. Para tanto, deve-se considerar ações e projetos articulados com agentes e instituições locais a nível histórico e turístico cultural.



P.12 **ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO DE PEDRA LUME**

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Fortalecer Pedra Lume enquanto produto turístico histórico cultural, diversificando a oferta da ilha;
 Fortalecer a identidade da população local;
 Aumentar o tempo de permanência dos visitantes no atrativo turístico.

Proposta: Estruturação do núcleo de visitação histórico-cultural de Pedra Lume, com a implantação de novas infraestruturas turísticas, sinalização direcional e interpretativa e oferta de novas atividades e produtos turísticos. A estruturação do núcleo amplia a área de visitação para além da Salina de Pedra Lume, abrangendo o Ca Faru, Porto de Pedra Lume e Capela de Nossa Senhora da Piedade (1853) em um circuito integrado.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado

Modelo de gestão: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Setor Privado

Entidades envolvidas: Direcção do Meio Ambiente, Terceiro Setor, IP, Associação do turismo, Instituto do Patrimônio Cultural

RELEVÂNCIA HISTÓRICA

A Salina de Pedra Lume se configura como um dos atrativos de maior unicidade no Sal, cuja história está entrelaçada à da ilha. Esta tem a sua relevância histórico cultural reconhecida pela Resolução nº 21/2012 de 24 de abril, que define o sítio de Pedra Lume e sua Salina como patrimônio natural, histórico e cultural nacional. A produção e exportação do Sal em Cabo Verde representou uma importante atividade econômica para o país, contribuindo significativamente para a sua economia até meados do século XX.

A Salina, localizada na cratera de um vulcão extinto no nordeste da ilha, teve sua exploração iniciada em 1796 com mão de obra de escravizados vindos de outros países da África e habitantes da Ilha de Boa Vista.

Com a descoberta das Salinas de Santa Maria em 1833, na qual a qualidade do sal produzido era bastante elevada, a Salina de Pedra Lume foi deixada em segundo plano temporariamente, inclusive por dificuldades técnicas, como o escoamento do sal da cratera do vulcão até o porto. Em 1921, foi instalado um teleférico de carga para o transporte do sal até o porto, o que deu maior viabilidade à produção e se tornou um marco na paisagem.



Imagem: Porto de Pedra Lume
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Foto: Acesso a Salina de Pedra Lume
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Salina de Pedra Lume
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

O porto em Pedra Lume foi construído em 1800 para o transporte do sal e atualmente atende a pequenas embarcações de pesca.

Fonte: A ilha do Sal: História e Cultura, 2015

VISITAÇÃO

A Salina de Pedra Lume atualmente está aberta à visitação e é um dos atrativos com maior procura na Ilha. Nele são oferecidas algumas atividades, como banho nas Salinas, área para Spa e bar. Apesar de ser um atrativo de grande relevância, a maior parte dos visitantes vão a Pedra Lume como parte do *Circuito Volta a Ilha*, parando apenas na área da Salina para um banho e contemplação da paisagem. As visitas a salina, em sua maioria, possuem baixo tempo de permanência dos visitantes e subaproveitam a relevância histórica e cultural de Pedra Lume, se restringindo à área da cratera do vulcão.

Poucas agências de turismo exploram a relevância histórica da Salina, como o tour *"Historical Sal"* oferecido pela operadora Explore Cape Verde. Esse circuito, realizado por um guia com formação em história, tem como enfoque a história do Sal, levando os visitantes a atrativos com esse caráter, dentre os quais está o núcleo de Pedra Lume.

Pedra Lume tem o potencial de diversificar as atividades ofertadas, aumentar o tempo de permanência da visitação e a qualidade desta, explorando sobretudo aspectos históricos e culturais do sítio.

ORDENAMENTO TERRITORIAL

A área de Pedra Lume é considerada pelo EROT da Ilha do Sal como uma Zona Turística Especial, classificada enquanto Zona de Desenvolvimento Turístico Integral (ZDTI), que são, segundo o plano, áreas que possuem boas condições geográficas e relevância paisagística com especial aptidão para o turismo.

A área de Pedra Lume possui uma sobreposição de zonas, que indicam a relevância do sítio para o desenvolvimento do turismo (pela caracterização enquanto ZDTI) e a sua relevância histórico e cultural (sua definição enquanto patrimônio natural, histórico e cultural nacional). Assim,



Imagem: Teleférico de Pedra Lume
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Spa Salinas Relax na Salina de Pedra Lume
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Banho nas Salinas de Pedra Lume
 Fonte: casamentos.pt/forum/viagem-lua-de-mel-ilha-do-sal-cabo-verde--t62468--3

qualquer intervenção proposta na área, mesmo que tenha como objetivo o desenvolvimento do turismo, deve considerar a sua preservação ambiental como fundamental, evitando a descaracterização do sítio.

O EROT também apresenta algumas propostas para a área, como a implantação de um porto desportivo, a reabilitação do armazém do sal presente no porto e a remoção do cemitério existente.

PROPOSTA

Estruturação do núcleo de visitação histórico cultural de Pedra Lume, com a implantação de novas infraestruturas turísticas, sinalização direcional e interpretativa e oferta de novas atividades e produtos turísticos. A estruturação do núcleo amplia a área de visitação para além da Salina de Pedra Lume, abrangendo o Ca Faru, Porto de Pedra Lume e Capela de Nossa Senhora da Piedade (1853) em um circuito integrado.

A visitação deverá ser realizada em todo o núcleo de Pedra Lume e não diretamente nas Salinas. Todo o percurso de visitação deverá compor uma narrativa que conte a história do território, da exploração do sal e dos trabalhadores, valorizando o caráter histórico e cultural do sítio. Para a estruturação do circuito, propõe-se a criação de um bolsão de estacionamento na entrada do núcleo, no qual os visitantes deverão deixar o carro para iniciar o circuito de visitação. O circuito poderá ser realizado a pé ou em bicicleta, com a exceção de portadores de necessidades especiais, que poderão utilizar veículos motorizados.

O fortalecimento de atrativos com valor histórico e cultural contribuem para o fortalecimento da cultura e identidade local, o conhecimento da sua história e raízes e o reforço do sentimento de pertencimento dos habitantes da Ilha. A estruturação do núcleo contribui para a diversificação dos produtos oferecidos na ilha, colaborando para que a visão de futuro seja alcançada.



Imagem: Armazem no Porto de Pedra Lume
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



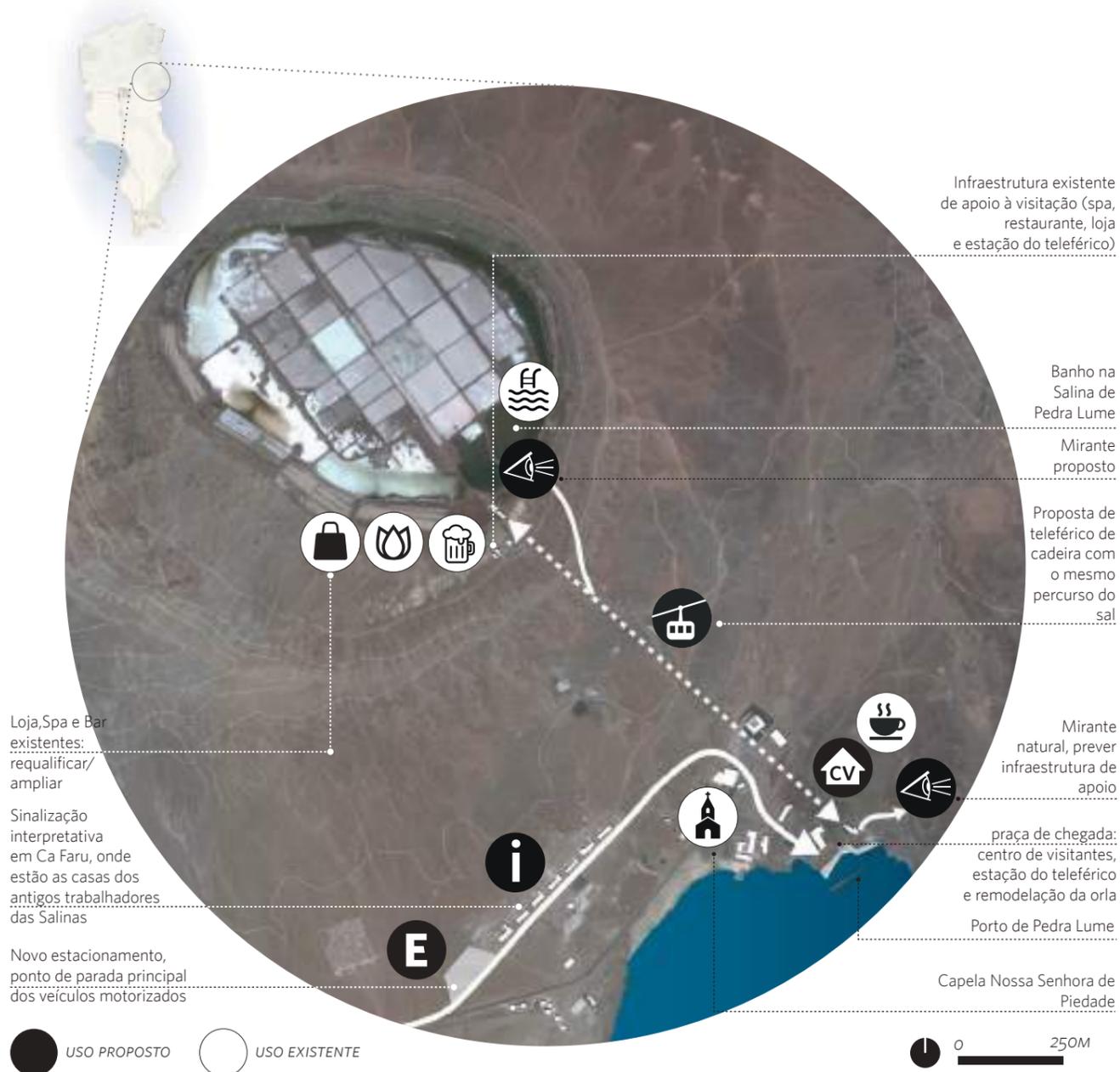
Imagem: Spa Salinas Relax na Salina de Pedra Lume
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Banho nas Salinas de Pedra Lume
 Fonte: casamentos.pt/forum/viagem-lua-de-mel-ilha-do-sal-cabo-verde--t62468--3



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DE PEDRA LUME ENQUANTO NÚCLEO DE VISITAÇÃO



A visitação ao núcleo Pedra Lume deverá abranger:

Ca Faru

O trajeto se inicia com uma parada em Ca Faru, onde estão localizadas as casas dos antigos trabalhadores das Salinas. As casas atualmente são ocupadas pela população local e possuem diferentes estados de conservação. Deve-se buscar a preservação deste patrimônio edificado e a manutenção da população no local. As casas dos antigos trabalhadores devem constituir um ponto de parada do circuito e deverão contar com sinalização interpretativa, que conte a sua relevância histórica e das pessoas que por lá passaram.



Imagem: Casas dos antigos trabalhadores de Pedra Lume
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

Capela Nossa Senhora de Piedade

A Capela Nossa Senhora de Piedade, construída em 1853, foi a primeira igreja edificada na Ilha do Sal, possuindo grande valor histórico. A igreja foi construída por Aniceto Antônio Ferreira Martins, em homenagem aos pais Manoel Antônio Martins e Josepha Ferreira Martins. Manuel Antônio Martins foi um importante comerciante da Ilha da Boa Vista que migrou para a Ilha do Sal para explorar a Salina de Pedra Lume, trazendo consigo escravizados da costa da África e trabalhadores da Boa Vista.



Imagem: Capela Nossa Senhora de Piedade
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

A Capela Nossa Senhora de Piedade deverá constituir um ponto de parada do circuito e deverá contar com sinalização interpretativa que conte a sua história.

Porto Pedra Lume e armazéns

O cais do Porto Pedra Lume é uma área de grande relevância, que tem grande potencial de passar por uma requalificação mais profunda. No Porto estão localizados os antigos armazéns que estocavam o sal extraído na salina e a estação do teleférico de carga que fazia o transporte do sal da cratera do vulcão até o porto.



Imagem: Porto de Pedra Lume
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

Os armazéns e a antiga estação de teleférico estão em péssimo estado de conservação e sem uso, mas possuem grande relevância histórica e cultural para a Ilha. Assim, propõe-se a requalificação das edificações com a implantação de novos



usos. Propõe-se que o armazém de maior porte abrigue um centro de visitação de Pedra Lume, com expografia que conte a história da Salina de Pedra Lume e da ocupação do povoado, o processo de exploração do sal, entre outras informações históricas e culturais relevantes. O Centro de Visitação também deve contar com áreas comerciais, sobretudo cafés e restaurantes, que podem vender comidas feitas com o pescado local. A área do cais do porto também deverá passar por uma requalificação, com a implantação de decks e áreas de estar e contemplação da paisagem.

Teleférico

O antigo teleférico de carga de Pedra Lume, responsável por transportar o sal extraído na salina até o Porto, possui uma extensão de 1,1 km e tinha a capacidade de transportar cerca de 25 toneladas de sal por hora. Atualmente, o teleférico ainda configura um importante marco na paisagem, com as suas torres em madeira. As estações do teleférico estão em péssimo estado de conservação, o que requer um trabalho de restauro. Propõe-se como alternativa para fortalecer a atratividade do núcleo de visitação, a criação de um teleférico de cadeira que recrie o percurso realizado pelo sal. Assim, o acesso dos visitantes a área da Salina de Pedra Lume poderia se dar através do teleférico com saída do Porto. É crucial que a estrutura do teleférico original seja preservada. Deve-se realizar um estudo de viabilidade para verificar a melhor solução técnica para a implantação do teleférico, que poderia ser por meio de uma pequena intervenção nas torres originais, desde que não gere um impacto negativo no patrimônio.

Salina Pedra Lume

A Salina de Pedra Lume é o atrativo mais relevante do núcleo de visitação de Pedra Lume. Propõe-se que a experiência de visitação ao atrativo seja melhor estruturada, com a implantação de sinalização interpretativa, que conte a história das Salinas, fotos e expografia de Pedra Lume, café, diversificação das atividades oferecidas e serviços de apoio à visitação. A Salina tem grande potencial



Foto: Estação de teleférico no Porto de Pedra Lume
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Foto: Banho de lama em Rotorua, Nova Zelândia. Fonte: www.backpackerguide.nz/awesome-places-to-visit-in-rotorua/



Foto: Massagem com lama em spa
 Fonte: www.fashionlady.in/the-importance-of-mud-baths-and-why-you-should-try-them-out/96398

para diversificar as atividades de bem estar oferecidas, como banho de lama e massagem com lama, e integrar a estrutura do spa à paisagem. Além disso, podem ser comercializados souvenirs relacionados à Pedra Lume, como sal para banho. O relevo da cratera do vulcão também permite a oferta de atividades de aventura e ecoturismo, como trekking e instalação de uma tirolesa.

PROMOÇÃO DE EVENTOS E CULTURA IMATERIAL

Pedra Lume atualmente conta com a realização de alguns eventos culturais, como o Festival de Pedra Lume, em homenagem à padroeira local Nossa Senhora da Piedade. O festival, que acontece em agosto e se estende por dois dias, conta com diversas atrações musicais, além de outras atividades, como corrida de resistência, velocidade, natação e salto. Além disso, o dia 15 de agosto é reservado para as cerimônias religiosas, como missa e procissão, que celebram a santa padroeira. A realização de eventos culturais e religiosos em Pedra Lume tem grande importância para fortalecer o núcleo de visitação e aumentar o sentimento de pertencimento da população local.

ENGAJAMENTO DA POPULAÇÃO LOCAL

A estruturação da visitação no núcleo de Pedra Lume deve ser um processo participativo, que engaje a população local, evitando o processo de gentrificação em função da valorização da área pelo desenvolvimento de atividades turísticas. Assim, os moradores locais devem participar ativamente da construção da visão de futuro do núcleo e devem ser desenvolvidas estratégias para que as atividades econômicas realizadas no local sejam fortalecidas, como a pesca. Os pescadores de Pedra Lume, por exemplo, poderiam fornecer o peixe para os restaurantes propostos para o centro de visitantes, que poderão ser geridos pela população local.



Foto: Banho de lama em spa
 Fonte: tvtree.blogspot.com/2011/07/quotes-quips-rizzoli-isles-season-2.html



Foto: Souvenir de sal para banho
 Fonte: www.etsy.com/listing/585351426/bath-salt-test-tube-single-bridesmaid?ref=shop_home_active_15



Foto: Spa ao ar livre
 Fonte: joannarahier.com/category/destinations/hotels/



P.13 **ESTRUTURAÇÃO O NÚCLEO DE VISITAÇÃO DAS SALINAS DE SANTA MARIA**

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Estruturar o núcleo de visitação das Salinas, ordenando o acesso e a visitação turística, e áreas de apoio.

Proposta: Implantação de áreas de apoio para atividades turísticas, contemplando infraestrutura de sinalização interpretativa, expografia, áreas de serviço como sanitários.
 Definição de circuito de visitação, com áreas restritas para estacionamento e circulação de veículos motorizados.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Setor Privado

Entidades envolvidas: Câmara Municipal / Direcção do Meio Ambiente / Terceiro Setor / IP / Associação do turismo / Instituto do Patrimônio Cultural



Imagem: Lagoas salgadas nas Salinas de Santa Maria.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Atividades ocasionais de exploração salineira para consumo local. Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Salinas de Santa Maria - Paisagem Protegida
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

RELEVÂNCIA HISTÓRICA

A extração de sal foi a principal atividade econômica da ilha até meados do século XX, estando relacionada com o processo de ocupação e povoamento da Ilha de Sal. Deste modo, primeiramente iniciou-se a exploração das salinas de Pedra Lume em 1796, e posteriormente, em 1833, a de Salinas de Santa Maria. Esta encontra-se a sul da ilha, localizada a 500m da Costa Fragata.

Juntamente com o desenvolvimento das atividades salineiras surgiram os primeiros aglomerados populacionais, tanto em Pedra Lume como em Santa Maria. Sendo que, o desenvolvimento massivo dessa indústria nas lagoas salgadas de Santa Maria permaneceu até a ascensão do turismo como principal atividade econômica, especialmente no núcleo turístico da Praia de Santa Maria adjacente às Salinas. Isso conferiu às Salinas um novo dinamismo social e econômico, implicando em uma contínua degradação paisagística, além da perda progressiva do caráter histórico e cultural do local.

As Salinas dispõem de vários canais e corredores de sal, que atualmente, encontram-se em um estado de conservação regular, sem exploração salineira, salvo algumas atividades ocasionais para consumo local. Devido a isso, verifica-se



a existência de habitações improvisadas (barracas) na área. As Salinas também foram delimitadas pelo governo como Área de Proteção como Paisagem Protegida e devido a atratividade dos seus recursos naturais abriga um constante fluxo de visitação turística.

PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DA VISITAÇÃO DA SALINA SANTA MARIA

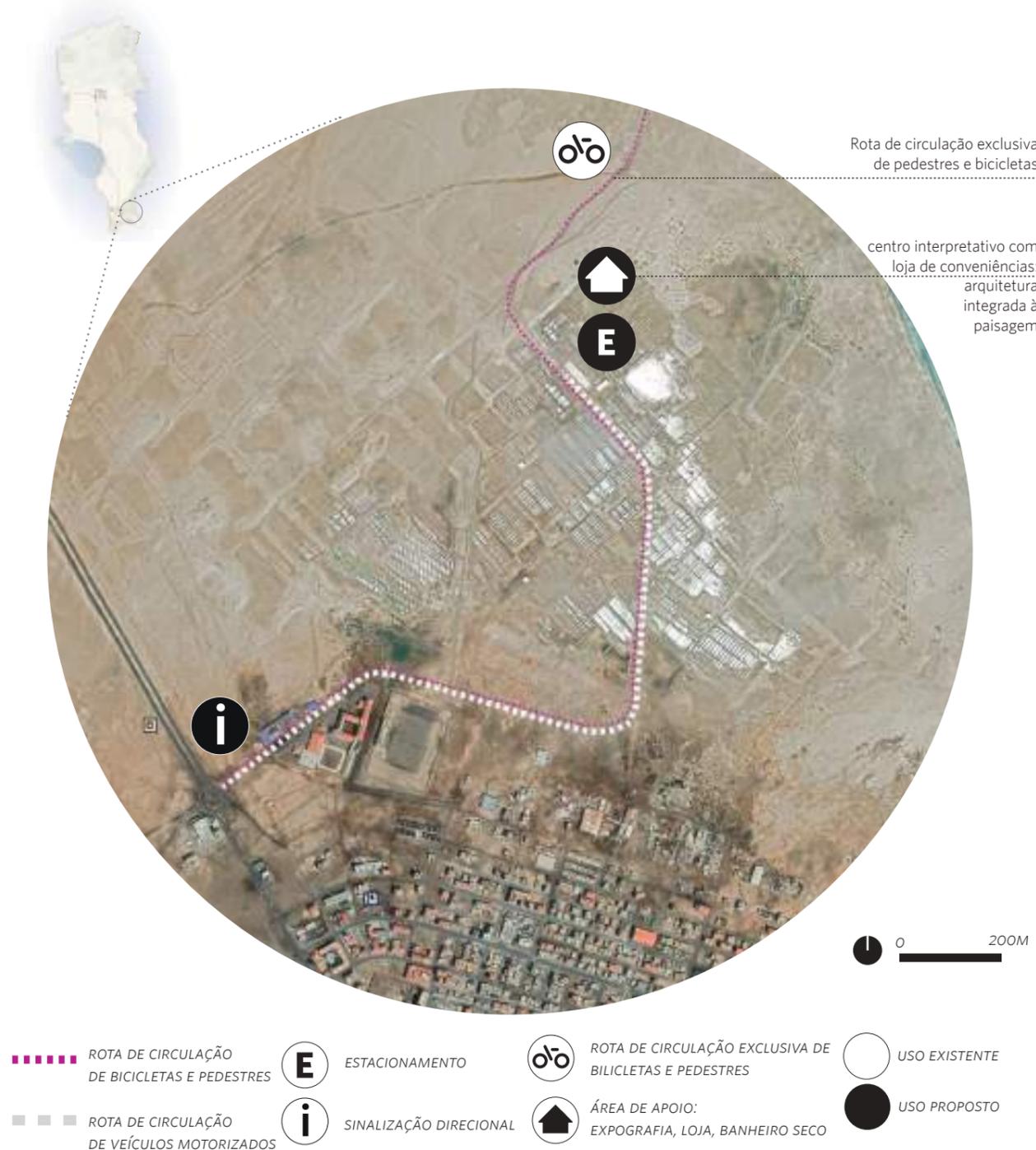


Imagem: Presença de edificações precárias na área das Salinas. Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Núcleos de apoio para atividades expográficas, loja e sanitários. Fonte: inhabitat.com/folded-weathering-steel-bird-blind-pavilions-in-canada-mimic-flight/



Imagem: Referência de sinalização interpretativa e expografia. Fonte: <http://www.screenmakers.com.au/showcase/cotter-dam-discovery-trail/cotter-dam-interpretive-signage> <http://www.vadrot.com/home/>

VISITAÇÃO TURÍSTICA E PROPOSTA

Apesar de atualmente encontrar-se degradada, a área das Salinas apresenta um processo geomorfológico de circulação das areias que ainda permite a existência de interessantes formações e acumulações de sal nas lagoas. Devido a isso, a área possui grande atratividade turística, ainda que de forma precária, sem ordenação da visitação e dos fluxos de veículos motorizados, mas principalmente sem infraestrutura que privilegie o caráter histórico e cultural. Sendo que, a preservação do valor histórico, cultural e paisagístico das salinas constitui o principal fundamento para o envolvimento da comunidade local e dos visitantes na valorização do patrimônio natural.

Propõe-se para a área das Salinas um programa de ações e intervenções ambientalmente e culturalmente sensível, a fim de criar e promover consciências ambientais e históricas aos turistas e às comunidades locais. Dessa forma, através da implantação de uma infraestrutura de apoio e interpretação busca-se envolver as comunidades locais e utilizadoras, parceiros institucionais e empresas para estruturar o núcleo de visitação histórico e cultural das Salinas com uma gestão mais sustentável dos recursos naturais, ao mesmo tempo em que possibilita um desenvolvimento socioeconômico mais equilibrado.

A visitação deverá ser realizada em todo o núcleo das Salinas, mas que contemple um circuito interpretativo em relação a importância histórica e cultural, desde o início da exploração das atividades salineiras até a sensibilização e educação ambiental desse território. Para a estruturação do circuito, define-se a médio prazo áreas restritas de acesso de veículos motorizados com bolsão de estacionamento que a longo prazo estará sujeito a estudos de viabilidade a total restrição a veículos motorizados na área das Salinas. Também é proposto áreas de acesso de pedestres e bicicletas, seguindo orientações e sinalizações conforme o percurso. Em relação a infraestrutura de apoio e serviço, a proposta tem como objetivo a implantação de uma área para o desenvolvimento de atividades expográficas, loja e sanitários, que possuam o mínimo de interferência e impacto da paisagem.



P.14 ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO DE VISITAÇÃO DE REGONA

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Estruturar e fortalecer Regona como atrativo turístico e induzir uma maior permanência dos visitantes na área.

Proposta: Criação de uma área de apoio e serviço, com café/bar e sanitários.
 Estruturar passeios e área para implantação de mobiliário.
 Organização de recepção de turistas com área de estacionamento.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Entidades envolvidas: Câmara Municipal / Direcção do Meio Ambiente / Terceiro Setor / IP / Associação do turismo / Setor Privado



Imagem: Área de piscina natural em Regona.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Sem infraestrutura de apoio e serviço para visitaçao.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Acesso precário a área da piscina natural de Regona.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

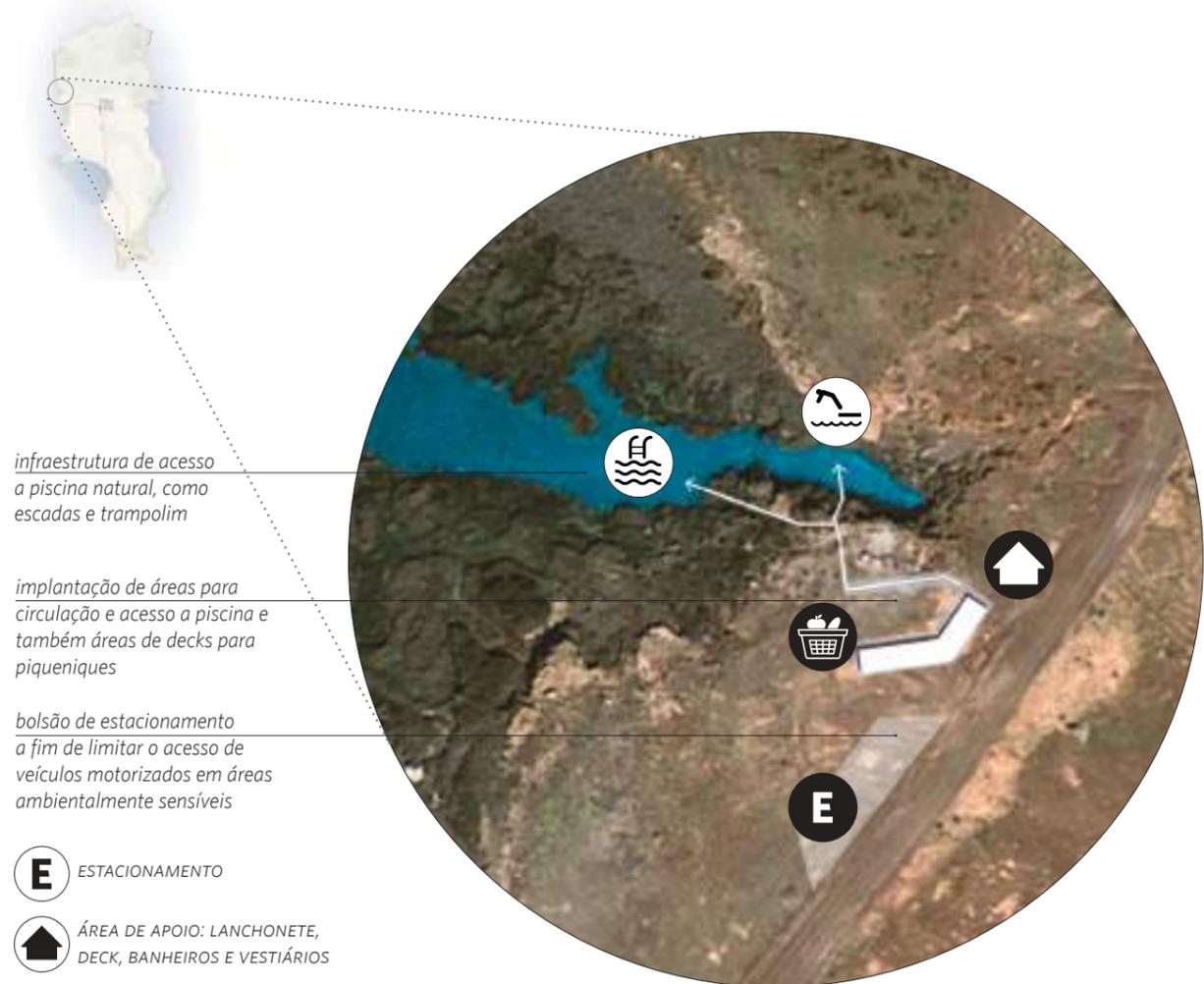
O núcleo de visitação da piscina natural de Regona está localizado na Área Protegida – Paisagem Protegida de Buracona-Regona, na qual já se constitui em um importante atrativo turístico de grande destaque pela beleza natural, tanto para visitantes quanto para a população local. Entretanto, a área de visitação não possui nenhum tipo de infraestrutura de apoio ou serviço e nem caminhos estruturados para o acesso à piscina natural.

Atualmente a visitação é realizada de forma precária, sem a preocupação com o meio natural, seja pelo uso desregulado da área, sem controle sobre o uso de produtos químicos no corpo que podem afetar a fauna e flora ali presente, ou mesmo a degradação da área envoltória pelo uso intensivo de veículos motorizados muito próximos e sem local definido.

Dessa forma, para o desenvolvimento da proposta buscou-se implantar passeios e decks para delimitação e circulação dos visitantes, utilizando-se de materiais e técnicas que minimizem o impacto na paisagem natural. Os decks e áreas de estar para os visitantes podem abrigar também mobiliário adequado para piqueniques e banhos de sol. Integrados ao núcleo de visitação propõe-



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DA VISITAÇÃO DA SALINA SANTA MARIA



- E** ESTACIONAMENTO
- ÁREA DE APOIO: LANCHONETE, DECK, BANHEIROS E VESTIÁRIOS
- MESAS DE PICNIC AO AR LIVRE
- ÁREA PARA BANHO/MERGULHO
- TRAMPOLIM
- USO EXISTENTE
- USO PROPOSTO



Trampolim West View, San Andres.
Fonte: <https://www.dicasdasamericas.com.br/2016/11/passeios-em-san-andres.html>



Trampolim em São Miguel, Açores.
Fonte: <https://www.mybesthotel.eu/o-que-visitar/turismo-ilha-sao-miguel-acores/parquesnaturais.azores.gov.pt>



Vinaròs Microcoasts, Vinaròs, Espanha. Instalações de estrutura de uso e descanso aos visitantes de baixo impacto.
Fonte: <http://www.guallart.com/projects/vinaros-microcoasts>

se a implantação de uma edificação de apoio com sanitários/vestiários e café, a fim de fortalecer a estrutura de visitação, e promover significativos aumentos no tempo de permanência dos visitantes.

A estruturação do núcleo de visitação também contemplará estruturas como escadas e trampolins que facilitem o acesso à piscina. Além disso, é estabelecido uma área para bolsão de estacionamento próximo a ao viário principal e diretrizes para coleta de lixo e limpeza do local.

Com essas intervenções integradas a paisagem natural propõe-se formas de, ao mesmo tempo em que explora o potencial turístico contribui para a valorização de áreas de conservação e proteção ambiental pela população residente e pelos visitantes.



P.15 ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO DE VISITAÇÃO DE PALMEIRA

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Estruturar e fortalecer Palmeira como atrativo turístico e induzir uma maior permanência dos visitantes na área.

Proposta: Reestruturação da área portuária e orla marítima.
 Incentivo a população local para desenvolvimento de comércio, gastronomia e cultura associados a requalificação da área portuária.
 Desenvolvimento de atividades de lazer náutico com a exploração de novas áreas de píer e marina.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde / Terceiro Setor / Direcção Geral de Infraestrutura / IP / Associação do turismo / Setor Privado



Imagem: Vista da área de embarcação dos pescadores locais.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Vista da área portuária, com iates e embarcações de turistas.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Referência de marina, de menor escala.
 Fonte: https://www.slideshare.net/the_daam/small-marina-servicedesign

Situado na ilha do Sal, o Porto de Palmeira é o terceiro porto cabo-verdiano a nível nacional, para além das atividades comerciais, como transporte de mercadorias e passageiros, também contempla atividades de pesca e da indústria marítimo-turística. Dessa forma, o núcleo urbano de Palmeira se caracteriza como um dos quatro principais centros da ilha, sendo uma área chave para o desenvolvimento e fortalecimento turístico.

Por outro lado, devido a localização de Palmeira ser próxima ao aeroporto, também consolida essa área com potencial para o desenvolvimento industrial e logístico, integrados a atividade portuária.

Para a requalificação da orla marítima de Palmeira propõe-se a reestruturação desta com a implantação de um passeio associado às atividades da comunidade de pescadores local, como a construção de um mercado de peixes associado a um restaurante, píer e marina. Com isso, através do fortalecimento das atividades locais, pretende-se ativar essa orla e ao mesmo tempo fomentar o desenvolvimento econômico e social da população residente.

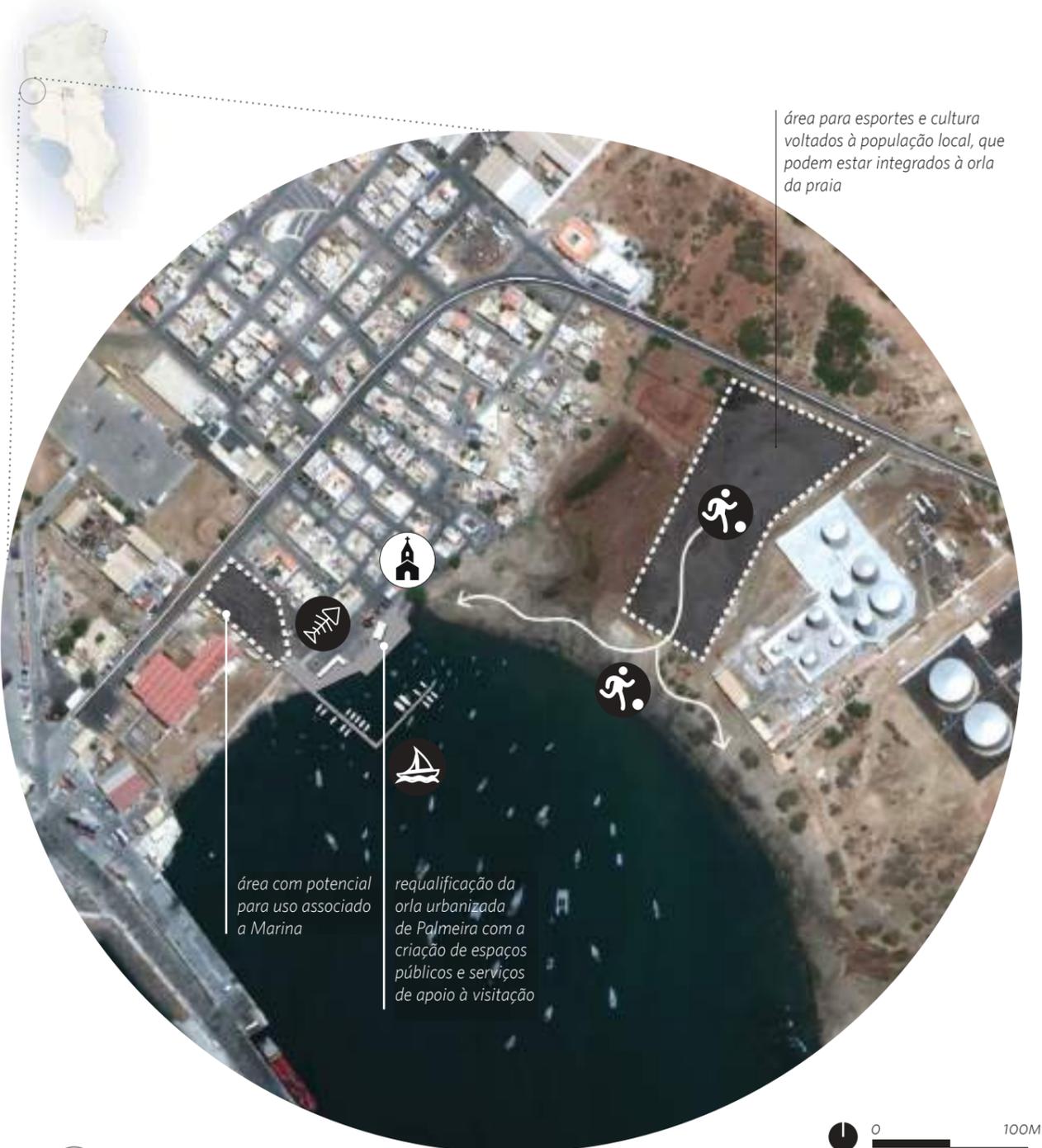
Dessa forma, a intervenção proposta busca estruturar para a exploração turística desde atividades relacionadas a alimentação, artesanato até manifestações e festividades culturais locais. É importante destacar a manutenção do caráter existente de Palmeira, como vila de pescadores, e integrá-lo ao desenvolvimento turístico, capacitação e integração da comunidade e às associações de pescadores.

Também é proposto a delimitação de uma área vizinha a indústria de dessalinização para o desenvolvimento de atividades esportivas e culturais vinculadas ao uso da frente da praia, atividades como futebol e vôlei de areia, entre

A situação existente na Baía de Palmeira possui grande potencial para reabilitação e valorização das atividades locais. Possibilita a exploração de atividades associadas a náutica de recreio, estimulando a dinâmica socio-econômica de Palmeira.



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DO NÚCLEO DE VISITAÇÃO DE PALMEIRA



- USO EXISTENTE
- USO PROPOSTO
- MARINA
- ÁREAS DE CONTEMPLAÇÃO
- MERCADO DE PEIXES E RESTAURANTE
- ATIVIDADES ESPORTIVAS E CULTURAIS



Imagem: Mercado do peixe em Bergen, Dinamarca.
 Fonte: <https://www.fjordnorway.com/things-to-do/discover-bergen-by-boat-a-great-way-to-see-the-historical-sights-p1651263>



Imagem: Atividades esportivas na praia no Rio de Janeiro, Brasil.
 Fonte: <https://gofigueira.co.uk/Beach-Sports>



Imagem: Referência de artesanato desenvolvido por mulheres pescadoras - marisqueiras - e artesãs.
 Fonte: https://issuu.com/quilombolasdesaolourenco/docs/catalogo_digital_marisqueiras

outros. Uma das medidas necessárias para essa área é o controle e a restrição do acesso de veículos motorizados na borda da praia, a fim de resguardar o ambiente natural.

A possibilidade do desenvolvimento socioeconômico associado ao turismo, contempla também o artesanato, como um dos produtos que possa resgatar a identidade local, como no caso da população quilombola de São Lourenço, situada no litoral norte de Pernambuco, que possuem uma produção artesanal que transforma conchas e linhas de pesca em objetos para vestuário. Este exemplo vai ao encontro de inúmeras possibilidades de produtos e atividades que poderiam ser desenvolvidas por parte da comunidade de pescadores de Palmeira, que reflita, de fato, a identidade cabo-verdiana. Além de ser um instrumento de conscientização da própria comunidade para combater a exploração do turismo sexual e infantil, comum em áreas portuárias.

Vale destacar exemplos que mostram o desenvolvimento de atividades econômicas que valorizam a identidade local de vila de pescadores, como no caso do núcleo de Palmeira. Estimular esse tipo de atividade é essencial para o fortalecimento do turismo a médio e longo prazo na Ilha de Sal.



P.16 PROJETO DE SINALIZAÇÃO DIRECIONAL E INTERPRETATIVA

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Facilitar a visita e prover informações aos turistas. A sinalização permite que os turistas se desloquem com mais facilidade nos circuitos turísticos, adquiram conhecimento sobre a ilha, valorizando seus atrativos e áreas de reserva naturais.

Proposta: Implantação de placas de sinalização e de interpretação nos circuitos e atrativos turísticos, de acordo com projeto de identidade visual a ser desenvolvido, e que garanta uma unidade das peças e elementos gráficos para a ilha.
 O projeto de sinalização deve contemplar todos os atrativos turísticos, tanto de caráter histórico cultural quanto ambiental.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado

Modelo de gestão: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde / Ministério da Agricultura e Ambiente / Direcção Geral do Ambiente / Terceiro Setor

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final

Exemplo de sinalização direcional e interpretativa no Centro Histórico de São João Del-Rei, em Minas Gerais, no Brasil. A segunda imagem abaixo mostra uma placa base, na qual estão mapeados os principais atrativos turísticos do centro histórico. A placa base permite que o turista se localize e identifique as áreas de interesse histórico para a visita. A imagem abaixo mostra a sinalização interpretativa de uma Igreja no centro histórico de Congonhas, no qual são dispostas informações sobre a história da Igreja.



Imagem: Sinalização da Igreja “Os Doze Profetas do Santuário do Senhor Bom Jesus de Matosinho”, em Congonhas, Minas Gerais, Brasil.
 Fonte: www.moratoarquitectura.com.br



Imagem: Exemplos de sinalização turística no centro histórico de São João del-Rei, Minas Gerais, Brasil
 Fonte: www.moratoarquitectura.com.br

A sinalização de orientação turística para pedestres deve ser adotada em toda ilha, principalmente nas áreas de relevância histórico-cultural e ambiental. Dessa forma, contribui-se tanto para o deslocamento e conhecimento turístico, quanto para a valorização de áreas de conservação e proteção ambientais pela população residente e turistas.

Durante a visita a Ilha de Sal, foi possível analisar a necessidade de implantação de sinalização nos atrativos turísticos, já que esta é de extrema importância para estruturar a visita e a experiência na ilha.

A sinalização deve ser de dois tipos:

Sinalização direcional: objetivo de indicar o percurso/circuito;

Sinalização interpretativa: objetivo de transmitir informações, significados e experiências aos visitantes, sobretudo em áreas de preservação ambiental e cultural, contribuindo para o conhecimento e sensibilização em relação a conservação do patrimônio histórico e cultural pelos turistas e população local.



Imagem: Exemplo de placa base com mapa para localização dos turistas, Rainforest Trail na Austrália.
 Fonte: br.pinterest.com/watershedco/natural-resource-engineering/

Imagem: Exemplo de placa base com mapa para localização dos turistas, no Parc Fluvial del Túria, Valência, Espanha.
 Fonte: <http://www.incofusta.com/carteles-paneles-informativos/>



A partir disso, a sinalização deve ser padronizada e adotada uma linguagem visual comum para toda a ilha a fim de apresentar a informação de forma legível e acessível. Além de contribuir para a identidade visual adotada para o desenvolvimento turístico de Sal.

As placas direcionais são fundamentais no processo de orientação dos turistas, permitindo que estes se desloquem com facilidade, com roteiros de visitação estruturados ou em circuitos. A implantação de toda e qualquer sinalização deve, além de fazer parte de uma identidade visual estabelecida, considerar a situação local e fragilidade dos ambientes naturais e preservados. Dessa forma, a implantação de placas na paisagem deve evitar gerar impacto negativo e poluição visual.

No caso de trilhas e circuitos de bicicletas em áreas sem delimitação clara de percurso, é importante que a sinalização direcional seja contínua e assegure, de forma clara e objetiva, o percurso a ser seguido. Vale destacar que, mesmo em situações com pouca disponibilidade de recursos é possível desenvolver sinalizações integradas à natureza e objetivas para os visitantes. Devem contemplar nas informações ilustrações de mapas e de localização, níveis de dificuldade, tempo e distância em caso de trilhas.

Sinalização direcional que contemplem informações em relação a segurança do visitante, ilustrações de mapas e localização. Estas devem estar implantadas conforme padronização visual da Ilha, mas que também permita uma identidade local, respeitando e valorizando as particularidades da paisagem.



Imagem: Exemplo de placa com informação para trilhas e circuitos de bicicleta, em parque nos Estados Unidos.
 Fonte: <https://cmbralaska.org/2017/09/01/permanent-trail-signs-are-up/>

Para a sinalização das áreas de circulação de veículos motorizados ou de acesso de pedestres em áreas de proteção e preservação ambiental, como no caso da Costa Fragata, pode ser utilizado artifícios pontuais de marcação com elementos naturais tipo pedras que delineiem esses caminhos. Assim, propõe-se mínimas intervenções na paisagem natural mas que se fazem necessárias para regulação e controle do fluxo turístico.

A sinalização interpretativa, além de contemplar informações sobre os atrativos, também possibilitam agregar informações da fauna e flora local, potencializando a experiência e imersão dos visitantes no ambiente ao mesmo tempo em que valoriza o patrimônio ambiental e cultural da ilha.

Imagem: Referência de marcação e sinalização de áreas de circulação do fluxo turístico no Deserto do Atacama, Chile.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.





P.17 ESTRUTURAÇÃO REDE CICLOVIÁRIA

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Criação de um sistema cicloviário que incentive o percurso turístico através do uso de bicicletas com ligação aos principais atrativos.

Proposta: Criação e definição de sistema cicloviário, com tipologias adequadas para a situação local e fragilidade dos ambientes naturais e preservados, com sinalização específica e circuitos estruturados conectando os principais centros urbanos e atrativos da ilha.

Prever a criação de pontos de parada para descanso e apreciação da paisagem em pontos interessantes dos circuitos.

Prever também parcerias com hotéis de médio e grande porte, a fim de criar incentivos e contrapartidas para implantação de rede de ofertas de aluguel de bicicleta, ou criação de sistema de bicicletas compartilhadas.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado

Modelo de gestão: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde / Direcção Geral de Infraestrutura / Direcção Geral do Ambiente / Terceiro Setor



Imagem: Exemplo estradas para bicicleta em terra batida integrada a paisagem natural, na Argentina.
 Fonte: <http://www.camino10.com/argentinien/mountainbike-tour-anden.htm>

A criação e estruturação de uma rede cicloviária pela ilha de Sal vai ao encontro das diretrizes estabelecidas pelos planos de desenvolvimento sustentável da ilha, de investimentos em sistemas de transporte acessíveis economicamente e que contribuam através da mobilidade ativa para minimizar a pegada de carbono. A própria conformação topográfica da ilha é extremamente favorável a esse tipo de solução para deslocamento pendular e turístico.

Dessa forma, é definido três circuitos principais para implantação da infraestrutura cicloviária, que contemplem e articulem os centros urbanos existentes, seus espaços livres, como praças e largos, espaços de lazer e estadia, e principalmente destes com os atrativos da ilha como um todo. De fato, propõe-se condições adequadas de segurança e acessibilidade para quem se desloca de bicicleta, mas que esta também esteja integrada ao desenvolvimento turístico a fim de reforçar e valorizar a identidade natural, cultural e paisagística de Sal, tanto para turistas quanto residentes.

É importante destacar, que a implantação desse tipo de infraestrutura deve seguir diretrizes e sinalizações específicas que resguardem as áreas ecologicamente sensíveis presentes em áreas de

Imagem: Exemplo de passeios e trilhas para bicicleta em terra batida conectando diferentes atrativos turísticos na Alemanha.
 Fonte: <http://okcycletours.com/tours/germany-main-bike-trail-bamberg-aschaffenburg-2019>





Imagem: Exemplo estradas para bicicleta integradas a paisagem natural, na Argentina.
Fonte: <http://www.camino10.com/argentinien/mountainbike-tour-anden.htm>



Imagem: Referência de ciclovia ao longo de rodovias ou vias estruturais de conexão entre centros urbanos, na Dinamarca.
Fonte: Google Street View, 2017.



Imagem: Referência de ciclovia em áreas ambientalmente sensíveis, como praias e orlas, em Arcachon na França.
Fonte: <https://www.flickr.com/photos/61705299@N02/7293488346/in/set-72157629948538478/>

preservação e protegidas da ilha:

- i) Reservas Naturais da Costa da Fragata, da Serra Negra
- ii) Paisagem Protegida das Salinas de Pedra Lume e Cagarral, Monte Grande e de Buracona-Regona
- iii) Monumento Natural do Morrinho Filho

A partir disso, é proposto nos circuitos a utilização de pisos e estradas de terra batida com a definição através de sinalização específica da localização destes passeios. No entanto, no trecho entre os núcleos Urbanos de Santa Maria e Espargos, é proposto uma ciclovia junto ao sistema viário, que esteja de acordo com diretrizes de implantação de ciclovias urbanas e pavimentação adequada. Além de prever a implantação de pontos de parada, para descanso e apreciação da paisagem, com mobiliário urbano condizente com tais condições, como bicicletários, paraciclos ou estações.

Atualmente, além da bicicleta como meio de transporte pela população local, também existem passeios de bicicletas oferecidos pelos hotéis e agências turísticas, sem circuitos definidos. Sendo assim, busca-se implementar o sistema de infraestrutura cicloviária integrado a ações de incentivo e contrapartida junto aos hotéis e infraestrutura turística que abriguem desde a oferta e aluguel de bicicletas até a criação de sistema e estações de bicicletas compartilhadas.

Como pode ser observado no mapa, os três circuitos estão estruturados entre os seguintes pontos de interesse:

- i) Espargos - Baía da Murdeira - Vila Verde - centro de Santa Maria - Salinas de Santa Maria - Costa Fragata - Ponta da Fragata - Serra Negra - Baía da Parda - Pedra Lume
- ii) Espargos - Pedra Lume - Salinas de Pedra Lume - Monte Grande - Ponta Negra - Ponta Norte - Miragem
- iii) Espargos - Miragem - Buracona - Regona - Palmeira - Fontona - Baía da Murdeira

Portanto, através da criação e implantação da infraestrutura cicloviária busca-se também potencializar a experiência e imersão dos visitantes na paisagem de Sal, promovendo o patrimônio ambiental e cultural cabo verdiano.





P.18 CENTROS INTERPRETATIVOS E DE ACOLHIMENTO DO VISITANTE E ESPAÇOS DE PROMOÇÃO DO TURISMO

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Auxiliar os turistas na estruturação da visita; Facilitar as informações, a venda dos produtos locais e dos passeios.

Proposta: Implantação de um Centro Interpretativo e de Acolhimento ao visitante da Ilha do Sal, localizado em no núcleo urbano de Santa Maria. O Centro é um espaço de apoio turístico aos visitantes, espaços de exposição com função educativa, venda de produtos locais e passeios.
 Implementação de espaços de informação, como pontos de apoio turístico, localizados no Aeroporto, Palmeira, Espargos e Pedra Lume.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal

Modelo de implantação: Setor Público / Setor Privado / Organismos de Financiamento Multilaterais

Modelo de gestão: Direcção Geral de Turismo e Transportes / Câmara Municipal / Setor Privado

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde / IP / Associação do turismo / Câmara de Turismo



Imagem: Welcome center em Jackson National Parks, EUA.
 Fonte: <https://www.dwell.com/article/naturally-modern-b3461a5e>



Imagem: Referência de áreas expográficas sobre a fauna.
 Fonte: <https://www.fishandfeathers.travel/united-states/denver-museum-nature-science/>



Imagem: Ponto de informações turísticas em Bogotá, Colômbia.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

Atualmente, na Ilha do Sal, não existe nenhum tipo de infraestrutura de apoio turístico, de caráter informativo e promocional dos atrativos da ilha. Devido a essa condição, e o fato dos visitantes ficarem limitados nas programações dos resorts, não se consolida circuitos e atrativos turísticos que não estejam intimamente conectados a essas instalações.

A partir disso, estrutura-se a implantação de uma rede de infraestrutura de apoio e informações turísticas, composta por um Centro Interpretativo e de Acolhimento e pontos informativos e de divulgação menores em diversas localidades. A intenção do Centro Interpretativo e de Acolhimento é oferecer visibilidade aos atrativos histórico-culturais e naturais da ilha, ao mesmo tempo em que valoriza e sensibiliza os visitantes para questões de conservação e preservação ambiental.

O Centro Interpretativo e de Acolhimento deverá ser construído na área central do núcleo urbano de Santa Maria, em local a ser definido, mas que esteja integrado na estruturação turística proposta para Santa Maria. O Centro também abrigará serviços de apoio como sanitários, lanchonete e loja, além de áreas expográficas para fins educacionais e ambientais. Vale destacar a importância do programa do Centro estar associada a preservação ambiental, a fim de conscientizar tanto turistas quanto a população residente sobre a interferência do homem no ambiente natural e suas consequências. Portanto, nas áreas reservadas a expografia, podem ser exploradas temas como o panorama geral da flora e fauna da ilha, ações vinculadas a ONGs de projetos socioambientais como também dar visibilidade a eventos e festividades culturais.

Já em relação aos espaços de informações, estes deverão ser implantados em localidades estratégicas para visita da ilha, ou seja, preliminarmente definem-se o Aeroporto, o porto de Palmeira, Espargos e Pedra Lume. Dessa forma, articula-se uma rede de apoio turístico que esteja em consonância com o fortalecimento da cultura e identidade local.



4.7. TRANSPORTE

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
Sistema viário		
A.T1	Realizar a manutenção e melhoria do sistema viário e da sinalização viária e iluminação da ilha para orientação dos motoristas e pedestres.	Garantir rotas auto-guiadas e a segurança; Melhorar a orientação para os motoristas e pedestres; Aumentar a segurança das vias.
A.T2	Melhorar o sistema de transporte público que faz a conexão entre os núcleos urbanos e os principais atrativos da ilha. Importante que seja eficiente, prevendo frequência mínima durante o dia, que esteja integrado a um sistema de informações que conte com sinalização nos pontos de parada e mapa das rotas com horário e custo.	Facilitar o deslocamento interno da ilha tanto para população como para turistas; Garantir alternativas de transporte ao turista
Transporte marítimo		
A.T3	Promover a construção e operação do sistema de controle do tráfego marítimo costeiro, modernizar o sistema de socorro e segurança marítima, as comunicações marítimas e a rede de ajudas à navegação.	Aumentar a segurança da navegação e a segurança marítima.

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Curto	Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Direcção Geral de Infraestrutura
Curto	Câmara Municipal e Direcção Geral de Turismo e Transportes	Direcção Geral de Infraestrutura, Setor Privado
Curto	ENAPOR	Instituto de Turismo de Cabo Verde, CVTI, CNT, CVFF, Instituto Marítimo Portuário, Setor Privado



4.8. INFRAESTRUTURA BÁSICA

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
Abastecimento de Água		
A.B1	Realizar as ações previstas pelo EROT e demais planos para garantir o acesso da população ao abastecimento de água , sobretudo em um cenário de crescimento populacional e de fluxo de turistas.	Garantir o acesso à água em todo o território; reforçar as infraestruturas existentes; minimizar as perdas de água.
A.B2	Realizar a conexão domiciliar das residências à rede de abastecimento de água	Garantir o acesso direto à rede de abastecimento de água.
A.B3	Incentivar a implantação de estratégias de poupança, tratamento e reciclagem de água nos empreendimentos de turismo	Desenvolver conscientização sobre economia de água; Garantir a aplicação de soluções sustentáveis
Saneamento		
A.B4	Implantar sistema integrado de saneamento que permita o tratamento das águas pluviais (águas cinzas) e das águas residuais (esgoto) em coletores e demais ações previstas pelo EROT.	Implantar um sistema de saneamento mais sustentável para a ilha.
Resíduos Sólidos		
A.B5	Efetivar e monitorar a implantação do Plano Operacional de Gestão de Resíduos Sólidos.	Controlar os riscos potenciais ao território e aos habitantes; incentivar a coleta seletiva e a reciclagem do lixo; incentivar a criação de indústrias transformadoras de resíduos; incentivar a compostagem.
A.B6	Melhorar sistema de coleta de lixo e a limpeza nos núcleos urbanos e nos atrativos.	Garantir a qualidade dos atrativos, livres de lixo, preservando a paisagem; assegurar a preservação ambiental dos atrativos; manter os atrativos limpos de lixo.

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Médio	Câmara Municipal e Direção Geral de Infraestrutura	ELECTRA, Águas de Ponta Preta e Setor Privado.
Médio	ELECTRA e Águas de Ponta Preta	Câmara Municipal e Direção Geral de Infraestrutura
Médio	Câmaras Municipais e Direção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Cabo Verde Trade Invest, Direção Geral de Turismo e Transportes, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Terceiro Setor, Setor Privado
Longo	Câmara Municipal e Direção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Cabo Verde Trade Invest, Direção Geral de Turismo e Transportes, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Terceiro Setor, Setor Privado
Médio	Câmara Municipal e Direção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Cabo Verde Trade Invest, Direção Geral de Turismo e Transportes, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Terceiro Setor, Setor Privado
Curto	Câmara Municipal e Direção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Direção Geral de Turismo e Transportes, Setor Privado, Associação de Turismo



INFRAESTRUTURA BÁSICA

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
Resíduos Sólidos		
A.B7	Incentivar a coleta seletiva e a criação de indústria de reciclagem , que podem desenvolver artesanatos e produtos locais diferenciados e sustentáveis	Incentivar a produção criativa; Desenvolver meios sustentáveis para os resíduos
A.B8	Garantir as condições adequadas para o controle dos resíduos do aterro municipal do Sal.	Evitar a contaminação do solo e minimizar o impacto socioambiental gerado pelos resíduos.
Energia		
A.B9	Incentivar e fortalecer a ampliação de sistema de energia que contribua para um melhor desempenho da rede geral da ilha e que use fontes sustentáveis e renováveis , como a energia solar e a eólica.	Reduzir a dependência de combustíveis fósseis; atender a toda a demanda de energia de maneira sustentável; no futuro, tornar a ilha autossuficiente.
A.B9	Incentivar a ativação de estratégias de economia de energia e promoção de eficiência energética .	Desenvolver conscientização sobre economia de energia; Garantir a aplicação de soluções sustentáveis

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Médio	Câmara Municipal e Direcção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Direcção Geral de Turismo e Transportes, Setor Privado, Terceiro Setor e Associação de Turismo
Curto	Câmara Municipal e Direcção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Cabo Verde Trade Invest, Direcção Geral de Turismo e Transportes, Terceiro Setor, Setor Privado.
Médio	Câmara Municipal e Direcção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, ELECTRA, Cabo Verde Trade Invest, Direcção Geral de Turismo e Transportes, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Terceiro Setor, Setor Privado
Médio	Câmara Municipal e Direcção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, ELECTRA, Cabo Verde Trade Invest, Direcção Geral de Turismo e Transportes, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Terceiro Setor, Setor Privado



4.9. SEGURANÇA

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
A.S1	Implantar placas de segurança nas áreas balneares , que alerte sobre o perigo de correntezas e demonstre os locais apropriados para banho.	Prezar pela segurança dos turistas e da população local; Diminuir risco de acidentes nas áreas balneares	Curto	Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Instituto Marítimo Portuário, Setor Privado, Terceiro Setor
A.S2	Elaborar Plano Integrado de Emergência , capaz de proporcionar respostas organizadas e rápidas aos acidentes que podem acontecer com turistas e habitantes. O Plano deverá contar com a estruturação da rede de transportes e de bases para atendimentos médicos em locais estratégicos.	Possibilitar a implantação de novas atividades na ilha, como as de aventura, recreação e aquáticas. Garantir a assistência dos turistas e dos habitantes em caso de emergências.	Médio	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, ASA S.A., CVTI, CNT, Instituto Marítimo Portuário, ENAPOR
A.S3	Capacitar e contratar salva-vidas para vigilância balnear das áreas de banho e atividades aquáticas . Será necessária a elaboração de normativas específicas para salvaguardar os turistas da ilha.	Garantir a segurança dos turistas nas áreas com atividades aquáticas; Melhorar a qualidade do turismo na ilha;	Médio	Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Associação de Turismo, Instituto Marítimo Portuário, Setor Privado, Terceiro Setor

5. PLANO DE IMPLANTAÇÃO



O Master Plan de Turismo vem constituir um instrumento de extrema importância na articulação dos anseios, visões e objetivos para o desenvolvimento do setor, constituindo um documento para orientar a atuação de todos os que intervêm direta e indiretamente no setor do turismo. Sendo assim, é essencial a assimilação do plano por parte de todos os atores envolvidos, tanto no que diz respeito aos objetivos conceituais que se deseja aplicar ao turismo da ilha, quanto na execução e implementação das propostas. A participação de todos é necessária para que as propostas saiam do papel e que se alcance um turismo de qualidade e atrativo na ilha.

Destaca-se que o presente documento não esgota, e nem é sua intenção, todos as ações de planeamento que devem ser efetuadas para o bom desenvolvimento e gestão do turismo na ilha, sendo necessário, sempre que houver necessidade, sua revisão e complementação com as demandas que forem surgindo ao longo do tempo. Além disso, vale ressaltar a importância de apoiar os projetos e os programas voltados ao desenvolvimento do turismo na ilha, que têm gerado impactos positivos para a comunidade local.

Nos capítulos anteriores do Master Plan foram apresentadas propostas para o desenvolvimento do turismo na Ilha do Sal, categorizadas entre Ações e Projetos, sendo este último item, a apresentação do detalhamento das atividades que devem nortear a execução deste Plano.

Este capítulo, denominado Plano de Implantação, trata do planeamento dos projetos propostos, a fim de que se tenha uma visão geral dos responsáveis por sua implementação, além da indicação de como e quando devem ser implantados na ilha. Sendo assim, primeiramente é abordada uma proposta para a estrutura de coordenação e execução do Master Plan, estabelecendo os responsáveis por sua implementação e acompanhamento; em seguida aborda-se os modelos de implantação, trazendo recomendações sobre fontes de recursos e possibilidade de parcerias entre distintos setores para a execução e gestão dos projetos; ao final apresenta-se uma matriz de priorização que sugere quando os projetos devem ser implantados, dado em função de uma série de critérios, como a urgência em se implantar, sua complexidade, viabilidade e sustentabilidade.

Estruturação do Plano de Implantação



5.1. RESPONSABILIDADE PELA COORDENAÇÃO DO MASTER PLAN

O Master Plan de Turismo apresenta uma natureza transversal e multidisciplinar, o que faz com que a responsabilidade por sua implementação seja definida em dois níveis: a nível de coordenação do Master Plan, e a nível da execução dos projetos do Master Plan.

A **NÍVEL DE COORDENAÇÃO** do Master Plan, é necessário criar uma estrutura que se responsabilize pelo acompanhamento e integração global da execução do plano específico para a Ilha do Sal, bem como pela sua monitoramento, avaliação de resultados e eventuais ajustes. Para tanto, propõe-se que seja desenhado um arcabouço organizacional para a gestão do turismo da ilha, de forma articulada, uniforme e eficiente, com as competências e os recursos necessários para a execução da política do Governo para o setor, além de reforçar a articulação institucional com todas as estruturas do Estado, o setor privado e demais stakeholders do setor do turismo.

Considerando o caráter multidisciplinar e multiescalar deste plano, foram definidos 3 níveis de coordenação, todos sobre a tutela e responsabilidade central do Ministério do Turismo e Transportes, a saber:

PRIMEIRO NÍVEL

Propõe-se a criação de um Comitê de Trabalho para a coordenação e o monitoramento do Master Plan de Turismo do Sal. Esta instituição tratará da relação entre o Governo, o Município, o Setor Privado e a Sociedade Civil e terá como principal atribuição apoiar a estrutura central do turismo na definição das estratégias para o turismo a nível regional, além de acompanhar e gerenciar a execução dos projetos do Master Plan de Turismo junto dos atores responsáveis por cada um deles.

É interessante formar o Comitê de Trabalho com representantes regionais dos organismos desconcentrados do Estado, da Câmara Municipal, das associações dos operadores e profissionais do setor de turismo e membros da sociedade civil. É importante que se reúnam periodicamente (ou sempre que se mostrar necessário) para avaliar o desempenho do setor e acompanhar a implementação do Master Plan, recolhendo e sistematizando as informações relacionadas ao desenvolvimento dos projetos.

Analisando a legislação de Cabo Verde, observou-se as Sociedades de Desenvolvimento Turístico, que são instituições financeiras sob a alçada do Banco de Cabo Verde com objetivo de conceber, elaborar e executar planos de negócio de desenvolvimento integrado em suas respectivas regiões e garantir o seu financiamento através das operações ativas e não ativas, bem como a prestação de serviços complementares, garantindo investimentos e apoio ao desenvolvimento econômico e social no setor do turismo. De acordo com o Decreto-Legislativo nº 1/2005 de 31 de Janeiro, as Sociedades de Desenvolvimento Turísticas devem ser atribuídas às Zonas de Desenvolvimento Turísticas.

Já existe a Sociedades de Desenvolvimento Turístico das ilhas de Boa Vista e Maio e poderia haver a criação para o Sal, não necessariamente vinculado apenas às Zonas de Desenvolvimento Turístico, mas a toda ilha. Esta poderia auxiliar a delegação do IP na elaboração dos planos de negócio dos projetos, na definição das áreas de intervenção prioritárias e no mapeamento dos investimentos necessários a partir do que foi proposto no Master Plan de Turismo. Assim, poderia abrir seu capital (via Bolsa e/ou negociação direta) para atrair investidores privados para co-financiar a implantação dos projetos previstos.



SEGUNDO NÍVEL

No quadro do presente Master Plan de Turismo, apresenta-se a Direcção Geral do Turismo no segundo nível de coordenação, reforçando sua estrutura central no setor. Será responsável por coordenar com o demais organismos do Governo a execução integrada dos projetos previstos.

O Instituto do Turismo de Cabo Verde (IP), instituição recém criada, dará apoio à DGTT na coordenação do Master Plan de Turismo. Segundo o Decreto-lei nº 37/2019 o IP tem por objetivo *“a regulação e a fiscalização do setor turístico, o estudo e análise de tendências nacionais e internacionais no setor do turismo, o desenvolvimento de programas e produtos turísticos, a promoção de infraestruturas de apoio turístico, incluindo postos de informação turística e sinalética, o licenciamento de atividades turísticas, a promoção e supervisão interna e externa de Cabo Verde como destino turístico e o apoio ao investimento no setor do turismo”*.

Por exemplo, as áreas de promoção e marketing do destino do Sal poderão contar com apoio da esfera de competências da Cabo Verde TradelInvest, devendo as iniciativas serem coordenadas e fomentadas pela DGTT com apoio da IP no que toca as tendências no setor do turismo, entre outros.

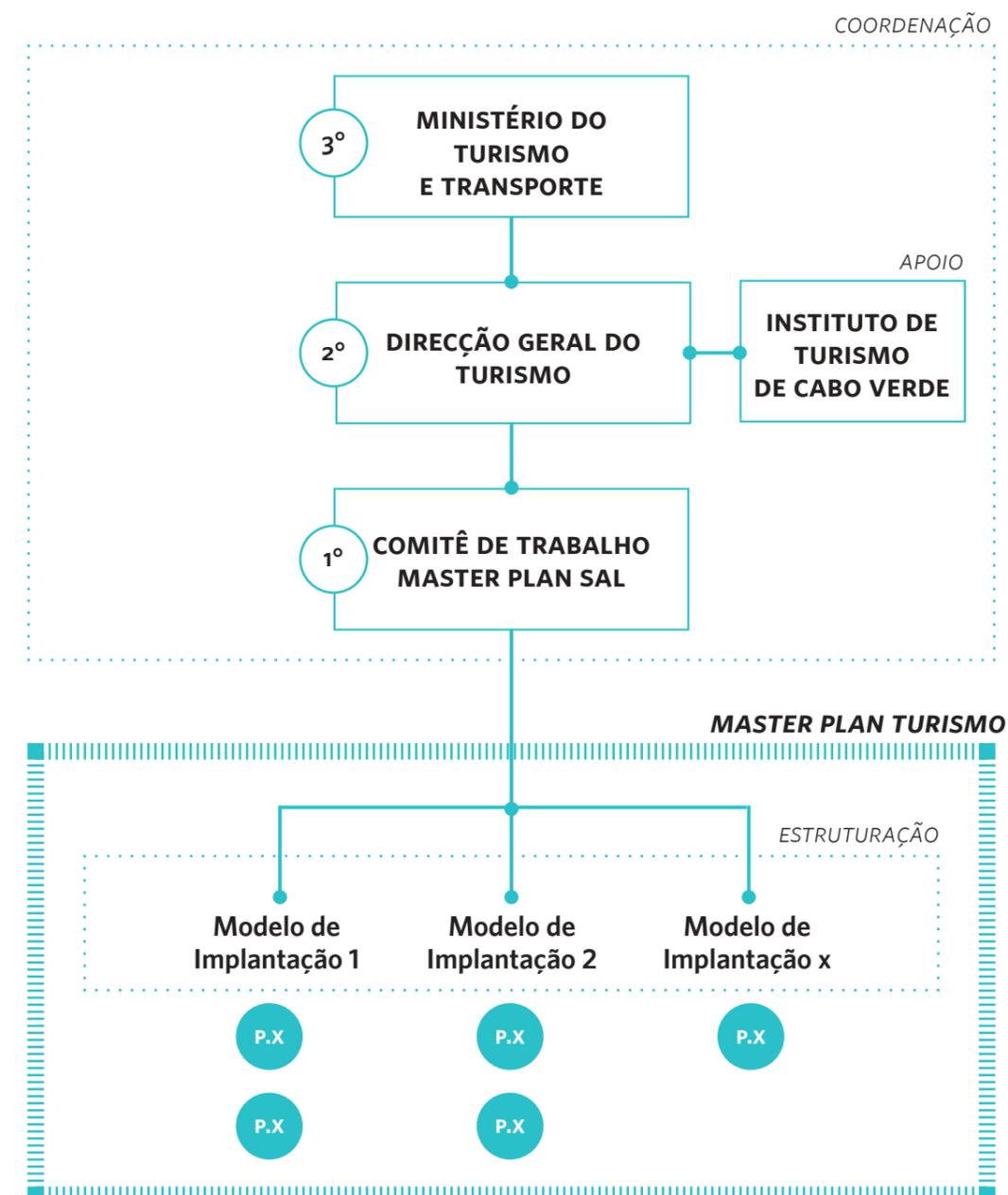
TERCEIRO NÍVEL

O terceiro nível de coordenação deverá estar com o titular da pasta do setor, o Ministério do Turismo e Transportes, que será responsável por avaliar periodicamente a implementação de todo o Master Plan de Turismo, contando com o apoio dos demais ministros envolvidos, conforme a necessidade dos projetos.

Destaca-se a importância, neste sentido, de mobilizar consensos entre os principais atores políticos envolvidos no desenvolvimento da indústria do turismo, especialmente no diz respeito ao fomento de incentivos e políticas fiscais para o setor. Além disso, será fundamental a articulação política de modo que todos se sintam responsáveis pela execução do Master Plan, de forma a se criar um compromisso amplo e generalizado para elevar a qualidade e a competitividade do destino.

O **NÍVEL DE ESTRUTURAÇÃO** do Master Plan de Turismo está relacionado diretamente com a implementação dos projetos, cuja responsabilidade de cada um deles será atribuída a um Ator, de acordo com sua área de atuação e com os recursos necessários para esta finalidade, tema melhor detalhado no próximo item “Modelo de Implantação”.

Coordenação e execução do Master Plan





5.2. MODELO DE IMPLANTAÇÃO

Os projetos propostos pelo Master Plan de Turismo da Ilha do Sal envolvem intervenções de diversas escalas, tanto de melhoria de acessos e infraestruturas básicas, onde a intervenção do Estado é fundamental, quanto de fomento a setores estratégicos – formação profissional, proteção ambiental, área social – de forma a garantir o desenvolvimento do turismo em moldes sustentáveis, como de implantação de infraestrutura turística, ligadas a atividades de lazer, hotéis e restaurantes, investimentos que podem ser por meio da iniciativa privada, por exemplo.

Com intuito de auxiliar a real implementação do Master Plan de Turismo, esse item do documento organizou os Modelos de Implantação que podem ser seguidos para materialização dos projetos, que requer indicações de como estruturar e arrecadar os recursos financeiros, institucionais e humanos necessários para cada um deles. Neste sentido, foram identificados os atores que podem se envolver com a implementação dos projetos, tratados da seguinte maneira:

Atores responsáveis pela estruturação do projeto: são encarregados de fomentar a implementação dos projetos, articulando os atores envolvidos e, quando necessário, elaborando os planos de negócio / ação preliminar para atrair o interesse de outros. Os responsáveis pelos projetos deverão estar em estreita colaboração com a Direção Geral do Turismo, repassando, sempre que for solicitado, o status de cada projeto. Além disso se responsabilizará por garantir a interação entre as partes relacionadas na implementação do projeto.

Atores responsáveis pela implantação do projeto, de acordo com o modelo sugerido: são propostos modelos de implantação com atribuições ao Estado, Setor Privado, Parceria Público Privada e Terceiro Setor.

Atores responsáveis pela gestão: são os atores que poderão atuar na fase operacional do território ou espaço criado por meio do projeto, depois que as intervenções previstas forem de fato implementadas. Eles também podem ser os parceiros que atuarão na implantação dos projetos, por meio da criação de parcerias público privadas. Estes, quando necessário, deverão elaborar o plano de implantação detalhado (incluindo responsabilidades específicas, orçamentos, detalhamento das atividades, cronogramas de execução e outros) do projeto, estando em constante colaboração com os “atores responsáveis pela estruturação do projeto”.

Atores de apoio: como alguns projetos são multidisciplinares, requerem a intervenção e o apoio de diversos ministérios e instituições. Por conta disso, foram definidos os atores de apoio, que poderão apoiar a implementação dos projetos por conta de suas características e atribuições.

Os Modelos de Implantação foram elaborados com intuito de nortear como o Comitê de Trabalho dos Master Plans de Turismo e a Direção Geral do Turismo podem coordenar, junto com os atores envolvidos, a execução dos projetos.

A seguir são apresentados alguns atores que poderão se envolver na implementação dos projetos, seja como responsável, dar apoio ou até mesmo na gestão. Poderão surgir outros atores conforme a necessidade dos projetos, na fase em que forem aprofundados.

Lista dos possíveis atores envolvidos na implementação dos projetos do Master Plan de Turismo

Direção Geral de Turismo e Transportes (DGTT)	Concepção e avaliação da política de turismo, o planeamento estratégico, a legislação e regulamentação dos setores turísticos e dos transportes aéreos, a coordenação do setor e a cooperação internacional.
Instituto de Turismo de Cabo Verde (IP)	Regulação e a fiscalização do setor turístico, a implantação da política no setor do turismo, o estudo e análise de tendências nacionais e internacionais no setor do turismo, a promoção de infraestruturas de apoio turístico, incluindo postos de informação turística e sinalética, o licenciamento de atividades turísticas, a promoção e supervisão interna e externa de Cabo Verde como destino turístico e o apoio ao investimento no setor do turismo.
Cabo Verde Trade Invest (CVTI)	Responsável por promover uma nova política de atração de investimento estrangeiro direto e privado, uma nova forma relativamente mais agressiva de promoção da imagem de Cabo Verde e uma administração do turismo muito mais eficaz e incisiva.
Ministério da Agricultura e Ambiente	Responsável pela promoção das condições de existência da população através da produção e valorização dos recursos agrícolas, pecuários, florestais, haliêuticos e não agrícolas com assento numa abordagem integrada de desenvolvimento e na gestão sustentável dos recursos naturais.
Direção Geral do Ambiente (DGA)	Responsável por planejar e proteger o uso integrado dos recursos naturais, a política nacional do ambiente, coordenar os sistemas transversais com impacto na sustentabilidade ecológica e proteção da biodiversidade natural, gestão dos resíduos urbanos e a prevenção de riscos e controle integrado da poluição e da educação ambiental.
Direção Geral de Infraestrutura	Departamento governamental encarregado de propor, coordenar e executar as políticas do Governo em matéria de infraestruturas.
Câmara Municipal	Órgão executivo responsável pela administração dos municípios de Cabo Verde. No que toca o Master Plan se refere aos municípios do Sal.
Associação de turismo do Sal (proposta)	Associação sem fins lucrativos dos operadores turísticos do Sal (ainda não existente), cuja missão é a promoção da atividade turística e a defesa dos interesses dos seus associados.
Instituto do Patrimônio Cultural (IPC)	Tem a finalidade de identificar, inventariar, investigar, salvaguardar, defender e divulgar os valores da cultura, o patrimônio móvel e imóvel, material e imaterial do povo de Cabo Verde.
Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde	Entidade organizada da sociedade civil, formada por empresários e agentes do setor turístico, responsável por defender os interesses do setor turístico no país. Observa-se que a Câmara de Turismo tem desempenhado papel atuante para dinamizar negócios e atividades diretamente ligadas com o desenvolvimento do setor turístico em Cabo Verde.
Associação das Agências de Viagens e Turismo de Cabo Verde (AAVT)	A Associação é formada por 22 agências. Visam, dentre outras atribuições, apoiar nos estudos e projectos do sector do turismo, a promoção e o incremento das relações entre as Agências de Viagens e turismo e o fomento da formação profissional.



Lista dos possíveis atores envolvidos na implementação dos projetos do Master Plan de Turismo (continuação)

Conselho Nacional de Turismo (CNT)	Seu objetivo é garantir o desenvolvimento e a coordenação das políticas do setor turístico.
Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design	Instituição nacional responsável pela preservação da herança histórica e cultural de Cabo Verde, tendo um papel fundamental no desenvolvimento e gestão do turismo sustentável.
Instituto do Emprego e da Formação Profissional (IEFP)	Serviço público de emprego nacional, cuja missão é promover a criação e a qualidade do emprego e combater o desemprego, através da execução de políticas ativas de emprego, nomeadamente de formação profissional.
Escola de Hotelaria e Turismo (EHTV)	Qualificação de recursos humanos para a melhoria da qualidade da oferta turística. Vinculada ao Instituto do Emprego e da Formação Profissional (IEFP).
Agência de Aviação Civil (AAC)	Entidade reguladora do setor da aviação civil do país. É responsável pela regulação técnica e económica e supervisão do setor da aviação civil.
ENAPOR - Portos de cabo Verdes	Concessionária geral dos portos, cujo objetivo é administrar, gerir e explorar economicamente os portos de Cabo Verde.
Instituto Marítimo Portuário (IMP)	Desempenho de atividades administrativas de regulação técnica, supervisão e regulamentação do sector marítimo e portuário, e em apoiar o Governo nas suas consultas, elaboração e implementação das políticas governamentais para o sector marítimo portuário.
CV Interilhas	Concessionária para o serviço público de transporte marítimo inter-ilhas de passageiros e carga (20 anos).
Aeroportos e Segurança Aérea - ASA, S.A.	Empresa de Sociedade Anónima cuja missão é gerir os aeroportos e aeródromos de Cabo Verde e a Região de Informação de Voo do Sal, e contribuir para a modernização do sistema de transportes aéreos. Propõe um programa de investimentos para melhorar o sistema aeroportuário e apoiar o setor do turismo, como por exemplo, a iluminação/sinalização nas pistas dos aeroportos da Boa Vista, São Vicente e Fogo.
Pró-Empresa	Tem como objetivo promover a competitividade e o desenvolvimento de micro, pequenas e médias empresas em Cabo Verde, além de promover a inovação e o desenvolvimento da capacidade empreendedora nacional. Presta assistência técnica, elabora e avalia estudos e investigações, desenvolve e executa programas e projetos, realiza treinamentos empresariais e iniciativas de acesso a mercados, além de promover ações para a criação ou melhoria de infraestrutura e serviços de apoio para a atividade empresarial, entre outras atividades.
Setor Privado	Organizações constituídas sem participação do setor público. Podem ser de pequeno, médio e grande porte e estarem associadas, ou não, a Associações Empresarias.
Terceiro Setor	Conjunto de entidades da sociedade civil com fins públicos e não-lucrativos, conservados pela ênfase na participação voluntária em âmbito não-governamental.

Os **MODELOS DE IMPLANTAÇÃO** visam demonstrar onde obter os recursos necessários para suprir as necessidades dos projetos. As fontes de recursos podem ser nacionais ou estrangeiras, públicas ou privadas.

Os modelos de implantação foram organizados da seguinte maneira:

- **Estado:** modelo de implantação que atribui a responsabilidade pelos recursos financeiros ao Estado, podendo ser mobilizados através do Orçamento do Estado, por meio de financiamentos externos para projetos específicos, especialmente os relacionados com acessos e infraestruturas básicas; e com participação de receitas do turismo, canalizadas no Fundo de Sustentabilidade Social para o Turismo.
- **Privado:** implantação com investimentos e gestão a cargo do setor privado, estimulado através das políticas e instrumentos atualmente em vigor que promovem o investimento no setor de turismo, incluindo intervenções como infraestruturas turísticas, transportes, atividades de lazer, entre outras.
- **Parceria Público Privada:** modelo de implantação que fomenta a implementação dos projetos por meio de criação de parcerias público privadas;
- **Terceiro setor:** a implantação dos projetos pode ser executada pelo Terceiro Setor.

A seguir os modelos serão melhor apresentados, com detalhamento dos itens mais relevantes para a execução dos projetos.

Vale ressaltar que um projeto pode ser implementado por mais de um tipo de Modelo de Implantação e que o Master Plan indica quais são eles de maneira sugestiva. Será fundamental, na fase de estruturação dos projetos, a realização de estudos de viabilidade econômico e técnico a fim de se escolher o melhor modelo para cada situação.

O Comitê de Trabalho dos Master Plans de Turismo das ilhas do Norte e a DGTT deverão coordenar junto com o Ministério do Turismo, o Ministério das Finanças e a Câmara Municipal os meios para implementação dos projetos.



5.2.1. ESTADO

O Modelo de Implantação do Estado define que a implementação dos projetos será de responsabilidade dos órgãos governamentais Cabo Verdianos, que podem ser municipais, ou setoriais através da implementação direta dos ministérios, e de governos internacionais. Sendo assim, os recursos financeiros poderão ser mobilizados através:



ORÇAMENTO DO ESTADO

Principal instrumento da política econômica e financeira do país, onde consta o nível de receitas a obter e os limites de despesas autorizados, em cada ano fiscal, para todos os serviços, institutos públicos, fundos autônomos, segurança social e autarquias locais. O Orçamento é aprovado no final do ano anterior por meio de Lei.

Para que os projetos definidos no Master Plan de Turismo esteja previsto no Orçamento do Estado é necessário o desenvolvimento dos Planos de Negócio para saber o valor do investimento com antecedência. Assim, será possível prevê-los no Orçamento do Estado, nos programas e recursos específicos.

Câmara Municipal

A Câmara Municipal da ilha também podem auxiliar na implantação dos projetos, devendo estar previstos nos Planos de Atividades e Orçamento anual do Município. É através deste instrumento que são definidas as prioridades do município, que transforma os projetos em ações e metas que deverão ser seguidas pela administração municipal e aprovadas pelas Câmara e Assembleia Municipal.

O orçamento municipal possui três instrumentos que visam o planeamento das ações do poder público: (i) o Plano Plurianual (PPA) que prevê as despesas com programas, obras e serviços decorrentes, que durem mais de um ano; (ii) a Lei de Diretrizes Orçamentais (LDO) que a partir do PPA, define as metas e prioridades para o ano seguinte e também as regras sobre mudanças nas leis de impostos, finanças e pessoal, além de estabelecer orientações de como elaborar o orçamento anual; (iii) a Lei Orçamental Anual que consiste no orçamento propriamente dito. Contém os programas, projetos e atividades que contemplam as metas e prioridades estabelecidas na Lei de Diretrizes Orçamentais (LDO), juntamente com os recursos necessários para o seu cumprimento. Define as fontes de receita e autoriza as despesas públicas, expressas em valores.

FINANCIAMENTOS EXTERNOS PARA PROJETOS ESPECÍFICOS

O financiamento prevê a captação de recursos externos para projetos específicos e de grande valor agregado, como obras de infraestrutura básica, transporte, entre outros. Compete ao Ministério das Finanças autorizar a preparação de projetos e de programas do setor público que contarão com apoio de natureza financeira de fontes externas.

Os principais organismos internacionais financiadores são os bancos de Exportação/Importação,

Organismos Multilaterais de Crédito, bancos privados, agências governamentais internacionais, e fundações. Dentre eles, destacam-se o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), o Banco Internacional para Reconstrução e Desenvolvimento (BIRD), Fundo Internacional para o Desenvolvimento da Agricultura (FIDA), entre outros, dependendo do tipo e características de projeto a ser executado.

A captação de recursos externos para projetos cofinanciados tem um processo, que apesar de complexo e que demanda muita atenção dos gestores, pode ser dividido em algumas etapas básicas a serem cumpridas, tais como: (i) planeamento prévio para a organização de um projeto bem estruturado; (ii) identificação do organismo ideal para o pleito de financiamento; e (iii) acompanhamento minucioso e eficiente na demonstração dos resultados e contrapartidas alcançadas. Cada instituição tem políticas próprias e diferentes procedimentos e contrapartidas para a viabilização dos projetos.

FUNDO DE SUSTENTABILIDADE SOCIAL DO TURISMO (FUNDO DE TURISMO):

Fundo para financiamento da atividade turística, criado pela Resolução nº 94/2013 de 14 de Agosto, que tem como objetivo o fomento de atividades ligadas ao setor do turismo através do financiamento de ações de promoção, desenvolvimento e manutenção de serviços ligados diretamente ao bem-estar da população residente, dos turistas, bem como na capacitação e qualificação dos recursos humanos para o setor.

Os recursos do Fundo podem ser destinados a:

- Infra-estruturação, que seja necessária à melhoria do produto turístico do país e diversidade territorial;
- Desenvolvimento e fomento de atividades de promoção de Cabo Verde, enquanto destino turístico de alto valor agregado e para o investimento direto estrangeiro;
- Desenvolvimento de atividades que promovam a inclusão do tecido produtivo nacional no mercado turístico, designadamente através de fomento dos Transportes interilhas;
- Financiamento de Programas que conduzam ao desenvolvimento das indústrias culturais e esportivas como elemento diferenciador do produto turístico nacional;
- Capacitação e formação de recursos humanos para o setor do turismo;
- Outras ações que vierem a ser aprovadas pelo Conselho de Administração e submetidas à tutela para a competente homologação;
- 10% das receitas do Fundo são destinadas diretamente ao Fundo da Promoção do Emprego e da Formação.

Foi ressaltado que a sociedade civil também pode ter acesso aos financiamentos do fundo do turismo, em parceria com a Câmara Municipal ou com os Ministérios.

A Resolução nº 123/2019, de 22 de outubro, define as prioridades de investimentos municipais a serem financiadas pelo Fundo de Turismo, tendo como base as Diretivas de Investimentos Turísticas para 2017-2021. A intenção é harmonizar as intervenções do Estado, do município e do setor privado.

Está previsto um investimento de 3.167.248.933 escudos para todas as ilhas. Destes, 37% (1.172.064.500 escudos) são destinados à ilha do Sal, principal destino turístico do país, com projetos que envolvem requalificação de bairros, implantação de ciclovias e requalificação de frente marítima.



5.2.2. PRIVADO

O Modelo de Implantação do Privado sugere que a implementação dos projetos seja através da iniciativa privada, impulsionada através do fomento ao empreendedorismo, de incentivos fiscais e por meio do desenvolvimento de um programa que facilite o acesso a financiamentos de projetos que se enquadrem ao turismo.

Os recursos advindos do privado estão associados sobretudo à empresas. Antes de solicitar recursos para determinada empresa é imprescindível conhecer seu ramo de atuação e a área de responsabilidade social em que atua.

INCENTIVOS FISCAIS A NÍVEL DO SETOR TURÍSTICO

A legislação de Cabo Verde dispõe de um importante quadro de incentivos fiscais ao investimento no setor do turismo. Os incentivos fiscais têm o objetivo de diversificar e estimular investimentos em áreas emergentes em que o operador privado não gravita normalmente, potencializando um desenvolvimento mais equilibrado no setor.

Dentro do setor de turismo, existe o Estatuto de Utilidade Turística, que oferece aos investidores locais e estrangeiros alguns incentivos fiscais e aduaneiros para o investimento (estabelecimento, funcionamento e renovação) em hotéis, restaurantes, operadores turísticos, promoção turística e outros estabelecimentos. O critério para adquirir o estatuto de utilidade turística, através da concessão de uma licença, é que a atividade seja compatível com o plano nacional de turismo, a preservação do meio ambiente e a cultura local, além de contribuir para a promoção do emprego local.

O regime de investimento para o setor hoteleiro inclui, entre outros, a Lei de 2014 sobre estabelecimentos hoteleiros, o Estatuto de Utilidade Turística de 2004, alterada em 2013, e a Lei sobre as Zonas Turísticas Especiais (ZTE). A Lei sobre os estabelecimentos hoteleiros estabelece os requisitos e padrões mínimos, que ficam sujeitos a uma licença anual atribuída pelo Ministério competente.

A lei de investimentos e o Código de Benefícios Fiscais (CBF) dão um “tratamento especial” e “incentivos excepcionais” para certos investimentos de grande porte. Além disso, oferece incentivos fiscais específicos para investimentos em atividades relacionadas com a promoção, desde que estejam de acordo com a Lei de Investimentos. Eles também estão relacionados com o imposto sobre as sociedades (IRPC), Imposto Único sobre o Patrimônio (IUP), Imposto do Selo (IS) e Imposto sobre Direitos Aduaneiros (IDA). Além disso, o investidor tem acesso a outros incentivos fiscais (não exclusivamente no setor de turismo), como por exemplo o regime contratual para projetos de investimento, criação de empregos ou regime de doação.

As leis que aprovam o Orçamento do Estado anual também estabelecem incentivos. Dentre os estabelecidos em 2019, destacam-se aqueles voltados à importação de veículos de transporte para turistas, importação de táxis e à criação de start up jovens.

A seguir é apresentada tabela com os principais incentivos fiscais relacionados com o setor turístico (Galileo, 2019).

Lista dos principais incentivos relacionados com o setor turístico

IR - crédito tributário de investimento	Para as entidades que desejam investir no turismo e na promoção do setor, existe um crédito tributário, correspondente a 50% do valor do investimento, desde que efetuado de acordo com a Lei do investimento.
Investimentos com critérios	São considerados elegíveis para crédito de investimento: a) novos ativos físicos fixos adquiridos para serem utilizados em projetos de investimento no território caboverdiano; b) aquisição de patentes e licenças de tecnologias devidamente certificadas.
Investimentos sem critérios	a) Edifícios e outras construções não diretamente relacionadas com o objetivo principal do investimento do projeto ou destinados à venda; b) Móveis, artigos de conforto e decoração, veículos de passageiros e equipamento administrativo.
Isenções do IUP	Na compra de propriedades, se devidamente autorizada pelo Município competente.
Isenção do Imposto de Selo (IS)	As operações financeiras contratuais para investimento de projetos, realizados nos termos da Lei de Investimentos, estão isentas do Imposto do Selo.
Isenção de direitos aduaneiros	Na importação de materiais e equipamentos relacionados com projetos de investimento, entre outros: 1. Móveis, equipamentos e utensílios utilizados para a instalação, ampliação e remodelação de projetos com estatuto de utilidade turística. 2. Materiais e equipamentos utilizados diretamente na construção, ampliação ou remodelação de projetos turísticos que não se destinam à venda, 3. Transporte de veículos destinados exclusivamente ao transporte de turistas e bagagem, iates e outros equipamentos para atividades desportivas e animação cultural. 4. Veículos e equipamentos importados não podem ter mais de 5 anos de uso.
Outros benefícios - criação de emprego	Para cada posto de trabalho criado, os contribuintes deverão deduzir dos seus impostos, os seguintes montantes: 1. CVE 26,000/EUR 236 por cada posto de trabalho criado nos Municípios da Boa Vista, Praia e Sal; 2. CVE 30,000/EUR 272 por cada posto de trabalho criado noutros Municípios; 3. CVE 35,000/EUR 317 por cada posto de trabalho criado para as pessoas com deficiência.
Práticas	Pode ser feita uma dedução adicional de 50% dos custos suportados com estágios e bolsas de estudo.
Benefícios tributários contratuais (contratos de investimento)	Investimentos que (i) excedam os 10 milhões de escudos (90 milhões de euros), (ii) que criem pelo menos 100 empregos diretos no período de três anos e (iii) que sejam considerados relevantes para o desenvolvimento da economia nacional na linha do Programa do Governo. Quando os investimentos são feitos fora das cidades de Praia, Sal e Boa Vista, os requisitos para a criação de emprego e o montante de investimento e criação de empregos são reduzidos para 50. "
Doações	Dedução adicional de 30% dos custos suportados com doações ao Estado ou às autoridades locais, entidades de direito público, bem como às entidades cuja atividade principal consista na execução de iniciativas no desenvolvimento social e cultural e áreas científicas ou tecnológicas.
Incentivos para a internacionalização	Os investidores nacionais que pretendam internacionalizar o seu projeto de investimento empresarial podem optar por solicitar certos incentivos fiscais mediante um contrato com o Governo de Cabo Verde
Centro Internacional de Negócios de Cabo Verde	Redução da taxa de imposto aplicável no Centro Industrial Internacional, atingindo entre 2,5% e 5% de redução, além de outros incentivos fiscais relacionados com o Imposto de Selo, IVA, IUP e impostos alfandegários.

* IR - Imposto sobre os rendimentos; IUP - Imposto único sobre o Patrimônio; IVA - Imposto sobre o valor acrescentado.

** Fonte - Relatório do Sector Turístico em Cabo Verde.

Fonte: Análise preliminar, cenários possíveis de um futuro - Plano de Desenvolvimento Turístico da ilha do Maio, Galileo. (Galileo, 2019)



5.2.3. PARCERIA PÚBLICO PRIVADA

O presente Modelo de Implantação sugere a criação de Parcerias Público Privadas, que podem estar relacionadas tanto a implementação de projetos que requerem grandes investimentos, quanto projetos que envolvem o desenvolvimento de atividades de uso público e turismo em áreas protegidas e espaços públicos das ilhas.

De acordo com a Cabo Verde Trade Invest, o Governo de Cabo Verde encontra-se disponível para negociar Parcerias Público Privada nas áreas de gestão de aeroportos, portos, transportes marítimos e infraestruturas públicas (energias, saúde, educação, agricultura).

Através da resolução 87/17 de 3 de agosto de 2017, o Governo estabeleceu a lista de empresas e participações do estado passíveis de serem privatizadas, reestruturadas, concessionadas ou exploradas em regime de PPP. Dentre as empresas da lista, algumas já foram privatizadas e destacam-se, a ASA – Aeroportos e Segurança Aérea, a CV Interilhas, S.A, a ENAPOR – Empresa Nacional de Administração dos Portos, S.A. e a TACV – Transportes Aéreos de Cabo Verde, S.A. ligadas ao setor do transporte. Desse modo, o Governo de Cabo Verde pretende atrair o investimento privado, aumentar a produtividade e os níveis de eficiência das empresas, reduzindo ao máximo os níveis do risco fiscal, na prestação de serviços públicos e promoção de projetos de infraestruturas.

As Parcerias Público-Privadas (PPP) em Cabo Verde são definidas como regimes jurídicos que recaem sobre alguns dos modelos de contratos públicos existentes no ordenamento jurídico do país. Sendo assim, o regime pode ser aplicado para contribuir para a satisfação de um interesse ou serviço público que contemple os seguintes elementos: os capitais necessários à implantação do projeto são provenientes do parceiro privado, que recebe do parceiro público, em troca dos investimentos (construção), e da prestação dos serviços e manutenção dos ativos construídos (operação), pagamentos periódicos durante o prazo de vigência do contrato; há transparência dos riscos do parceiro público para o parceiro privado; e que envolvam atividades de difícil execução via modelos tradicionais de contratação pública, em função do elevado grau de especialização e complexidade técnica (Cabo Verde Trade Invest, 2016).

Os tipos de contrato em que é possível aplicação do regime de PPP em Cabo Verde são os seguintes (Cabo Verde Trade Invest, 2016):

- Concessão de exploração dos institutos públicos, empresas públicas, meios de produção e outros meios públicos (Decreto-Lei nº 34/2005, de 30 de Maio);
- Concessão de **obras públicas ou de exploração de bens públicos** (Decreto-Lei nº 35/2005, de 30 de Maio);
- Subconcessão;
- **Aquisição de serviços** desde que haja uma etapa necessária e prévia de investimento de responsabilidade de parceiro privado; e
- Outros contratos públicos que venham a integrar o ordenamento jurídico e que sejam compatíveis com o regime das PPPs.

Sendo assim, nota-se uma abertura para modelos em regime de PPPs no país, que além de grandes projetos, também poderiam ser utilizados para o desenvolvimento das áreas protegidas do país, como o Parque Natural do Fogo, ou espaços públicos relevantes, envolvendo a implantação de infraestruturas e de atividades voltadas ao turismo (lazer, recreação, interpretação, aventura, alimentação, comércio, transporte, hospedagem, entre outros). Este tipo de iniciativa tem sido utilizado em diversos países, que buscam os recursos do capital privado para a implantação e administração de serviços de qualidade nos espaços públicos para atender a população e os turistas.

RECEBIMENTO DE IDEIA DA INICIATIVA PRIVADA – MANIFESTAÇÃO DE INTERESSE DA INICIATIVA PRIVADA (MIP)

A legislação de Cabo Verde prevê o instrumento da Manifestação de Interesse da Iniciativa Privada (MIP), que, em linhas gerais, possibilita que empresas submetam ideias de PPPs para o Ministério Público em janelas que podem ser periodicamente abertas com essa finalidade.

Dessa maneira, o Poder Público consegue ter um entendimento sobre quais são os projetos de interesse público. Segundo Cabo Verde Trade Invest (2016), este mecanismo “oxigena” a decisão do Estado sobre os projetos que deve priorizar, pois não existem PPPs sem que hajam empresas que assumam os riscos associados a projetos de interesse público.

INSTRUMENTOS DE PARCERIAS PÚBLICO PRIVADAS PARA A IMPLANTAÇÃO E GESTÃO DE ESPAÇOS PÚBLICOS – ALTERNATIVAS DE ESTRUTURAÇÃO JURÍDICA NO CASO DO BRASIL

O Brasil vem experimentando novos modelos de parcerias nas áreas protegidas e nos espaços públicos. Estes envolvem a terceirização de serviços, atraindo parceiros da iniciativa privada que, além de possuírem a capacidade operacional e técnica, têm condições e experiência para oferecer serviços de qualidade. Nesse contexto, o setor público assume um papel primordial de regulador, responsável pela fiscalização e monitoramento das entregas de bens e serviços públicos para os usuários do espaço.

Terceirização é definida como a prática de repassar a terceiros a execução de atividades e serviços não essenciais ou “atividades meio” de uma empresa ou entidade, entendendo que “atividade meio” é aquela que não representa o objetivo primordial da mesma, configurando-se como um serviço ou atividade necessária, mas não essencial. Com relação ao setor público, o conceito surgiu para facilitar a execução de atividades que não são de responsabilidade direta do Estado.

Embora a aplicação destes instrumentos levante polêmica em boa parte da população, por entender erradamente que o espaço público, bem como áreas ambientalmente protegidas, está sendo privatizado observa-se que no mundo inteiro este tipo de contrato tem se mostrado uma importante saída para arrecadação de recursos e conservação da natureza, principalmente nos casos de parques nacionais. É o caso de países como Estados Unidos, Nova Zelândia, Austrália, Quênia, Tanzânia, Botswana, Zâmbia, Austrália, Chile e África do Sul, por exemplo. Algumas unidades de conservação no Brasil já trabalham com o sistema de concessões e outros tipos de terceirização, como acontecem com os Parques Nacionais do Iguazu, Tijuca, Itatiaia, Fernando de Noronha, por exemplo, além de algumas áreas estaduais. Existem também modelos sendo aplicados em parques e praças urbanas de grande relevância turística, como o Parque Ibirapuera em São Paulo (contrato de concessão de uso do bem público) e quiosques de serviços nas orlas de praias e avenidas (contrato de permissão de uso de bem público).

A ideia é trazer a eficiência de operadores, empresariais ou não empresariais, para a realização de atividades específicas nos espaços públicos, e assim, maximizar a manutenção e preservação desses locais por meio de contrapartidas.

A título exemplificativo e referencial, são apresentados alguns instrumentos jurídicos envolvendo parcerias público privadas no Brasil. No caso de Cabo Verde, é necessário analisar com atenção a legislação existente, observando o que se enquadraria na implementação dos projetos do Master Plan de Turismo da ilha de São Nicolau. A aplicação do melhor modelo depende das características das atividades a serem implementadas, além da realização de estudos de viabilidade econômico e técnico.



Principais instrumentos jurídicos de parceria público privada existentes no Brasil (benchmarking)

Permissão de Uso de Bem Público	Instrumento jurídico unilateral, que viabiliza a transferência, usualmente outorgada com exclusividade, do uso de bem público por interessado na sua exploração econômica de utilidade coletiva, revestido, portanto, de justificado interesse público. É utilizado nas hipóteses em que a concessão de uso não seja conveniente em razão de sua estabilidade. O serviço permitido é realizado em nome do permissionário, por sua conta e risco, mas sempre de acordo com as condições e requisitos preestabelecidos pelo poder público, que o controla em toda a execução. O pagamento pelo serviço é através do usuário, que paga diretamente ao permissionário.
Concessão de Uso de Bem Público	Contrato administrativo celebrado entre poder público e particular, usualmente precedido de licitação, por meio do qual a Administração transfere o uso de um bem seu a interessado em sua exploração econômica, a título oneroso.
Concessão Comum (de serviços públicos/de interesse público)	Contrato por meio do qual se delega a uma pessoa jurídica de direito privado, ou, então, a um consórcio de empresas, a execução remunerada de serviços públicos, para que o eventual concessionário os explore por sua conta e risco, por prazo e sob condições contratualmente determinadas.
Parceria Público-Privada (Concessão Patrocinada)	Contratos de Concessão, que objetivam a mútua colaboração entre a Administração Pública e entes privados, com a transferência da prestação de serviços públicos. Contratação que depende de subsídio financeiro, por parte da Administração Pública, em relação a parte do serviço a ser prestado e/ou da obra pública a ser executada, cabendo ao particular arcar com o restante dos custos, mediante a cobrança de tarifa dos usuários dos serviços/obras
Parceria Público-Privada (Concessão Administrativa)	Modalidade de PPP em que a Administração Pública é a usuária direta ou indireta do serviço delegado, ainda que o contrato envolva a execução de obra ou o fornecimento e a instalação de bens. É o que ocorre, por exemplo, em contratos que tenham por objeto a construção/manutenção/gestão de hospitais e de presídios, já que, nestes casos, o usuário (Administração Pública) arca integralmente com a remuneração do Concessionário.
Parcerias com terceiro setor	Também é possível que a gestão de espaços e parques públicos urbanos seja realizada por entidades do terceiro setor, isto é, fundações privadas e associações civis sem fins lucrativos, com ou sem transferência de recursos públicos, para a execução de atividades de interesse das partes. Além das possibilidades de geração de receita por parte das atividades desenvolvidas no território, que deverão ser revertidas para o espaço público, entidades do terceiro setor podem angariar recursos por meio de doações da iniciativa privada.
Adoção	Trata de um acordo para custeio da implementação, operação e/ou manutenção de um equipamento ou espaço público por uma entidade privada de forma gratuita, sem contrapartida institucional. Ou seja, uma pessoa jurídica pode se comprometer a doar os recursos e se responsabilizar pela instalação e pela manutenção de determinados equipamentos públicos no espaço urbano, tais como canteiros paisagísticos e mobiliário urbano.

5.2.4. TERCEIRO SETOR

O Modelo de Implantação vinculado ao Terceiro Setor sugere que a implementação de alguns projetos propostos no Master Plan de Turismo pode ser executada por meio de fundações, institutos, associações e organizações não-governamentais de caráter privado com objetivos sociais e públicos.

Dentre as instituições, destacam-se:

- **Associações religiosas:** nacionais ou estrangeiras, têm desempenhado papel importante na trajetória de fortalecimento dos movimentos sociais, e na formação e consolidação de muitas organizações da sociedade civil dirigidas para a transformação social. Algumas associações religiosas têm seus próprios projetos; outras realizam doações ou financiam projetos na área de direitos humanos, desenvolvimento social, violência, geração de renda e meio ambiente..
- **Fundações:** são instituições de origem empresarial, ou de outras entidades privadas, criadas com a finalidade de executar ou financiar projetos sociais, ambientais e culturais voltados para o desenvolvimento e o bem-estar social. Podem ser nacionais ou estrangeiras e quando financiam projetos geralmente possuem linhas de financiamento bem definidas e modelos específicos de elaboração de projetos. Inúmeras fundações têm páginas na internet. Recomenda-se consultar essas páginas e verificar informações mais detalhadas, como: missão da entidade, área de atuação, linhas de financiamento, projetos apoiados e desenvolvidos, entidades parceiras, e outras.
- **Organizações não Governamentais:** são organizações sem fins lucrativos, que exercem atividades que auxiliam os governos, desempenhando um papel social importante ao oferecer projetos e serviços culturais, educativos, de saúde, qualidade de vida, capacitação e contribuição à sociedade. Por vezes acabam desempenhando obrigações e papéis que caberiam ao Estado.

Já existem diversas instituições do Terceiro Setor atuando em Cabo Verde que, em todos os concelhos e ilhas, vêm participando, de forma significativa, para o desenvolvimento do país,

A seguir é apresentada uma tabela com a indicação do Modelo de Implantação proposto para cada projeto do Master Plan de Turismo da Ilha de São Nicolau.

Destaca-se que um projeto pode ser implementado por meio de vários modelos. A escolha do melhor dependerá dos estudos de viabilidade de cada projeto e da decisão da Direção Geral do Turismo.



Modelos de Implantação dos Projeto 1/3

COD	PROJETO	MODELO DE IMPLANTAÇÃO E FINANCIAMENTO					RESPONSÁVEL PELA ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO	RESPONSÁVEL PELA GESTÃO	ATORES DE APOIO	
		Estado			Privado	PPP				Terceiro Setor
		Orçamento	Fin. Externo	Fundo de Turismo						
Governança										
P.G1	Instituição e Fortalecimento da Governança Local	X	X	X			Ministério do Turismo e Transportes, Câmara Municipal	Setor Público, Setor Privado e Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes, Associações, Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo, Organismos de Financiamento Multilaterais	
P.G2	Monitoramento da sustentabilidade e da competitividade do turismo no destino turístico	X	X	X			Ministério do Turismo e Transportes, Câmara Municipal	Ministério do Turismo e Transportes, Câmara Municipal, Instâncias de Governança do país e locais, Institutos de pesquisa e ensino	Ministério do Turismo e Transportes, Câmara Municipal, Instâncias de Governança do país e locais e Institutos de pesquisa e ensino	
Promoção do Turismo										
P.P1	Confecção de material promocional - impresso e digital	X		X	X		Ministério do Turismo e Transportes, Instituto Nacional de Turismo, Setor Privado, Associações de Turismo	Setor Público, Setor Privado, Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes, Instituto Nacional de Turismo, Setor Privado, Empresários Associações de Turismo	
P.P2	Implantação e gestão de redes sociais	X		X	X		Ministério do Turismo e Transportes, Instituto Nacional de Turismo, Setor Privado, Associações de Turismo	Setor Público, Setor Privado, Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes, Instituto Nacional de Turismo, Setor Privado, Empresários Associações de Turismo	
P.P3	Realização de famtours, press trips	X		X	X		Ministério do Turismo e Transportes, Instituto Nacional de Turismo, Setor Privado, Associações de Turismo	Setor Público, Setor Privado, Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes, Instituto Nacional de Turismo, Setor Privado, Empresários Associações de Turismo	
P.P4	Realização de road shows em destinos prioritários	X		X	X		Ministério do Turismo e Transportes, Instituto Nacional de Turismo, Setor Privado, Associações de Turismo	Setor Público, Setor Privado, Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes, Instituto Nacional de Turismo, Setor Privado, Empresários Associações de Turismo	
Capacitação										
P.C1	Capacitação em Planejamento e Gestão do Turismo Sustentável e Competitivo	X	X	X	X		Ministério do Turismo e Transportes, Câmara Municipal	Setor Público, Setor Privado, Terceiro Setor	Empresários, Associações, Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo, Organismos de Financiamento Multilaterais	
P.C2	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Experiências Gastronômicas	X	X	X	X		Ministério do Turismo e Transportes, Câmara Municipal	Setor Público, Setor Privado, Terceiro Setor	Empresários, Associações, Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo, Organismos de Financiamento Multilaterais	
P.C3	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo de Pesca	X	X	X	X		Ministério do Turismo e Transportes, Câmara Municipal	Setor Público, Setor Privado, Terceiro Setor	Empresários, Associações, Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo, Organismos de Financiamento Multilaterais	



Modelos de Implantação dos Projeto 2/3

COD	PROJETO	MODELO DE IMPLANTAÇÃO E FINANCIAMENTO					RESPONSÁVEL PELA ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO	RESPONSÁVEL PELA GESTÃO	ATORES DE APOIO	
		Estado			Privado	PPP				Terceiro Setor
		Orçamento	Fin. Externo	Fundo de Turismo						
P.C4	Programa de Educação para o Turismo: identidade, valorização patrimonial e hospitalidade	X	X	X	X			Ministério do Turismo e Transportes, Câmara Municipal	Setor Público, Setor Privado, Terceiro Setor	Empresários, Associações, Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo, Organismos de Financiamento Multilaterais
P.C5	Fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais ligado ao turismo	X	X	X	X			Ministério do Turismo e Transportes, Câmara Municipal	Setor Público, Setor Privado, Terceiro Setor	Empresários, Associações, Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo, Organismos de Financiamento Multilaterais
Cultura & Identidade										
P.C11	Fortalecimento da cultura e identidade local	X		X				Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal		Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Património Cultural, Terceiro Setor, Associação de Turismo, Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design
P.C12	Programa de fortalecimento do artesanato local	X		X				Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal		Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Património Cultural, Terceiro Setor, Associação de Turismo, Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design
Conservação Ambiental										
P.A1	Estruturação do ecoturismo e conservação das Áreas Protegidas do Sudoeste da Ilha	X		X		X	X	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Direcção Geral do Ambiente	Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado e Terceiro Setor	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Câmara Municipal
P.A2	Estruturação da Experiência da tartaruga	X	X	X		X	X	Direcção Geral do Ambiente e Terceiro Setor	Direcção Geral do Ambiente e Terceiro Setor	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Câmara Municipal
P.A3	Estruturação da Baía do Parda	X	X	X		X	X	Direcção Geral do Ambiente e Terceiro Setor	Direcção Geral do Ambiente e Terceiro Setor	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Câmara Municipal
P.A4	Programa de responsabilidade socioambiental	X	X	X	X		X	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Direcção Geral do Ambiente	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Direcção Geral do Ambiente	Ministério da Agricultura e Ambiente, Câmara Municipal, Setor Privado, Terceiro Setor
Infraestrutura Turística										
P.I1	Estruturação e fortalecimento do núcleo urbano de Santa Maria	X		X		X	X	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Setor Privado, Terceiro Setor, IP, Associação do turismo, Instituto do Património Cultural



Modelos de Implantação dos Projeto 3/3

COD	PROJETO	MODELO DE IMPLANTAÇÃO E FINANCIAMENTO					
		Estado			Privado	PPP	Terceiro Setor
		Orçamento	Fin. Externo	Fundo de Turismo			
P.12	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Pedra Lume	X		X	X	X	
P.13	Estruturação do núcleo de visitação das Salinas de Santa Maria	X	X	X	X	X	
P.14	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Regona	X	X	X	X	X	X
P.15	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Palmeira	X	X	X		X	
P.16	Projeto de sinalização direcional e interpretativa	X		X	X	X	
P.17	Estruturação de rede cicloviária	X		X	X	X	
P.18	Centros Interpretativos e de acolhimento do visitante e espaços de promoção do turismo	X	X	X	X	X	

RESPONSÁVEL PELA ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO	RESPONSÁVEL PELA GESTÃO	ATORES DE APOIO
Direcção Geral de Turismo e Transportes	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Setor Privado	Direção do Meio Ambiente, Terceiro Setor, IP, Associação do turismo, Instituto do Patrimônio Cultural
Direcção Geral de Turismo e Transportes	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Setor Privado	Câmara Municipal, Direcção do Meio Ambiente, Terceiro Setor, IP, Associação do turismo, Instituto do Patrimônio Cultural
Direcção Geral de Turismo e Transportes	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Câmara Municipal, Direcção do Meio Ambiente, Terceiro Setor, IP, Associação do turismo, Setor Privado
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura, IP, Associação do turismo, Setor Privado
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Terceiro Setor
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Direcção Geral de Infraestrutura, Direcção Geral do Ambiente, Terceiro Setor
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmara Municipal	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Câmara Municipal e Setor Privado	Instituto de Turismo de Cabo Verde, IP, Associação do turismo, Câmara de Turismo



5.3. PRIORIZAÇÃO DOS PROJETOS

Os projetos apresentados no Master Plan de Turismo foram classificados de acordo com seu grau de prioridade com intuito de auxiliar a Direção Geral de Turismo e Transportes na tomada de decisão quanto a implantação dos projetos a curto (0 a 3 anos), médio (3 a 5 anos) e longo (6 a 10 anos) prazos. Para tanto foi utilizada uma matriz de priorização com base nos seguintes critérios:

- **Melhoria da conservação e proteção do meio ambiente e do patrimônio histórico e cultural:** Avalia o quanto o projeto contribui para a conservação e proteção do meio ambiente e do patrimônio histórico-cultural, bem como para a valorização destes ativos pelos turistas e pela comunidade receptora.
- **Benefícios sociais:** Avalia a contribuição do projeto na melhoria da qualidade de vida da população local - saúde, lazer, educação, emprego, segurança, transporte, acesso ao saneamento ambiental básico, entre outros serviços básicos.
- **Impactos econômicos:** Avalia o impacto do projeto sobre o desenvolvimento econômico local como o empreendedorismo, o fortalecimento de negócios, a contribuição para geração de receitas e manutenção de custos de modo sustentável, o fortalecimento de cadeias produtivas, entre outros.
- **Melhoria da competitividade do destino turístico:** Avalia a melhoria que o projeto trará para o desenvolvimento da competitividade da ilha em termos de qualidade, inovação e singularidade nos serviços prestados e experiências fornecidas aos turistas.
- **Nível de urgência do projeto:** Avalia o quanto a execução do projeto deve ser rápida, tendo em vista os impactos negativos que podem ser gerados.
- **Facilidade de execução: viabilidade técnica e financeira:** Avalia a facilidade de implantação do projetos. Considera os elementos que podem favorecer ou prejudicar tecnicamente e financeiramente sua execução. Assim, são avaliados a necessidade de recursos, a disponibilidade de financiamentos/parcerias, fatores de risco como questões fundiárias e legais, nível de dependência de terceiros e de outro projetos, entre outros.

Os projetos foram avaliados segundo estes critérios, recebendo, para cada um deles, uma pontuação 1 (baixa), 2 (média) e 3 (alta), conforme especificado na tabela a seguir. Todos os critérios possuem um mesmo peso. Após a avaliação dos critérios, as pontuações são somadas, gerando uma pontuação global para cada projeto. Esta indica a prioridade do projeto, que pode ser baixa, média ou alta conforme a pontuação que recebeu.

A prioridade do projeto faz a indicação de quando o projeto deverá ser executado, considerando os cenários de curto, médio e longo prazos. Destaca-se, no entanto, que o grau de prioridade pode sofrer alteração conforme as necessidades e oportunidades que surgirem na ilha. Por exemplo, um projeto que recebe grau de prioridade médio está previsto para ser implantado a médio prazo, mas caso seja viável sua execução com antecedência, deve-se fazê-lo. O importante é cumprir com o planejado no Master Plan, implementando todos os projetos previstos de modo a fortalecer a ilha como destino turístico.



Matriz de priorização

CRITÉRIO DE ANÁLISE	PONTUAÇÃO		
	1 BAIXA	2 MÉDIA	3 ALTA
Melhoria da conservação e proteção do meio ambiente e do patrimônio histórico e cultural	O projeto gera melhorias pontuais e/ou de baixo impacto na conservação, proteção e valorização do meio ambiente / patrimônio histórico e cultural	O projeto gera melhorias de média escala e/ou de médio impacto na conservação, proteção e valorização do meio ambiente / patrimônio histórico e cultural	O projeto gera melhorias de grande escala e/ou de grande impacto na conservação, proteção e valorização do meio ambiente / patrimônio histórico e cultural
Benefícios sociais	O projeto contribui de modo pontual e/ou possui impacto social positivo de baixa escala	O projeto contribuiu para melhorias de média escala na qualidade de vida da população local.	O projeto gera impactos sociais positivos de alta escala, contribuindo de modo significativo para a melhoria da qualidade de vida da comunidade receptora.
Impactos econômicos	O projeto estimula pouco o desenvolvimento econômico local	O projeto contribui para a geração de impactos positivos de média escala no desenvolvimento econômico local	O projeto gera impactos positivos de alta escala no desenvolvimento econômico local
Melhoria da competitividade do destino turístico	O projeto contribui de modo pontual e/ou em baixa escala para a competitividade do destino turístico	O projeto contribui em média escala para a melhoria da competitividade do destino turístico no mercado turístico	O projeto contribui de modo altamente significativo para competitividade do destino turístico, melhorando seu posicionamento no mercado
Nível de urgência do projeto	A implantação do projeto pode esperar, não causando prejuízos significativos em um longo período de tempo	O projeto deve ser implantado no médio prazo, sob o risco de sua não execução trazer prejuízos significativos	O projeto deve ser implementado o quanto antes, sob o risco de sua não execução trazer prejuízos significativos
Facilidade de execução: viabilidade técnica e financeira	O projeto possui baixa viabilidade técnica e financeira	O projeto possui média viabilidade técnica e financeira	O projeto possui alta viabilidade técnica e financeira

A seguir é apresentada a tabela com a priorização dos projetos conforme a metodologia apresentada.



Priorização dos projetos 1/2

COD	PROJETO	PRIORIZAÇÃO	PONTUAÇÃO TOTAL	MELHORIA DA CONSERVAÇÃO E PROTEÇÃO DO MEIO AMBIENTE E DO PATRIMÔNIO	BENEFÍCIOS SOCIAIS	IMPACTOS ECONÔMICOS	MELHORIA DA COMPETITIVIDADE DO DESTINO TURÍSTICO	NÍVEL DE URGÊNCIA DO PROJETO	FACILIDADE DE EXECUÇÃO: VIABILIDADE TÉCNICA E FINANCEIRA
Governança									
P.G1	Instituição e Fortalecimento da Governança Local	Alta	15	2	2	2	3	3	3
P.G2	Monitoramento da sustentabilidade e da competitividade do turismo no destino turístico	Alta	15	2	2	2	3	3	3
Promoção do Turismo									
P.P1	Confecção de material promocional - impresso e digital	Médio	11	1	1	1	3	2	3
P.P2	Implantação e gestão de redes sociais	Médio	13	1	1	2	3	3	3
P.P3	Realização de famtours, press trips	Médio	11	1	1	2	3	2	2
P.P4	Realização de road shows em destinos prioritários	Médio	11	1	1	2	3	2	2
Capacitação									
P.C1	Capacitação em Planejamento e Gestão do Turismo Sustentável e Competitivo	Alta	17	3	2	3	3	3	3
P.C2	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Experiências Gastronômicas	Alta	17	3	2	3	3	3	3
P.C3	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo de Pesca	Alta	17	3	2	3	3	3	3
P.C4	Programa de Educação para o Turismo: identidade, valorização patrimonial e hospitalidade	Alta	18	3	3	3	3	3	3
P.C5	Fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais ligado ao turismo	Alta	18	3	3	3	3	3	3
Cultura & Identidade									
P.C11	Fortalecimento da cultura e identidade local	Alta	15	3	3	2	3	2	2



Priorização dos projetos 2/2

COD	PROJETO	PRIORIZAÇÃO	PONTUAÇÃO TOTAL	MELHORIA DA CONSERVAÇÃO E PROTEÇÃO DO MEIO AMBIENTE E DO PATRIMÔNIO	BENEFÍCIOS SOCIAIS	IMPACTOS ECONÔMICOS	MELHORIA DA COMPETITIVIDADE DO DESTINO TURÍSTICO	NÍVEL DE URGÊNCIA DO PROJETO	FACILIDADE DE EXECUÇÃO: VIABILIDADE TÉCNICA E FINANCEIRA
P.C12	Programa de fortalecimento do artesanato local	Médio	13	2	3	2	2	2	2
Conservação Ambiental									
P.A1	Estruturação do ecoturismo e conservação das Áreas Protegidas do Sudoeste da Ilha	Alta	13	3	1	2	3	3	1
P.A2	Estruturação da Experiência da tartaruga	Alta	14	3	1	2	3	3	2
P.A3	Estruturação da Baía do Parda	Alta	14	3	1	2	3	3	2
P.A4	Programa de responsabilidade socioambiental	Alta	16	3	2	2	3	3	3
Infraestrutura Turística									
P.I1	Estruturação e fortalecimento do núcleo urbano de Santa Maria	Alta	14	2	2	3	3	2	2
P.I2	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Pedra Lume	Alta	15	3	2	3	3	2	2
P.I3	Estruturação do núcleo de visitação das Salinas de Santa Maria	Alta	16	3	2	2	3	3	3
P.I4	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Regona	Alta	15	3	2	2	3	2	3
P.I5	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Palmeira	Alta	15	2	3	3	3	2	2
P.I6	Projeto de sinalização direcional e interpretativa	Alta	15	3	2	1	3	3	3
P.I7	Estruturação de rede cicloviária	Alta	15	1	3	3	2	3	3
P.I8	Centros Interpretativos e de acolhimento do visitante e espaços de promoção do turismo	Médio	13	1	2	2	3	3	2