

DESENVOLVIMENTO DO MASTERPLAN DE TURISMO (2020-2030)

ILHA DE SÃO VICENTE, CABO VERDE

Master Plan Draft



Ministério do
Turismo e Transportes



Ministério
das Finanças

natureza urbana

NIPPON KOEI LAC



DESENVOLVIMENTO DO MASTER PLAN DE TURISMO (2020-2030) PARA AS ILHAS DE SANTO ANTÃO, SÃO VICENTE E SÃO NICOLAU, CABO VERDE

MINISTÉRIO DAS FINANÇAS

UNIDADE DE GESTÃO DE PROJECTOS ESPECIAIS

NOME DO PROJETO: COMPETITIVIDADE PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO

Crédito Nº: IDA-58010-CV

DESENVOLVIDO POR:

Natureza Urbana Planeamento Integrado Ltda - www.naturezaurbana.net

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

EQUIPE TÉCNICA:

Pedro Paes Lira - Coordenador e especialista em planeamento do turismo

Luciana Sagi - Especialista em planeamento e marketing de turismo

Ana Camila Sanches - Especialista no conceito do produto e infraestrutura

Laís Pimentel - Especialista em desenvolvimento de masterplan

Gleicielly Prado - Especialista ambiental e social

EQUIPE APOIO:

Manoela Muniz - Arquiteta Urbanista

Julia Ximenes - Arquiteta Urbanista

Tiago Martinelli - Arquiteto Urbanista

Laura Figueiredo - Arquiteta Urbanista

Julia Marini - Arquiteta Urbanista

Carolina Passos - Arquiteta Urbanista

Sérgio Fernandes - Especialista em Turismo

Fernanda Hümmel - Especialista em Estudo de Mercado Turístico

Novembro de 2019



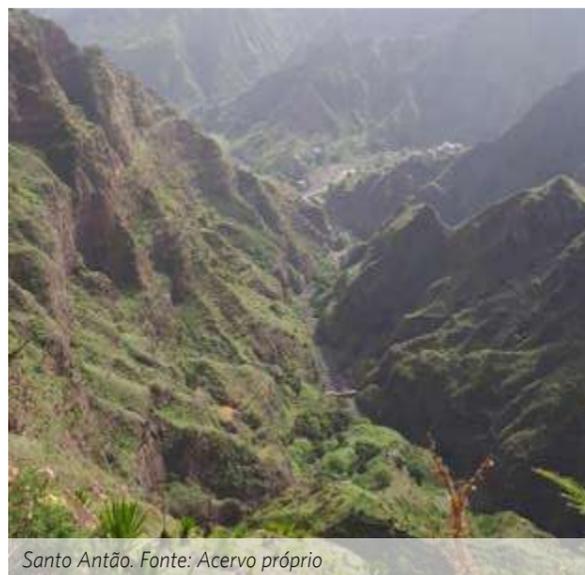
SUMÁRIO

1. METODOLOGIA	7	3.2. DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO (CONCEITO)	136
1.1. ORGANIZAÇÃO DO MASTER PLAN DRAFT	10	3.2.1. LINHAS NORTEADORAS	136
1.2. SISTEMA TURÍSTICO - SISTUR	11	3.2.1.1. SUSTENTABILIDADE	137
2. DIAGNÓSTICO	13	3.2.1.2. ECONOMIA CIRCULAR	140
2.1. CABO VERDE	17	3.2.1.3. FORTALECIMENTO DO DESTINO TURÍSTICO POR MEIO DE EXPERIÊNCIAS ÚNICAS E ATRATIVAS	141
2.1.1. CARACTERIZAÇÃO GERAL	17	3.2.1.4. DIRETRIZES	144
2.1.2. ANÁLISE SOCIOECONÔMICA	18	3.2.2. SEGMENTOS E PRODUTOS TURÍSTICOS POTENCIAIS	145
2.1.3. ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO	20	3.2.3. BENCHMARKING	147
2.1.3.1. POSICIONAMENTO NO TURISMO MUNDIAL	20	3.2.3.1. COSTA RICA	148
2.1.3.2. CARACTERIZAÇÃO DAS ILHAS	24	3.2.3.2. FERNANDO DE NORONHA	150
2.1.3.3. ACESSIBILIDADE E CONEXÃO INTERILHAS	26	3.2.3.3. AÇORES	152
2.1.3.4. DEMANDA TURÍSTICA REAL DE CABO VERDE	28	3.2.3.4. ILHAS MAURICIO	154
2.1.3.5. MERCADOS EMISSORES E TENDÊNCIAS	34	3.2.3.5. CONSIDERAÇÕES	156
2.1.3.6. MARKETING E PROMOÇÃO	38	3.2.4. SUGESTÕES DE PRODUTOS TURÍSTICOS	158
2.2. ILHAS DO NORTE	40	4. PROPOSTAS	161
2.3. ILHA DE SÃO VICENTE	42	4.1. GOVERNANÇA	166
2.3.1. AMBIENTE SOCIAL, ECONÔMICO E AMBIENTAL	42	4.2. PROMOÇÃO DO TURISMO	174
2.3.2. STAKEHOLDERS E GOVERNANÇA	48	4.3. CAPACITAÇÃO	180
2.3.3. ANÁLISE DA DINÂMICA DO TURISMO	56	4.4. CULTURA & IDENTIDADE	194
2.3.3.1. RECURSOS, EXPERIÊNCIAS E ATRATIVOS TURÍSTICOS	56	4.5. CONSERVAÇÃO AMBIENTAL	206
2.3.3.2. ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	89	4.6. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	214
2.3.3.3. ANÁLISE DE INFRAESTRUTURA URBANA E OUTROS SERVIÇOS DE APOIO AO TURISMO	92	4.7. TRANSPORTE	258
2.3.3.4. DEMANDA TURÍSTICA NA ILHA DE SÃO VICENTE	97	4.8. INFRAESTRUTURA BÁSICA	262
2.3.4. ORDENAMENTO TERRITORIAL	110	4.9. SEGURANÇA	264
2.3.4.1. DIRETIVA NACIONAL DE ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO (DNOT, 2013)	111	5. PLANO DE IMPLANTAÇÃO	267
2.3.4.2. ESQUEMA REGIONAL DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO (EROT, 2014)	112	5.1. RESPONSABILIDADE PELA COORDENAÇÃO DO MASTER PLAN	269
2.3.5. SITUAÇÃO ATUAL DE MARKETING E PROMOÇÃO	116	5.2. MODELO DE IMPLANTAÇÃO	272
2.3.6. CICLO DE VIDA DO DESTINO TURÍSTICO	118	5.2.1. ESTADO	276
3. VISÃO DE FUTURO	121	5.2.2. PRIVADO	278
3.1. PROJEÇÃO DA DEMANDA DO TURISMO	122	5.2.3. PARCERIA PÚBLICO PRIVADA	280
3.1.1. CENÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO E PROJEÇÕES DE DEMANDA	122	5.2.4. TERCEIRO SETOR	283
3.1.1.1. CONDICIONANTES EXTERNAS	123	5.3. PRIORIZAÇÃO DOS PROJETOS	290
3.1.1.2. CONDICIONANTES INTERNAS	125		
3.1.1.3. POSSÍVEIS CENÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PARA SÃO VICENTE	132		

1. METODOLOGIA



O Governo da República de Cabo Verde recebeu da Associação Internacional de Desenvolvimento (IDA) do Banco Mundial um crédito para elaboração de 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.



Santo Antão. Fonte: Acervo próprio

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

- Atingir 1.0 milhão/ano de turistas estrangeiros até 2021, e 3.0 milhões/ano em 2030 (GOPEDS);
- Crescer as receitas por turista acima da média dos seus principais concorrentes;
- Chegar em 2021 no top 30 dos países mais competitivos do mundo em matéria de turismo e top 5 na África;
- Promover as externalidades positivas do turismo, abrangendo a agricultura, as pescas, a cultura e o desporto;
- Adotar estratégia de extensão turística, dando 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 os Master Plans de Turismo das Ilhas de Santo Antão, São Vicente e São Nicolau (2020-2030)** visando identificar as particularidades, potencialidades e necessidades de cada ilha para um desenvolvimento turístico sustentável e coerente com o território e demandas socioeconômicas, e assim poder diversificar os produtos turísticos oferecidos pelo país.



Carbeirinho, São Nicolau. Fonte: Acervo próprio

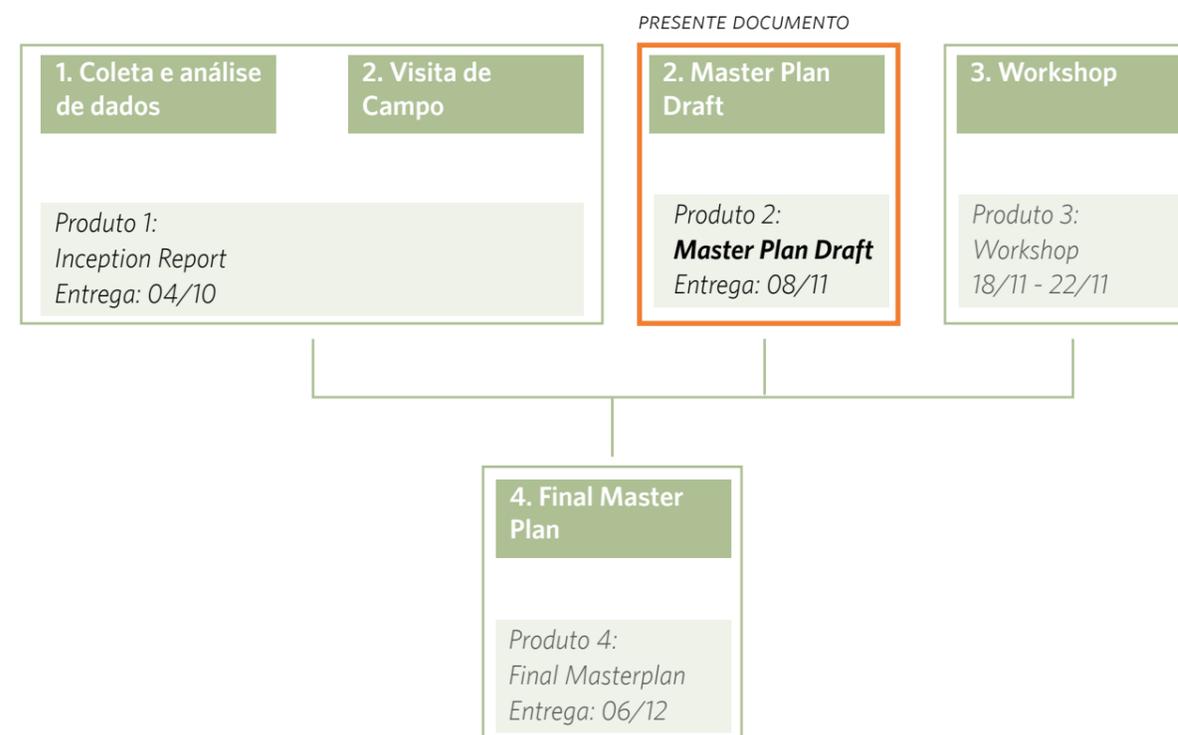


Mindelo, São Vicente. Fonte: Acervo próprio

A execução do **MASTER PLAN DE TURISMO DA ILHA DE SÃO VICENTE** 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.





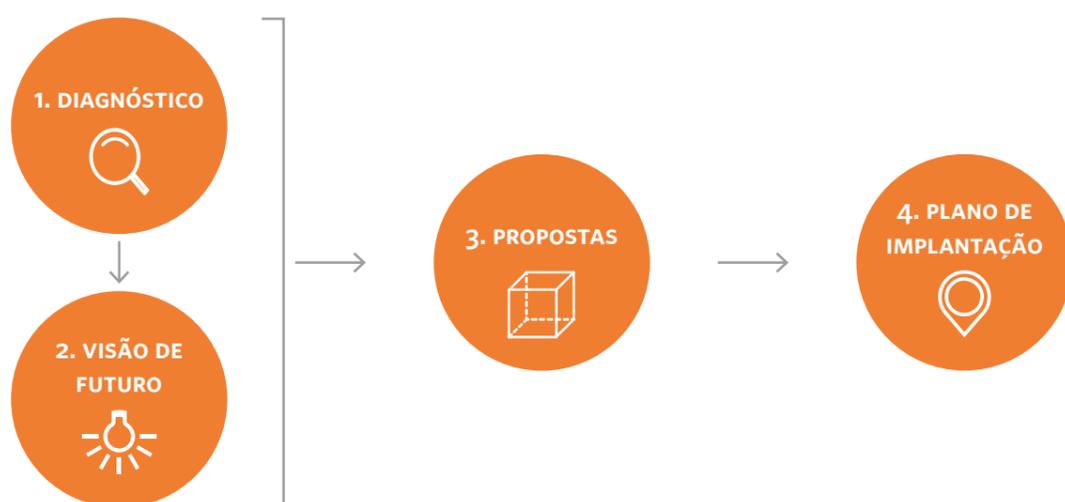
1.1. ORGANIZAÇÃO DO MASTER PLAN DRAFT

Este presente documento, denominado **PRODUTO 2: MASTER PLAN DRAFT** tem como objetivo apresentar a versão preliminar do **Master Plan de Turismo da ilha de São Vicente** (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 ilha de São Vicente) 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, além de gerar impactos negativos ao meio ambiente, 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 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 Master Plan 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: Saji, 2010 adaptado de Beni 2004

2. DIAGNÓSTICO



Para entender o contexto e a relevância turística da Ilha de São Vicente, 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 4 escalas de análise: (1) o país - Cabo Verde, (2) a região das Ilhas do Norte, (3) a Ilha de São Vicente e (4) 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. Na escala da região formada pelas **Ilhas do Norte** se buscou entender as relações e dinâmicas existentes entre elas, de modo a fortalecer o polo turístico e facilitar a implantação de algumas intervenções conjuntas. A escala da **Ilha de São Vicente** 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 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 de São Vicente, 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.

1 ● CABO VERDE



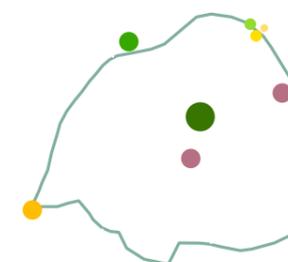
2 ● REGIÃO DAS ILHAS DO NORTE



3 ● ILHA DE SÃO VICENTE



4 ● OFERTA E DEMANDA





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, incluindo Santo Antão, São Vicente e São Nicolau (Ilhas do Norte), 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.

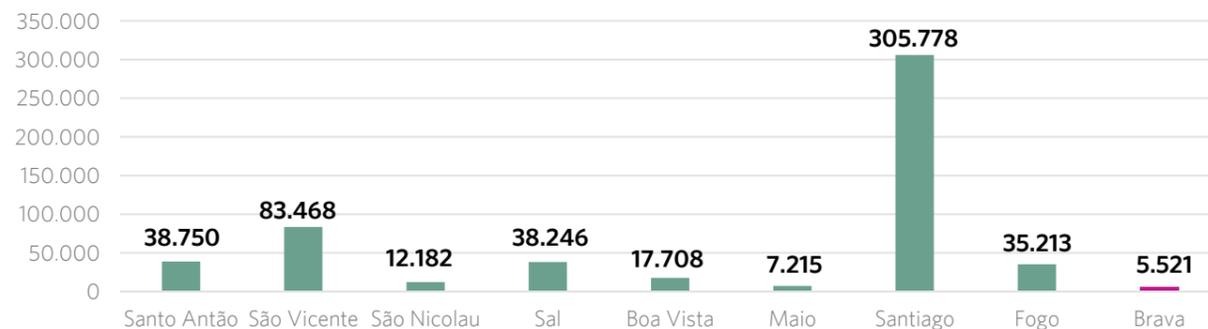
De acordo com o documento Grandes Opções do Plano Estratégico do Desenvolvimento do Turismo Sustentável (GOPETS, 2018), é necessário descentralizar e diversificar o setor de turismo de Cabo Verde para reduzir o impacto nas Ilhas de Sal e Boa Vista devido a concentração de turistas e garantir uma maior 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 as Ilhas do Norte de modo que possam se consolidar como destinos turísticos 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 habitantes 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 projeções 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.

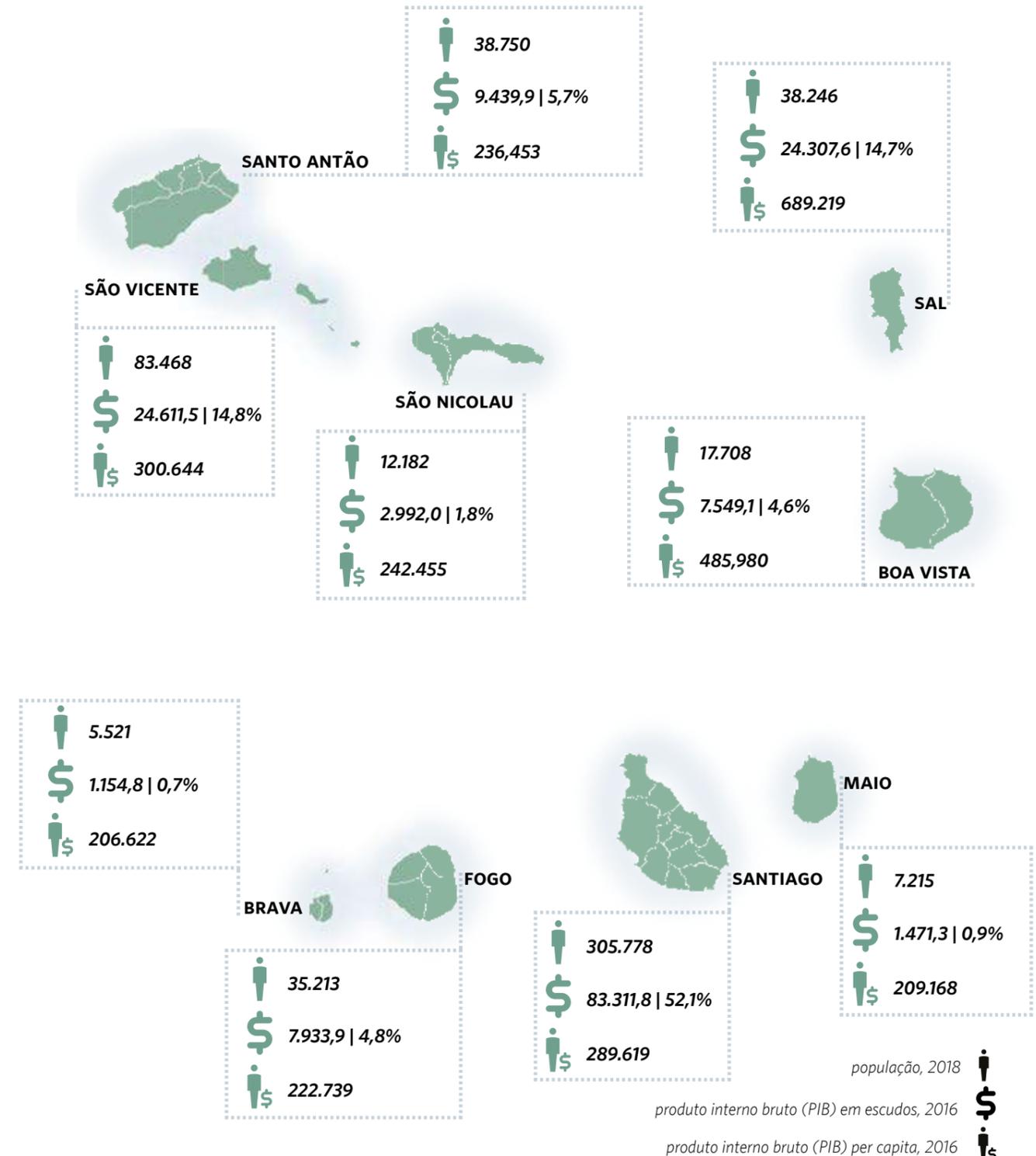
O país é relativamente urbanizado, com cerca de 66% da população vivendo em áreas urbanas (Banco Mundial 2018), sendo o segundo país mais urbanizado na África. A urbanização tem sido impulsionada pelas secas frequentes e a criação de empregos nas atividades relacionadas ao turismo nos centros urbanos.

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 projeções 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."



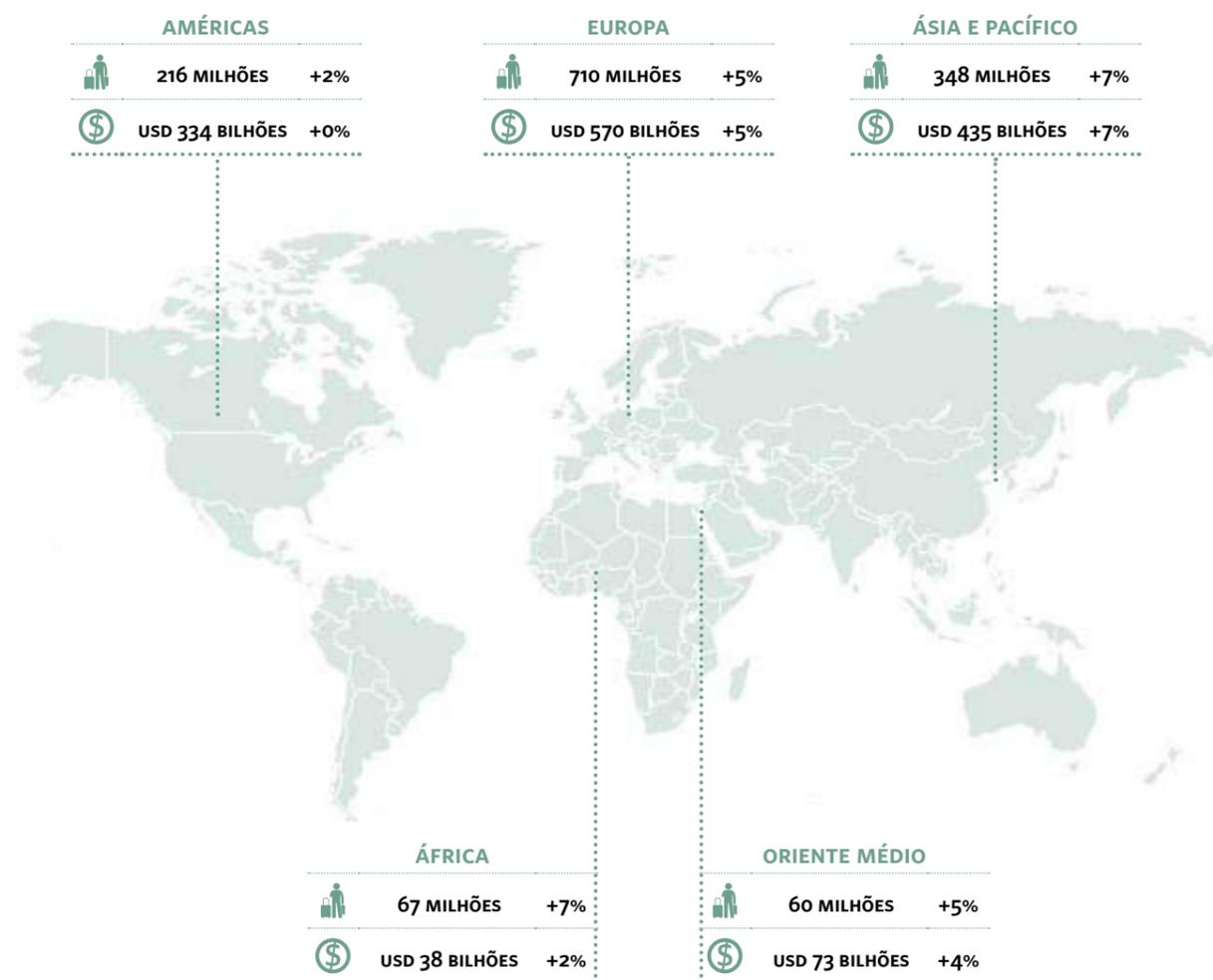
2.1.3. ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO

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 TTCI. A seguir as pontuações de Cabo Verde em cada item avaliado pelo estudo TTCI Global:

RANKING GLOBAL	CONDIÇÕES POLÍTICAS E FACILITADORAS AO TURISMO			
	Priorização do Turismo	Abertura Internacional	Preço dos Serviços	Sustentabilidade Ambiental
Cabo Verde	4,7	3,2	5,7	4,5
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: TTCI 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.

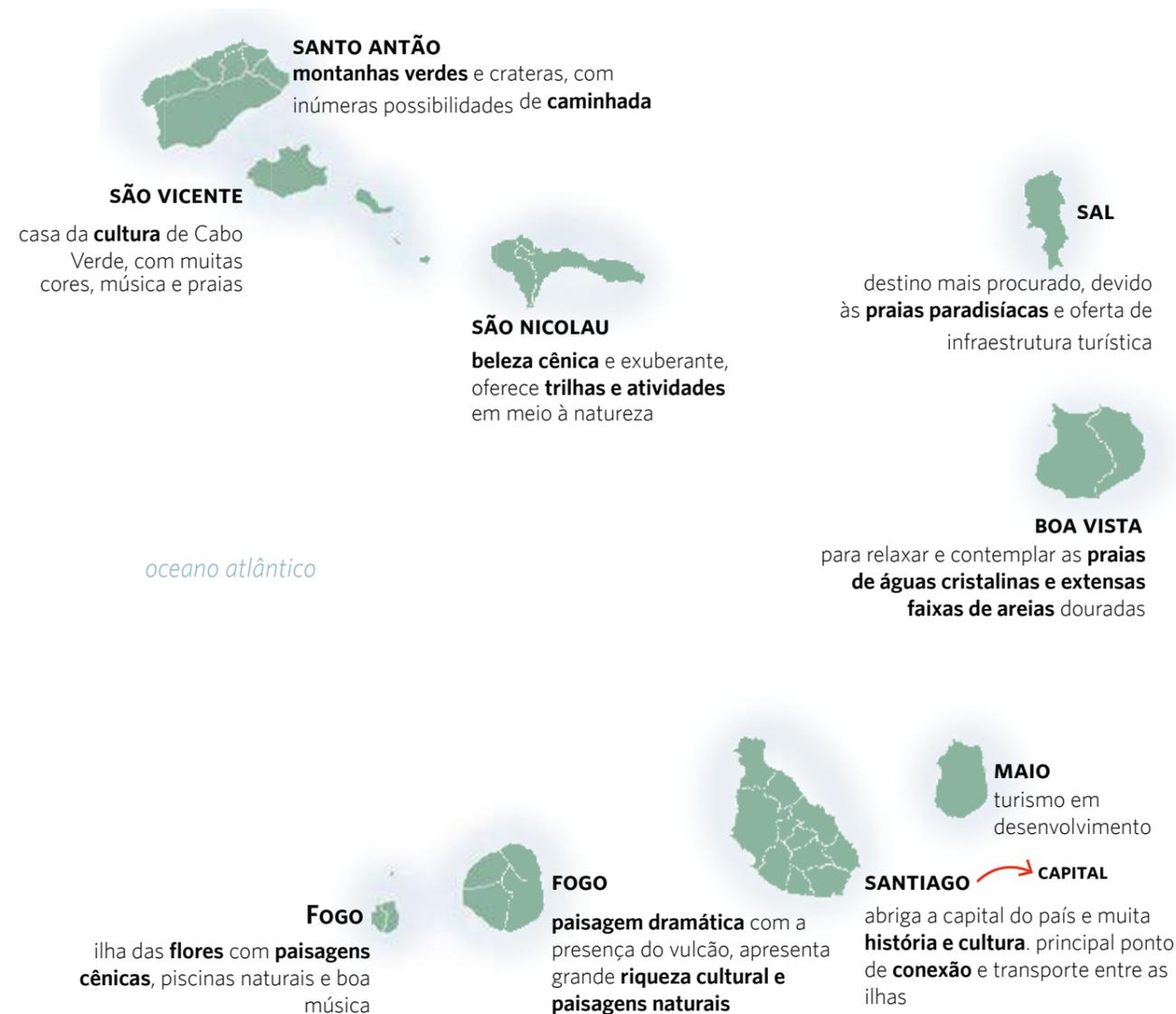
As ilhas de Santo Antão, São Vicente e São Nicolau oferecem cultura, história, montanhas, agroturismo, diversas experiências baseadas nos saberes e fazeres da população local, além de praias, piscinas naturais e belas paisagens de costa.

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.

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 e no caso das ilhas do Norte, via Ilha de São Vicente.

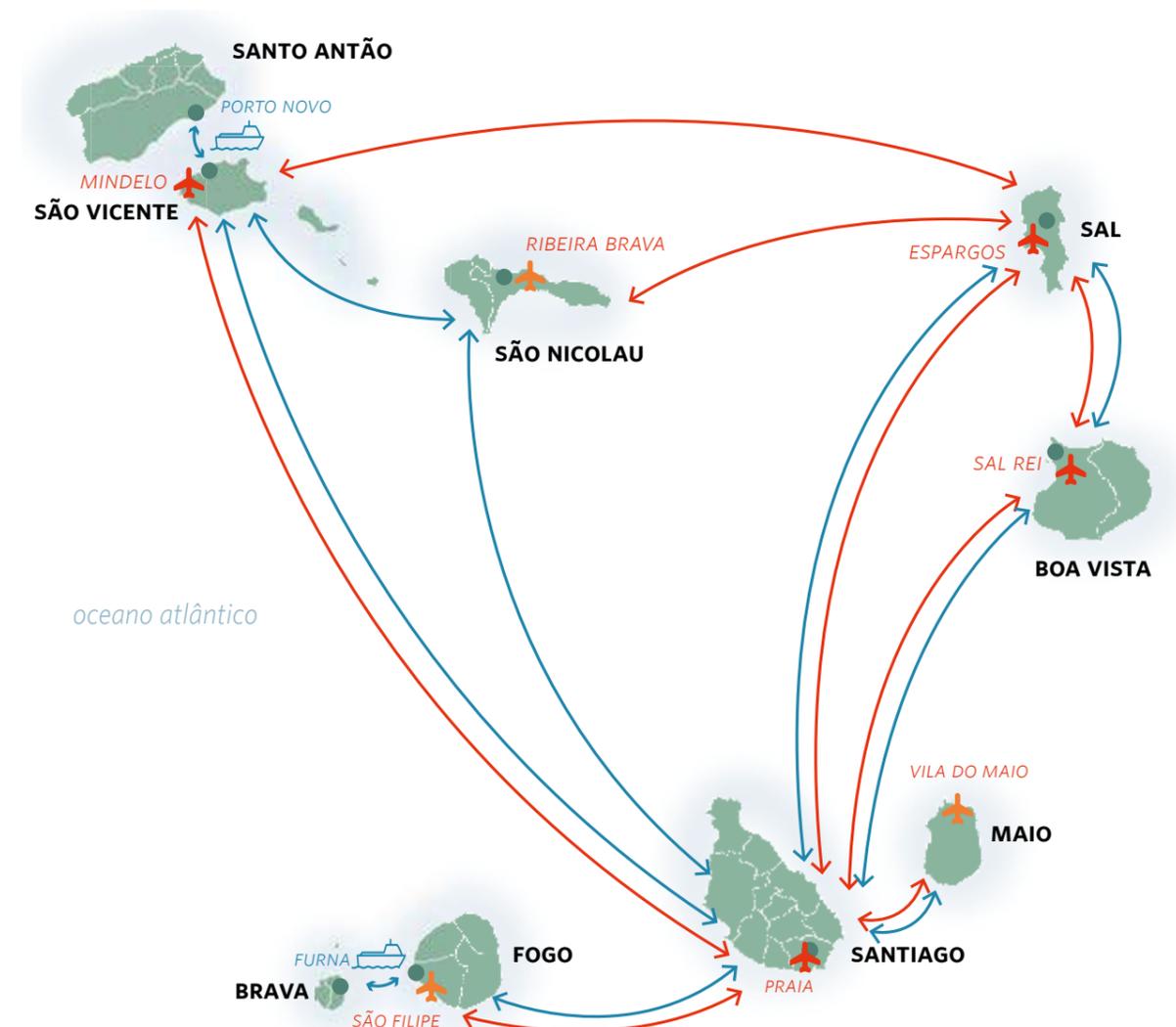
Apesar desta “fácil” conectividade aérea, os voos regulares que chegam ainda são restritos a TACV, Binter, TAP e Air Senegal. O maior desafio para o desenvolvimento de Cabo Verde é a desconcentração de demanda. Preponderantemente, dois operadores (TUI e Thomas Cook) são responsáveis pelo fluxo de Alemanha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

A empresa Thomas Cook, pioneira na comercialização de viagens e pacotes de lazer e férias, com 178 anos e sede no Reino Unido, sendo também 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”.

Conexão interilhas em Cabo Verde



conexão aérea interilhas ↔
 aeroporto internacional ✈
 aeroporto doméstico ✈

Fonte: Cape Verde Experience, Serenity Holidays

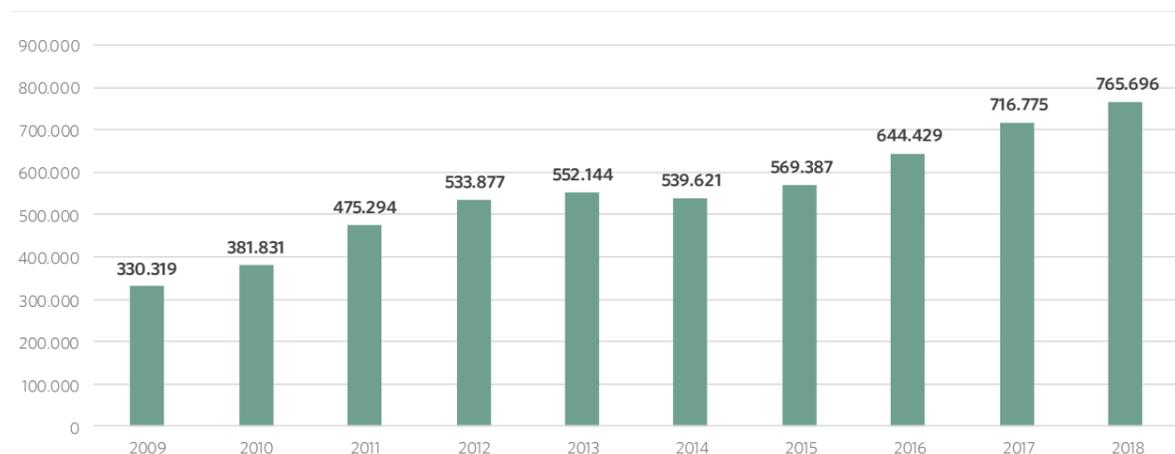


2.1.3.4. DEMANDA TURÍSTICA REAL DE CABO VERDE

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

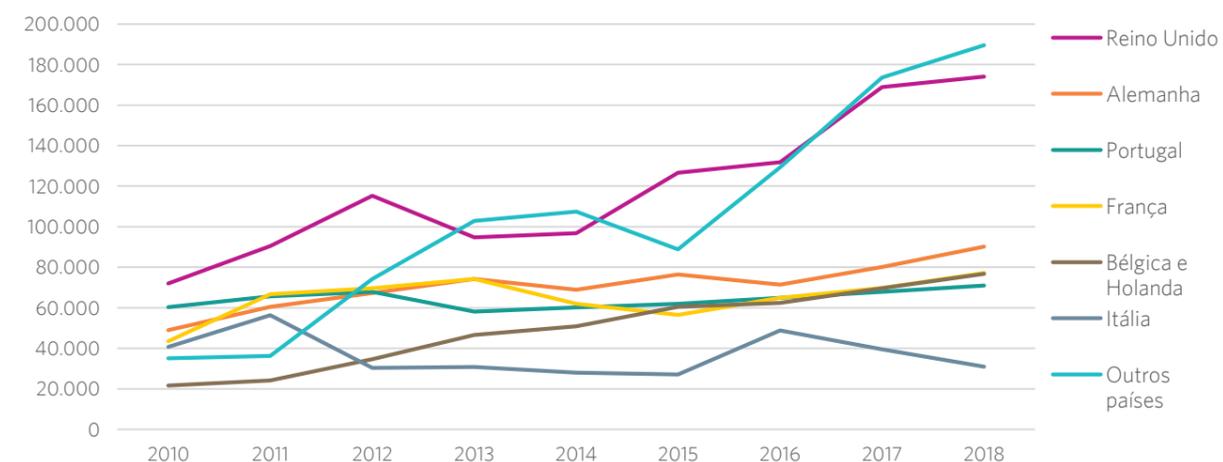


Fonte: INE, Tourism Statistics, Cape Verde

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.

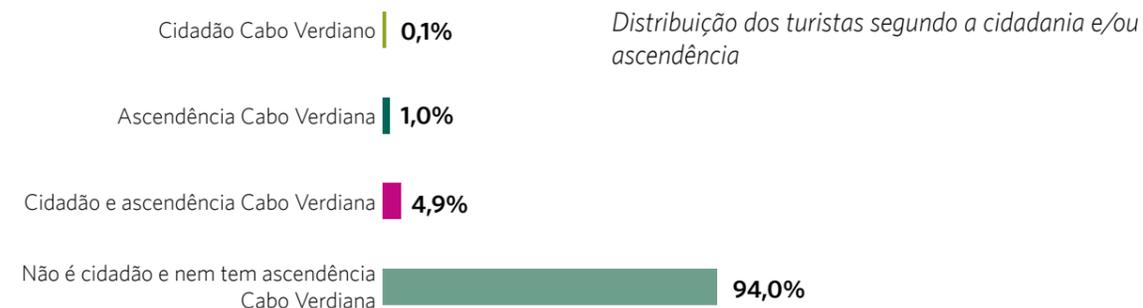
Dentre os turistas que visitam Cabo Verde, destacam-se os europeus, entre os quais os ingleses (Reino Unido) apresentam a maior percentagem, com 22,7%, seguidos dos alemães, franceses, holandeses e portugueses, com 11,8%, 10,1%, 10,0% e 9,3%, respectivamente (dados de 2018). O número de turistas estrangeiros 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.



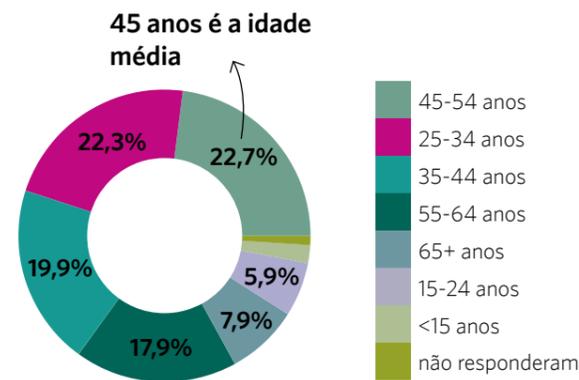
Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018



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.



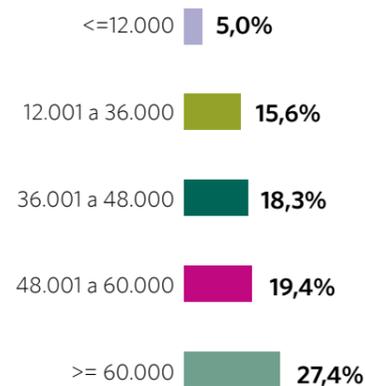
Faixa etária dos turistas de Cabo Verde



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

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.

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



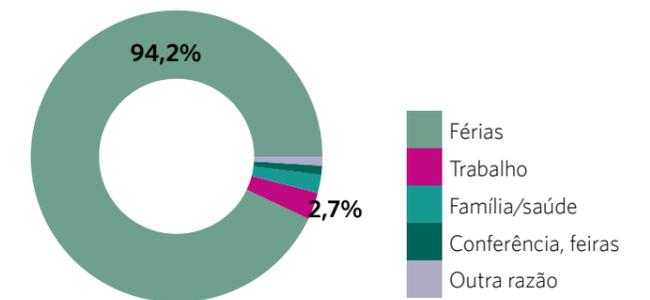
Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

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

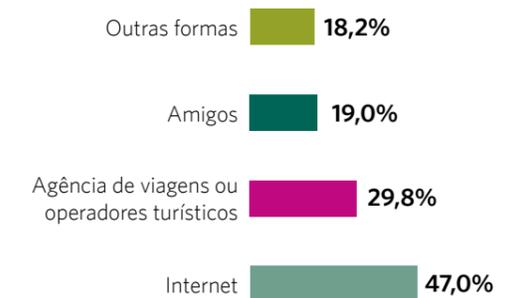


Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

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



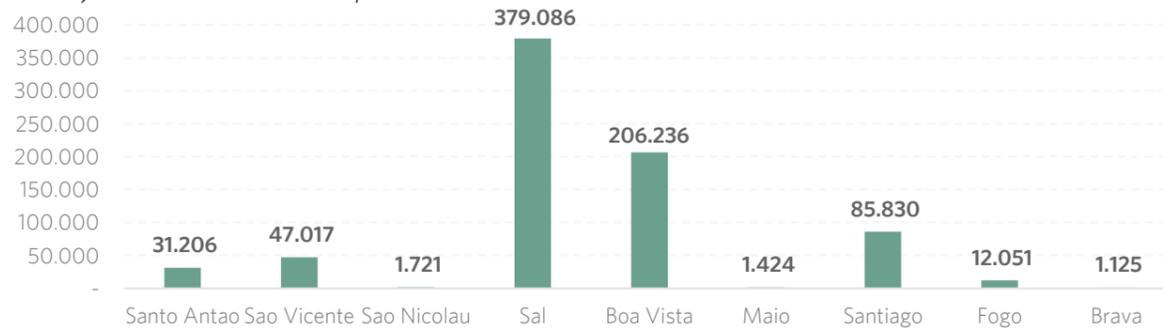
Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

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.

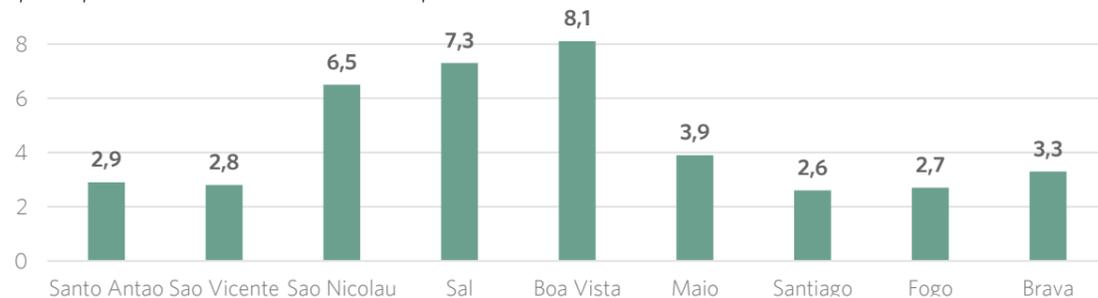
Distribuição do número de turistas por ilha



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).

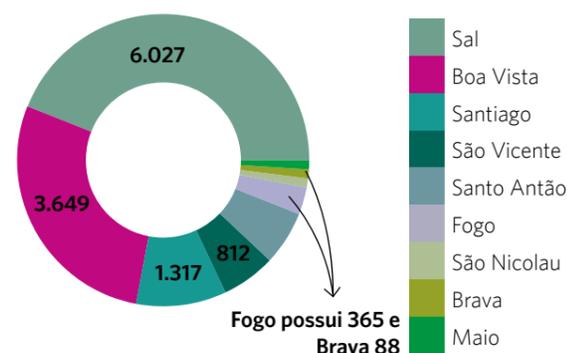
Tempo de permanência médio dos turistas por ilha



Fonte: Tourism Statistics, Cape Verde 2018, INE

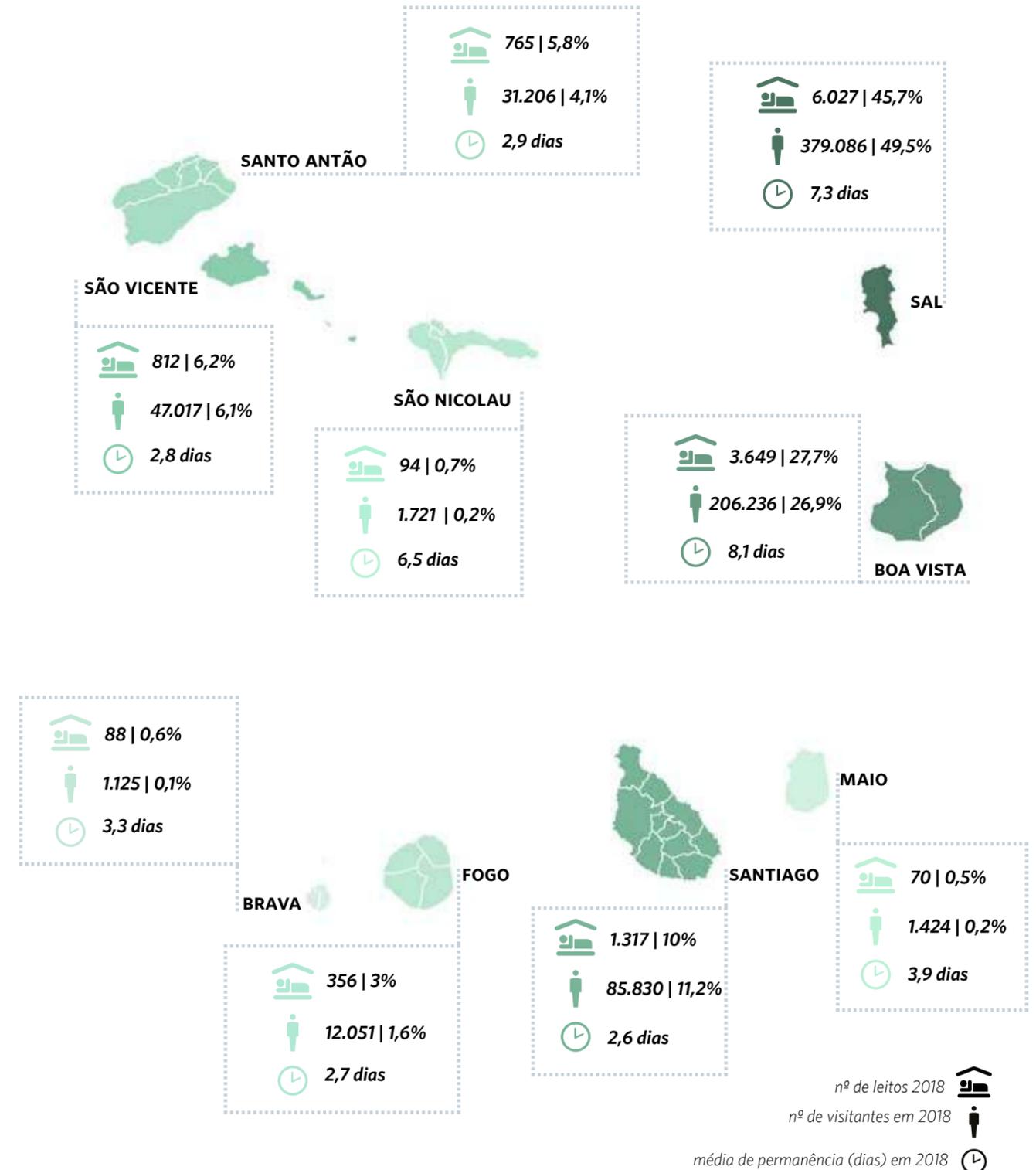
Em termos de estabelecimentos hoteleiros, a maioria dos quartos de Cabo Verde estão nas ilhas Sal e Boa Vista com 6.027 e 3.649, respectivamente, e juntas concentram 73,4% dos quartos do país. De acordo com o Inventário Anual de Estabelecimento Hoteleiro 2018, realizado pelo INE, a média anual da taxa 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

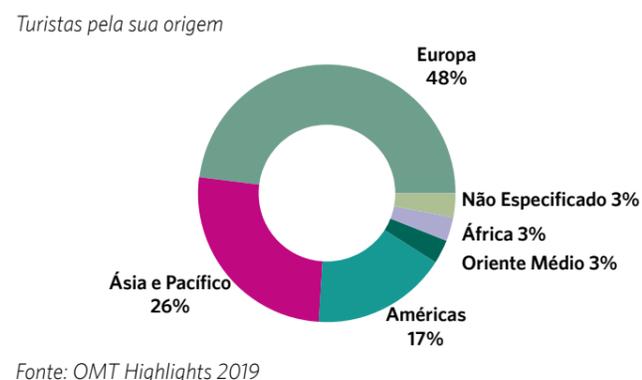
Elaborado por Natureza Urbana
 Fonte: Investment Opportunities in Cabo Verde Tourism Sector and Related Value Chain Activities, Cabo Verde Trade Investment, Abril 2018



2.1.3.5. 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: 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 experiencia 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.



2.1.3.6. 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

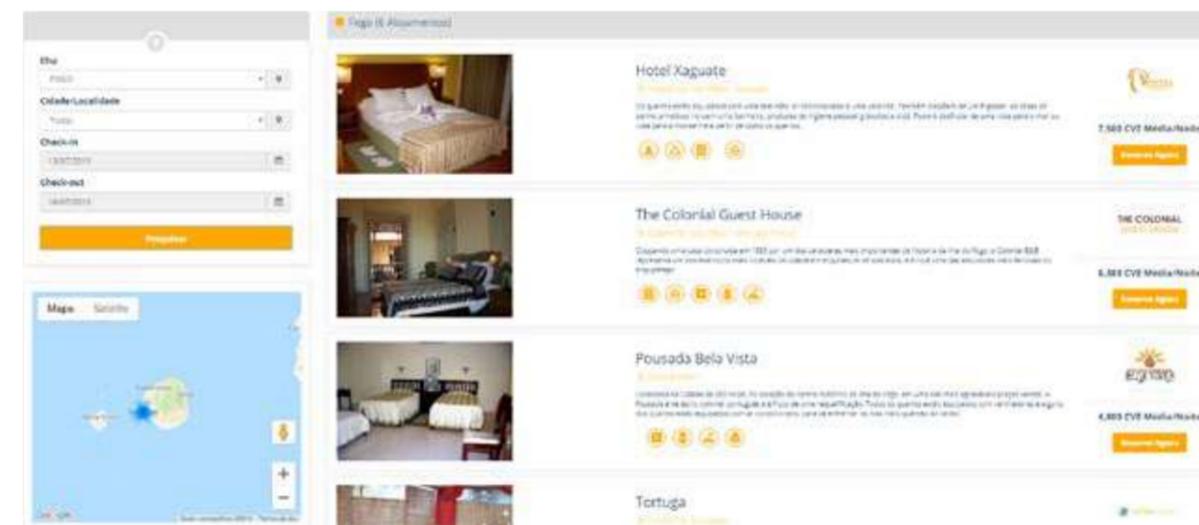
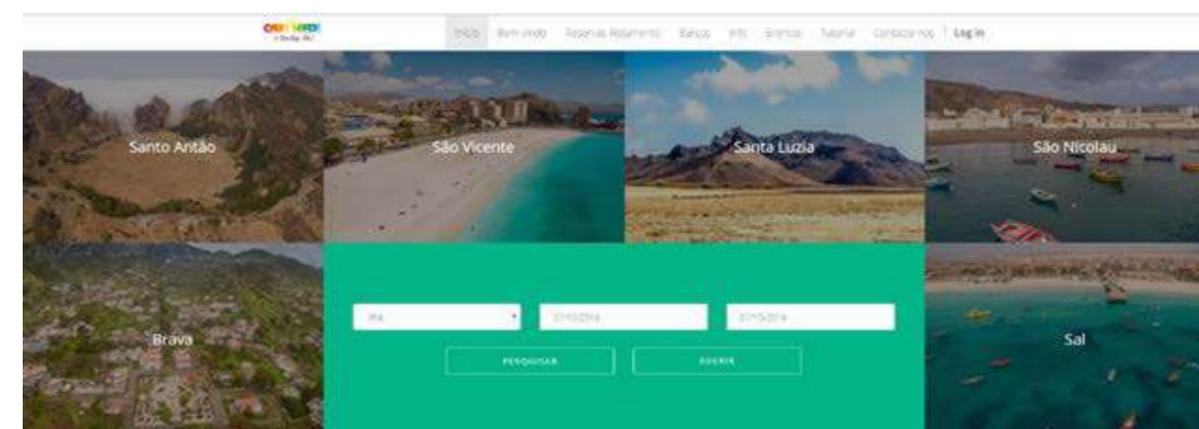


Fonte: Plano Estratégico para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo em Cabo Verde 2018-2030

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. ILHAS DO NORTE

As ilhas de Santo Antão, São Vicente e São Nicolau estão localizadas ao norte de Cabo Verde e juntamente com Santa Luzia, Sal e Boavista fazem parte das ilhas de Barlavento do país. As três ilhas em conjunto podem configurar uma região estratégica voltada para o desenvolvimento turístico do país. A proximidade entre elas e a conexão marítima através de São Vicente, estimulam essa articulação, para além do caráter de complementaridade que possuem em termos de recursos turísticos e infraestrutura.



Fonte: Cape Verde Experience, Serenity Holidays

SANTO ANTÃO é a segunda maior ilha de Cabo Verde e uma das mais impressionantes em termos de natureza por conta do seu relevo acidentado onde se formam altas montanhas bastante procuradas para trekking. A ilha não possui aeroporto, sendo acessada por meio de transporte marítimo através de São Vicente. De acordo com o Plano de Marketing de Cabo Verde (2015), Santo Antão faz parte das Ilhas dos Sentidos, com potencial para o segmento de Turismo de Natureza.

SÃO VICENTE é a segunda ilha mais povoada do país, tendo destaque a cidade de Mindelo, marcada por uma cultura ativa em torno da música e festas tradicionais, além de belas praias. A ilha possui um dos principais portos do país, além de ser provida com aeroporto internacional. De acordo com o Plano de Marketing de Cabo Verde (2015), São Vicente faz parte das Ilhas da essência com potencial para os segmentos de Turismo Cultural, Turismo de Negócios e Turismo Náutico.

SÃO NICOLAU encontra-se numa posição quase central em relação às restantes ilhas, que podem ser vistas, em dias de boa visibilidade, a partir do Monte Gordo. A ilha possui características singulares em termos de cultura, história e natureza, mas o turismo ainda se encontra incipiente. A ilha possui aeroporto doméstico, com uma dinâmica de poucos voos, dificultando seu acesso. Pode ser acessada também através de transporte marítimo. De acordo com o Plano de Marketing de Cabo Verde (2015), São Nicolau faz parte das Ilhas dos Sentidos, com potencial para o segmento de Turismo de Natureza.

A partir das semelhanças e singularidades, acredita-se que o desenvolvimento do turismo nas Ilhas de Santo Antão, São Vicente e São Nicolau pode ocorrer de forma conjunta e articulada, visando potencializar e fortalecer a atratividade da região. Observando o atual mercado turístico de cada ilha e o quanto o setor está desenvolvido em cada local, pode-se dizer que cada ilha possui um papel como destino turístico na região das Ilhas do Norte:



SANTO ANTÃO – DESTINO INDUTOR: ainda não oferece estrutura de acesso que permita se tornar um destino âncora, no entanto possui atrativos de grande singularidade. Por vezes, pode ser o destino principal de viagem, mas possui dependência de São Vicente, não apenas do ponto de vista de logística, mas de complementariedade, por conta da oferta cultural/estrutural da vizinha.



SÃO VICENTE – DESTINO ÂNCORA: possui as melhores condições estruturais de um destino turístico, atuando como centro de distribuição de roteiros turísticos para as demais Ilhas do Norte. O destino também se constitui em portão de entrada em virtude do aeroporto internacional e do porto, um dos principais do país. Possui também grau de independência em relação às demais ilhas em função de seus atrativos desencadearem uma demanda turística específica, fixando o turista no local.



SÃO NICOLAU – DESTINO DE ESCALA: apesar do potencial de se tornar um destino indutor, a Ilha ainda possui forte dependência dos demais destinos de seu entorno ou que complementam sua oferta, tanto em termos de atrativos quanto em termos de estrutura de apoio ao turista. Possui um rol extremamente importante de atrativos e elementos turísticos de diversos tipos, que precisam ser melhor trabalhados para o turismo.

Como pode ser observado no mapa ao lado, atualmente as Ilhas do Norte só estão conectadas por meio de transporte marítimo, mesmo com aeroporto em São Vicente e São Nicolau. Para que as Ilhas sejam trabalhadas em conjunto será necessário fortalecer a conectividade de ligação dos transportes marítimos e aéreos. Assim, poderão explorar produtos turísticos em conjunto, a partir de elementos complementares existentes.



2.3. ILHA DE SÃO VICENTE

2.3.1. AMBIENTE SOCIAL, ECONÔMICO E AMBIENTAL

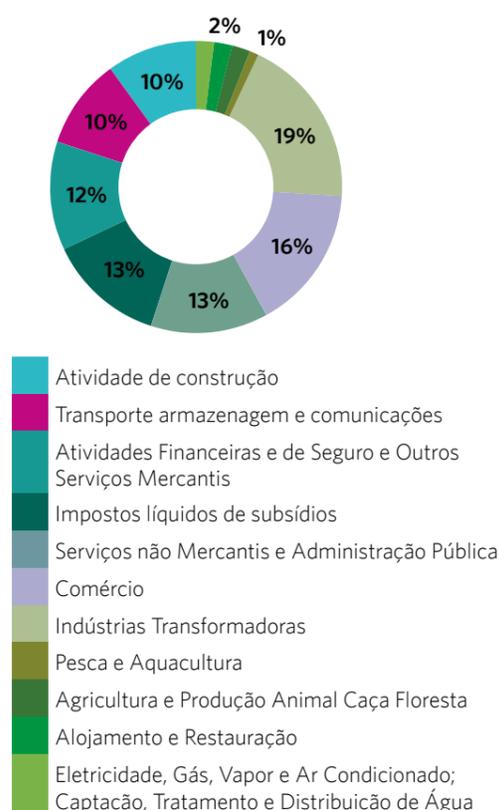
O entendimento sobre a dinâmica social, econômica e ambiental da Ilha de São Vicente permite apoiar a definição de cenários e caminhos estratégicos com maior grau de sustentabilidade no Master Plan, uma vez que tais elementos constituem ativos importantes para a atividade turística.

O turismo possui impacto econômico reduzido atualmente, com tendência de ampliação, em função da quantidade relevante de novos investimentos previstos em termos de hotelaria

São Vicente é um dos principais destinos turísticos de Cabo Verde. Encontra-se em quarta posição no ranking de volume de dormidas, e em terceira posição em número de empreendimentos hoteleiros e capacidade de hospedagem. Em 2018, a ilha contabilizou um total de 47.017 hóspedes, 132.490 dormidas, apresentando taxa de ocupação média de 24%.

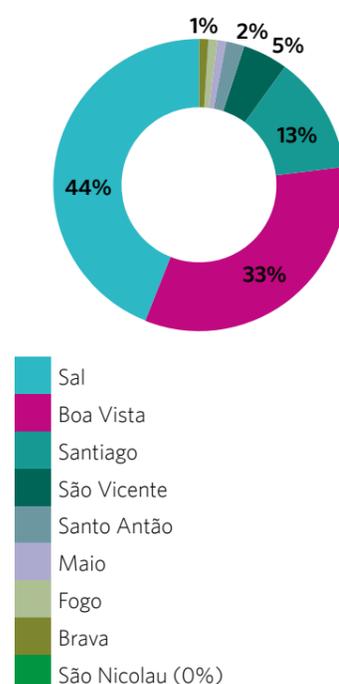
Dados relativos ao PIB da ilha em 2016 (INE, 2019) indicam que o setor ainda possui um impacto pequeno. O setor de alojamento e restauração foi responsável por 1,72% do PIB no período. A indústria de

Composição do PIB na ilha de São Vicente, por setor – 2016



Fonte: Instituto Nacional de Estatística, 2016.

Participação da ilha de São Vicente na composição do PIB do setor de alojamento e restauração de Cabo Verde – 2016



Fonte: Instituto Nacional de Estatística, 2016.

transformação e o comércio possuem um peso maior na economia local, uma vez que a ilha se posiciona como um núcleo central de abastecimento e serviços para as demais ilhas do Norte, até mesmo em função das estruturas de transporte locais, que permitem escoamento e conexões, como é o caso do aeroporto e do porto de Mindelo.

Os investimentos no parque industrial do Lazareto e a abertura do aeroporto Cesária Évora, em 2009, a voos internacionais, são alguns dos fatores que influenciam esta dinâmica.

Porém, é importante destacar que 10 novos empreendimentos hoteleiros estão se instalando na ilha, sendo 5 hotéis, 3 resorts, 1 pousada e um Hotel Boutique. De acordo com dados do Ministério do Turismo e Transporte (2018), no mínimo deverão ampliar 994 quartos na oferta hotelaria da ilha. Isso significa um aumento de mais que o dobro de número de camas, uma vez que atualmente a ilha possui uma oferta de 812 camas (INE, 2019).

Meios de Hospedagem	Tipologia	Inauguração	Nº Quartos
1. Ouril Mindelo	Hotel	2020	107
2. Vista Oceano	Hotel	2020	61
3. Baía Mindelo	Hotel	2019	32
4. Four Points by Sheraton	Hotel	2022	130
5. Hotel Melia Salamansa Bay	Hotel	Sem Previsão	314
6. Al Medina	Hotel Boutique	Sem Informação	Sem Informação
7. Pombas Brancas	Resort	Sem Informação	Sem Informação
8. Baía de João d'Évora	Resort	Sem Previsão	190
9. São Pedro Hills	Resort	Sem Informação	160
10. Casa Amarel	Pousada	Sem Informação	Sem Informação
TOTAL QUARTOS (PARCIAL)*			994

* Os dados apresentados no total são parciais, uma vez que ainda não há previsão de quantos novos quartos serão ofertados em 3 dos novos investimentos previstos, além de que alguns deles também possuem pequenas vilas que devem acrescentar no número total de quartos. Os dados aqui apresentados servem apenas para trazer uma projeção estimada de crescimento.

Fonte: Ministério do Turismo e Transporte, 2018

Agrega-se à este fato a construção do porto de Mindelo, que terá um terminal de cruzeiros, atraindo ainda um maior fluxo para o município. Segundo a administração da Empresa Nacional de Administração dos Portos (Enapor) acredita-se que a construção do Terminal de Cruzeiros no Porto do Mindelo poderá fazer crescer em mais de 80% o número de escalas de navio de cruzeiros e passageiros em São Vicente.

Tal situação indica um aumento substancial na dinâmica turística da Ilha de São Vicente nos próximos anos, o que irá acarretar em maior demanda por mão de obra e serviços agregados para a operação desses empreendimentos: serviços públicos básicos, melhoria da conectividade aérea e marítima, fortalecimento de produtos diversificados, bem como melhoria do monitoramento e controle de fluxos turísticos, de modo a evitar a homogeneidade de produtos e baixo valor agregado como é observado na Ilha do Sal, por exemplo, com o turismo baseado em resorts.

Em termos nacionais, atualmente a Ilha de São Vicente detém 5% de participação no PIB do setor de alojamento e restauração de Cabo Verde, ocupando a quarta posição neste setor. Esta participação tende a aumentar, com os novos investimentos previstos na ilha.



Crescimento populacional moderado, com tendência de ampliação, conforme novos investimentos se instalem: imigração e pressão sobre serviços básicos

Sabe-se que o desenvolvimento estrutural e econômico contribui tanto para a manutenção da população local quanto para seu crescimento, em função de oportunidades de emprego, renda e melhores condições de vida. Atualmente, São Vicente vem apresentando crescimento populacional a taxas moderadas anuais, na casa de 1,08% entre 2011 e 2019, com tendência de decréscimo considerando a projeção histórica adotada.

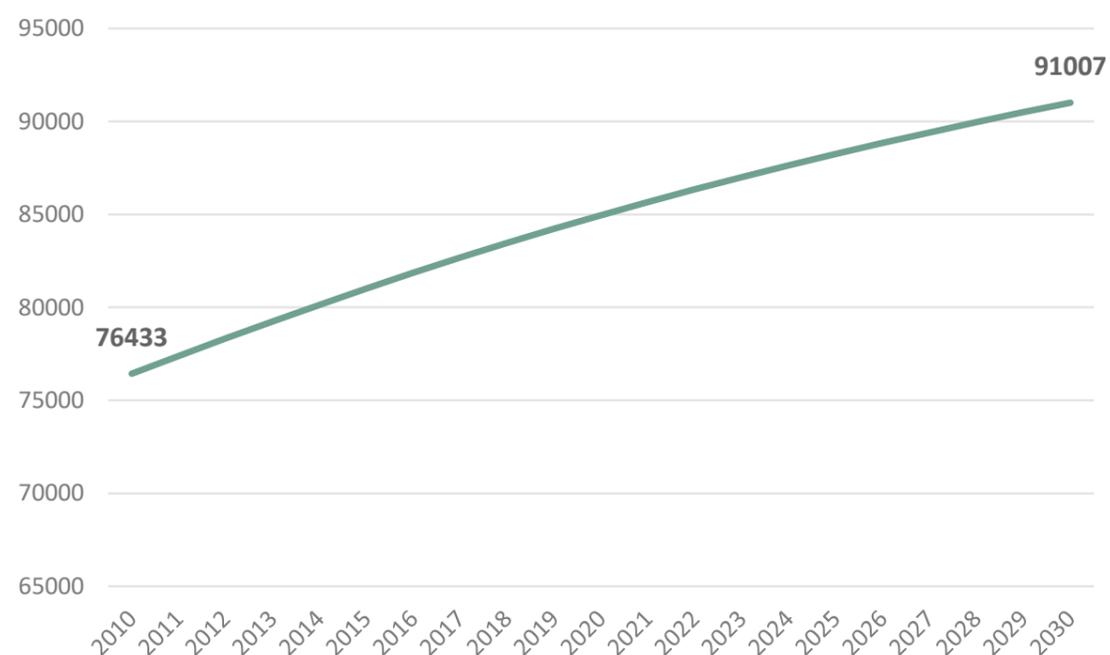
O pouco desenvolvimento do setor primário – em função da pobreza dos solos e da escassez de água – torna São Vicente uma ilha essencialmente urbana, apresentando uma grande concentração populacional na cidade do Mindelo (92,5%).

Das nove ilhas habitadas de Cabo Verde, São Vicente é a segunda com maior número de moradores e possui a maior densidade populacional do arquipélago, com uma média de 337 hab/km². De acordo com o relatório do Instituto Nacional de Estatística (INE), foram registrados 76.433 habitantes em 2010 na ilha, sendo que as estimativas para 2018 apontaram um total de 83.468 habitantes, o que representa um crescimento de 9%. O crescimento médio populacional ao ano na Ilha gira em torno de 1,08%, enquanto a média nacional é de 1,2%.

Porém poderá haver inversão desta situação, justamente devido ao cenário de desenvolvimento turístico local, que poderá atrair novos moradores em busca de oportunidades de trabalho. Isto tende a gerar maior pressão por serviços básicos e urbanos e, eventualmente, impactos sobre a dinâmica social e cultural, caso a ilha não se prepare para receber imigrantes.

O PIB per capita em 2016 foi o terceiro maior dentre as nove ilhas habitadas de Cabo Verde, com um total de 300.644 mil escudos, o equivalente a US\$ 3.016.

Projeção Demográfica para a Ilha de São Vicente – 2010/2030



Fonte: INE, Relatório Anual de Estatísticas, 2016

As projeções populacionais do INE para 2030 indicam tendência de aumento da população residente na Ilha de São Vicente, com estimativas de atingir 91.007 habitantes em 2030, crescimento de 19% comparado com 2010.

Considerando a alta densidade demográfica já existente, é importante atentar para a gestão do fluxo turístico frente ao crescimento de demanda que pode se configurar com os novos investimentos, buscando trabalhar experiências e produtos diversificados do ponto de vista de atividades e que estejam também distribuídas em zonas geográficas distintas deste território, para evitar concentração de fluxo.

Neste sentido, ganha destaque o projeto Rede de Promoção do Turismo Solidário e Inclusivo, do Desenvolvimento Sustentável e Valorização do Território de São Vicente que busca envolver comunidades rurais e isoladas de São Vicente de modo a diversificar a oferta e gerar oportunidades de negócios de base local, sendo fundamental para manter aspectos identitários.

Disponibilidade de capital humano para o turismo

Há um equilíbrio entre a população masculina e feminina na ilha do São Vicente. Estima-se que em 2018 exista um total de 42.447 homens (51%) e 41.021 mulheres (49%). A ilha possui uma população jovem, nomeadamente concentrada na faixa considerada como economicamente ativa. O setor de hospedagem emprega 549 pessoas em São Vicente, sendo 58% profissionais do sexo feminino e 42% do sexo masculino, reforçando a tendência de que o setor possui uma contribuição relevante no tratamento das desigualdades de gênero em termos de oportunidades de trabalho.

Por outro lado, ainda persiste uma certa disparidade em termos de taxa bruta de escolarização entre alunos do sexo feminino e do sexo masculino em São Vicente. Para cada 100 alunos do sexo masculino, há 82 alunas alfabetizadas. Após Praia, São Vicente é a segunda ilha com maior percentual de população com nível de formação superior – 11%. A taxa de alfabetização da população jovem (de 15 a 24 anos) é de 99% e da população a partir de 15 anos é de 90%.

Assim, verifica-se que há capital humano potencial para se envolver com o turismo. 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.

Cabo Verde possui centros de formação que oferecem cursos livres de turismo no Sal e em Praia, como é o caso da Escola de Hotelaria e Turismo de Cabo Verde (EHTCV) e o Instituto de Emprego e Formação Profissional (IEFP). Além disso, há cursos superiores oferecidos localmente. Todos estes espaços são de extrema importância para a estruturação de programas de capacitação contínua, apoiando a qualificação constante dos profissionais ligados ao setor, bem como apoiando a conexão destes com o mercado de trabalho.

Um ponto que merece destaque é que já é possível observar a abordagem de turistas nas ruas centrais de Mindelo, de modo constrangedor, para solicitar dinheiro ou outro tipo de apoio. Dados do Anuário Estatístico de 2017 indicam que 16,3% da população da Ilha estão abaixo da linha de pobreza, embora seja uma taxa menor que a do país (23,7%). A taxa de desemprego da ilha foi de cerca de 10,2% em 2018, enquanto a taxa média do país foi de 12,2%

Apesar dos dados estatísticos não serem alarmantes e não necessariamente demonstrarem relação com a situação de abordagem observada em campo, é importante considerar que o crescimento de fluxo turístico tende a criar situações de irritabilidade da população local, quando a capacidade local de atendimento acaba sendo excedida, além de ser comum surgirem problemas decorrentes do uso de drogas

e prostituição em modelos de turismo que privilegiem resorts e outros equipamentos que limitam o acesso da população local ao lazer e espaços de convívio social.

Pressões sobre a cultura e o meio ambiente

Atualmente, os principais pontos de pressão em torno dos ativos culturais e naturais na ilha de São Vicente ainda não são decorrentes da atividade turística em si. Existem os projetos como a Rede de Promoção do Turismo Solidário e Inclusivo, do Desenvolvimento Sustentável e Valorização do Território de São Vicente, bem como uma comunidade culturalmente pujante, que realiza uma série de eventos culturais e que possui uma boa produção artesanal, centros de arte, museus e centros culturais.

Destaca-se a atuação do Centro Nacional de Nacional de Arte, Artesanato e Design, organismo público destinado à apoiar a produção artística local, bem como a presença do Instituto Universitário de Arte, Tecnologia e Cultura de Mindelo.

Todos estes elementos e outros contribuem para formação de uma população com ampla apropriação cultural e valorização de sua identidade, o que contribuiu para a minimização de impactos negativos decorrentes do turismo.

Por outro lado, há diversos passeios e atividades sendo realizados na ilha que merecem maior atenção em termos de estrutura de apoio e tipo de práticas adotadas, como a pesca, passeios e esportes náuticos, bem como o turismo de sol e praia. É necessário qualificar as estruturas e atuar no sentido de ordenar as práticas turísticas, de modo a garantir o mínimo de impacto negativo.

Além disso, há expressivos investimentos previstos em São Vicente, com a instalação de novos empreendimentos hoteleiros, novos condomínios residenciais e outros investimentos, como a estruturação do porto, que possuem potencial de gerar impactos negativos significativos, caso não sejam adotadas medidas mitigadoras.

A oferta de atrativos possui base nos recursos e atributos culturais e naturais, além de serem importantes ativos para subsistência e qualidade de vida local sendo, portanto, estratégico que a Ilha de São Vicente busque se posicionar como destino que tem base na sustentabilidade, aproveitando os projetos, iniciativas e movimentos existentes localmente.



Ao lado: Mindelo | Foto: Natureza Urbana, 2019



2.3.2. STAKEHOLDERS E GOVERNANÇA

A estrutura de governança do turismo em Cabo Verde vem passando por um processo de modernização e descentralização, em busca de maior eficiência em sua atuação. O instrumento “Grandes Opções do Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável do Turismo (GOPEDS-Turismo)” determina como fatores estratégicos para a sustentabilidade governativa do turismo:

- Estrutura institucional e gestão pública de maior agilidade, autonomia e que fomente processos democráticos;
- Cooperação público privada;
- Descentralização.

Em julho de 2019 foi decretada a criação do Instituto de Turismo de Cabo Verde – Decreto Lei N.º 37/2019, que vem como fruto de amplas discussões adotadas, em busca de um modelo de gestão mais eficiente e arrojado, alinhado com a dinâmica do turismo.

Assim, a gestão do turismo, sob responsabilidade central do Ministério de Turismo e Transportes, conta com duas células: a Direção Geral de Turismo e Transporte (DGTT) e o Instituto de Turismo de Cabo Verde (IP). A DGTT tem como missão atuar no processo de políticas públicas, planeamento, legislação e cooperação. Já o IP tem como missão atuar na promoção do destino e garantir a operação da atividade em bases sustentáveis, ampliando as relações com o setor privado. O primeiro órgão tem caráter mais estratégico, enquanto o segundo, mais operacional.

Resumo das atribuições da Direção Geral de Turismo e Transportes e do Instituto de Turismo de Cabo Verde, de acordo com o Decreto Lei N.º 37/2019

Direção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde
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.	A 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.

Fonte: Decreto Lei N.º 37/2019

Em processo de organização, o IP prevê um Conselho Diretivo, um Fiscal Único e um Conselho Consultivo. Ainda, são considerados parceiros do setor privado:

- Câmara de Turismo de Cabo Verde
- Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde
- Associações Empresariais
- Associação das Agências de Viagens e Turismo de Cabo Verde
- Associação Cabo Verdiana dos Animadores e Guias Turísticos
- Associação de Proprietários de Táxi
- Centrais Sindicais
- Entre outros

O IP tem sede na ilha do Sal, com a previsão inicial de ter duas delegações: uma em Mindelo e outra na cidade de Praia possuindo, assim, uma sede no sul e outra no norte do arquipélago, de modo a facilitar sua atuação local. A estruturação do Instituto encontra-se em andamento, com a recente definição do Conselho Diretivo, em outubro de 2019.

Entende-se que o IP será indicado como responsável pela execução total ou parcial de alguns projetos propostos no Plano Master, em especial aqueles ligados à qualificação de produtos e de promoção e comercialização, por exemplo. Por outro lado, é importante considerar que será necessário que o IP tenha sua estrutura devidamente instalada para que possa, a partir de então, assumir responsabilidades previstas no Plano Master.

Além da estrutura mais diretamente ligada ao governo, há diversas entidades técnicas, organizações não governamentais, cooperativas e instância de governança com atuação importante no desenvolvimento do turismo, conforme o próprio decreto de criação do IP pontua.

A natureza geográfica de Cabo Verde – um arquipélago, em que há dependência e sinergia entre as diversas ilhas, bem como sua dimensão territorial acabam por de certa maneira facilitar e até mesmo exigir uma governança capaz de integrar as diversas ilhas, fomentando os diferenciais de cada uma delas e criando as pontes necessárias para a que as complementariedades entre elas sejam operacionalizadas.

Por outro lado, as particularidades de estruturação de produtos e de operação em si da atividade turística, exigem um olhar bastante local, o que torna a presença e atuação de instâncias de governança em cada ilha fundamental.

Portanto, o funcionamento do sistema turístico em Cabo Verde indica que é necessário ter uma gestão nacional e local fortalecida. Neste sentido, os projetos a serem propostos no Master Plan levarão em conta tal premissa. Ainda, de modo a indicar sinergias e recomendações estratégicas na etapa de proposições, são apresentados os principais atores e as ações/projetos que desenvolvem no turismo em Cabo Verde e, especificamente em São Vicente, destacando a importância desses stakeholders no processo de governança do destino turístico.



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:

- O aprofundamento das relações com os agentes económicos 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.



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

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.

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 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 cabo-verdianos. Numa fase seguinte, o foco será a divulgação do turismo e serviços dos dois países.

INSTITUTO DO EMPREGO E FORMAÇÃO PROFISSIONAL (IEFP)



Logo da AAVT. Fonte: iefp.cv

O Instituto do Emprego e Formação Profissional (IEFP) foi criado em 1994 e consiste em um organismo público, sob a tutela do Ministério das Finanças, ao qual compete a execução das políticas de Empregos e Formação Profissional, definidas e aprovadas pelo governo.

O IEFP conta com Centros de Emprego e Formação Profissionais (CEFP) em todas as ilhas. Cursos mais específicos do turismo são:

- Fabricação de produtos de panificação e pastelaria
- Culinária
- Artesanato
- Recepção alojamento
- Animação turística
- Cozinha básica
- Francês turístico
- Alemão Turístico
- Inglês Turístico
- Guias turística
- Restaurante/bar

Além destes, há outros cursos ligados à área de gestão e liderança, manutenção, entre outros, que também atendem o setor turístico.

ESCOLA DE HOTELARIA E TURISMO DE CABO VERDE (EHTCV)

A Escola de Hotelaria e Turismo possui uma série de cursos que incluem 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. A oferta formativa é dividida entre inicial e contínua, além de promoverem workshops pontuais.

As ofertas de formação variam de 3 a 12 meses. Além da oferta formativa, o EHTCV procura realizar parcerias com entidades de educação de todo o mundo para aprimorar seus cursos e trazer diversos workshops temáticos de relevância para o turismo local, bem como trabalhar com treinamentos específicos para o grupo de funcionários de empresas turísticas.

Formação Inicial

- Gestão de Alojamento Hoteleiro – Santiago;
- Serviço de Andares & Lavandaria (Camareiro/a) – Santiago;
- Cozinha e Pastelaria – Sal / Santiago;
- Pastelaria e Panificação – Santiago ;
- Bar e Restaurante – Sal;
- Guia e animação turística – Santiago.

Formação Contínua

- Cafeteria & Bar – Santiago;
- Reciclagem Guia do Turismo – Sal .



Logo da EHTCV. Fonte: www.santiagomagazine.cv



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



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



ASSOCIAÇÃO DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO DE CABO VERDE (AAVT)

A Associação é formada por 22 agências, sendo que 05 estão localizadas em São Vicente. São objetivos da associação:

- A promoção das condições que visem assegurar uma sã concorrência, e o respeito pelos legítimos interesses dos seus membros;
- Apoiar nos estudos e projetos do setor do turismo, colaborando na procura de soluções adequadas, ao desenvolvimento de um turismo sustentável.
- A promoção e o incremento das relações entre as Agências de Viagens e turismo Cabo-Verdianas com as suas congêneres estrangeiras;
- O fomento da formação profissional visando a qualidade dos serviços e produtos turísticos; e
- Promoção do espírito de solidariedade entre os associados

Uma amostra de ações da AAVT em 2019 é seu papel como ponto focal para a organização e materialização da vinda da delegação de empresários turísticos da Rússia até o final do ano, juntamente com a Direção Geral do Turismo e Transportes; a realização de visitas e encontros em Portugal, com operadores turísticos do país para fomentar a promoção e a realização de parcerias com agentes de Cabo Verde; bem como a realização de viagens de aprendizado nos Açores, com os agentes de turismo de Cabo Verde.



Logo da AAVT. Fonte: aavt.org.cv

REDE DE PROMOÇÃO DO TURISMO SOLIDÁRIO E INCLUSIVO, DO DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL E VALORIZAÇÃO DO TERRITÓRIO NA ILHA DE SÃO VICENTE

A Rede de Turismo Solidário e Sustentável de São Vicente foi criada através de um projeto promovido pela Associação dos Amigos da Natureza (AAN), em parceria com o Centro de Estudos Rurais e Agricultura Internacional (CERAI) e a Câmara Municipal de São Vicente (CMSV), em colaboração com os associados ProEmpresa, ISCEE, o Programa das Áreas Protegidas de São Vicente e Santa Luzia do Ministério da Agricultura e Ambiente e as Associações Rurais e Comunitárias de São Vicente.



Logo. Fonte: facebook.com/redeturismosustentavelsv

Rede de Turismo
Solidário e Sustentável
São Vicente

O projeto teve como objetivo principal, valorizar e fortalecer as práticas de turismo de base solidária e comunitária de zonas isoladas do Concelho de São Vicente, bem como as capacidades e a participação das pequenas associações locais na gestão do turismo local e no desenvolvimento sustentável do território, como instrumento de melhoria das condições de vida, incentivo a economia local e conservação do patrimônio social, cultural e ambiental da ilha de São Vicente.

Dentre os principais resultados obtidos, destacam-se:

- Estruturação de rotas turísticas focadas em turismo de experiência + contato com a natureza, em áreas rurais e áreas isoladas de Cabo Verde.
- Capacitação de guias turísticos para atuação nas rotas e no projeto.
- Fortalecimento da produção artesanal local, com o aprimoramento de produtos e criação de tags com identidade geográfica, de modo que se conectem com as rotas turísticas estabelecidas.
- Instalação do Centro de Turismo e Economia Solidária instalado no Mercado Municipal de Mindelo, onde é possível comprar a produção artesanal, conhecer e agendar passeios pelas rotas turísticas desenvolvidas no projeto. A produção artesanal adquirida tem uma tag que indica sua localização geográfica nas rotas turísticas disponíveis.

Desta maneira, além de fortalecer as diversas organizações ligadas ao projeto, a Rede atua como uma promotora e operadora de produtos turísticos diversificados, que estão integrados com as formas de vida e produção artesanal local, tendo um papel fundamental no turismo sustentável de São Vicente, sendo salutar que se fomente a continuidade de ações e o fortalecimento contínuo deste grupo e das diversas iniciativas que desenvolve no território.



Centro de Turismo e Economia Solidária no Mercado Municipal de Mindelo. Fonte: facebook.com/redeturismosustentavelsv/photos



Trabalhos realizados por designer parceira da Associação dos Amigos da Natureza, à venda no Centro de Turismo e Economia Solidária. Fonte: facebook.com/redeturismosustentavelsv/photos



Peça Teatral do Projeto Rede de Turismo Solidário e Sustentável São Vicente. Fonte: facebook.com/redeturismosustentavelsv/photos



CENTRO NACIONAL DE ARTE, ARTESANATO E DESIGN

É a instituição nacional responsável pela preservação da herança histórica e cultural de Cabo Verde e está localizada em Mindelo, São Vicente. Por seu foco, o CNAAD tem um papel fundamental no desenvolvimento e gestão do turismo sustentável, seja do ponto de vista da proteção da identidade local, seja do ponto de vista do aprimoramento da experiência do turista, ao possibilitar que ele entre em contato com o sentido e percepção dos artistas locais sobre o território e aprenda com ela, crie seus próprios sentidos e percepções e, contribua, por fim para valorizar e também preservar este patrimônio. Com isso, gera-se o máximo de impactos positivos sociais e culturais e experiências extremamente singulares e transformadoras, aumentando o nível de satisfação dos visitantes.

No plano de ação 2017/2020 do CNAAD, há diversos projetos importantes como a requalificação arquitetônica do centro em si - o que se tornará atrativo para turistas; o mapeamento e certificação do artesanato nacional; a estruturação de lojas do artesanato "Created in Cabo Verde", além da valorização e formação contínua dos artesãos, através da criação dos centros de produção e de formação a nível dos municípios. Além disso, o CNAAD organiza diversos eventos e feiras que promovem a produção artística do país.



Logo. Fonte: facebook.com/centronacionaldeartesanatoedesign



Residência Criativa promovida pelo CNAAD em parceria com CRAA. Fonte: facebook.com/CentroNacionaldeArtesanatoeDesign/photos/a.416917201838715/1114207372109691/?type=3&theater



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



Palestra e Edição de Catálogo Artístico. Fonte: <https://www.facebook.com/CentroNacionaldeArtesanatoeDesign>

M_EIA MINDELO_ESCOLA INTERNACIONAL DE ARTE / INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE ARTE, TECNOLOGIA E CULTURA

Primeiro e único espaço de ensino superior nas áreas das artes e do design incluindo a formação de professores do ensino secundário nas respectivas áreas em Cabo Verde. Criado em 2004 pelo Atelier Mar, o M_EIA apresenta-se como um espaço educativo, laboratorial e experimental, preparado para o exercício de investimentos culturais necessários para o desenvolvimento da cultura como agente gerador de sustentabilidade econômica.

Apresenta Licenciaturas em Design de Equipamento, Design de Comunicação e Artes Visuais que veio a juntar-se, recentemente, o curso de Mestrado Integrado em Arquitetura. Dentre os projetos comunitários realizados, destaca-se a resignificação do Bairro de Ribeira Bote através de cartografia crítica com o objetivo de orientar intervenções no espaço para valorizar os afetos existentes. Assim, foram trabalhadas pinturas nas casas com gravuras alusivas à personalidades locais, a reorganização do mercadinho tradicional, a realização de oficinas culturais e de fotografia, entre outros, que acabaram por fortalecer a identidade deste território que entra em circuitos turísticos de Mindelo.



Logo. Fonte: <http://meia.edu.cv/>



Campo de Estudo de São Vicente - Ribeira Bote / Ilha da Madeira. Fonte: <http://meia.edu.cv/node/65>



2.3.3. ANÁLISE DA DINÂMICA DO TURISMO

São Vicente é um dos principais destinos turístico de Cabo Verde. É considerada a ilha com maior representatividade cultural, em função de festas tradicionais como o carnaval e por ser o local de nascimento e vida de Cesária Évora, cantora de maior reconhecimento internacional do país. A ilha tem este nome em função de ter sido descoberta no dia de São Vicente, 22 de janeiro.

Pode ser considerado como um destino âncora no contexto das ilhas do norte por possuir as melhores condições estruturais de um destino turístico, atuando como centro de distribuição de roteiros turísticos para as demais ilhas do norte. O destino também se constitui em portão de entrada em virtude do aeroporto/porto. Possui também grau de independência em relação às demais ilhas em função de seus atrativos desencadearem uma demanda turística específica.

Na ilha é possível vivenciar diversidade de experiências turísticas, em função do mix de área urbana/cultural com inúmeras praias, áreas rurais, montanhas e o vulcão do Calhau. A pujança da vida cultural é notada nos inúmeros eventos realizados, lojas e ateliers de artes/artesanato, pequenos museus/centros culturais e por abrigar o Centro Nacional de Artes, Artesanato e Design (CNAAD).

Assim, as atividades e experiências turísticas envolvem tours à pé ou de bicicleta por Mindelo, passeios embarcados ao longo da costa, pesca esportiva, trekking, banho de mar em praias desertas / vulcão do Calhau, esportes náuticos, contato com agricultura de pequena escala, a participação em eventos culturais, a visita à museus e centros culturais – dentre eles, a casa museu em homenagem à Cesária Évora, o Museu do Mar – entre outros.

A quantidade de investimentos turísticos previstos para os próximos anos, em áreas de praia, reforçam o potencial turístico multifacetado da ilha.

2.3.3.1. RECURSOS, EXPERIÊNCIAS E ATRATIVOS TURÍSTICOS

A oferta turística de atrativos, recursos e produtos de São Vicente é diversa e está baseada tanto nos aspectos culturais e históricos quanto em seus recursos naturais. Há sete principais segmentos e linhas de produtos baseados na oferta que caracterizam a ilha.

Principais Segmentos e Características - Ilha de São Vicente

Segmentos	Características
Histórico e Cultural	Compreende as atividades turísticas relacionadas à vivência do conjunto de elementos significativos do patrimônio histórico e cultural e dos eventos culturais, valorizando e promovendo os bens materiais e imateriais da cultura.
Sol e Mar	Oferta baseada no banho/contemplação do mar e nas características ligadas ao clima do verão. Caracteriza-se por linhas de produtos agregadas como a observação de fauna, práticas de atividades esportivas náuticas com foco no lazer, contemplação e descanso e experiências em vilas e centros charmosos com elementos culturais e históricos locais e compras.
Ecoturismo	Atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência através da interpretação do ambiente, da história e da cultura, promovendo o bem-estar das populações.

Rural	Conjunto de atividades turísticas desenvolvidas no meio rural, comprometido com a produção agropecuária, agregando valor a produtos e serviços, resgatando e promovendo o patrimônio cultural e natural da comunidade
Náutico	Caracteriza-se pela utilização de embarcações náuticas como finalidade da movimentação turística. Envolve atividades como cruzeiros (de longo curso e de cabotagem) e passeios, excursões e viagens via quaisquer tipos de embarcações náuticas para fins turísticos.
Pesca	Compreende as atividades turísticas decorrentes da prática da pesca amadora.
Turismo de Negócios e Eventos	Compreende o conjunto de atividades turísticas decorrentes dos encontros de interesse profissional, associativo, institucional, de caráter comercial, promocional, técnico, científico e social.

Fonte: Adaptado de Ministério do Turismo do Brasil, 2008.

Diversos elementos compõem estes segmentos e 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.

Esta visão é complementada em capítulos posteriores, considerando o perfil da procura atual e potencial, de modo que tais elementos venham a atender o mercado turístico.

A seguir, apresenta-se a análise da oferta, dividida por elementos materiais (espaços, paisagens, equipamentos) e elementos imateriais (vivências, eventos). Posteriormente, é apresentada a matriz de hierarquização e priorização de atrativos.

2.3.3.1.1. ELEMENTOS MATERIAIS

CENTRO HISTÓRICO DE MINDELO

Tipologia	Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Visitas aos prédios coloniais, centros culturais e museus Compras Contemplação Embarque de passeios náuticos Realização de eventos culturais Vivências gastronômicas Entretenimento noturno
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	O Centro Histórico de Mindelo, classificado como Patrimônio Nacional, possui valor e características relacionadas à colonização britânica e portuguesa. Destacam-se suas estruturas arquitetônicas: O Palácio do Governador, a Câmara Municipal, a Pracinha da Igreja - o berço da cidade, a partir da qual foram construídas as primeiras casas e traçadas as primeiras ruas - a Avenida Marginal com a réplica da Torre de Belém de Lisboa e o Fortim d'el-Rei, construção mais antiga existente em Mindelo.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Sinalização indicativa (no entanto há necessidade de melhoria) Ausência: Sinalização interpretativa Centro de atendimento / informações turísticas sobre a ilha



BAÍA DO PORTO GRANDE

Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Gastronomia Embarque / Desembarque de Passeios Náuticos Contemplação Serviços portuários
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	A baía do Porto Grande é um porto natural profundo, formado por uma cratera vulcânica subaquática de 4 km de diâmetro. As excelentes condições naturais desta baía fizeram com que fosse considerado um dos portos de águas profundas mais seguros do mundo. Foi eleita como umas das baías mais belas do mundo. O Porto Grande continua a ser o maior e melhor porto de Cabo Verde, afirmando-se cada vez mais como um importante porto de escala de navios de cruzeiros do Atlântico médio que serve também as frotas pesqueiras internacionais que vêm fazer o transbordo das suas capturas, abastecimento e recrutamento de tripulação.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Urbanização e iluminação da orla, com espaços de contemplação, lixeiras Presença: Bares e restaurantes Porto de embarque e desembarque Marina Ausência: Centro de Recepção aos Turistas Sinalização Informativa e Interpretativa





PARQUE NATURAL MONTE VERDE



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Trilhas Contemplação Vivência Rural
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	O Monte Verde está categorizado como Parque Natural, devido as peculiaridades quanto ao ecossistema de zona subúmida. Situa-se a nordeste da Ilha de São Vicente, com altitude de 450 a 750 m. Possui excelentes condições naturais para a prática do turismo de montanha e atualmente abriga um roteiro do projeto "Rede de Promoção do Turismo Solidário e Inclusivo, do Desenvolvimento Sustentável e Valorização do Território na Ilha de São Vicente", em que é possível vivenciar a experiência de conhecer sobre ervas cultivadas localmente e apreciar um chá.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/ necessidades de melhorias	<p>Presenças: Casa de Chá Banheiros</p> <p>Ausências: Placas de Sinalização Indicativa / Interpretativa Miradouro</p>

PRAIA DA LAGINHA



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Banhos na praia Caminhadas Esportes Gastronomia Lazer (música)
Há atrativos similares na ilha?	Praias, sim
Breve descrição do atrativo	É uma das praias mais acessíveis, situada na cidade de Mindelo. O local é vigiado, possuindo uma costa atraente com areia branca e água azul, conta com boa estrutura para moradores e turistas. A sua marginal é utilizada para caminhadas e exercício físicos.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/ necessidades de melhorias	<p>Presenças: Bares e restaurantes Parque de ginástica Locais para prática de futebol e voleibol/ desportos náuticos Banheiros Lixeiras Boa acessibilidade</p> <p>Ausências: Sinalização Interpretativa</p>



JOÃO D'ÉVORA



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Banho na Praia
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Trata-se de uma praia para lazer e banhos de mar, localizada ao norte da ilha, cerca de 4km de Mindelo. Uma praia isolada, protegida pelas montanhas ao seu redor. Há novas construções residenciais e empreendimentos de alto padrão.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausências: Condições de acessibilidade Infraestrutura de apoio
Atividades potenciais a serem realizadas	Alimentação Caminhadas

PRAIA DO FLAMENGO



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Banho na Praia
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Praia localizada a sudoeste da ilha de São Vicente, a 2,5 km da vila de São Pedro e 11 km da cidade de Mindelo. A Praia do Flamengo apresenta areia fina e água cristalina propícia para banho, no entanto, é pouco frequentada.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausências: Infraestrutura de apoio Banheiros Duchas Lixeiras

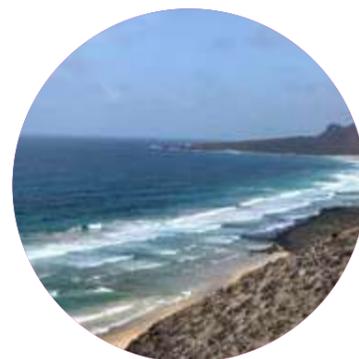
BAÍA DAS GATAS



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Festival da Baía das Gatas (festival de música) Banho na Praia Banho nas Piscinas Naturais
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	A baía possui piscina natural, isolada do mar por uma barreira de rochas, sendo a praia mais segura do país. É qualificada localmente como uma praia tranquila, com pouco movimento, o que seria seu diferencial. Especialistas consideram-na também a área melhor adaptada para a aprendizagem de vários desportos náuticos. Possui fundos marinhos do tipo coralífero. Há um pequeno número de habitantes que vivem da pesca e algumas casas de veraneio. O nome do local advém da espécie tubarão-gata, inofensiva e abundante na região. Situa-se a 10 km da cidade de Mindelo, próxima a aldeia de Salamansa. É realizado anualmente o Festival da Baía das Gatas (festival de música).
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim, o Festival Baía das Gatas
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausências: Coleta regular de lixo Banheiros/duchas Parques infantis Sinalização Indicativa / Interpretativa
Atividades potenciais a serem realizadas	Observação de tubarão-gata Gastronomia Aprendizagem de esportes aquáticos (windsurf, vela, motonáutica, mergulho com escafandro) Mergulho de observação (fundos marinhos coralíferos)



PRAIA GRANDE



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Surf Windsurf Kitesurf Bodybord
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Praia caracterizada por linda paisagem composta por rochas vulcânicas e areia branca. Situa-se entre a Praia do Norte e o Calhau, ao nordeste da ilha de São Vicente. As ondas da Praia Grande atraem praticantes de esportes radicais aquáticos, tais como surf e kitesurf.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência: Infraestrutura de apoio
Atividades potenciais a serem realizadas	Festivais de Esportes Aquáticos

PRAIA CALHETA GRANDE



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Banho na praia
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Situada depois da praia de Flamengo, ao sul da ilha de São Vicente.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não

PRAIA SALAMANSA



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Banho na praia Kitesurf
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Uma linda praia, situada entre São Vicente e ilha de Santo Antão, com águas mornas e cristalinas. No local existe uma singela vila de pescadores e a prática de kitesurf.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Vila de pescadores Escola e Aluguel de equipamentos de kitesurf Infraestrutura de apoio Sinalização indicativa/interpretativa Ausência: Lixeiras Banheiro, vestiário, duchas Sinalização interpretativa
Atividades potenciais a serem realizadas	Windsurf Bodyboard Venda de artesanato Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área



PRAIA SÃO PEDRO



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Passeio pela vila Surf Windsurf Bodyboard Trilha para Farol Dona Amélia
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	É conhecida internacionalmente para prática de windsurf, bodyboard e surf, devido a sua forte arrebentação. A praia de São Pedro possui uma paisagem árida e águas turquesas e não é indicada para banho, devido às condições marítimas. Acesso à trilha que chega ao Farol de Dona Amélia, conformando paisagem singular.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Aldeia de pescadores com casas coloridas Hotéis Ausência: Infraestrutura de apoio Banheiros/duchas Lixeiras Limpeza regular da praia
Atividades potenciais a serem realizadas	Venda de artesanato Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área

CALHAU



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação Surf Pesca Fotos com pescadores/peixes Banho na praia Visitação na aldeia de pescadores
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	A baía do Calhau encontra-se a 15 km da cidade de Mindelo, na costa leste da ilha de São Vicente. Possui praia com areia negra, devido às rochas vulcânicas, com frente para ilha deserta de Santa Luzia. Há uma piscina natural que fica ao pé do vulcão Viana.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Bares e restaurantes Vila de pescadores Presença: Eletricidade Telefone Transporte privado regular Ausência: Banheiros/duchas
Atividades potenciais a serem realizadas	Venda de artesanato Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área



PRAIA DO TUPIM



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Surf Bodybord
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Uma pequena praia frequentada pelos surfistas devido às suas ondas. Na localidade podem ser observadas conchas fossilizadas. Está localizada ao sul da ilha de São Vicente.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausências: Não há estrutura de equipamentos ou serviços no local ou entorno. Não há estrada pavimentada que faz acesso ao local. Não há sinalização no caminho, ou qualquer tipo de divulgação.
Atividades potenciais a serem realizadas	Festival de Surf e Bodyboard

PRAIA SANDY BEACH



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Surf Bodybord
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	A praia é um atrativo para surfistas e praticantes de surf e bodyboard, possui areal estreito, sendo pouco frequentada pelo público geral. No local é realizado o "Open Sandy" que é o circuito nacional de surf e bodyboard. Está localizada ao sul da ilha de São Vicente.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausências: Não há estrutura de equipamentos ou serviços no local ou entorno. Não há estrada pavimentada que faz acesso ao local (necessário carro 4X4). Não há sinalização no caminho, ou qualquer tipo de divulgação.



PRAIA PALHA CARGA



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Praia desabitada com grande extensão de areia branca e preta, com mar turquesa. Está inserida na região do vale da Palha Carga, sendo um local arriscado para banho devido às ondas e correntes.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presenças: Antiga estrutura, algumas vezes, serve de abrigo para pescadores e pastores de cabras
	Ausências: Fácil acesso ao local (necessário carro 4X4) Sinalização e placas orientativas Banheiros/duchas Lixeiras
Atividades potenciais a serem realizadas	Trilhas Surf Kitesurf

MONTE CARA



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Situado a oeste da baía do Porto Grande, possui vista para a cidade de Mindelo e altitude de 490 metros, O nome Monte Cara faz menção ao recorte do relevo: semelhante ao rosto humano olhando para o céu. Foi eleito uma das sete maravilhas de Cabo Verde no ano de 2013.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim, contemplação do Monte Cara
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausências: Sinalização das potencialidades turísticas Vias de acesso seguro ao cume do monte
	Atividades potenciais a serem realizadas



FORTIM D'EL REI



Tipologia	Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Localiza-se junto à baía da ilha de São Vicente, sendo a construção mais antiga da cidade de Mindelo, erguido entre 1852 e 1853 para a defesa do Porto Grande. Entre 1930 e 1970 abrigou a cadeia civil. Sua vista panorâmica apresenta como pano de fundo a baía e a Alfândega Velha.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Sim
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausências: Infraestrutura de apoio
Atividades potenciais a serem realizadas	Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área

PRAIA SARAGARÇA



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Situa-se próxima às praias Tupim e Sandy Beach sendo frequentada pelos praticantes de kitesurf, bodyboard, windsurf e surf.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausências: Não há estrutura de equipamentos físicos. Não há locais para banho Não há estrada pavimentada que faz acesso ao local (necessário carro 4X4). Não há sinalização no caminho, ou qualquer tipo de divulgação.
Atividades potenciais a serem realizadas	Torneios de surf/Bodyboard/kitesurf



2.3.3.1.2. ELEMENTOS IMATERIAIS

A Ilha de São Vicente abriga inúmeros eventos de carácter cultural, geradores de fluxos turísticos em níveis e características diferentes. Os principais eventos culturais são o Carnaval e o Festival de Música Baía das Gatas. Ano a ano são realizados novos eventos.

Ao se pensar em estratégias de prospecção de novos eventos, dois segmentos de mercado, em especial, podem ser visualizados. Um deles são os eventos científicos os quais já vem ocorrendo em pequena escala, explorando as artes, design, tecnologias sociais, história e manifestações culturais. Eventos gastronômicos como festivais também podem dinamizados, de modo a valorizar produtos e alimentos da cultura local (e de Cabo Verde). Os principais eventos realizados na ilha são:

CARNAVAL

Tipologia	Cultura
Fluxo	Nacional e Internacional
Período do ano	Fevereiro / Março
Descrição	O Carnaval é o maior evento cultural de São Vicente. Envolve de uma maneira geral, todos os artistas plásticos populares e costureiras da cidade, com desfile de carros alegóricos e competições entre grupos carnavalescos. Todos os anos há um tema para os desfiles e há um processo de troca de experiências entre carnavalescos de São Vicente e do Brasil.

FESTIVAL DE MÚSICA DA BAÍA DAS GATAS

Tipologia	Cultura
Fluxo	Nacional e Internacional
Período do ano	Agosto
Descrição	Desde 1984, o Festival de Música da Baía das Gatas é realizado anualmente no primeiro fim-de-semana de lua cheia do mês de Agosto. Começou por ser um encontro de amigos que se reuniam na praia da Baía das Gatas para compor e tocar música, crescendo anualmente, até se tornar num evento musical de referência internacional. Além da música, há também desportos náuticos e uma variada programação cultural. O festival é tão concorrido que há superlotação dos meios de hospedagem e dos voos disponíveis.



PASSAGEM DE ANO

Tipologia	Cultura
Fluxo	Nacional e Internacional
Período do ano	Dezembro / Janeiro
Descrição	Tradicional réveillon que ocorre na rua de Lisboa, contando com diversas apresentações musicais de artistas nacionais e internacionais. No dia 01, às sete da manhã, a Banda Municipal de São Vicente percorre a ilha de ponta a ponta a dar as boas vindas ao Ano Novo.

MINDELACT

Tipologia	Cultura
Fluxo	Nacional e Internacional
Período do ano	Novembro
Descrição	Principal evento teatral de Cabo Verde e considerado o mais importante evento teatral da África Ocidental. Teve a sua primeira edição em 1995, só com a participação de grupos de S. Vicente e Santo Antão. Em 1996 teve já um cunho nacional e em 1997 internacionaliza-se e confirma-se como o mais importante evento teatral do arquipélago. Além da vertente de espetáculos, promove o intercâmbio entre todos os participantes, ações de formação nas mais diversas áreas artísticas ligadas ao teatro, concertos de música, exposições de design e artes plásticas e, nos últimos anos, um "Festival off" alternativo e uma programação específica dirigida às crianças.



MINDEL SUMMER JAZZ

Tipologia	Cultura
Fluxo	Nacional e Internacional
Período do ano	Agosto
Descrição	Mindel Summer Jazz é um festival de jazz intimista que acontece anualmente, na cidade do Mindelo, no âmbito das festas de verão da cidade do Monte Cara.





FEIRA DE ARTESANATO E DESIGN URDI

Tipologia	Cultura
Fluxo	Nacional e Internacional
Período do ano	Agosto



Evento desenhado pelos artesãos e para os artesãos numa perspetiva de mostrar que através do artesanato pode-se criar postos de trabalho digno. Organizada pelo Ministério da Cultura e das Industrias Criativas em parceria com a Câmara Municipal de São Vicente.

KAVALA FRESK FESTIVAL

Tipologia	Cultura / Gastronomia
Fluxo	Nacional e Internacional
Período do ano	Julho



Apresenta uma diversidade gastronômica à base do peixe Kavala, exposições de moda, espetáculos musicais, workshops, atividades desportivas, ações de educação ambiental e premiações em torno de boas práticas em meios de alimentação e de pratos à base de Kavala. Assim, o evento busca valorizar todo o processo produtivo de saberes e fazeres relacionados com a Kavala, o recurso pesqueiro em si e sua manutenção, de um modo integrado, lúdico e criativo.

FESTIVAL DE MÚSICA DE SALAMANSA

Tipologia	Cultura
Fluxo	Nacional e Internacional
Período do ano	Agosto

Evento organizado pela população local, de dois em dois anos, que valoriza músicos e artistas de Salamansa.

FEIRA OIÁ

Tipologia	Cultura
Fluxo	Nacional e Internacional
Período do ano	Outubro



Festival Nacional de Cinema e Audiovisual de Cabo Verde criado com o objetivo de impulsionar a produção local, sendo espaço de exposição, de encontro de cineastas e plataforma de aprendizagem para jovens.

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:

- Festival da Juventude – Abril
- Exposições no Palácio do Povo – ano todo
- Noites culturais na rua Lisboa – períodos específicos, a depender do calendário da Camara Municipal de São Vicente e de organizadores locais
- Santa Cruz – Realizada na zona de Salamansa, no dia 3 de maio;
- Nossa Senhora de Fátima – Realizada no Mato Inglês, no dia 13 de maio;
- Nhô Manel – Realizada zona de Norte de Baía, no dia 17 de junho;
- São João – Realizada na zona de Ribeira de Julião, no dia 24 de junho;
- São Pedro – Zona de São Pedro, no dia 29 de junho;
- São João – Zona de Ribeira de Julião, nos dias 23 e 24 de junho

2.3.3.1.3. 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 São Vicente 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 quatro tipos: **natural, gastronômico, histórico-cultural e patrimônio imaterial (festividades)**. A identificação e classificação dos recursos turísticos fundamentais (natural; histórico-cultural; gastronômico e enológico; e festividades) permite uma visão geral dos atrativos oferecidos na ilha, identificando os tipos que predominam no local.

NATURAL	HISTÓRICO-CULTURAL	GASTRONÔMICO	PATRIM. IMATERIAL
Praias, áreas protegidas, monumentos geológicos	Centro histórico, Museus, Monumentos	Produtos locais, como queijo de cabra, grogue	Eventos culturais, religiosos e esportivos

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

HIERARQUIZAÇÃO

De forma a identificar os diferentes níveis de relevância dos atrativos turísticos de São Vicente 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	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	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	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	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.



PRIORIZAÇÃO

Dessa forma, o processo de hierarquização e priorização de atrativos apoia 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 estruturais 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 se analisou 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 nos locais e servirem, eventualmente, para compor vivências entre atividades 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 elementos. De acordo com a escala de pontuação adotada, tem-se quatro 4 categorias de agrupamento de atrativos:

Categorias de agrupamento de atrativos - priorização

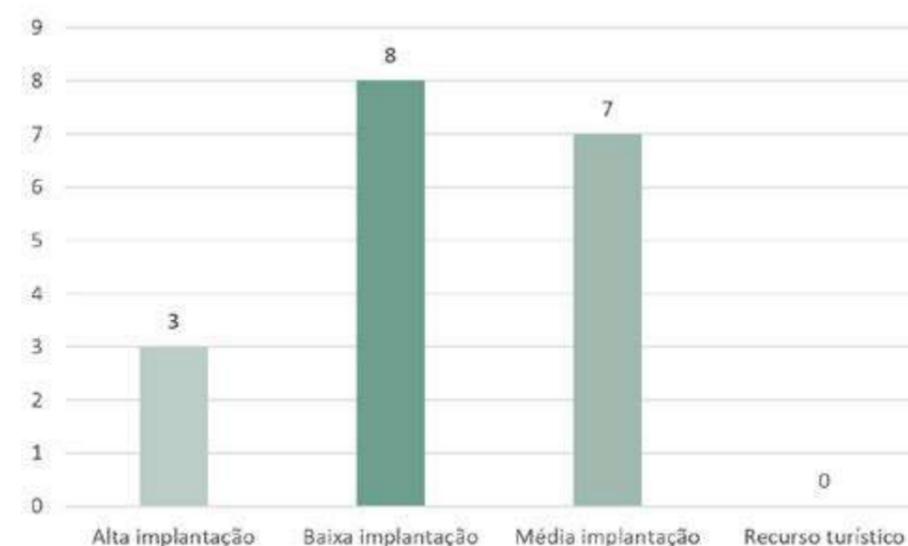
PONTUAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO	DESCRIÇÃO
0 A 7	Recurso Turístico	Elemento com potencial de visitação, mas que ainda não possui estrutura e visitação. É necessário investir em estrutura.
8 A 14	Baixa Implantação	Atrativo turístico com pequena expressão/singularidade, com a função de complementar, na maioria 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 possui significância 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 nas categorias “Baixa implantação” e “Média implantação”. Ou seja, a parcel mais significativa de atrativos necessita de intervenções para que possam ofertar melhor qualidade de experiências aos visitantes e complementar a visitação nos atrativos de maior singularidade.

Destaca-se a diversificação de experiências no destino, o que permite manejar com maior facilidade o fluxo turístico, ampliando 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.

A maior parte dos atrativos que necessitam de melhorias mais significativas são praias. Por outro lado, é importante destacar que há uma série de investimentos privados previstos nestas áreas, o que certamente irá contribuir para que tais melhorias venham a ocorrer. De toda forma, é essencial trabalhar ordenamento, segurança e continuar o trabalho de fortalecer experiências de base local, atreladas aos esportes náuticos e não apenas ao sol e mar sem contato ou com pouco contato com a comunidade local.

De modo complementar, com base na análise da demanda, verifica-se que o mercado atual e potencial busca justamente a singularidade que São Vicente possui, sendo salutar manter a diversificação.

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.

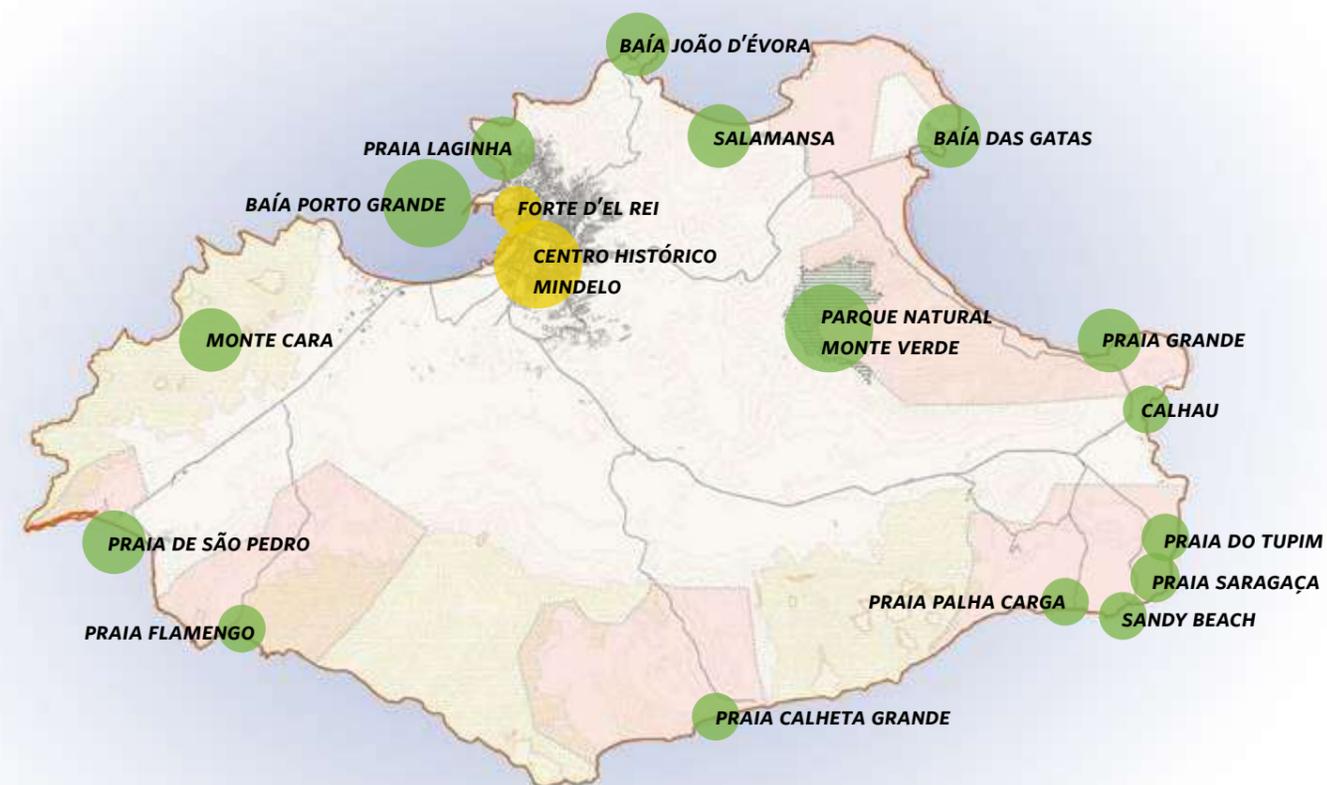
Os atrativos naturais já comercializados e com potencial que possuem recursos naturais frágeis, como é o caso das praias para mergulho ou áreas pesca, por exemplo, necessitam fundamentalmente de ordenamento e trabalhos de educação ambiental, de modo a garantir que os fluxos turísticos contribuam efetivamente para a conservação destas áreas e para melhorar a qualidade da experiência do visitante.



Tabela de avaliação e hierarquização de atrativos turísticos da ilha de São Vicente

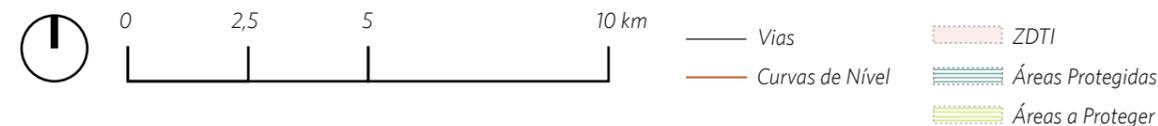
ATRATIVO	POTENCIAL DE ATRATIVIDADE (X2)	GRAU DE USO ATUAL	REPRESENTATIVIDADE (X2)	APOIO LOCAL E COMUNITÁRIO	ESTADO DE CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM DO ENTORNO	INFRAESTRUTURA	ACESSO	TOTAL
CENTRO HISTÓRICO DE MINDELO	3	3	3	2	2	2	2	23
BAÍA DO PORTO GRANDE	3	3	3	2	1	2	3	23
PARQUE NATURAL MONTE VERDE	3	1	3	3	2	2	2	22
PRAIA DA LAGINHA	2	2	3	2	2	2	3	21
JOÃO D'ÉVORA	3	1	2	2	2	2	2	19
BAÍA DAS GATAS	2	3	2	1	1	1	2	16
PRAIA GRANDE	2	1	3	1	2	0	2	16
PRAIA SALAMANSA	2	1	2	2	1	2	2	16
PRAIA SÃO PEDRO	2	2	2	2	1	1	2	16
MONTE CARA	2	1	3	1	2	0	1	15
CALHAU	1	2	1	2	1	2	2	13
PRAIA DO TUPIM	2	1	2	1	2	0	1	13
PRAIA SANDY BEACH	2	1	2	1	2	0	1	13
PRAIA CALHETA GRANDE	2	1	2	1	2	0	1	13
PRAIA PALHA CARGA	2	1	2	1	2	0	1	13
PRAIA FLAMENGO	2	1	2	0	2	0	1	12
FORTIM D'EL REI	2	0	2	1	0	0	2	11
PRAIA SARAGARÇA	2	1	1	1	2	0	1	11

Mapa síntese com os atrativos classificados e hierarquizados



Hierarquização, Priorização e Classificação:

- Alta Implantação (22-27)
- Média Implantação (15-21)
- Baixa Implantação (8-14)
- Recurso Turístico (0-7)
- Atrativos Naturais
- Atrativos histórico-culturais





2.3.3.1.4. PRODUTOS TURÍSTICOS

Os produtos comercializados localmente na ilha de São Vicente envolvem tanto as atrações culturais quanto os naturais.

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

AULAS DE KITESURFE

Aulas com professores especializados na Baía das Gatas, incluindo equipamentos necessários. Inclui o transfer até o local da aula e o retorno. Tem opcional de almoço.

Local do passeio:	Baía das Gatas
Duração	6 horas
Preço	Média de € 199. Opcional de almoço por € 12.
Principais agências que comercializam	São Vicente Oficial Website
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

SNORKELING

Orientação sobre mergulho na superfície na praia da Laginha, incluindo equipamentos necessários, transfer até o local e retorno. Conta com opcional de lanche.

Local do passeio:	Praia da Laginha
Duração	4 horas
Preço	Média de € 29. Opcional de almoço por € 9.
Principais agências que comercializam	São Vicente Oficial Website
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

BAÍA DAS GATAS - MEIO PERÍODO

Manhã ou tarde de praia na baía que deu o nome ao mais famoso festival de música do país.

Local do passeio:	Baía das Gatas
Duração	4 horas
Preço	€ 59
Principais agências que comercializam	Atlantur
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

CITY TOUR EM MINDELO E PRAIAS DO ENTORNO

Visita guiada aos principais atrativos turísticos da cidade, com guias especializados e imersão nos principais pontos. O roteiro pode ser realizado em meio período ou o dia inteiro. O tour é feito de modo a interagir ao máximo com os moradores locais, para conhecer o destino. Geralmente o almoço é oferecido e há opcionais de jantar.

Local do passeio:	Mindeló e Praias do Entorno
Duração	Meio período: 4 horas / período inteiro: 8 horas
Preço	Varia de € 40 a € 44. Período inteiro: € 59 a € 80
Principais agências que comercializam	São Vicente Oficial Website, Green Line Tours, Novatur, Sabura Adventures
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

CITY TOUR EM MINDELO - TURISMO COMUNITÁRIO

Visita guiada com grupo máximo de 6 pessoas para um dia em Mindelo, passando pelo centro histórico e subúrbios da cidade, visitando projetos e escolas locais, doando alimentos para população em situação de risco. A visita envolve a utilização de transporte público local, caminhada, parada para compras, almoço e contato com os moradores da cidade.

Local do passeio:	Mindeló
Duração	8 horas
Preço	Meio período € 29. Almoço opcional: € 13, doação de € 5
Principais agências que comercializam	Atlantur
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

VOLTA À ILHA (MEIO PERÍODO) E VOLTA À ILHA COM PARADA EM PRAIAS

O passeio de meio período envolve a visita guiada com saída ao Monte Verde para apreciar a ilha, incluindo a cidade do Mindelo diante da baía e do Monte Cara. Continuação para a Baía das Gatas, seguindo-se para o Calhau e Ribeira. Regresso ao Mindelo e visita à cidade. O passeio de período completo geralmente envolve parada em praias locais como a Praia Grande e a Praia de Salamansa.

Local do passeio:	Mindeló, Monte Verde, Baía das Gatas, Calhau - Praias
Duração	Meio período: 4 horas / período inteiro: 8 horas
Preço	Meio período € 44. Período inteiro: € 59 a € 80
Principais agências que comercializam	Atlantur, Novatur, Sabura Adventures, Helios
Épocas do ano propícias:	Todo o ano



CALHAU DIA INTERINO

Saída para o Calhau de manhã, percorrendo a respetiva Ribeira. Manhã de praia e almoço num restaurante local. Regresso ao fim da tarde.

Local do passeio:	Calhau
Duração	8 horas
Preço	€ 59
Principais agências que comercializam	Atlantur
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

MERGULHO

Mergulho em diversos pontos de São Vicente. A ilha se destaca neste tipo de atividade por ter menos fluxo turístico, de acordo com a operadora Dive Tribe. Na região é praticado o chamado Muck Diving, que consiste no mergulho em áreas de origem vulcânica, em que a areia é mais escura e torna-se uma forma diferenciada de visualizar animais no fundo do mar, por conta do tipo de visibilidade e contraste de cores com os animais marinhos. A região possui Frog Fishes - Peixes Sapó. Além disso, há mergulho para observação de corais, naufrágios, entre outros. A empresa também dá cursos de formação em mergulho para iniciantes ou para pessoas em outros estágios.

Local do passeio:	Mindelo e outros
Duração	Variada
Preço	De € 40 a € 160, dependendo dos equipamentos a serem usados e preparo inicial (de acordo com o nível de conhecimento em mergulho)
Principais agências que comercializam	Dive Tribe, Barracuda Tours
Épocas do ano propícias:	Informação não disponível

JEEP TOUR - "SONCENT DESCONHECIDO"

Visita em jeep para conhecer as praias desertas, com paisagens de cores e formações diversas: Palha Carga- Calhau e Vulcão de Viana- Sandy Beach- Praia Grande- Norte de Baía e o Arco - Monte Verde- Mato Inglês e Selada Baleia.

Local do passeio:	Roteiro de Diversas Praias
Duração	5 horas
Preço	€ 50
Principais agências que comercializam	Helios
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

ARTIST TOUR - "ARTE E ALMA"

Tour por Mindelo nas ruas da cidade, oficinas e ateliers dos artesãos, pintura e arte Plástica, visita à exposições nos centros culturais e de artesanato, casa da Cesária Évora, e livrarias que combinam a degustação de grogue, ponche e licores, com a literatura dos poetas mindelenses. A parte mais bonita deste passeio é a visita à Oficina de Guitarras, onde terá a oportunidade de ver a confecção de Violão, Baixo, Bandolinho, Cavaquinho, instrumentos estes que acompanharam, cantores e tocadores desta ilha como "A Diva dos pés descalços - Cize", Biús, Bana, Manuel de Novas, e os mais recentes como, Ceuzany, Carmen Silva, Deisy Pinto, Jennifer Solidad, Eliana Rosa, Maira Vezo, Aureliano, Cocho, Júlio Costa, Tiago Silva, Edson Oliveira e no final assistir a um pequeno concerto de músicas com mornas e a coladeiras.

Local do passeio:	Mindelo
Duração	4 horas
Preço	€ 32
Principais agências que comercializam	Helios
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

"SONCENT" HISTÓRICO E NATURAL - "NÔZ RAIZ E NÔZ NATUREZA"

Neste passeio combina-se a oportunidade de conhecer os fatos curiosos e a história fascinante da ilha de São Vicente, com a adrenalina e a aventura do Jeep Tour - Soncent Desconhecido, montanhas, praias e paisagens, poeira, adrenalina e muita diversão. Envolve City Tour-Palha Carga- Calhau e Vulcão de Viana- Sandy Beach- Praia Grande- Norte de Baía e o Arco - Monte Verde-Mato Inglês e Selada Baleia.

Local do passeio:	Mindelo
Duração	8 horas
Preço	€ 35
Principais agências que comercializam	Helios
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

PESCA ESPORTIVA

Passeios organizados com os turistas, de acordo com o perfil de seu interesse. As empresas locais realizam pesca utilizando diversas técnicas.

Local do passeio:	Diversos
Duração	Variada
Preço	Variados
Principais agências que comercializam	Barracuda Tours, Marlin Cape Verde, Nobai, Cabo Verde Fishing Center
Épocas do ano propícias:	Todo o ano



RIBEIRA BOTE TOUR - "ZONA LIBERTADA"

Conhecida como Zona Libertada e dos mandingas do carnaval, a história do Mindelo passa pelo bairro da Ribeira Bote. Uma zona marginal, que vê no turismo comunitário a oportunidade de gerar mudanças sociais visando mudar a qualidade de vida da comunidade através da geração de renda local e o empoderamento coletivo, propiciando ao visitante uma experiência linda e única; história, música e artesanato e gastronomia, num ambiente seguro. A visita termina com uma degustação de um prato cabo-verdiano feito em uma casa de família dentro do bairro.

Local do passeio:	Mindelo
Duração	3 horas
Preço	€ 30
Principais agências que comercializam	Helios
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

ROTEIROS DE TURISMO E ECONOMIA SOLIDÁRIA (RoTES), OS PERCURSOS ECOLÓGICOS PEDESTRES (PEP'S) E TRILHAS SUBAQUÁTICAS

Estruturados no âmbito do projeto Rede de Turismo Solidário e Sustentável de São Vicente, as experiências foram estruturadas com comunidades rurais e de áreas isoladas da ilha, com o objetivo de realizar passeios transformadores para os turistas e para a população local, através da valorização de seus saberes e fazeres. Foram estruturados 3 tipos de produtos turísticos: Roteiros de Turismo e Economia Solidária (RoTES), os Percursos Ecológicos Pedestres (PEP's) e Trilhas Subaquáticas. Todos eles podem ser reservados no Receptivo do projeto, localizado no Mercado Municipal e envolvem acompanhamento de guias treinados, visitas à produtores rurais e artesanais locais, atividades de educação socioambiental e oficinas.

Local do passeio:	Variados
Duração	Variada
Preço	Variados
Principais agências que comercializam	Rede de Turismo Solidário e Sustentável de São Vicente
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

2.3.3.2. ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

HOSPEDAGEM

De acordo com dados do INE (2018), São Vicente possui atualmente 48 estabelecimentos com fins hoteleiros, representando cerca de 17% da oferta do país, atrás apenas de Santo Antão (25%) e Santiago (18,7%). É possível encontrar na ilha uma grande variedade de tipos de dependências, com destaque para um alto número de hotéis em comparação com as demais Ilhas do Norte, onde são mais comuns as instalações de menor porte.

A infraestrutura hoteleira se concentra principalmente na cidade de Mindelo. Em uma busca no site de reservas Booking, foram encontrados 73 estabelecimentos (quase o dobro do que se apresenta nos dados estatísticos), desses, 90% estão localizados na capital da ilha.

Tipos de acomodação na ilha de São Vicente

		Hospedagem	Quarto	Cama	Capacidade
HOTEL	No %	9 12	320 3	510 3	678 3
PENSÃO	No %	9 10	149 16	196 16	294 16
POUSADA	No %	1 10	0 0	0 0	0 0
HOTEL-APARTAMENTO	No %	3 14	81 11	123 9	182 10
ALDEAMENTO TURÍSTICO	No %	0 0	0 0	0 0	0 0
RESIDÊNCIA	No %	26 32	247 36	351 38	500 38
TOTAL	No	48 16,9	812 6,2	1.204 5,7	1.684 6

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

Além dos estabelecimentos hoteleiros encontrados em Mindelo, em São Vicente também é possível encontrar pontualmente alojamentos em Baía das Gatas, Calhau e São Pedro.

A rede hoteleira da ilha tem capacidade para receber com conforto uma grande quantidade de turistas, destaque para o Mindel Hotel e o Oasis Atlântico Porto Grande em Mindelo, contando com 70 e 50 quartos respectivamente, e o Foya Branca em São Pedro, com 70 habitações e 6 pequenas vilas.



Terraço do Terra Lodge Hotel | Fonte: Natureza Urbana



Mindel Hotel | Fonte: Natureza Urbana



As acomodações em São Vicente são conhecidas por oferecerem fartos cafés da manhã incluídos no preço inicial. É comum também que possuam restaurantes em suas dependências, oferecendo almoço e jantar. Alguns estabelecimentos vão além da oferta de quarto/cama, proporcionando também outros serviços para aproveitamento da estada na ilha, oferecendo roteiros para cavalgadas, caminhadas, excursões, saídas para pesca esportiva, mergulho e venda e promoção do artesanato local.

De acordo com dados do Instituto Nacional de Estatística, a oferta dos alojamentos na ilha de São Vicente vem crescendo bastante nos últimos anos, passando de 24 estabelecimentos em 2007 para 45 dez anos depois. A taxa de ocupação que nos anos 2013/2014 alcançou seu auge, superando 27% do total, teve leve descenso, permanecendo atualmente próximo a 23%. A estada média do turista em São Vicente é de 2,9 dias, uma das mais baixas do arquipélago.

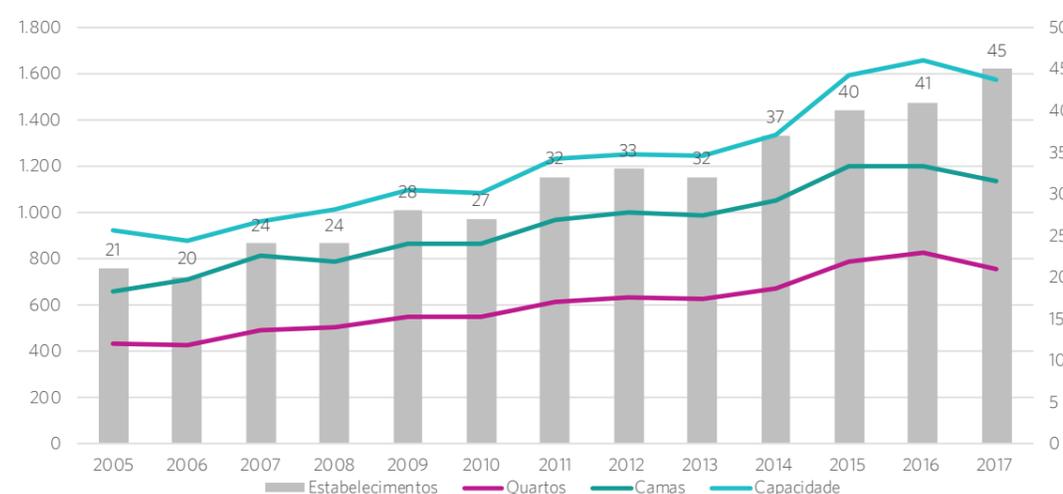


Hotel Residência GOA | Fonte: Booking



Hotel Foya Branca | Fonte: Booking

Tendências de crescimento de hospedagem na Ilha de São Vicente entre 2005 e 2018



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

RESTAURANTES

São Vicente possui uma boa oferta de restaurantes, com aproximadamente 30 estabelecimentos, a maioria concentrados em Mindelo, porém com presença em outros pontos da ilha, como Calhau, Baía das Gatas e São Pedro. É comum que muitos façam parte dos hotéis e pontos de estada.

A culinária é bastante variada, apresentando uma cozinha simples, saborosa e farta. Os pratos que têm o pescado como ingrediente principal compõem as receitas mais tradicionais. O arroz de peixe e pratos com polvo podem ser encontrados em praticamente todos os estabelecimentos. Além da cozinha cabo-verdiana, há locais e restaurantes com representantes da culinária francesa, portuguesa, italiana e mediterrânea.

Os restaurantes abrem todos os dias da semana nos horários de almoço e jantar (exceto aos domingos), alguns oferecendo também o pequeno almoço. À noite, principalmente nos fins de semana, a música é quase indissociável do ato de jantar, com pequenos shows de grupos tradicionais ao vivo nos principais restaurantes da cidade, conhecida pelo equilíbrio entre a boa mesa e o bom ambiente noturno. No verão, destacam-se os restaurantes ao ar livre ao longo da praia da Lajinha, muito popular entre os jovens.



Arroz de marisco no Hamburg Restaurante, Calhau | Fonte: Natureza Urbana



Música ao vivo na Taverna São Vicente | Fonte: Natureza Urbana

AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORES

De acordo com o Inventário dos Recursos Turísticos e constatação feita na visita de campo, há em Mindelo 12 agências de turismo que abarcam serviços em toda a ilha e também nas demais Ilhas do Norte, entre elas: Amadeus Central and West África e Atlantur (ambas com abrangência também em Santo Antão), Agytur, Cabetur, Cabolux, Fly, Global Agency, Santostour, Tropictour e Verdemundo. A maioria das agências possui site próprio, são atuantes nas redes sociais Facebook e Instagram e oferecem fácil comunicação.



Página da Nobai, agência de trekking | Fonte: <http://www.cap-vert-trekking.com/>

É comum encontrar habitantes de outras ilhas trabalhando no setor turístico em São Vicente, pessoas que saíram de Santo Antão e São Nicolau em busca de melhores condições de trabalho e de vida, em uma cidade onde o entretenimento sempre está em alta.



As agências oferecem vários passeios e experiências pela ilha, normalmente começando em Mindelo, passando por Baía das Gatas, Calhau e São Pedro. É cada vez mais crescente a busca por pacotes para mergulho, que incluem bilhete aéreo até a ilha, transfer e alojamento.

De maneira geral é boa a representatividade do comércio e divulgação do artesanato local, que pode ser encontrado com facilidade nas principais ruas do centro histórico da ilha. Nos últimos anos, o Centro Nacional de Artesanato do Mindelo tem vindo a apoiar os artesãos locais, nomeadamente na produção e comercialização de peças de cerâmica, artigos feitos de cascas de coco e colares de conchas e pedras.



Artesanato local | Fonte: Natureza Urbana



Página da Soltrópico, agência portuguesa que promociona viagens a São Vicente | Fonte: <https://www.soltropico.pt/>

2.3.3.3. 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.

Em São Vicente, essas infraestruturas atendem de maneira regular a demanda atual, mas precisam de melhorias para atendimento e ampliação a uma demanda turística futura.

ACESSIBILIDADE DO DESTINO

AEROPORTO

São Vicente possui um dos melhores aeroportos de Cabo Verde, o Aeroporto Internacional Cesária Évora, em São Pedro. Foi inaugurado em 1960 e somente em 2005 tiveram início os trabalhos de ampliação da pista e da gare, de modo a transformá-lo num aeroporto internacional.

Diariamente saem voos de São Vicente com destino à Sal e Praia, operados pela Binter, que também oferece voos com destino às ilhas do oeste da Espanha em determinados dias da semana. A TAP também opera voos com destino/ origem a São Vicente saindo todos os dias (exceto quartas-feira) de Lisboa/ São Pedro.



Aeroporto Internacional Cesária Évora | Fonte: Natureza Urbana

O Aeroporto Cesária Évora movimentou apenas no primeiro trimestre de 2019, segundo dados da ASA, cerca de 110 mil passageiros, sendo cerca de 67 mil em voos domésticos intra-ilhas e 48 mil em voos internacionais, vindos principalmente de Lisboa, Faro, Amsterdam e Paris.



Voos da TAP e da TUI chegando ao Aeroporto Internacional Cesária Évora, em São Pedro | Fonte: Natureza Urbana



PORTO

Pelas suas características físicas e naturais, o Porto Grande oferece excelentes condições de entrada e abrigo para qualquer tipo de embarcação. Construído em 1962, o Porto Grande passou por várias obras de expansão e melhoria, com ampliação dos cais 3 e 4, na década de 90, e de expansão do terraço para 8 ha e construção do acesso Norte em 2014. Possui um frigorífico com área total de 1 ha, com capacidade para congelação e conservação de 6000 toneladas de pescado e produtos perecíveis.

Há três companhias que operam com viagens diárias às ilhas de Santo Antão e São Nicolau: Fast Ferri, com seu barco Liberdadei, Mar d'Canal com o Armas e Interilhas CV, que oferecem em geral boas condições de conforto e segurança. Em todos os casos, os horários das viagens são apenas orientativos, devendo-se confirmar antes de ir ao Porto.

Próximo ao Porto encontra-se a Marina Mindelo (Cais Alfândega Velho), único porto desportivo do país, com capacidade para o amarre de 150 barcos de até 40m e que oferece em suas instalações gás, diesel, água, eletricidade, além de um bar flutuante.

O porto é administrado pela Enapor. Há ainda pequenos desembarcadouros e/ou arrastadores em São Pedro e Salamansa.



Porto Grande | Fonte: Natureza Urbana



Marina Mindelo | Fonte: Natureza Urbana



TRANSPORTE E SISTEMA VIÁRIO

De maneira geral o sistema viário de São Vicente apresenta boas condições de mobilidade e vem se ampliando nos últimos anos. As principais ligações da ilha, saindo-se de Mindelo com destino às aldeias de São Pedro, Calhau e Baía das Gatas, são feitas com tranquilidade, com as estradas nacionais asfaltadas e pavimentadas em pedra.

As ligações entre as diversas localidades da ilha são asseguradas por um sistema de transportes públicos onde operam cinco empresas privadas: Transcor.SA, Transporte Morabeza, Transporte Alegria, Amizade, Sotral e Automindelo. No entanto, especialmente para as localidades mais distantes da cidade do Mindelo (Baía das Gatas, Calhau, São Pedro e Salamansa), é comum a utilização do sistema de aluguel de autocarros.

São Vicente dispõe ainda de um serviço devidamente licenciado de táxi, cujos promotores operam no âmbito de uma Associação de Taxistas que regista a existência de 205 táxis operacionais. Muitos operadores privados exploram mini-autocarros tipo Toyota-HIACE, que asseguram a ligação entre as várias localidades da ilha, em serviço tipo interurbano.

As várias trilhas e caminhos vicinais são ainda importante meio de ligação entre as aldeias, percursos quase sempre acompanhados por paisagens de rara beleza.

ABASTECIMENTO DE ÁGUA

Sendo São Vicente uma ilha pobre em matéria de recursos hídricos, o processo de dessalinização da água do mar assume grande importância na ilha. A antiga central de dessalinização de Mindelo, com uma produção média de 2900 m³/dia, não vai além de uma taxa de cobertura da ilha de 65%.

Recentemente foi inaugurada nova planta dessalinizadora, com aumento dos níveis de produção de água, buscando suprir as demandas da população. O serviço de abastecimento de água é assegurado pela empresa privada Electra.



Estrada entre Mindelo e Baía das Gatas | Fonte: Natureza Urbana



Caminho em direção ao Monte Verde | Fonte: Natureza Urbana



Ampliação da rede de estradas | Fonte: Natureza Urbana

RESÍDUOS SÓLIDOS

De maneira geral, o centro histórico da cidade de Mindelo é limpo, mas o mesmo não pode ser dito de alguns atrativos turísticos da ilha. Nas visitas de campo, principalmente nas áreas mais isoladas, a equipe se deparou com expressiva quantidade de lixo deixada pelos usuários, mesmo quando haviam contentores e lixeiras.

Segundo o Plano de Ordenamento Territorial, pretende-se criar uma rede de coleta de resíduos sólidos interligada entre o poder público, a população e o empresariado do setor turístico. Atualmente pouco mais da metade da população tem acesso aos contentores de coleta de lixo e muitos resíduos mal depositados acabam sendo arrastados para o mar em tempos de cheias.

A recolha do lixo é de responsabilidade da Câmara Municipal de São Vicente, que realiza a coleta de segunda a sábado e todas as zonas se beneficiam da recolha três vezes por semana.

Já a recolha das caçambas (tipo de contentor de maior capacidade que é colocado em zonas rurais e algumas zonas periféricas da cidade do Mindelo), são recolhidas duas vezes por semana.

Todo o lixo doméstico e hospitalar é transportado para uma lixeira controlada, que em situações normais é depositado nas valas e depois queimado. Os resíduos hospitalares são colocados numa zona predeterminada da lixeira.

SANEAMENTO

A rede de saneamento básico atende cerca de 75% da população da ilha, dividida entre 60% pela rede de esgoto e 15% através de fossa séptica. Possuindo uma extensão de cerca de 3km, desemboca na ETAR de Ribeira de Vinha, que tem uma capacidade para 2 250 m³/dia de água residual com um circuito de retenção de cerca de 23 dias. Segundo a Câmara Municipal, o tratamento é puramente biológico, estando a ETAR dotada de duas lagoas anaeróbias, duas facultativas, duas de maturação e uma lagoa de estabilização.

Apesar de uma boa cobertura da rede, 13,1% dos agregados familiares ainda joga água suja próximo a suas casas, e 21% dos alojamentos ainda não



Escultura na Praia da Lajinha, alertando para a responsabilidade com o lixo | Fonte: Natureza Urbana



Lixo depositado de forma incorreta no miradouro da Praia Grande | Fonte: Natureza Urbana



ETAR de Ribeira de Vinha | Fonte: Câmara Municipal de São Vicente



dispõe de banheiro interno. Um baixo número de equipamentos de estada têm banho em suas instalações, sendo aproximadamente 50% do total.

SAÚDE

De acordo com o Inventário dos Recursos Turísticos do Município de São Vicente, a ilha possui um Hospital Central (Hospital Dr. Baptista de Sousa), 1 Delegacia de Saúde, 5 Centros de Saúde, 1 Centro de Saúde Reprodutiva, 1 Centro de Terapia Ocupacional, e 3 Unidades Sanitárias de Base, atendendo diretamente as comunidades de Monte Sossego, Fonte Inês, Chã de Alecrim, Ribeirinha, Ribeira Craquinha, Salamansa, Calhau, São Pedro, além de Mindelo.

As localidades sem estruturas físicas de saúde recebem visitas mensais de equipes médicas e de Saúde Reprodutiva. São Vicente conta ainda com uma grande oferta de serviços privados de saúde, com a presença de pequenas clínicas e consultórios de várias especialidades.

ENERGIA

A dependência do fornecimento de energia elétrica através de combustíveis fósseis é um dos desafios constantes nas ilhas de Cabo Verde. Em São Vicente o fornecimento de energia elétrica é baseado de maneira ampla pelos combustíveis fósseis, pela energia eólica e, pontualmente, pela energia solar.

Como forma de diminuir a dependência dos combustíveis fósseis, o governo de Cabo Verde pretende atingir 50% da taxa de penetração de Energias Renováveis na produção de eletricidade até 2020 e também ter pelo menos uma ilha com 100% de Energia Renovável.

O setor energético tem passado por grande desenvolvimento nos últimos anos.

Atualmente em São Vicente existem 3 unidades de energia eólica, localizadas no Mindelo, com uma capacidade de 0,9 MW e que produzem cerca de 10 % da energia gerada na ilha. São operadas pela Cabeolica.

A energia solar é explorada através de painéis fotovoltaicos para alimentação de faróis, funcionamento de telefones e bombas de água e iluminação em zonas rurais remotas. Muito recentemente passou a ser utilizada também em instalações hoteleiras e habitações das zonas urbanas.



Parque eólico de São Vicente | Fonte: <https://www.cabeolica.com/>

2.3.3.4. DEMANDA TURÍSTICA NA ILHA DE SÃO VICENTE

Apesar de ser uma das menores ilhas do arquipélago de Cabo Verde, com uma área de 227 km², é a segunda ilha mais populosa, com 76.107 habitantes segundo o Censo de 2010, o que a torna a ilha mais urbana também. O desenvolvimento urbano ocorre a partir da capital Mindelo, que concentra a pujança cultural a partir de um conjunto arquitetônico colonial, artesanato, manifestações culturais.

Durante muitos anos foi considerada a porta de Cabo Verde, devido ao Porto Grande, um dos mais relevantes do arquipélago. Os ingleses chegaram e desenvolveram as fábricas de carvão e a partir desta produção vários barcos estrangeiros começaram a visitar a ilha para o abastecimento de carvão, fazendo com que a ilha se organizasse para ter comércio que atendesse a demanda destes navios. A população aumentou consideravelmente com a vinda de pessoas de outras ilhas e assim surgem novas profissões, algumas já vinculadas com o turismo como hoteleiros e cozinheiros. Este cenário remonta aos anos de 1870-1890, o declínio começa com a concorrência dos portos de Dakar e Las Palmas este último nas Ilhas Canárias.

Com a independência de Cabo Verde em 1975, a economia da ilha de São Vicente começa a se basear em comércio e serviços, a ampliação do Porto Grande e a transformação do Aeródromo de São Pedro em Aeroporto Internacional Cesária Évora fomentou um outro setor da economia: o turismo.

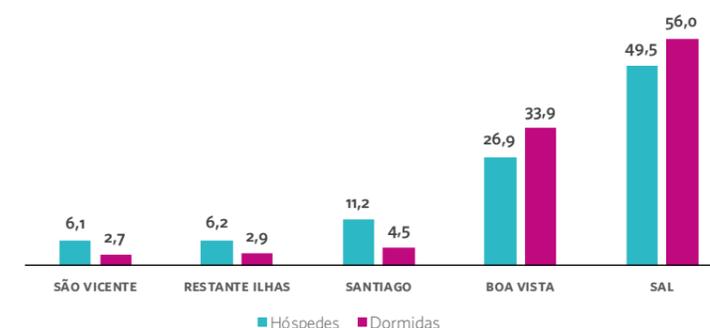
O Centro Nacional de Artesanato do Mindelo tem dado bastante suporte aos artesãos locais na produção e comercialização de certos produtos artesanais, principalmente peças de cerâmica feitas de cascas de coco e colares de conchas e pedras.

Por seu contexto cultural e por sua capital, Mindelo, ser o principal centro produtor de cultura cabo-verdiana, atrai turistas principalmente europeus, que buscam viver e experienciar a cultura local. Vários festivais culturais acontecem na ilha. O principal, em fevereiro, é o Carnaval - festa favorita; em agosto ocorre o Festival Internacional da música da Baía das Gatas e em setembro, a ilha de São Vicente passa a ser um dos maiores palcos de teatro, acolhendo o Festival Internacional do teatro do Mindelo - Mindelact.

A Ilha de São Vicente recebe navios de cruzeiros devido à eficiência do Porto Grande, mas o volume não é tão alto e este tipo de turista gasta muito pouco em seus desembarques. Segundo ENAPOR, em 2018 desembarcaram 22.672 turistas estrangeiros e de 01 de janeiro a setembro de 2019 foram 9.258 turistas. Os principais concorrentes de Cabo Verde e especificamente da Ilha de São Vicente no turismo de cruzeiros são as Ilhas Canárias e Madeira. Dados estatísticos apontam que a maioria dos cruzeiros traz Alemães, Franceses, Belgas e Holandeses, além de Brasileiros e Americanos.

Devido ao Aeroporto Internacional, o fluxo de visitantes costuma desembarcar na Ilha de São Vicente para visitar a Ilha de Santo Antão e também a ilha de São Nicolau.

Dados do INE apontam que em 2018 a Ilha de São Vicente ficou em quinto lugar em volume de hóspedes em Cabo Verde e a quantidade média de pernoites é uma das mais baixas do país.





A seguir o panorama dos hóspedes na ilha de São Vicente em 2018 por país de residência:

PAÍS DE RESIDÊNCIA ATUAL	HÓSPEDES NA ILHA DE SÃO VICENTE 2018
Cabo Verde	8.173
Cabo Verde (Caboverdianos)	95%
Cabo Verde (Estrangeiros residentes em CV)	5%
Estrangeiros	38.844
França	29%
Bélgica+Holanda	16%
Alemanha	14%
Outros Países	11%
Portugal	11%
TOTAL	47.017 (6,1%)

Fonte: Elaboração Própria, INE 2018 – Inquérito Mensal à Movimentação de Hóspedes

Em dezembro de 2018, ocorreu um movimento na ilha de São Vicente onde a população foi às ruas para exigir a volta dos voos do exterior da TACV para o Aeroporto Internacional Cesária Évora que foram cancelados. Mesmo com a saída da TACV de São Vicente, a TAP continua voando para a ilha com voos vindos principalmente da Europa.

Não existem pesquisas publicadas sobre o perfil da demanda turística que chega na ilha de São Vicente, mas identifica-se empiricamente que o perfil destes turistas está muito próximo ao da ilha de Santo Antão, com a diferença de que em São Vicente o segmento mais buscado é o cultural, principalmente nas pernoites em Mindelo.

A seguir serão apresentados os hábitos de consumo dos principais mercados emissores de turistas para a Ilha de São Vicente.

TENDÊNCIA DE CONSUMO DE VIAGENS

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	PRINCIPAIS CONSIDERAÇÕES NO PLANEJAMENTO DA VIAGEM, 2017		
FERIADO PAGO	25.0	Atividades	
FERIADO PÚBLICO	11.0	Experiência única	
FÉRIAS ANUAIS	36.0	Experiência cultural	
PERFIL DE IDADE	36-49 anos (10.2 milhões)	Atividades ao ar livre	
SAZONALIDADE POR MÊS (NÚMERO DE PESSOAS)	Agosto (7.5 milhões) Julho (5.1 milhões) Maio (4.8 milhões)	Férias com amigos	
TAMANHO PRINCIPAL DO GRUPO DE VIAGEM	Famílias (18.5 milhões)	Fotos memoráveis	
NÚMERO DE VIAGENS NO ANO ANTERIOR	Pessoal (2.7 viagens) Negócios (1.2 viagens)	Preços mais baixos	
TIPO DE VIAGEM NO ANO ANTERIOR	Relaxante (51%) Sight-seeing (46%) Visita a família (39%) Viagem de família (35%) Viagem romântica (24%)	Promoções e ofertas especiais	
DURAÇÃO DA ÚLTIMA FÉRIAS	10.2 dias	Sentir-se confortável	
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: Expedia Media Solutions, 2017

Fonte: Euromonitor International, 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.

MERCADO: BÉLGICA E HOLANDA

O turismo na Bélgica está reacendendo depois do atentado de 2016, sendo a China o principal mercado emissor atualmente. 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	20	20	20	20	20
FERIADO PÚBLICO	10	10	10	10	10	10
FÉRIAS ANUAIS	30	30	30	30	30	30

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 em 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: 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 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.

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 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

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

Vendas por OTAs (Online Travel Agencies)

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	8.791,1	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 agencias 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: PORTUGAL

Os portugueses estão no processo de recuperação da crise de 2008, principalmente a partir do “boom” do turismo em Portugal movimentado principalmente por brasileiros. Isso estimulou a geração de renda e fez com que os portugueses pensassem em viajar de férias. Em relação a dias de férias, entre feriados e férias pagas, eles têm 35 dias, o que é muito para a média europeia. O maior volume de turistas está na faixa etária economicamente ativa dos 35 a 49 anos, seguido pela faixa etária dos 50 a 64 anos.

Costumam viajar mais nos meses de agosto, dezembro e julho, sendo julho e agosto as férias de verão. Tem interesse especial por Cabo Verde pela questão do idioma, se sentem mais confortáveis em viagens a países onde se fala português, além da conectividade aérea, visto que a TAP tem voos diretos para algumas das ilhas do país.

Dados de mercado

Férias anuais: volume 2014-2019

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
FERIADO PAGO	25	22	22	22	22	22
FERIADO PÚBLICO	9	9	13	13	13	13
FÉRIAS ANUAIS	34	31	35	35	35	35

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	735,3	749,7	809,6	813,1	821,4	819,2
15-24	472,0	480,5	499,4	513,2	517,6	520,5
25-34	614,9	613,0	599,6	583,2	570,8	563,8
35-49	873,3	988,0	1076,2	1072,3	1.083,9	1.082,7
50-64	775,3	784,7	909,7	964,8	974,3	986,6
Mais de 65	666,2	700,7	712,5	717,6	734,5	749,9
TOTAL	4.137,1	4.316,6	4.607,1	4.664,2	4.702,5	4.722,7

Fonte: Euromonitor International: estatísticas oficiais, associações comerciais, imprensa comercial, entrevistas comerciais
 Nota: Refere-se a residentes do país

Sazonalidade: número de pessoas 2014-2019

'000 pessoas	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Janeiro	233,0	244,8	263,0	278,5	278,9	275,8
Fevereiro	253,0	276,3	250,4	296,6	309,9	313,6
Março	262,9	310,8	342,8	302,7	389,8	394,8
Abril	376,1	316,4	299,1	403,0	271,8	263,1

Maio	292,9	309,5	305,0	279,4	315,5	316,4
Junho	332,8	347,6	377,0	342,4	426,0	434,0
Julho	475,9	500,3	540,0	549,0	510,7	514,3
Agosto	705,6	725,6	804,7	753,3	777,3	774,1
Setembro	302,9	343,5	409,1	410,9	364,4	367,4
Outubro	213,0	262,5	286,0	278,9	280,7	285,7
Novembro	233,0	214,5	251,6	246,3	249,2	243,7
Dezembro	456,0	465,0	478,4	523,3	528,2	539,8
TOTAL	4.137,1	4.316,6	4.607,1	4.664,2	4.702,5	4.722,7

Fonte: Euromonitor International: estatísticas oficiais, associações comerciais, imprensa comercial, entrevistas comerciais
 Nota: Refere-se a residentes do país

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

'000 pessoas	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Casais	1.472,2	1.516,4	1.539,7	1.692,2	1.858,1	1.925,3
Famílias	881,6	862,9	891,7	942,4	1.014,4	1.045,2
Grupos	1.001,9	1.016,8	1.059,1	990,4	990,0	998,1
Solteiros	293,7	299,0	303,0	318,3	331,5	341,1
Outro	927,3	950,1	942,1	1.036,4	1.133,2	1.183,2
TOTAL	4.576,8	4.645,2	4.705,6	4.979,7	5.327,1	5.492,9

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

Outras Vendas de Transportes: Valor 2014-2019 - em milhões de euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Ônibus	68,0	69,3	69,1	70,2	71,1	71,4
Cruzeiro	97,9	101,5	117,7	139,6	165,8	178,7
Balsa	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7	0,7
Trem	60,7	61,2	64,2	68,6	68,1	68,0
Outro tipo transporte	-	-	-	-	-	-
Outro transporte offline	202,7	201,6	210,3	234,3	251,6	257,4
Outro transporte online	24,5	31,2	35,4	44,9	54,2	61,5
Outro transporte	227,2	232,8	245,7	279,2	305,8	318,8

Fonte: Euromonitor International a partir de estatísticas oficiais, associações comerciais, imprensa comercial, pesquisa de empresas, entrevistas comerciais, fontes comerciais.
 Nota: Outro transporte é a soma de cruzeiros, ônibus, balsas, trens e outros tipos de transporte ou a soma das vendas online e offline



Outros Vendas Online de Transportes: Valor 2014-2019 - em milhões de euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Outro transporte direto	9,2	10,6	11,9	13,7	14,9	16,1
Outro transporte Operadores Trad.	15,3	20,6	23,5	31,2	39,4	45,4
Outro transporte online	24,5	31,2	35,4	44,9	54,2	61,5

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

Projeção: Outras Vendas de Transportes: Valor 2019-2024 - em milhões de euros

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ônibus	71,4	71,3	71,5	72,1	72,6	73,5
Cruzeiro	178,7	192,0	211,6	229,7	249,5	270,3
Balsa	0,7	0,7	0,8	0,8	0,8	0,8
Trem	68,0	68,0	68,5	69,0	69,8	69,7
Outro tipo transporte	-	-	-	-	-	-
Outro transporte offline	257,4	263,3	275,5	286,4	298,6	311,2
Outro transporte online	61,5	68,7	77,0	85,3	94,1	103,2
Outro transporte	318,8	332,0	352,4	371,7	392,6	414,3

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

Nota: Outro tipo de transporte é a soma de cruzeiros, ônibus, balsas, trens e outros tipos de transporte ou a soma das vendas online e offline

Projeção: Outras Vendas Online de Transportes: Valor 2019-2024 - em milhões de euros

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Outro transporte direto	16,1	17,3	18,6	20,0	21,4	22,7
Outro transporte Operadores Trad.	45,4	51,4	58,4	65,3	72,7	80,4
Outro transporte online	61,5	68,7	77,0	85,3	94,1	103,2

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

Atividades: Valor 2014-2019 - em milhões de euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Atrativos e Experiências	447,1	473,0	509,4	535,8	552,9	560,8
- Cultura, Patrimônio, Museus	93,2	97,0	104,3	109,4	113,9	116,6
- Cassinos	256,8	277,1	299,4	315,0	327,3	331,4

Atividades: Valor 2014-2019 - em milhões de euros

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
- Parques Nacionais	5,7	6,0	6,3	6,8	6,9	7,0
- Parques Temáticos	28,6	29,6	30,8	31,9	31,9	32,0
- Outros Atrativos e Experiências	62,8	63,3	68,6	72,8	73,0	73,8
- Atrativos e Experiências Offline	425,7	437,6	429,2	434,9	440,1	437,0
- Atrativos e Experiências Online	21,4	35,4	80,2	100,9	112,8	123,7
Turismo de Saúde	107,5	125,2	137,6	145,2	158,1	166,7
Compras - Turistas Internacionais	1.414,3	1.608,6	1.604,5	1.668,6	1.985,7	2.053,6
Spas	284,4	296,6	314,5	342,2	358,4	366,8
Atividades (Destino)	2.253,2	2.503,4	2.556,0	2.691,8	3.055,1	3.147,9

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

Nota: Atrações e experiências é a soma da cultura, patrimônio e museus, cassinos, parques nacionais, parques temáticos e outras atrações ou a soma das vendas online e offline

Projeção: Atividades - Valor 2019-2024 - em milhões de euros

	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Atrativos e Experiências	560,8	567,7	578,0	583,3	592,7	599,2
- Cultura, Patrimônio e Museus	116,6	120,7	124,5	127,5	130,5	133,1
- Cassinos	331,4	331,6	336,0	338,0	342,3	344,1
- Parques Nacionais	7,0	7,2	7,3	7,5	7,7	7,9
- Parques Temáticos	32,0	32,3	32,3	32,4	32,7	33,1
- Outros Atrativos e Experiências	73,8	76,0	77,8	77,8	79,4	81,1
- Atrativos e Experiências Offline	437,0	432,3	427,4	419,2	415,0	408,0
- Atrativos e Experiências Online	123,7	135,4	150,6	164,0	177,7	191,1
Turismo de Saúde	166,7	178,0	188,2	191,4	203,9	217,1
Compras - Turistas Internacionais	2.053,6	2.097,5	2.123,2	2.139,3	2.181,8	2.206,7
Spas	366,8	372,3	383,4	385,7	394,3	402,0
Atividades (Destino)	3.147,9	3.215,4	3.272,8	3.299,6	3.372,7	3.425,0

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

Nota: Atrações e experiências é a soma da cultura, patrimônio e museus, cassinos, parques nacionais, parques temáticos e outras atrações ou a soma das vendas online e offline



2.3.4. 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 São Vicente, que visam melhorar os aspectos anteriormente destacados, foram analisados os documentos da **Diretiva Nacional de Ordenamento do Território** (DNOT, 2013) e o **Esquema Regional do Ordenamento do Território** (EROT). O Plano Estratégico Municipal de Desenvolvimento Sustentável (PEMDS) de São Vicente está em fase de revisão. 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.

2.3.4.1. DIRETIVA NACIONAL DE ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO (DNOT, 2013)

São Vicente é uma ilha predominantemente urbana e a cidade de Mindelo é seu polo centralizador, segunda maior cidade de Cabo Verde, que ocupa a Baía do Porto Grande, porto natural formado pela cratera submarina de um vulcão com cerca de 4 km de diâmetro. A cidade ainda apresenta conservados traços da herança portuária (ingleses) e colonial portuguesa. É considerada uma das bases da produção industrial do país (zona industrial de Lazareto), além de ser uma das portas de entrada de mercadorias externas por conta do Porto Grande, maior porto de Cabo Verde.

A história da ilha sempre esteve atrelada à dinâmica do porto, gerando uma peculiaridade e um cosmopolitismo em Mindelo, quer seja na arquitetura, na música, na cultura, na gastronomia, etc.

Em termos de turismo, apresenta uma oferta bastante diversificada, destacando-se o turismo de sol & praia (nas belas praias da Laginha, Grande, Salamansa, Baía das Gatas, Calhau e São Pedro), o turismo cultural (famoso Carnaval, Festival de Música de Baía das Gatas, festivais de teatro Mindelact e o tradicional Reveillon), o turismo de mergulho/subaquático e desportos náuticos, o turismo de negócios e eventos, além do turismo de natureza, oferecido na única área protegida da ilha, o Parque Natural de Monte Verde.

Nos últimos tempos tem sido explorada oferta turística complementar entre São Vicente e Santo Antão (dista apenas 1 hora de barco), com venda de pacotes integrados. Este potencial turístico tem atraído investidores com grandes projetos para a ilha, principalmente localizadas em Baía das Gatas, Salamansa, São Pedro, Calhau, Saragaça e Mindelo.

Apesar do grande potencial para o turismo, a ilha enfrenta alguns desafios que precisam ser minimizados para impulsionar seu desenvolvimento. Destacam-se a deficiente ligação com as outras ilhas do país (melhoria nas ligações aéreas e marítimas); melhor planeamento e promoção integrada da oferta turística; qualificação da mão de obra; além da necessidade de melhorias nos serviços e nas infraestruturas turísticas (em termos quantitativos e qualitativos).

O modelo territorial nacional definido no DNOT é composto dos seguintes critérios: operações estratégicas de interesse supra insular, sistema de transportes e comunicações, estrutura dos núcleos urbanos, distribuição do modelo turístico, áreas logísticas, definição do modelo ambiental e estratégias territoriais insulares. Dentre esses elementos, destacam-se as seguintes diretrizes para a Ilha de São Vicente, tendo como foco o desenvolvimento turístico do local:

INFRAESTRUTURA

- Adequar as estruturas do Aeroporto Internacional de São Pedro com relação às necessidades decorrentes da indústria e comércio em matérias de conexões aéreas.
- Necessário buscar soluções para os problemas da gestão de resíduos e lixeiras a céu aberto. Em épocas de chuva, a quantidade de moscas na cidade é ruim para o turismo.

TURISMO

Em termos de segmentos turísticos, a DNOT estabelece que São Vicente tem potencial para:

- Turismo de sol e praia, que admitem urbanizações turísticas ou turístico-residenciais mais ou menos extensas, integradas com equipamentos comerciais e recreativos. Os estabelecimentos devem ser de alta qualidade, com capacidade não superior a 750 camas, integrados na trama urbana e evitando resorts isolados com tudo incluído. Alojamentos com mais 1750 camas (máximo 1000) deverão estar integrados a um equipamento complementar tipo spa e porto desportivo.



- Turismo de litoral, que se pratica em áreas próximas do mar, mas não apresentam recursos contínuos de praias, mas sim praias isoladas, enseadas ou costas não adequadas para o banho. Os estabelecimentos nestes locais, deverão ser de tamanho médio (inferiores 500 camas), proporcional ao uso do ambiente e ter contato com a população local. Deverá ser orientado para uma demanda que busca desfrutar dos atrativos da costa como um complemento para a caminhada e o conhecimento das riquezas naturais e culturais das ilhas, para prática de desportos náuticos e que utiliza os serviços da população local.
- Turismo urbano em Mindelo, com pequenos estabelecimentos (inferiores a 250 camas), tendo como público-alvo turistas que pretendem conhecer ambiente cultural da cidade, visitas de negócios ou institucionais.

Considerar como ZRPT os âmbitos das ZDTI declaradas que coincidem as Áreas de Alto Valor Ambiental ou Paisagístico.

MEIO AMBIENTE

- Estudar a possibilidade de expandir e/ou declarar novas Áreas Protegidas Insulares, tendo como base espaços de grande valor ambiental ou paisagístico.
- Eliminar pontos de extração irregular de areias e fazer a restauração paisagísticas necessárias. Ordenar cuidadosamente as atividades extrativistas, com um plano de exploração seletiva e sucessiva em função da demanda, de modo que não se estrague a paisagem desnecessariamente.

URBANISMO

- Transferência das indústrias de combustíveis para a periferia da cidade e continuação da recuperação da fachada marítima e do passeio frente à praia.
- Proteção arquitetônica e adequação para o uso turístico do Centro Histórico do Mindelo.

2.3.4.2. ESQUEMA REGIONAL DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO (EROT, 2014)

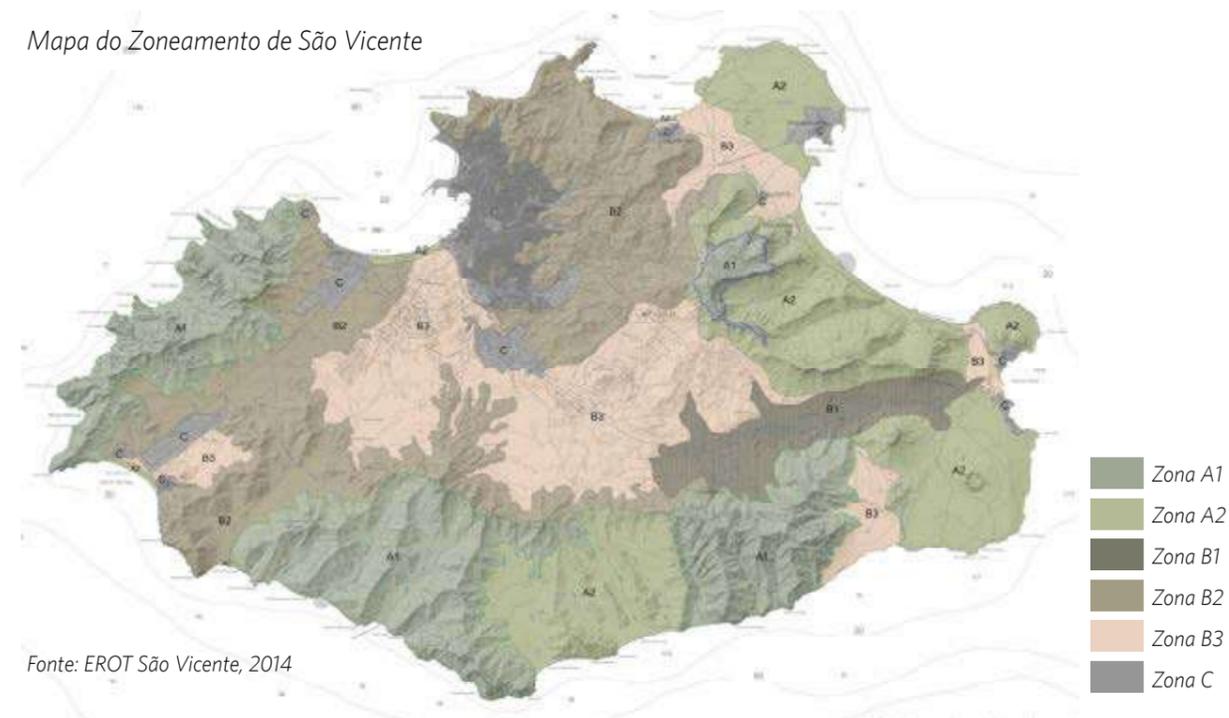
O Esquema Regional do Ordenamento do Território da ilha de São Vicente (EROT) foi aprovado pela Resolução nº 4/2014, de 8 de janeiro, e lança as bases do ordenamento territorial da ilha de modo orientador, definindo as estratégias espaciais para o seu desenvolvimento socioeconômico e conservação ambiental. Sendo assim, a elaboração, apreciação e aprovação de qualquer plano, programa ou projeto que implique a ocupação, uso ou transformação do solo por ele integrado deve observar as disposições do EROT, sob pena de invalidade. Este se apresenta como quadro de referência para a elaboração dos planos urbanístico, devendo ser compatibilizado com os Plano Diretor Municipal de São Vicente (Mindelo). O documento tem vigência de 10 anos.

O EROT-SV faz a definição das zonas, com base no diagnóstico ambiental do meio natural da ilha, e compatibilidade de usos para cada uma delas. Com relação ao desenvolvimento turístico, pode-se destacar:

- Zona A1: áreas com elevada qualidade para conservação, apresentando vocação para proteção, restauração e potenciação dos valores naturais. Tem como usos compatíveis, o ambiental (assegurar a proteção, conservação, melhoria e recuperação da paisagem), recreativo elementar (atividades individuais ou pequenos grupos, como passeios, banho, caminhadas), e turismo rural TR1 (em edificações com valor arquitetônico ou etnográfico destinadas a alojamento turístico). São permitidos também usos de lazer, desde que não provoque danos ao território natural.

- Zona A2: áreas com elevada qualidade para conservação, mas com certo grau de transformação dada a ação humana. Tem como usos compatíveis: o ambiental, o recreativo elementar, o recreativo com equipamento ligeiro, o turismo rural TR1 em instalações pré-existentes e o turismo rural TR2 (novas implantações, com integração paisagística do tipo hotel rural ou pousada). São permitidos também usos de lazer, desde que não provoque danos ao território natural.
- Zona B1: áreas de atividades agrícolas. Tem como usos compatíveis: o ambiental, o recreativo elementar, o recreativo com equipamento ligeiro (uso de equipamentos do tipo ligeiro e não motorizado – monta de animais, cicloturismo, acampamento, mergulho, pesca esportiva, surf) e o recreativo em espaços adaptados (atividades em lugares preparados para seu fim, como centros equestres, instalações desmontáveis para práticas esportivas ao ar livre, áreas para acampamento). São permitidos também, desde que não afete a conservação natural, outros usos recreativos com veículos, o turismo rural TR1 e o uso residencial.
- Zona B2: áreas com predomínio de valores e características naturais e ambientais com moderada fragilidade, que precisam ser objeto de espacial proteção. Tem como usos compatíveis: o ambiental, o recreativo elementar, o recreativo com equipamento ligeiro e o recreativo em espaços adaptados. São permitidos também, desde que não afete a conservação natural, outros usos recreativos com veículos, lazer em perímetro consolidado em ZDTI e os segmentos de turismo rural, de sol e praia e o litoral, desde que prioritariamente em ZDTI.
- Zona B3: ambientes receptores de processos inerentes ao crescimento dos núcleos de população, infraestruturas e equipamentos. Tem como usos compatíveis: o ambiental, o lazer, o turismo rural e uso residencial. São compatíveis também, desde que não afete a conservação natural, o lazer em complexos recreativos em ZDTI, o turismo urbano, o turismo sol e praia em ZDTI e o turismo litoral em ZDTI.
- Zona C: áreas eminentemente urbanas, onde se reúnem os usos residenciais, industriais, turísticos, espaços rurais existentes e grandes instalações. Tem como usos compatíveis: o ambiental, recreativo, turístico e residencial.

Mapa do Zoneamento de São Vicente



Fonte: EROT São Vicente, 2014



No que tange o desenvolvimento do turismo na ilha, o EROT define as Zonas Turísticas Especiais (Lei nº 75/VII/2010), 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.

ZDTI DE SÃO VICENTE: Praia Grande, Salamansa, Saragaça e Topinho, São Pedro, Palha Carga, Baía das Gatas (dividida em duas áreas, a Norte e a Sul) e Vale de Flamengos.

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.

ZRPT DE SÃO VICENTE: todos os terrenos compreendidos em uma franja costeira de 1 km de comprimento, situada na parte leste da Ilha e que se estende desde o extremo mais ocidental da ZDTI de Praia Grande até ao ponto da costa situado a 1 km.

O EROT determina uma série de critérios de ordenamento para as os empreendimentos turísticos. Além disso, comenta que o ordenamento da ZDTI se dará por meio do Plano de Ordenamento Turístico (POT) e Projeto de Ordem neto Detalhado (POD).

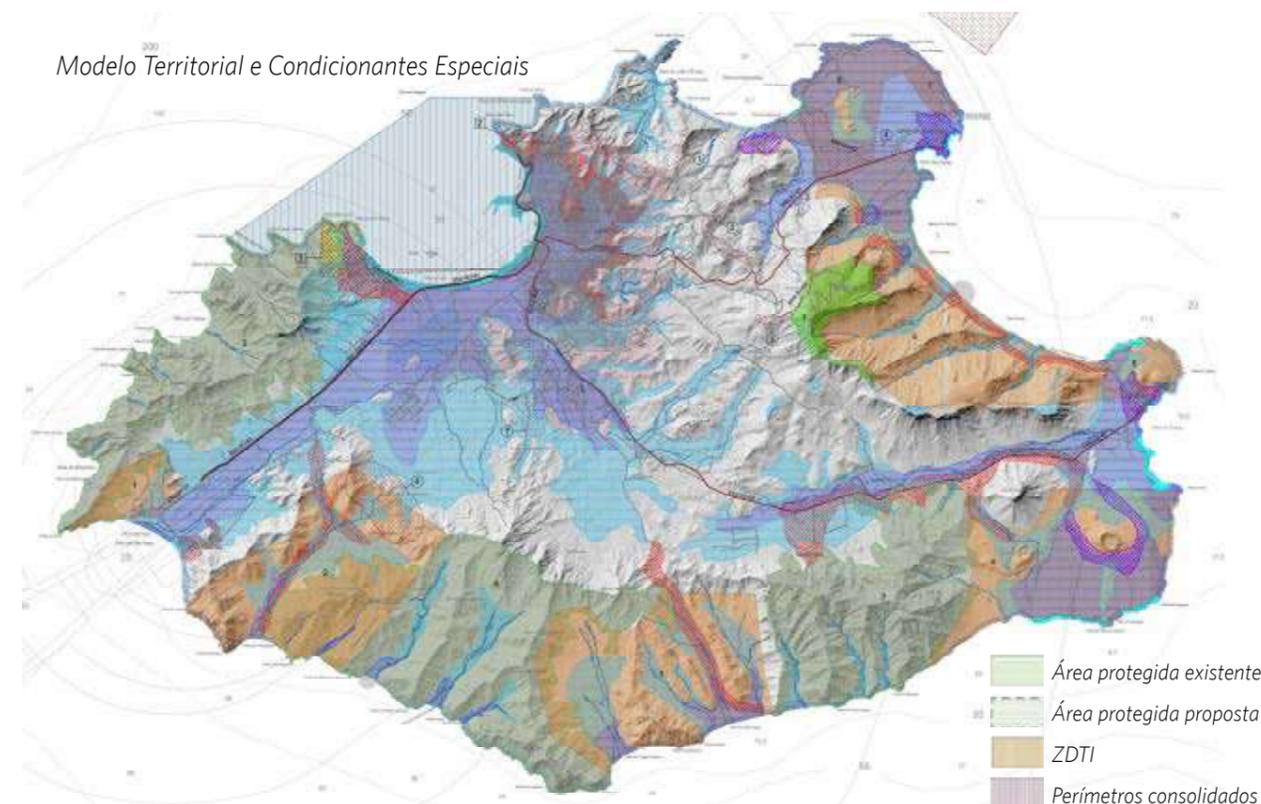
Além das questões pertinentes ao exclusivamente ao turismo, existem outras diretrizes previstas no EROT que acabam por influenciar a expansão do turismo em São Vicente. São elas:

- Atualmente, a ilha de São Vicente tem apenas uma área protegida, o Parque Natural de Monte Verde. O EROT propõe a criação de novas áreas protegidas, devido a sua relevância, são elas: Monumento Natural de Monte Cara-Monte Garrachiça, Monumento Natural de Madeiral e Monumento Natural de Complejo Tope Caixa.
- Definição da orla marítima, faixa territorial com largura de 80 m, com plano urbanístico específico. A aprovação de qualquer atividade, uso, concessão ou construção dentro dessa faixa está sujeito à Lei nº 44/VI/2004.
- O Centro Histórico de Mindelo é classificado como patrimônio histórico e cultural nacional pela Resolução nº 6/2012 de 31 de janeiro (BO nº 6 de 31 de janeiro de 2012).

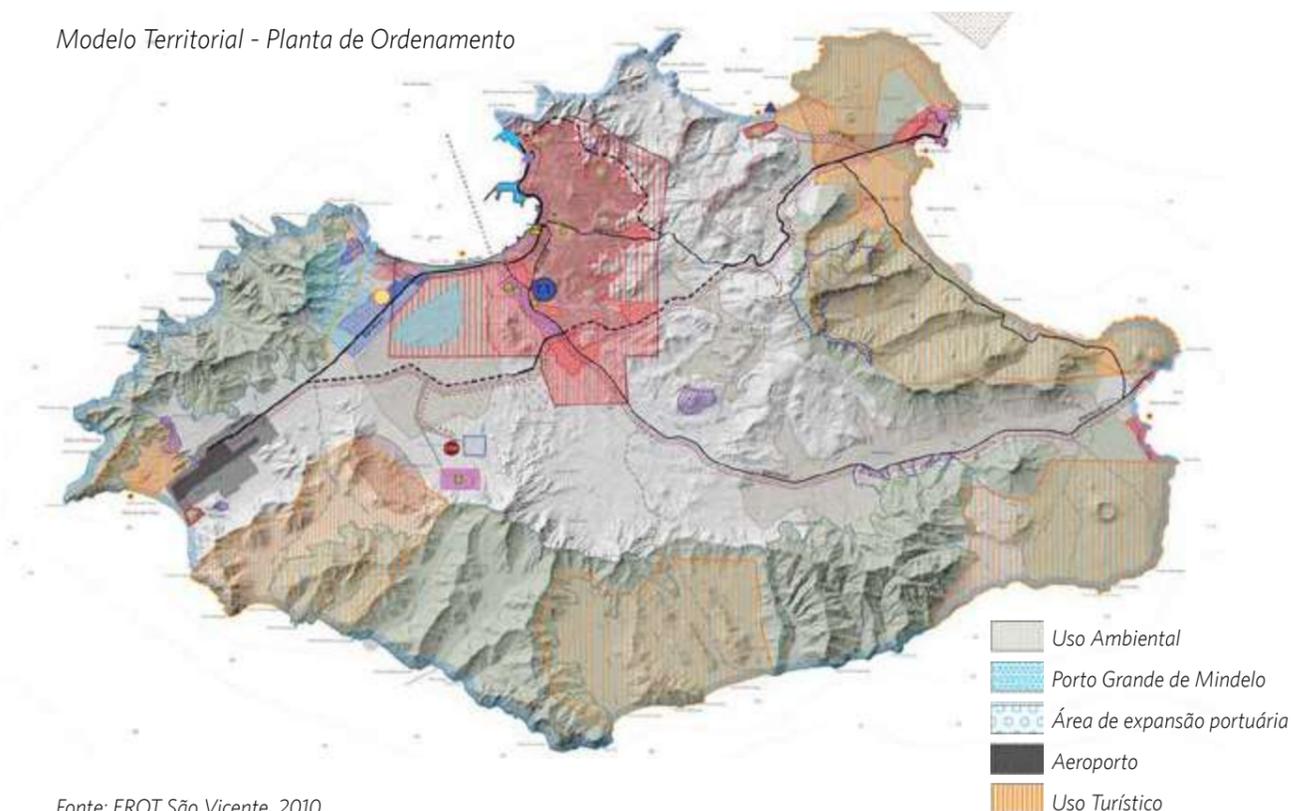
Após a definição das ZDTIs é necessário que cada área delimitada passe por um projeto de Plano de Ordenamento Turístico (POT). Dentre as Zonas Turísticas Especiais de São Vicente, estão em fase de desenvolvimento os seguintes projetos:

- POT Baía das Gatas
- POT São Pedro
- POT Praia Grande

Modelo Territorial e Condicionantes Especiais



Modelo Territorial - Planta de Ordenamento



Fonte: EROT São Vicente, 2010



2.3.5. SITUAÇÃO ATUAL DE MARKETING E PROMOÇÃO

Quando se analisa o tema promoção e marketing do turismo em Cabo Verde e, especificamente, na ilha de São Vicente, 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. São Vicente naturalmente tem esse perfil.

No que se refere às estratégias de promoção e marketing do turismo de São Vicente e de todo Cabo Verde, 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.

A Cia aérea TAP Airlines Portugal possui uma página de sugestão de destinos para visitar, que saem em suas revistas de bordo e ficam disponíveis online. Assim, divulga o destino São Vicente para clientes que estão viajando também para outros destinos.

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. Projetos ligados à estruturação das estatísticas e análise de perfil da demanda contribuirão cada vez mais para o monitoramento e inteligência de mercado.

Website da TAP Airlines, divulgando São Vicente como sugestão de destino turístico



Fonte: <https://www.flytap.com/pt-br/destinos/sugestoes/sao-viceinte-ilha-das-artes-e-do-bem-receber>

Para definir as principais diretrizes de promoção e marketing do destino turístico São Vicente, 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. Além disso, o aspecto histórico cultural é de especial destaque no caso de São Vicente, um dos fatores que deve ser melhorado na Ilha de Cabo Verde como um todo, mas que coloca o destino em posição de destaque perante as demais ilhas do país.
- 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 de 2019.
- 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.
- Os *millenials* merecem atenção porque eles são responsáveis por 40% de todo fluxo de turistas no mundo. Destino diversificado como São Vicente 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, exatamente o que São Vicente vem buscando trabalhar.



2.3.6. CICLO DE VIDA DO DESTINO TURÍSTICO

Apesar de apresentar diversos segmentos turísticos, em termos de ciclo de vida, todos os produtos da Ilha de São Vicente enquadram-se no estágio de “desenvolvimento/crescimento”, de acordo com a metodologia de análise de ciclo de vida de destinos/produtos turísticos definida por Butler (1980). Certamente, o segmento Histórico e Cultural possui um desenvolvimento mais avançado que os demais, seja em termos de fluxo ou de oferta. O conjunto de segmentos Sol e Mar, Pesca, Náutico, Ecoturismo e Rural encontram-se em estágios de menor desenvolvimento e certamente nichos mais específicos como é o caso da pesca ou até mesmo produtos bem específicos como o mergulho, por exemplo, possuem um fluxo mais reduzido.

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 de São Vicente no Ciclo de Vida do Destino Turístico, considerando os principais segmentos turísticos.
 Fonte: elaboração própria; adaptado de Butler, 1980

Esta fase do ciclo de vida é caracterizada por:

- Número de turistas expressivo, que ultrapassa a população residente em período de grandes festas/pequenos períodos de alta estação: A ilha já possui um adensamento populacional alto e, apesar de não haverem dados sobre fluxos diários com precisão, sabe-se por relatos coletados em campo e documentos oficiais, que o fluxo turístico contribui para taxas de ocupação de 100% durante eventos locais como Carnaval e o Festival Musical, por exemplo. Arelado 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 e diversificada, com razoável grau de diversificação e presença de investidores internacionais: há uma série de produtos diversificados na ilha e diversos investimentos previstos nas praias desertas da região. Há a melhoria do porto prevista, o que deverá atrair mais cruzeiros marítimos. Há boa quantidade de empregos e oportunidades de renda para moradores locais.

- Distribuição envolve operadores turísticos: grande parte dos turistas que visitam a ilha 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 de São Vicente como concorrente de destinos culturais como Açores, por exemplo.

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 24%, verifica-se que a Ilha de São Vicente deve ter um fluxo ainda crescente, principalmente no entorno de praias, com destaque para produtos de sol e mar e náuticos. 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 reforçar o consumo dos produtos diversificados que já existem na ilha, incentivando o turismo de experiências e vivências, 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.

3. VISÃO DE FUTURO



3.1. PROJEÇÃO DA DEMANDA DO TURISMO

3.3.1. 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.

3.1.1.1. CONDICIONANTES EXTERNAS

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.



3.1.1.2. CONDICIONANTES INTERNAS

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 - conforme mencionado anteriormente. 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 DE SÃO VICENTE

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).**

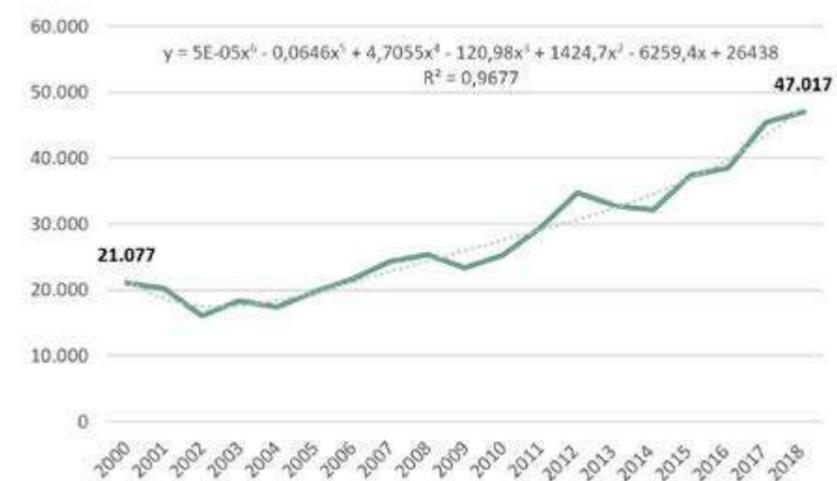
O setor de turismo tem sido bastante impulsionado no país seja por políticas públicas que visam o fortalecer de maneira sustentável, como pela criação de incentivos fiscais e aduaneiros para incentivar novos investimentos.

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 São Vicente, verifica-se uma **demandas flutuante, porém com crescimento exponencial entre alguns picos. Isso indica alta sensibilidade** justamente em torno das diversas variáveis identificadas, em especial a questão de acessos, condições econômicas dos países emissores e pouca fidelização ao destino.

Gráfico comportamento do fluxo de hóspedes em São Vicente - 1999/2018.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Em 2009 o aeroporto de São Vicente começou a operar voos internacionais, o que teve um impacto nos investimentos privados na ilha, embora isso não tenha significado aumento na demanda. Isso se deu porque havia uma conjuntura econômica mundial desfavorável. Em 2008 houve uma crise financeira mundial e profundas oscilações em países da zona do Euro. Muitos países tiveram queda em seu PIB, com



altas taxas de desemprego. Embora o turismo mundial acabe tendo um bom desempenho geral, mesmo em situações de crise, destinos turísticos como Cabo Verde ainda possuem uma grande influência em torno destes fatores, devido à origem de sua demanda. Assim, a recuperação de fluxo ocorreu, mas de modo lento. Entre 2000 e 2018, o número de hóspedes em São Vicente cresceu mais que o dobro (123%) e a taxa média de crescimento anual foi de 5%, considerada baixa pelo GOPEDs.

As taxas de ocupação hoteleiras média tem sido baixas (desde 1999, a média anual tem sido de 24%, com alguns anos atingido o ápice de 32,8% e a taxa menor de 17,4%). Em 2018, a taxa ficou na casa dos 24%.

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. E, justamente, este ainda é um dos principais desafios para Cabo Verde e para a ilha de São Vicente, embora nota-se que o Governo vem trabalhando para melhorar a questão.

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.

A geografia do país 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, Cabo Verde 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 aeroportos, com voos internacionais. São Vicente possui um aeroporto internacional e um porto marítimo de médio porte, que são os principais portões de entrada também para as demais ilhas do norte: Santo Antão e São Nicolau.

A Empresa Nacional de Administração dos Portos (Enapor) deve iniciar as obras do Terminal de Cruzeiros do Mindelo, em São Vicente, em 2020. O projeto está orçado em 29 milhões de euros e está prevista a contratação de consultoria especializada para desenvolver e implementar um Plano de Desenvolvimento do Destino Turístico de Cruzeiros para as ilhas de São Vicente e Santo Antão.

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.

O governo de Cabo Verde e da Ilha de São Vicente 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 realizadas. 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, instalação de sinalização e promoção de eventos.



Projetos que serão financiados pelo Fundo de Turismo de Cabo Verde em São Nicolau – 2017/2021

PROJETO

Requalificação do Mercado de Peixe

Requalificação de Baía das Gatas

Catálogo e sinalização histórica e cultural edificado da cidade de Mindelo

Requalificação urbana e ambiental da cidade do Mindelo

Promoção Turística do Festival Baía das Gatas

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

Ações promocionais vem sendo realizadas nos principais mercados emissores atuais e potenciais com recursos próprios do governo para além dos investimentos previstos pelo fundo, seguindo as premissas do GOPEDs, bem como incentivo à projetos de diversificação de segmentos na ilha, como o apoio ao turismo religioso e rural. Além disso, a própria elaboração deste Plano Master de Turismo é de extrema importância para a orientação estratégica da ilha sobre o desenvolvimento turístico.

O governo vem procurando investir na conservação e no apoio à projeto de valorização dos ativos naturais e culturais das ilhas, como é o caso do Projeto Rede de Promoção do Turismo Solidário e Inclusivo, do Desenvolvimento Sustentável e Valorização do Território de São Vicente que busca envolver comunidades rurais e isoladas de São Vicente de modo a diversificar a oferta e gerar oportunidades de negócios de base local, sendo fundamental para manter aspectos identitários.

Torna-se necessário dar continuidade à tais ações, em especial investimentos em termos de educação ambiental, fiscalização e monitoramento da qualidade ambiental; além de estruturar e fortalecer instâncias de governança locais, como uma associação de empresários e 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 de São Vicente encontra-se em estágio de desenvolvimento turístico, com investimentos privados previstos para os próximos anos. Ao analisar o histórico de desenvolvimento local, verifica-se que diversos investimentos privados vem sendo realizados no setor de alojamento e restauração nos últimos anos. Em 1999, haviam 11 estabelecimentos de hospedagem em São Vicente, em 2010 eram 27 e, em 2018, 48. Entre 2017 e 2018, 3 novos estabelecimentos foram instalados na ilha. Além disso, dez novos empreendimentos hoteleiros estão se instalando na ilha, sendo 5 hotéis, 3 resorts, 1 pousada e um Hotel Boutique, conforme analisado anteriormente.

São Vicente vai receber investimentos grandes em termos de melhoria de acessibilidade – com as obras do Porto (turismo de cruzeiros), o que também deve contribuir para o aumento de investimentos privados de outras ordens. Assim, os fatores que podem influenciar a tendência dessa dimensão nos próximos anos são apresentados a seguir.



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.

São Vicente possui diversidade de empresas de restauração e alojamento, sendo a maioria de pequeno e médio porte, de investidores locais e do exterior, numa estrutura que atende diversos tipos de públicos, com qualidade distinta, permitindo maior competitividade neste segmento.

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.

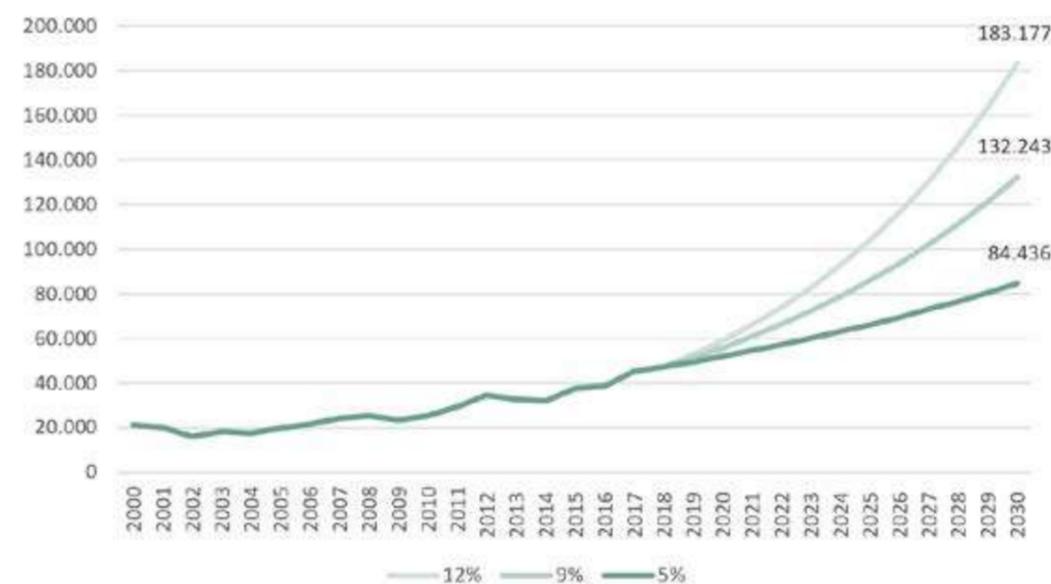


3.1.1.3. POSSÍVEIS CENÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PARA SÃO VICENTE

Foram desenhados três cenários para o setor de turismo de São Vicente para os próximos dez anos.

Um cenário combina crescimento do turismo com aumento expressivo na competitividade do setor, cenário A, com pico de demanda de 183.177 hóspedes em 2030; o segundo com crescimento moderado do turismo e ganhos moderados na competitividade turística, cenário B, com pico de hóspedes de 132.243 pessoas em 2030 e, por fim, o terceiro com crescimento reduzido e poucos ganhos de competitividade no setor, cenário C, com pico de hóspedes de 84.436 pessoas. 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 São Vicente, de acordo com cenários estabelecidos



Fonte: Elaboração própria, 2019

CENÁRIO A: CRESCIMENTO COM GANHOS EXPRESSIVOS 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 e as tendências de consumo voltadas para o turismo cultural e rural, atraem demanda para São Vicente, inclusive com potencial de diversificação de público, para atendimento de *millenials*.

Os investimentos públicos na infraestrutura, melhoria da governança, acesso e logística, aliados aos investimentos privados que estão se consolidando 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 nível estrutural, o principal elemento de incerteza está associado à eficácia e eficiência no planeamento e execução das principais obras de infraestrutura básica e turística voltados para a preparação da ilha, bem como a prestação de serviços de qualidade no destino, monitoramento e manutenção da qualidade ambiental e cultural da ilha.

No caso deste cenário, considera-se que estes elementos de incerteza teriam execuções com resultados positivos para a ilha. Assim, pode-se ter uma aproximação de que as projeções de fluxo em situações extremamente positivas em termos de conjuntura e de estrutura interna contribuiriam para taxas de crescimento média elevadas, na casa dos 12% ao ano. Este cenário é considerado otimista no GOPEDs.



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

ANO	HÓSPEDES
2019	52.659
2020	58.978
2021	66.055
2022	73.982
2023	82.860
2024	92.803
2025	103.940
2026	116.412
2027	130.382
2028	146.028
2029	163.551
2030	183.177

Fonte: Elaboração própria, 2019

Além desta tendência de aumento de fluxo, uma vez que novos investimentos forem feitos, há uma tendência de aumento de dias de permanência na ilha. Com taxa de ocupação média anual de 24%, verifica-se que a ilha tem espaço para atender uma demanda crescente. Tende a haver aumento de investimentos hoteleiros na ilha, evitando a sobrecarga de meios de hospedagem.

CENÁRIO B: CRESCIMENTO MODERADO DO TURISMO COM GANHOS DE COMPETITIVIDADE E SUSTENTABILIDADE

Neste cenário, as condições externas não são totalmente 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 de São Vicente estariam sofrendo com a recessão e impactos como a Brexit. 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. Assim, neste cenário o turismo deverá apresentar um crescimento moderado, com ganhos de competitividade. Neste caso, estima-se um **cenário de médio crescimento, na casa dos 9%**.

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

ANO	HÓSPEDES	ANO	HÓSPEDES
2019	51.249	2025	85.949
2020	55.861	2026	93.684
2021	60.888	2027	102.116
2022	66.368	2028	111.306
2023	72.341	2029	121.324
2024	78.852	2030	132.243

Fonte: Elaboração própria, 2019

Além desta tendência de aumento de fluxo, uma vez que novos investimentos forem feitos, há uma tendência de aumento de dias de permanência na ilha. Com taxa de ocupação média anual de 24%, verifica-se que a ilha tem espaço para atender uma demanda crescente, sendo necessário o monitoramento constante para garantir a qualidade da estadia. Tende a haver aumento de investimentos hoteleiros na ilha, evitando a sobrecarga de meios de hospedagem.

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 de 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	49.368
2020	51.836
2021	54.428
2022	57.149
2023	60.007
2024	63.007
2025	66.158
2026	69.466
2027	72.939
2028	76.586
2029	80.415
2030	84.436

Fonte: Elaboração própria, 2019

Com um crescimento restrito de fluxo, a média de dias de permanência na ilha tende a ser a mesma neste cenário e há estrutura de hospedagem para atender a demanda crescente.



3.2. DIRETRIZES PARA O DESENVOLVIMENTO DO TURISMO (CONCEITO)

Este item do relatório tem como objetivo estabelecer a visão de futuro desejável para a Ilha de São Vicente por meio da definição do conceito de turismo que deverá nortear todo o desenvolvimento turístico do local, seja nas futuras tomadas de decisão do Governo como na implantação de novas atividades turísticas, além de dar 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 explorados na ilha, tendo como base a oferta existente e a demanda turística.

São Vicente é considerada a ilha com maior representatividade cultural de Cabo Verde, por conta de suas manifestações tradicionais, eventos musicais e por ser o berço de Cesária Évora. Além das características culturais, a ilha possui grande diversidade de experiências turísticas, envolvendo praias, áreas rurais, parque natural, vulcão, cidade e atrativos históricos. É um dos principais destinos turísticos do país, podendo ser considerado como “destino âncora” entre as ilhas do Norte por apresentar as melhores estruturas turísticas e ser centro de distribuição de roteiros turísticos para as demais ilhas.

São Vicente já é promovida e procurada como destino turístico, estando em quarto lugar entre as ilhas que mais recebem turistas em Cabo Verde. Apresenta uma diversidade de segmentos turísticos que se encontram em fase de desenvolvimento, alguns mais avançados que outros. Existem também diversos investimentos previstos na ilha, que envolvem principalmente a implantação de novos hotéis em praias desertas, que deverão contribuir com o crescimento do número de turistas.

3.2.1. LINHAS NORTEADORAS

O momento em que o turismo da ilha se encontra requer atenção, sendo importante reforçar a conservação de seus atrativos naturais e culturais, recursos que são finitos, para não gerar impactos negativos e entrar em declínio. Além disso, deve-se incentivar o desenvolvimento de produtos turístico diversificados tendo como foco o turismo de experiências e vivências

O desenvolvimento turístico, portanto, precisa ser organizado de forma que a ilha valorize seus aspectos culturais e proteja seus atributos naturais, minimizando os impactos das atividades do setor no território. Tendo essas premissas como base, foram identificadas as linhas norteadoras estratégicas para o desenvolvimento turístico 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. A intenção é promover um turismo de baixa densidade e de maneira sustentável na ilha.
- **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.
- **PROPORCIONAR EXPERIÊNCIAS ÚNICAS E ATRATIVAS PARA O FORTALECIMENTO DO DESTINO TURÍSTICO:** Segundo a Organização Mundial do Turismo (1999), a motivação e a conduta dos turistas se caracterizam, cada vez mais, pelo crescimento da seletividade ao escolher o destino, da sensibilidade

pelo meio ambiente e cultura locais e pela exigência de qualidade da experiência. Sendo assim, é importante estimular vivências únicas e o engajamento do visitante no modo de vida local, proporcionando experiências de imersão significativas e autênticas, que cativem os visitantes. Para isso, é necessário a valorização das identidades próprias de São Vicente, identificando novos produtos turísticos para fortalecer a ilha como destino e minimizar possíveis impactos da atividade sobre o território.

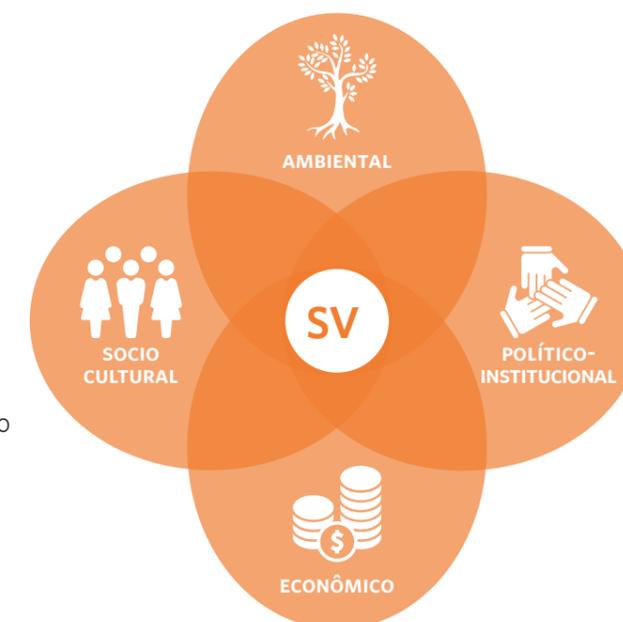
As três linhas norteadoras são complementares entre si e reforçam as questões que são primordiais para o desenvolvimento da ilha. A intenção do Master Plan é que os conceitos trazidos pelas linhas norteadoras sejam utilizados como base, o modo como o setor do turismo deverá implantar suas ações e projetos, 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 da 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 da ilha, que definem as regras para a implantação das atividades e dos serviços turísticos no território. Além disso, este documento não é rígido e fechado em si, devendo ser revisado sempre que houver necessidade. Se apresenta como um instrumento que deve ser complementado com outros planos e programas que já estão sendo desenvolvidos na ilha, ou que virão a ser elaborados, que visam a implantação de ações e estratégias para o setor do turismo.

3.2.1.1. SUSTENTABILIDADE

O turismo é uma atividade complexa que envolve uma diversidade de agentes e questões. Estas relações podem ser sensíveis, fazendo com que a atividade gere aspectos positivos e ao mesmo tempo negativos para o desenvolvimento de uma região. 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 assim 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 esse conceito deve ser usada como uma condição de turismo e não como um tipo de turismo, sendo planejado como um sistema aberto e inter-relacionado aos sistemas: ambiental, sociocultural, econômico e político-institucional.





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 as novas infraestruturas sejam planejadas e implantadas de maneira coerente com as questões da natureza da ilha, priorizando a conservação da paisagem natural. Há de se ressaltar que esta medida visa resguardar os locais que ainda estão preservados e sem grandes intervenções em São Vicente.

Quando o ambiente é preservado por mais tempo, os atrativos turísticos passam a representar desenvolvimento para a região, pois a circulação de divisas trazidas pelos turistas, passa a ser revertida em progresso e, como consequência, há crescimento social e econômico para todos, gerando a sustentabilidade ambiental. Outra questão importante no aspecto da sustentabilidade ambiental é a importância de reverter o dinheiro que o turista deixa na ilha em benefícios para a comunidade local e para a conservação dos atrativos turísticos.

Para a conservação dos atrativos turísticos é necessário estimular no turista e na comunidade receptora, a capacidade de perceber o meio ambiente através de atividades e infraestruturas que os sensibilize. Para isso, diversos aspectos devem ser analisados: emissão 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 à paisagem natural local. Estes aspectos devem ser estruturados com responsabilidade ambiental nos projetos e planejamentos.



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 também a valorização do patrimônio cultural e histórico da ilha, preservando os costumes locais e o incentivo ao fortalecimento das tradições e da cultura popular (música, manifestações artísticas, danças, artesanato, entre outras). Para que isso aconteça, é interessante a criação de mecanismos de mediação entre as partes interessadas no desenvolvimento da comunidade e trabalhar com o planejamento integrado do turismo, de modo que a comunidade participe desse processo. Do mesmo jeito deve ser tratada a criação e o fortalecimento dos atrativos turísticos da ilha, identificando os significados culturais e históricos em cima deles para poder diversificar os produtos turísticos oferecidos, abrindo mercados para diferentes nichos.

Outro papel importante da atividade turística no desenvolvimento sociocultural é o de promover o aumento do bem-estar social, estimulando a educação, a capacitação da mão de obra e a geração de empregos para que se alcance a melhora da qualidade de vida da população local. Sendo assim, além de ver o turismo como um veículo para a conservação de ecossistemas e paisagens, deve ser considerado também como fator determinante para a proteção dos valores e das tradições locais, além de motivador do desenvolvimento das comunidades receptivas, as inserindo em sua cadeia produtiva.



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: priorizar pequenas e médias empresas; incluir na cadeia produtiva classes menos favorecidas da sociedade; geração de emprego; reduzir as desigualdades sociais 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.



3.2.1.2. 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.

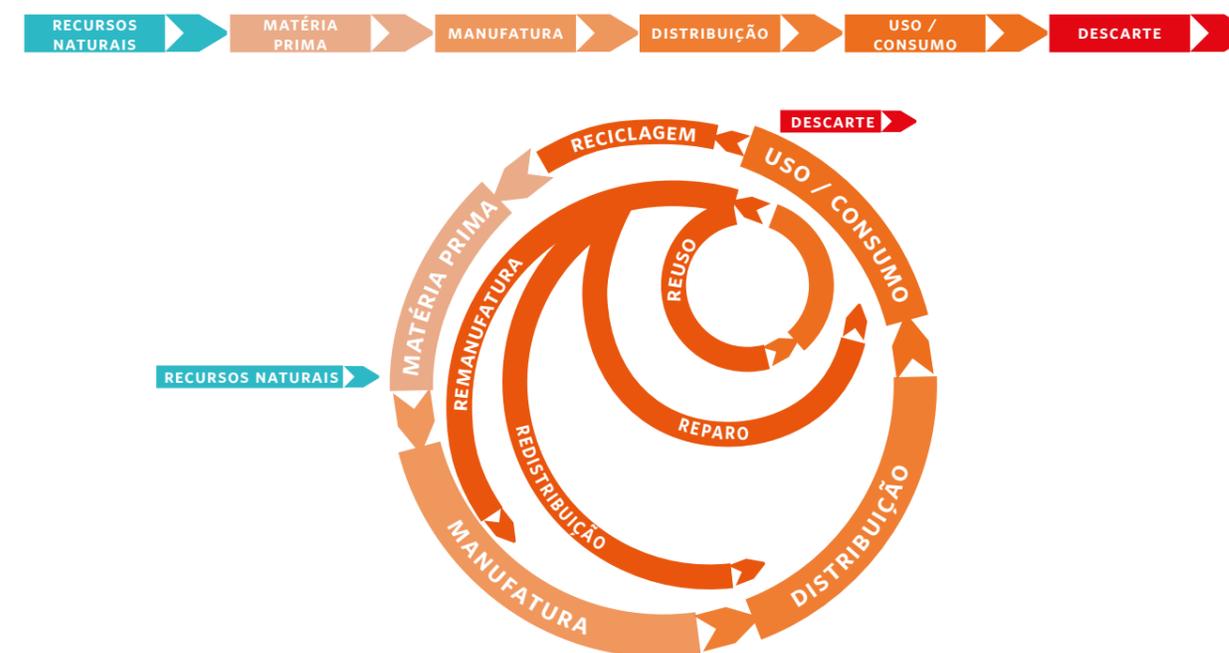
Atualmente em voga em diversas esferas, ainda é tímida a abordagem da economia circular sobre os setores do turismo. No entanto, observa-se que o tema vem sendo cada vez mais debatido e crescem os exemplos de práticas e iniciativas, inclusive no referido setor. Em Cabo Verde a questão vem sendo tratada 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: <https://www.ideiacircular.com/economia-circular/>.

3.2.1.3. FORTALECIMENTO DO DESTINO TURÍSTICO POR MEIO DE EXPERIÊNCIAS ÚNICAS E ATRATIVAS

O turismo focado em promover experiências surge como um nicho que deseja desenvolver uma nova forma de fazer a atividade, a partir da interação real do visitante com o espaço visitado e com a comunidade local. É um jeito de atrair o turista de forma mais emocional, com experiências organizadas para estimular a vivência e o engajamento com a comunidade e com o local. Este tipo de turismo pode ser melhor incentivado em São Vicente, ilha de grande pujança cultural e história.



IMPLANTANDO O CONCEITO DE EXPERIÊNCIA

Um destino voltado para o turismo de experiência deve oferecer atividades e serviços orientados para a experiência, deixando de ser um serviço simples, como uma refeição ou um passeio turístico, para ser a oferta de uma experiência memorável que gera emoção e engajamento.

Para implantação deste conceito, é necessário entender a diferença entre o turismo tradicional e o turismo de experiência.

Diferenças entre o turismo tradicional e o de experiência

TURISMO TRADICIONAL	TURISMO DE EXPERIÊNCIA
Apresenta características funcionais	Tem foco na experiência do consumidor
É orientado pelo produto e pela concorrência	É orientado para oferecer experiências de forma integral e exclusiva
Entende que as decisões de consumo são racionais	O turista é visto como consumidor racional e emocional
As ferramentas utilizadas são quantitativas e verbais	As ferramentas são multidisciplinares e bastante variadas

Fonte: *Turismo de Experiência*, SEBRAE (2015)

A partir da tabela, pode-se observar que o foco do turismo de experiência está em entregar serviços que proporcionam experiências ao turista, com atividades que estimulam os sentidos, os sentimentos e a mente. Neste contexto, é interessante que a experiência seja holística e integrada, de modo que diferentes produtos e serviços sejam entregues em uma mesma experiência, ativando o maior número de sentidos e sentimentos possível. Neste sentido, é essencial o desenvolvimento de uma maior integração entre os atores locais – as agências de turismo, os guias locais, a sociedade civil, os grupos de manifestações culturais e música, a comunidade – para identificar os aspectos únicos que a ilha pode oferecer e transformá-los em produtos turísticos.

Os produtos turísticos voltados para este segmento devem contemplar (SEBRAE, 2015):



Além desses conceitos, o desenvolvimento do turismo de experiência deve contar com ferramentas específicas e que sejam capazes de gerar a experiência, sendo exemplo de algumas delas (SEBRAE, 2015):

- **Comunicação:** alinhamento da comunicação interna (destino) e externa (promoção para o turista), que seja capaz de estimular as pessoas a olharem o destino com a sensibilidade orientada para a experiência, refletindo toda a intensidade das emoções que ele viverá durante a viagem;
- **Identidade visual:** usar a iconografia local para gerar elementos de identificação como marcas, logotipos e produtos;
- **Associação:** incentivar a criação de parcerias para poder oferecer uma variedade de elementos de experiência;
- **Mídias eletrônicas:** desenvolvimento de plataforma para gerar interatividade e conteúdos relevantes para o turista, que pode acessar a distância e ter contato com os elementos locais;
- **Locais:** atrativos, paisagens e edificações que remetem à cultura e contam a história do local. Estes devem ser trabalhados de forma a gerar experiência;
- **Artefatos:** utensílios e seus usos que auxiliam na construção de uma experiência no local;
- **Eventos:** organizar eventos em cima das festividades populares e religiosas locais, ou relacionado a algum produto local.

De modo geral, existem diversas maneiras de alcançar o turismo de experiência e acima foram citadas algumas ferramentas que podem ser desenvolvidas em São Vicente tendo como foco a diversificação de produtos turísticos aos turistas. Estas ferramentas são importantes, mas para que este tipo de turismo aconteça de verdade são essenciais o engajamento e a participação das comunidades locais. Elas serão responsáveis por identificar os elementos-chaves, que tornam a ilha um lugar único, e por implementar o conceito nos serviços e nas atividades do turismo. São exemplos de atividades integradas com viés de experiência: uma pousada ou um restaurante associado a um grupo de música local para tocar morna durante o jantar; a apresentação de manifestações culturais nos espaços públicos de Mindelo; a associação entre as agências de turismo e os produtores locais para degustação de produtos produzidos na ilha durante um passeio; a criação de passeios turísticos pelos atrativos históricos com guias que contam a história do local; a implantação de placas interpretativas nos atrativos culturais e históricos, contando a história dos equipamentos; miradouros com placas interpretativas com informações sobre a biodiversidade local; desenvolvimento do artesanato com elementos da paisagem local; passeio turístico associado a um restaurante com cardápio de comidas típicas; alojamentos turísticos decorados com artesanato e produtos locais para valorizar a cultura e divulgar o trabalho; realização de oficinas para aprender sobre a cultura local; entre outras.

O desenvolvimento do turismo com foco em experiências tem como objetivo fortalecer e consolidar o arranjo produtivo dos pequenos negócios e apoiar os empreendedores locais na agregação de valor da ilha. Este tipo de turismo possibilita um novo posicionamento de imagem no mercado, diversificando e potencializando a oferta turística de Cabo Verde, por meio do fortalecimento da ilha de São Vicente como destino turístico. Além disso, diversifica as experiências turísticas ofertadas aos turistas na ilha, que poderão desfrutar por mais tempo o local.



3.2.1.4. DIRETRIZES

A construção de uma visão de futuro para a Ilha de São Vicente, que guiará o seu desenvolvimento na próxima década, deve ter como premissa a busca pelos conceitos acima destrinchados. A partir do cruzamento do diagnóstico da ilha e das linhas norteadoras estratégicas foram definidas diretrizes gerais para o desenvolvimento do turismo da ilha. São elas:

- Desenvolver a Ilha de São Vicente como um **destino que tem como base os princípios da sustentabilidade no turismo**, fortalecendo suas potencialidades naturais em bases cultural e ecologicamente sustentáveis;
- Aplicar os princípios de **sustentabilidade em todos os componentes dos produtos turísticos** (desde os transportes utilizados, a harmonia dos equipamentos construídos no meio ambiente, o saneamento, o uso eficiente de energia, entre outros), operando as atividades turísticas de acordo com critérios de mínimo impacto, de modo a ser uma ferramenta de proteção e conservação ambiental e cultural;
- Contribuir com **recursos financeiros para a conservação das áreas naturais** e protegidas por meio do pagamento de entradas, e contratos de permissões e concessões;
- **Respeitar as áreas frágeis e naturais**, elaborando estudos de capacidade de suporte e ordenamento territorial a fim de minimizar impactos;
- **Monitorar o crescimento do número de turistas**, para que seja de modo coerente com a oferta local disponível e com a capacidade de carga dos atrativos naturais;
- Valorizar o patrimônio natural e histórico-cultural da ilha, **educando os turistas e a comunidade local para que percebam a importância de os conservar e respeitar**;
- Implantar as **infraestruturas** de apoio às atividades turísticas necessárias **de modo conciliador com o meio ambiente**;
- Incentivar a **participação de todos os atores locais**, pois a conservação da herança cultural e natural envolve cooperação, planejamento e manejo;
- Promover uma maior **integração entre os atores locais** – as agências de turismo, os guias locais, a sociedade civil, os grupos de manifestações culturais e música, a comunidade – para identificar os aspectos únicos que a ilha pode oferecer e juntos transformá-los em produtos turísticos;
- **Garantir a satisfação do turista** e, concomitantemente, direcionar seu comportamento, no sentido da conservação dos ambientes e o respeito à cultura local.

Tais conceitos e diretrizes estão sendo aplicadas no desenvolvimento das propostas apresentadas no Capítulo 4 deste documento.

3.2.2. SEGMENTOS E PRODUTOS TURÍSTICOS POTENCIAIS

A fim de melhor entender a oferta turística de São Vicente, usa-se o conceito de segmento turístico para agrupar as atividades da ilha. Esse agrupamento é definido conforme a natureza principal da atividade, o que não exclui a possibilidade de também ter características de outros segmentos.

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



Turismo histórico-cultural: tem como objetivo principal conhecer a história e a cultura do povo e do local visitado. 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 estão os festivais locais, para entendimento sobre as pessoas, suas crenças, práticas culturais e seu patrimônio histórico, material ou imaterial.



Turismo de natureza / ecoturismo: “segmento da atividade turística que utiliza, de forma sustentável, o patrimônio natural e cultural, incentiva sua conservação e busca a formação de uma consciência ambientalista através da interpretação do ambiente, promovendo o bem-estar das populações” (EMBRATUR). Atrai um perfil de turista que aprecia e respeita a natureza, que admira a fauna e a flora e se preocupa com a preservação do meio ambiente. O turista se dedica a atividades de lazer como arborismo, trilhas, tirolesa e etc.



Turismo rural: turismo para quem quer desfrutar da tranquilidade do campo, ou mesmo experimentar uma volta às origens e a vida em comunidades rurais. O turista deseja se hospedar nas autênticas propriedades rurais e participar do estilo de vida nas produções e beneficiar o homem do campo, ao possibilitar uma fonte de renda extra para a família. Os pequenos e bucólicos núcleos da zona rural também lucram com essa modalidade de turismo. Pode se relacionar com o turismo de base comunitária.



Turismo náutico: este segmento tem como elemento principal um equipamento náutico, sendo a embarcação, o próprio atrativo motivador do deslocamento, ao mesmo tempo em que é utilizada como meio de transporte turístico.



Turismo de pesca: o turismo de pesca ocorre em territórios específicos, em razão da disponibilidade de espécies de peixes. O perfil do turista também é diferenciado, em função de sua motivação caracterizada pelo usufruto dos recursos naturais de forma sustentável, de acordo com as peculiaridades das duas atividades – pesca e turismo. Pode se relacionar com o turismo de base comunitária.



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 de 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.



São Vicente possui produtos turísticos bem definidos, com roteiros estruturados em diferentes temáticas e segmentos: aulas de atividades aquáticas, city tour por Mindelo (histórico, cultural), volta à ilha com parada nas praias mais conhecidas, mergulho, passeio de jeep pelas praias desertas e parque, pesca esportiva, trilhas subaquáticas, e percursos ecológicos junto às comunidades rurais.

Em termos de demanda turística, não foram identificadas pesquisas sobre o perfil do turista que chega em São Vicente, mas identifica-se que seja muito próximo ao da ilha de Santo Antão, só que mais voltado ao segmento de cultura. Com relação ao mercado emissor, os que se destacam são França, Alemanha e Bélgica/Holanda. De modo geral, os turistas advindos desses países são motivados por atrações culturais, beleza natural, sol e praia; além do custo benefício da viagem e a possibilidade de explorar e vivenciar os destinos que visitam. Com base na diversidade de segmentos e produtos turísticos ofertados na ilha, verifica-se que o mercado atual e potencial, como exposto anteriormente, busca exatamente a singularidade que a ilha possui.

No entanto, apesar da boa estruturação e da variedade dos produtos turísticos da ilha, observa-se que grande parte de seus atrativos necessitam de intervenções para proporcionar uma melhor qualidade na experiência dos visitantes. Existem também atrativos que precisam ser fortalecidos enquanto produto turístico através da implantação de novas atividades e estruturas de apoio, reforçando sua singularidade e, conseqüentemente, sua visitação. Neste sentido, é importante trabalhar ordenamento, segurança, sustentabilidade e continuar o trabalho de fortalecer experiências de base local, vinculadas aos esportes náuticos, pesca e atividades de ecoturismo, e não apenas o sol e mar sem contato ou com pouco contato com a comunidade local.

Vale destacar que diversas atividades voltadas ao segmento de natureza e rural, além do fortalecimento da comunidade local no turismo estão sendo implantadas na ilha por meio do Projeto Rede de Turismo Solidário e Sustentável de São Vicente executado pela Associação dos Amigos da Natureza, financiado pela União Europeia e com parceria da Câmara Municipal de São Vicente, Centro de Estudos Rurais e Agricultura Internacional. O projeto tem como objetivo valorizar e fortalecer as práticas solidariedade e o turismo comunitário em áreas remotas de São Vicente, bem como aprimorar e fortalecer as habilidades e a participação de pequenas associações locais na gestão do turismo local e no desenvolvimento sustentável do território como um instrumento para melhorar as condições de vida, incentivar a economia local e manter o patrimônio social, cultural e ambiental da ilha. Dentre as atividades do projeto, pode-se destacar: capacitação, implantação de um centro de exposições e promoção do território, desenho de rotas de turismo rural e criação de um site sobre o projeto e seus produtos turísticos.

É importante considerar a continuidade de tal programa, apoiando e dando os incentivos necessários para que continuem com suas ações, que estão gerando impactos positivos na ilha de São Vicente e no fortalecimento do turismo rural e de natureza.

3.2.3. BENCHMARKING

Tendo como objetivo a identificação de estratégias para estruturação e fortalecimentos de segmentos turísticos com foco na sustentabilidade, foram pesquisados destinos turísticos de sucesso que podem servir de referência para o desenvolvimento do turismo em São Vicente. Sendo assim, o benchmarking buscou identificar o modo como o turismo nos locais são desenvolvidos, como é promovido, programas existentes, além de atividades turísticas relacionadas aos segmentos promovidos.

Há diversos exemplos de destinos com características similares à ilha de São Vicente que desenvolveram diferentes segmentos turísticos e assim possibilitam a oferta de produtos turísticos diversificados para fortalecer o seu mercado turístico. Nesse sentido, aqui são utilizados quatro exemplos de diferentes propostas que materializaram a construção de suas ofertas com bases sustentáveis: Costa Rica, Ilhas Maurício, Fernando de Noronha (Brasil) e Açores (Portugal).



3.2.3.1. 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, cataratas – 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>



3.2.3.2. 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.

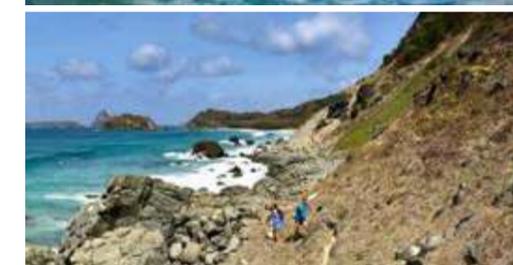
Mesmo com as taxas e o elevado valor da viagem como um todo (taxas, passagens aéreas, hospedagem, alimentação, passeio, etc), em 2018 o arquipélago registrou um recorde de visitantes, chegando a 103 mil pessoas no ano. No entanto, o estudo mais recente da capacidade de carga do parque foi realizado em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



3.2.3.3. AÇORES



Paisagem protegida da Bacia das Sete Cidades. Fonte: <https://www.visitazores.com/pt>

O Arquipélago dos Açores é composto por **nove ilhas de origem vulcânica**, dispersas no Oceano Atlântico ao longo de uma faixa de 600 km de extensão. O território insular possui 2325 km², distante 1600 km do continente europeu. Possui 246.772 habitantes (dados de 2011). As 9 ilhas são divididas em três grupos, conforme tabela ao lado, destacando as peculiaridades de cada ilha.

No site oficial (<https://www.visitazores.com/pt>) é possível acessar as diferentes experiências que podem ser realizadas em todo o arquipélago, relacionando também sua ocorrência em cada ilha. Dentre as experiências e atividades oferecidas, destacam-se a **canoagem**, tanto em lagoas quanto em mar aberto; **rotas de bicicleta** pelas ilhas; **geoturismo**, voltado à visitação e interpretação das riquezas geológicas e vulcões (ver adiante); **voos de parapente**, sendo a Ilha de São Miguel considerada um dos 60 lugares mais belos para voo livre; banho nas **piscinas naturais de águas termais**; **turismo rural** (hospedagem em casas rurais); dentre outros.

O site também fornece informações detalhadas sobre os locais a visitar, bem como dicas para planejamento da viagem, com indicações de hospedagem e meios de transporte para acesso, conexão e deslocamento nas ilhas.

GEOPARQUE

Contando com 1766 vulcões, 9 dos quais ainda ativos, o arquipélago reflete uma memória geológica de 10 milhões de anos. O **Geoparque dos Açores** nasce dessa riqueza natural, integrado na Rede Europeia e Global de Geoparques desde 2013, o qual visa proteger o **patrimônio geológico** desse arquipélago. São mais de 120 geossítios - há centenas de **cavidades vulcânicas no subsolo, caldeiras secas, lagoas em crateras e nascentes termais** na paisagem, além de **fontes geotermiais** submarinas.

A Associação do Geoparque dos Açores criou serviços, rotas e produtos interpretativos, implementando geoturismo de qualidade na região, com rotas associadas às atividades de ecoturismo realizadas nas ilhas, destacando-se a **Rota das Cavidades Vulcânicas**, explorando o mundo subterrâneo das ilhas; e a **Rota do Termalismo**, aproveitando as propriedades terapêuticas das águas e lamas termais. A visitação nas grutas e algares deve ser feita mediante o acompanhamento de condutores autorizados.

GRUPO ORIENTE			
ILHA DE SANTA MARIA	Estância Balnear: Praias de areia clara, Piscinas Naturais; Vinhedos, Fósseis	Surf, Windsurf, Esqui Aquático, Vela, Passeio de Barco, Mergulho, Pesca, Parapente, Etc.	
SÃO MIGUEL	Maior Ilha do Arquipélago: Infraestrutura e Serviços Turísticos; Lagoas das Sete Cidades, Gêiseres e Águas Termais	Trilhas, Rotas de Bicicleta, Cavalgada, Campos de Golfe, Quadriciclo, Parapente, Canoagem, Mergulho, Pesca, Esportes Náuticos, Balneários Termais, Etc.	
GRUPO CENTRAL			
TERCEIRA	História e Cultura: Angra do Heroísmo - Patrimônio Mundial da Humanidade; Festividades	Surf, Bodyboard, Windsurf, Esqui Aquático, Mota de Água, Bóias Rebocáveis, Vela, Caiaque, Parque Arqueológico Subaquático, Espeleologia, Escalada, Parapente, Trilhas, Etc.	
SÃO JORGE	Natureza Vulcânica: Fajãs; Queijo Artesanal	Mergulho, Pesca, Caiaque, Vela, Esportes Náuticos, Trilhas, Rotas de Bicicleta, Canyoning, Escalada, Espeleologia, Etc.	
PICO	Vinicultura e Cetáceos: Montanha Vulcânica; Paisagem da Cultura da Vinha; Observação Baleias	Observação Cetáceos, Vela, Caiaque, Passeio de Barco, Mergulho, Banho, Subida ao Pico, Espeleologia, Trilhas, Rotas de Bicicleta, Cavalgada, Etc.	
FAIAL	Forte Ligação com o Mar: Marina da Horta; Vulcão dos Capelinhos	Banho, Atividades Náuticas, Observação de Fauna Marinha, Caiaque, Vela, Windsurf, Remo, Pesca, Trilhas, Rotas de Bicicleta, Etc.	
GRACIOSA	Ilha Branca: Cones Vulcânicos; Moinhos de Vento; Balneário Termal	Mergulho, Pesca, Caiaque, Barco, Remo, Vela, Windsurf, Banhos Termais, Trilhas, Rotas de Bicicleta, Cavalgada, Visita às Cavidades Vulcânicas, Etc.	
GRUPO OCIDENTAL			
ILHA DAS FLORES	Águas: Cascatas Naturais; Orla Costeira Grande e Diversa	Passeio de Barco, Banho nas Piscinas e Cascatas Naturais, Mergulho, Observação Cetáceos, Pesca, Canyoning, Turismo Rural (Aldeia), Etc.	
CORVO	Observação de Aves: Caldeira Central - Biodiversidade	Observação de Fauna, Mergulho, Passeio de Barco, Trilhas, Rotas de Bicicleta, Etc.	



3.2.3.4. ILHAS MAURICIO



Ilhas Maurício - "Cachoeira Submersa". Fonte: Cause We Travel / Twitter

O Padrão sobre Turismo Sustentável das Ilhas Maurício (MS 165:2019) foi desenvolvido para orientar o desenvolvimento sustentável da indústria do turismo nas ilhas, sendo reconhecido em 2019 pelo Conselho Global de Turismo Sustentável (GSTC). O foco do documento é atender aos requisitos dos impactos ambientais e seus efeitos nos recursos naturais e ecossistemas da ilha, bem como aos impactos socioculturais que afetam as comunidades locais, estrutura social e cultural, bem como os impactos econômicos classificados como diretos, indiretos ou induzidos. Estes requisitos devem ser medidos, monitorados e avaliados para melhoria contínua da sustentabilidade da indústria do turismo nas ilhas.

Localizadas na costa da África, no Oceano Índico, as Ilhas Maurício são conhecidas por seus quilômetros de areia branca e águas de cor azul-turquesa, além do cenário de montanhas vulcânicas. A cultura da ilha é bastante diversa, abarcando etnias variadas, o que confere uma riqueza cultural e a oportunidade de conhecer templos e arquiteturas diversas, artesanato e gastronomia típica. Dessa forma, as atividades oferecidas variam desde passeios relacionados às praias e ao mar, passando pelas trilhas por montanhas e atividades de aventura até visitas às cidades, centros comerciais, museus, dentre outros.

Uma iniciativa relevante realizada nas ilhas oferece um exemplo concreto que Cabo Verde poderia buscar para consolidar um desenvolvimento sustentável do turismo, voltado para conter o impacto ambiental e externalidades negativas do turismo. Trata-se da agência de viagens Mauritius Conscious, voltada ao desenvolvimento do turismo sustentável. Os fundadores da empresa estabeleceram o "Conscious Travel Assessment", uma ferramenta de certificação que avalia os operadores turísticos (fornecedores de acomodações e atividades) usando 12 critérios que cobrem aspectos ambientais, econômicos, sociais e éticos para confirmar sua conformidade com os padrões de turismo sustentável - ajudando organizações e consumidores a realizar escolhas mais conscientes para realizar uma viagem responsável. A avaliação é projetada com base nos padrões universais do Conselho Global de Turismo Sustentável (GSTC).

As viagens planejadas pela empresa se comprometem a oferecer produtos ligados diretamente à cultura, patrimônio e história das Ilhas Maurício; no mínimo 15% da receita gerada é destinado a microempresas ou ONGs locais; promovem uma rede de colaboração composta por pelo menos 80% das pequenas e médias empresas (máximo de 250 funcionários), criadas de forma independente e administradas pela comunidade local; além de oferecer alternativas "CO2-free", como parte do plano de compensação de carbono, o qual utiliza créditos de carbono para apoiar e acelerar tecnologias de baixo carbono nas Ilhas - para tanto, todas as viagens realizadas pela agência incluem sua compensação de pegada de CO2, sendo inclusa no valor do pacote final (cerca de 1 a 2 % do valor total). Ainda, os viajantes podem se envolver em atividades práticas em torno do reflorestamento de florestas endêmicas, permacultura, agricultura orgânica e limpeza de lixo em áreas naturais. Dentro de seus compromissos, a agência estabelece uma relação de respeito ao bem-estar animal, de forma que descarta e não oferece atividades como visita ao parque de crocodilos, caminhadas com leões, safari e mergulho com golfinhos, atividades bastante vendidas pelas demais operadoras de turismo na ilha.

Dentre as atividades oferecidas nos pacotes da agência, destaca-se a hospedagem em bangalôs e autênticas estadias em casas tradicionais - todas avaliadas mediante os critérios de sustentabilidade; experiências de paragliding, escalada e atividades de aventura como tirolesa, canyoning e trekking no rio; atividades culturais nas ilhas de pescadores, plantações de cana e centro histórico da capital; aulas de música - de Ravanne, principal instrumento usado na música Sega das Ilhas; imersão com os artesãos; kaiake pelas cavernas; dentre outros.



Paragliding, Reunion Island. Fonte: <https://www.mauritiusconscious.com>



HomeStay em Reunion Island. Fonte: <https://www.mauritiusconscious.com>



Vivência sobre Sega e Ravanne. Fonte: <https://www.mauritiusconscious.com>

INSPIRATIONS FOR YOUR TRIP

All trips are CO2 compensated and include small-scale accommodation, authentic experiences and car hire

<p>The adventurous side of Mauritius Nature & adventure getaway 10 nights as from €1,252 pp</p>	<p>Romantic Escape to Mauritius Cultural & natural immersions 13 nights as from €2,636 pp</p>	<p>15 Days Reunion & Mauritius Adventures off the tourist track 14 nights as from €1,965 pp</p>	<p>A week break in Rodrigues Pristine beaches and relaxation 6 nights as from €975 pp</p>
--	--	--	--

Exemplo de pacotes oferecidos pela agência. Fonte: <https://www.mauritiusconscious.com>



3.2.3.5. CONSIDERAÇÕES

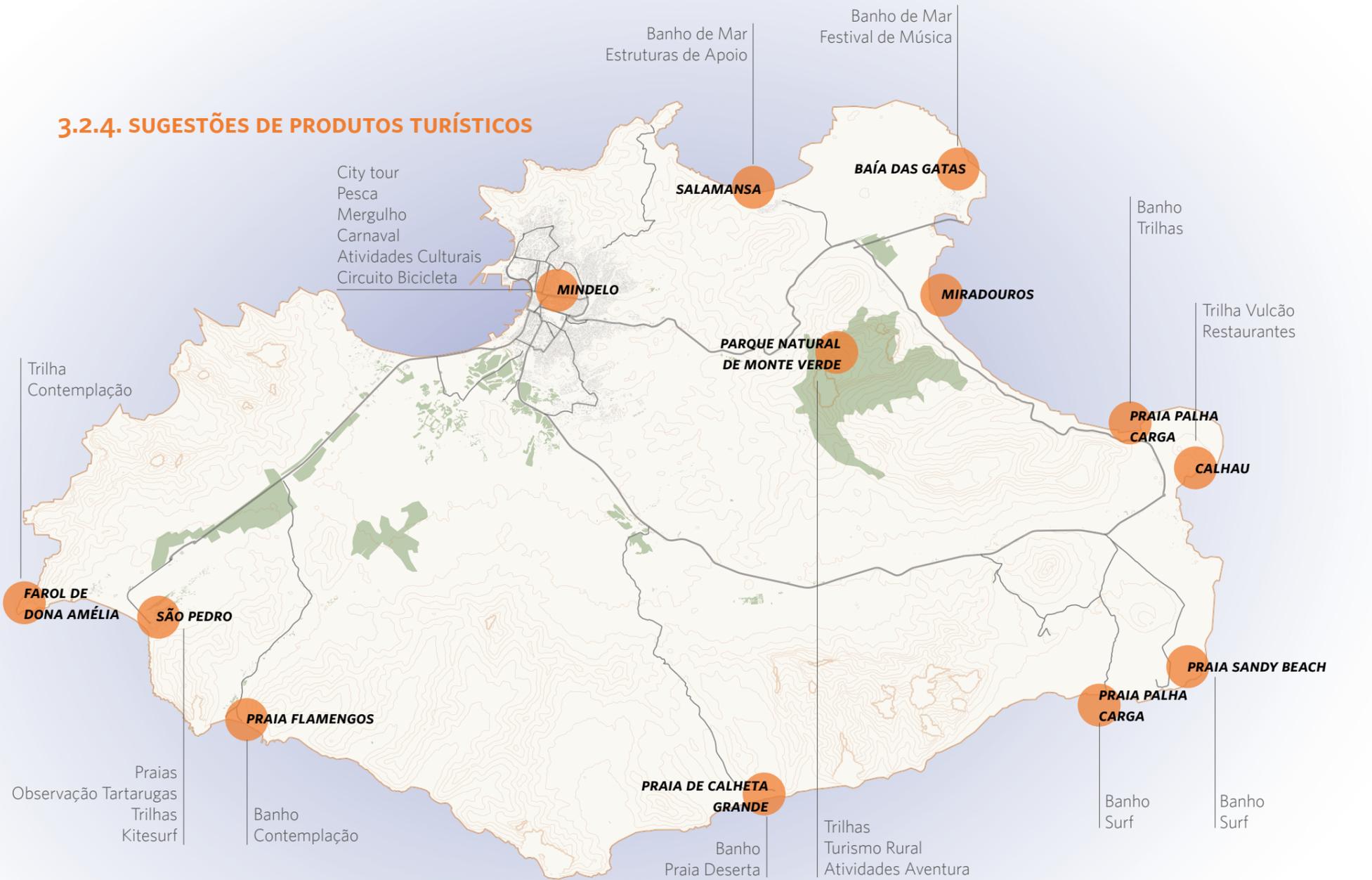
A tabela a seguir sintetiza alguns pontos chave analisados nos estudos de benchmarking apresentados anteriormente, apontando as características similares dos destinos estudados com relação à Ilha de São Vicente, bem como os principais destaques observados que por sua vez apontam referências para a Ilha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

	PRINCIPAIS SIMILARIDADES À ILHA DE SÃO VICENTE	DESTAQUES	REFERÊNCIAS PARA SÃO VICENTE
COSTA RICA	<ul style="list-style-type: none"> - Destino com regiões de características diversas: atrativos culturais, naturais, históricos, etc.; - Atrativos são agrupados por segmentos 	<ul style="list-style-type: none"> - Investimento Público nos Parques Nacionais e Áreas Protegidas; - Sistema de Pagamento por Serviços Ambientais (PSA); <ul style="list-style-type: none"> - 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; - Ecoturismo como ferramenta para financiar áreas protegidas; - Roteiros diversos: urbano, histórico/cultural, montanha, praia, etc.
FERNANDO DE NORONHA	<ul style="list-style-type: none"> - Diversidade e Riqueza Biológica 	<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.

AÇORES	<ul style="list-style-type: none"> - Arquipélago formado por ilhas de origem vulcânica; - Características distintas entre as ilhas. 	<ul style="list-style-type: none"> - Geoparque em todo o território, refletindo a memória geológica de 10 milhões de anos; - Geoturismo com rotas associadas às diversas atividades de ecoturismo; - Site oficial bem estruturado, associando a ocorrência de atividades em cada ilha. 	<ul style="list-style-type: none"> - Geoparque valoriza o patrimônio geológico e a rica geodiversidade no arquipélago; - Sistemas e plataformas online para auxílio no planejamento da viagem .
ILHAS MAURÍCIO	<ul style="list-style-type: none"> - Arquipélago formado por ilhas de origem vulcânica; - Diversidade e Riqueza Biológica 	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativa privada (agência de viagens Mauritius Conscious) que estabelece uma rede fortalecendo o desenvolvimento de um turismo mais consciente na ilha, com menor impacto ambiental, envolvendo a população local, respeitando os ecossistemas e gerando recursos para investimento no desenvolvimento de um turismo mais sustentável. 	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativas públicas e privadas buscando fortalecer e priorizar o turismo consciente, desenvolvendo estratégias e ferramentas que, combinadas a outras ações, possam concretizar transformações voltadas ao desenvolvimento de um turismo mais sustentável.



3.2.4. SUGESTÕES DE PRODUTOS TURÍSTICOS



SÃO PEDRO
 Banho nas praias, observação das tartarugas, atividades náuticas como kitesurf.



MINDELO
 Tour pela cidade, que também pode ser realizado à pé ou de bicicleta, passando por diversos pontos turísticos e históricos; fortalecimento da riqueza cultural da cidade.



MIRADOUROS
 Em pontos estratégicos, para contemplação das vistas.



PRAIAS
 Para além dos banhos de mar: experiências diversas podem acontecer associadas à estruturação de atividades: oficinas e apresentações de música, trilhas, festivais de surf ou outros esportes náuticos, cinema ao ar livre, etc.

4. PROPOSTAS



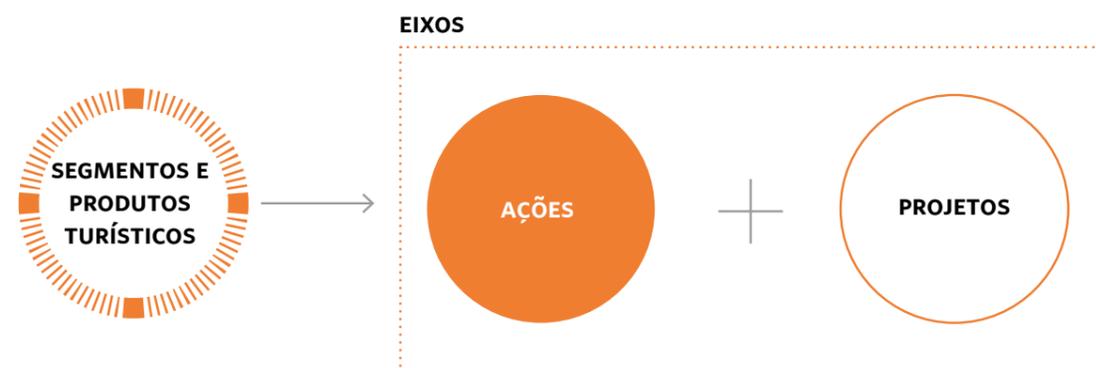
São Vicente apresenta grande potencial para se desenvolver com um destino de turismo diversificado e atrativo, mas para isso é necessário vencer alguns desafios que tem limitado seu desenvolvimento e que tocam temáticas diversas, seja de transporte, como melhorias na estruturação de seus recursos e produtos turísticos. Durante o diagnóstico da ilha foram analisados diversos aspectos que tocam o desenvolvimento turístico do local, identificando as demandas suprimidas e que deverão ser atendidas 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, que além dos benefícios locais, resultará em impactos positivos ao país.

Este momento, portanto, se apresenta como uma oportunidade de planejar a curto, médio e longo prazo o que se deseja para São Vicente, estabelecendo as atividades 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 os principais aspectos que precisam ser trabalhados na ilha. Os eixos indicam as **ações** e os **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 (tanto as ações quanto os projetos) foram definidas a partir análise do diagnóstico; da visita de campo; das reuniões com a equipe da UGPE e atores locais; da leitura dos documentos disponibilizados; e da 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; e segmentos e produtos turísticos potenciais. Dessa maneira, a identificação de cada ação e de cada projeto foi sendo confrontada com os 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 em um lugar e, portanto, devem ser trabalhados 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 precisam ser trabalhados em São Vicente. 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, de maneira sucinta, quais são as atividades de caráter estruturante que precisam ser realizadas a curto, médio e longo prazo para o desenvolvimento do turismo em São Vicente. 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 em São Vicente, 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	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
A.G1	Fortalecer e Apoiar a Associação de Turismo da ilha , responsável pelo desenvolvimento e valorização do turismo no local.	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	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, 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, Terceiro Setor
A.G2	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.	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, IEFP, Pró-Empresa, Terceiro Setor
A.G3	Desenvolver e implantar junto com a Associação de Turismo um Sistema de Gestão para monitoria e avaliação da atividade do turismo na ilha .	Minimizar os impactos da atividade do turismo no território.	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Associação de Turismo, Câmaras Municipais, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Terceiro Setor
A.G4	Incentivar a criação de uma Associação que seja responsável pelo desenvolvimento do Turismo Rural na ilha . Ela deverá dar suporte a toda cadeia produtiva e fazer a conexão entre os produtos entre si e entre os produtores e os turistas. Essa organização poderá ser responsável também pela gestão do Agroturismo junto aos produtores locais.	Promover o desenvolvimento e a gestão do agroturismo; Organizar o agroturismo como produto turístico; Organizar os produtores locais.	Curto	Ministério da Agricultura e Ambiente	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Turismo e Transportes

PROJETOS



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 / 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

Estimativa orçamentária: U\$ 240.000,00

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 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: U\$ 180.000,00 a.a.



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.



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

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 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.P1	Criar um Comitê de Marketing e Promoção do turismo para a ilha de São Vicente , em cooperação com a Associação de Turismo, a comunidade pública, privada e local.	Apoiar a implantação das atividades de marketing e promoção; Fortalecer a capacidade de marketing e promoção do turismo;
A.P2	Elaborar Plano de Marketing específico para a ilha , que envolva a criação de um conceito para a marca (branding) e imagem do destino; além de fortalecer e promover os produtos turísticos.	Promover e divulgar os produtos turísticos da região (circuitos); Desenvolver a promoção do turismo das ilhas; Desenvolver um ícone para promoção das ilhas; Atrair turistas; Melhorar a exposição das ilhas como destinos turísticos atrativos e únicos.
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;

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, Terceiro Setor
Curto	Cabo Verde Trade Invest	DGTT, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Associação de Turismo, Terceiro Setor
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

PROJETOS



P.P1 CONFECÇÃO DE MATERIAL PROMOCIONAL – IMPRESSO E DIGITAL

Grau de prioridade: Média

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 / Câmaras Municipais / SN Turismo 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 IMPLANTAÇÃO E GESTÃO DE REDES SOCIAIS

Grau de prioridade: Média

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: Média

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: Média

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	Câmaras Municipais e/ou terceiro setor	DGTT, AAVT, IEFP, EHTV, Pró-Empresa, Terceiro Setor
A.C2	Fortalecer as iniciativas de capacitação e formação da População local , 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. Prever período de acompanhamento e supervisão.	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	Câmaras Municipais e/ou terceiro setor	DGTT, AAVT, IEFP, EHTV, Pró-Empresa, Terceiro Setor
A.C3	Contratar consultoria especializada ou fazer acordo com terceiro setor para a formação de novos Guias de Turismo e requalificação dos guias existentes , com cursos de história e cultura da ilha, línguas estrangeiras, primeiros socorros, legislação, entre outros. Prever período de acompanhamento e supervisão.	Garantir a qualidade no atendimento dos turistas; Incentivar atividades complementares para geração de renda da população local; Diversificar os serviços oferecidos na ilha por meio do empreendedorismo; Melhorar a mão de obra local; Promover a geração de novos empregos e incentivar a fixação dos habitantes na ilha.	Curto	Câmaras Municipais e/ou terceiro setor	DGTT, AAVT, IEFP, EHTV, Pró-Empresa, Terceiro Setor, Associação de Turismo
A.C4	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	Câmaras Municipais e/ou terceiro setor	Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design, Pró-Empresa, Terceiro Setor

PROJETOS



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 / 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

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 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.
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 didático 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.



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



P.C2 PROGRAMA DE EMPREENDEDORISMO E CAPACITAÇÃO EM TURISMO HISTÓRICO, CULTURAL E ETNO

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 turismo histórico, cultural e etno através de cursos e oficinas.

Responsável pela estruturação do projeto: Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Associações e Projetos Locais

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

A história, os saberes, fazeres e o patrimônio material são elementos de grande atratividade para os turistas. As construções de narrativas durante a experiência turística proporcionam um olhar que atribui outro tipo de valor ao espaço, contribuindo para o aumento da satisfação, formação de memórias positivas e de fidelização ao destino, além de permitir a valorização do patrimônio e consequentemente sua proteção e conservação. Também, contribui para gerar maior valor agregado aos negócios e serviços prestados, aumentando o nível de competitividade do destino como um todo. Este projeto objetiva ser uma base para trazer os principais conceitos e práticas de sucesso adotadas em destinos, em termos de turismo histórico, cultural e etno, destacando processos interpretativos, processo de guiamento e construção de narrativas, a conexão do patrimônio material com o imaterial, entre outros. Ele está dividido em duas etapas:

- 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: 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.
 - Temáticas sugeridas para cursos/oficinas: Conceitos básicos do turismo histórico, cultural e etno; Patrimônio Cultural e Memória Social; Imagens, História e Narrativas, formação de mapas afetivos; iniciativas de valorização do patrimônio, particularmente aplicável ao natural, cultural ou de lazer; organizar e controlar a realização de eventos, conferências, programas de animação e programas especiais para grupos; estão do patrimônio, de espaços de cultura e lazer; elaboração de projetos; empreendedorismo cultural.
 - 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 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.



A Associação de Informantes de Turismo Pedagógico da cidade de Penedo, no Estado de Alagoas realiza visitas turísticas repletas de teatralizações, recitais de poesias e performances musicais que fazem os turistas voltarem no tempo e se ambientarem com a história e produção cultural da cidade, em cada espaço que visitam. | Fonte: <https://www.facebook.com/aitpppenedo/>, 2019



P.C3

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 / 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

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.
 - 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.



P.C4 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



P.C5

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.C6 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 / 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 projeto visa trabalhar com grupos produtivos locais para prepará-los a se inserirem na atividade turística como elementos complementares ou de apoio. Para isso, devem ser selecionados grupos culturais, grupos de produção artesanal (decoração, moda, alimentos, pesca, entre outros) para receberem capacitações e apoio na estruturação de planos de negócios. Assim, o projeto está dividido em três grandes etapas:

1. Mapeamento de oportunidades junto ao setor turístico e mapeamento de arranjos produtivos, verificando necessidades de melhorias;
2. Capacitação em temas como associativismo; empreendedorismo; aprimoramento de técnicas produtivas; promoção e divulgação da produção; elaboração de portfólio de produtos e plano de negócios, bem como outros temas para aprimorar a aproximação com o mercado
3. Elaboração de plano de negócios, com a realização de festivais e eventos de promoção dos arranjos produtivos e fomento à rodada de negócios para inserção dos arranjos no mercado turístico e outros.



Rodada de negócios entre produtores agrícolas e artesanais, junto à empresários do ramo de hotelaria, lojas de souvenirs, e de alimentação que operam no Parque Nacional do Iguazu, em Foz do Iguazu, Estado do Paraná No Brasil. O objetivo foi aproximar e inserir estes arranjos produtivos na cadeia do turismo, alinhando as necessidades dos empresários com os serviços que podiam ser prestados pelos grupos produtivos locais. A Ação ocorreu no âmbito do Projeto de Valorização de Serviços Ecosistêmicos no Entorno do Parque Nacional do Iguazu do WWF-Brasil. | Foto: Luciana Sagi, 2015



4.4. CULTURA & IDENTIDADE

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
Patrimônio histórico e cultural		
A.CI1	Organizar um inventário do patrimônio arquitetônico e etnográfico dos municípios da ilha. 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, da rede viária histórica, das infraestruturas hidráulicas e os trapiches
A.CI2	Incentivar a criação de política de conservação integrada do patrimônio e a implantação de serviços turísticos (hospedagem, restaurantes, comércio ou até mesmo habitação) nestes espaços. Para tanto é interessante a elaboração de um plano específico para o centro histórico de Mindelo , que já é classificado como patrimônio histórico e cultural nacional pela Resolução nº 6/2012 de 31 de janeiro, que contenha as diretrizes e as restrições para as intervenções nas edificações e nos espaços urbanos de forma a manter o traçado arquitetônico da cidade.	Estimular a preservação, restauração e manutenção dos sobrados coloniais e dos equipamentos de relevância histórica da ilha, dando novos usos ligados ao setor de turismo, educação, cultura e comércio.
A.CI3	Fortalecer o centro histórico e locais de relevância histórica como produtos turísticos através da criação de um circuito voltado a conhecer a histórica e a cultura local.	Atrair famílias com atividades para crianças; Diversificar os circuitos turísticos; Valorizar os núcleos urbanos e a história local; Incentivar a preservação do patrimônio edificado.
Festividades		
A.CI4	Sistematizar os eventos da ilha (festas tradicionais e religiosas, eventos culturais e festivais) para criação de um calendário anual. 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.CI5	Criar selo para os produtos locais da ilha do tipo "made in São Vicente" , de modo a garantir a qualidade dos produtos e o cumprimento de critérios de boas práticas por parte dos produtores.	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.

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Curto	Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Patrimônio Cultural, Terceiro Setor
Curto	Câmaras Municipais	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Patrimônio Cultural, Setor Privado, Terceiro Setor
Médio	Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Patrimônio Cultural, Associação de Turismo, Setor Privado, Terceiro Setor
Curto	Câmaras Municipais	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	Câmaras Municipais	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Terceiro Setor

PROJETOS



P.CI1 ESTRUTURAÇÃO E CONSOLIDAÇÃO DA CULTURA E IDENTIDADE LOCAL

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Estimular e fomentar a cultura para jovens.
 Estruturar produtos e atividades turístico culturais.
 Desenvolver calendário de eventos.

Proposta: Fortalecer o contato da música e dança com os jovens;
 Cursos e capacitação;
 Estruturação de calendário cultural turístico;
 Programa de subsídio a grupos culturais;
 Criação de oficinas turísticas culturais;
 Consolidação da política nacional de selo para produtos locais e formalização das identidades geográficas nos produtos;
 Mapeamento e plataforma de informações dos artesãos;
 Criação de selo de qualidade dos estabelecimentos;
 Criação de tour gastronômicas;
 Requalificação expográfica de museus e centros culturais e criação de voucher de ingresso.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Estado, Terceiro Setor

Modelo de gestão:

Entidades envolvidas: Câmaras Municipais, 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

Entende-se que a cultura na ilha de São Vicente é bastante desenvolvida, apresentando importantes eventos e festividades, como o Carnaval, Festival Baía das Gatas e Kolá San Jon, além de contar com museus, produtos e gastronomia locais. Destaca-se, inclusive, a eleição da cidade de Mindelo como “Capital Lusófona da Cultura” em 2002/2003 pela assembleia-geral da União das Cidades Capitais de Língua Portuguesa (UCCLA).

Com esse entendimento, este projeto visa dar continuidade na estruturação da sua cultura e em seus produtos turísticos relacionados, desenvolvendo propostas para seu avanço e consolidação. Seguem a seguir as propostas do projeto:

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 São Vicente visando a construção do aprendizado cultural para a juventude: a incorporação de atividades culturais como disciplina escolar; criação e incentivo ao aprendizado da cultura a crianças e adolescentes através de instituições especializadas.

Entende-se que a incorporação de atividades voltadas a cultura 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 ligada 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



Cesária Évora, referência mundial da cultura cabo-verdiana | Fonte: <https://nosgenti.com/cesaria-evora-a-rainha-da-morna/>



Atividade do Noz Ritmu | fonte: atividades desenvolvidas para Ponta Cana | Fonte: www.facebook.com/codediritmu



Exemplo de evento de incentivo a cultura para jovens é o Festival Internacional de Teatro Infantil do Ceará, apoiado pela Secretária da Cultura do Ceará (Brasil) | Fonte: <https://www.secult.ce.gov.br/2019/09/13/em-outubro-festival-internacional-de-teatro-infantil-do-ceara-convida-viva-essa-experiencia/>



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 pelo programa podem fazer parte do calendário cultural turístico desenvolvido para o São Vicente.



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>

CURSOS E CAPACITAÇÃO

Deve-se promover a capacitação dos artistas de São Vicente para aperfeiçoamento e diversificação dos produtos. Junto à capacitação técnica, deve haver a profissionalização e a capacitação na gestão de pequenos negócios/empreendedorismo. A capacitação na gestão de pequenos negócios é fundamental para que os artistas se profissionalizem, auxiliando, inclusive, na definição do preço de venda de seus produtos, 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 artesãos, e a criação ou participação em feiras, festivais e rodadas de negócios.

Planos e projetos locais voltados ao turismo devem ser incentivados, como o projeto de laboratório experimental de artesanato do Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design (CNAD) que visa o aperfeiçoamento e intercâmbio entre artesãos para desenvolvimento dessa arte.



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

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 Baía das Gatas, Carnaval, Kolá San Jon, Mindelact e outras festas 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 culturais subsidiam eventos para o desenvolvimento do calendário.

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.

PROGRAMA DE SUBSÍDIO A GRUPOS CULTURAIS

Deve-se criar editais para fomentação através de subsídios a grupos culturais. Os editais podem ter apoio de entidades privadas para suporte de estrutura e financeira. A missão dessa proposta é o incentivo a associações culturais de diferentes naturezas, sejam musicais, teatro, artesanato, gastronômico, artes plásticas, 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. Deve ser fomentado o uso de eventos e apresentações na estrutura de presente na Baía das Gatas, local de seu festival, ampliando o uso da infraestrutura existente.



Mindelact, um dos vários eventos culturais existentes em São Vicente que entrariam no Calendário Cultural Turístico | fonte: <http://pt.rfi.fr/cabo-verde/20160914-cabo-verde-22-edicao-mindelact>



Krioli Jazz Festival, maior evento promovido em Praia. A cidade se destaca com uma ampla programação cultural anual | fonte: expressodasilhas.cv/cultura/2019/04/12/palavras-de-ordem-ame-o-krioli-jazz-festival



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



criação de oficinas turísticas culturais

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 culturais para os visitantes da ilha. Essa experiência pode ser realizada nos diversos setores culturais como artesanato, música, gastronomia, entre outros.



Oficina de artesanato turístico na Tailândia | Fonte: www.handcrafttourism.com/en/aboutvillage/ban-kuan-wualai-village/

consolidação da política nacional de selo para produtos locais e formalização das identidades geográficas nos produtos

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. Complementando ao selo, propõe-se formalizar a incorporação de identidades geográficas nos produtos desenvolvidos na ilha, prática já existente no local, como forma de fortalecer a relação do território e de seus produtos



Produto artesanal com etiqueta de identificação geográfica. Trabalho desenvolvido junto com o Projeto Rede de Turismo Solidário e Sustentável São Vicente valoriza o produto local e relaciona o produto com a rota turística | Fonte: Acervo próprio, 2019

mapeamento e plataforma de informações dos artesãos

Deve ser trabalhado em conjunto com o Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design o seu projeto de desenvolvimento de uma plataforma nacional dos artesãos cabo-verdianos. Sua organização de trabalhadores funciona através do cadastramento e mapeamento dos artesãos cabo-verdianos, que tenham o selo "Created in Cabo Verde", produzindo uma plataforma de contato entre os artesãos 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>

criação de selo de qualidade dos estabelecimentos

Criar selo de classificação sanitária dos estabelecimentos gastronômicos da ilha. Deve-se criar parâmetros que classifique os locais e estruturar a sua fiscalização sanitária contínua. O selo funciona como um incentivo aos estabelecimentos de manter elevado o nível sanitário e serve como informação segura para os turistas consumirem seus produtos.



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 tour gastronômicas

Através da associação de estabelecimentos gastronômicos, deve ser desenvolvido um tour gastronômico turístico que contemple a experiência em diferentes estabelecimentos que ofereça particularidades gastronômicas aos visitantes. O circuito deve ter plataforma de informação para os grupos e a presença de um guia que oriente e explique as peculiaridades e história de São Vicente através da gastronomia e de seus ingredientes.



Tour de tapas em Barcelona | fonte: <https://free-barcelona-tours.com/tours/original-barcelona-tapas-tour/>

requalificação expográfica de museus e centros culturais e criação de voucher de ingresso

Mindelo apresenta um potencial turístico cultural através da presença de seus museus e centros culturais, como o Núcleo Museológico Cesária Évora, Centro Nacional de Artesanato, Museu do Mar, entre outros. Suas mostras podem ser potencializadas, requalificando sua expografia e potencializando suas visitas dentro da rede de turismo cultural. Complementar a essa qualificação, propõe-se a criação de um voucher turístico que permita acesso a todos os museus, incentivando o contato entre os visitantes e toda a estrutura existente.



Expografia no Centro de Visitantes de Arvada, no Colorado, Estados Unidos. O centro de visitantes apresenta expografia interpretativa, com informações sobre a fauna, a flora local e paisagem. | Fonte: mitchj.info/suggest/arvada-co-arvada-visitors-center-activities-events.html



P.CI2 FORTALECIMENTO E PROMOÇÃO DO CARNAVAL

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Estruturação e fortalecimento do carnaval local, consolidando a atividade como identidade cultural local e promovendo-o como produto turístico.

Proposta: Criação de edital para patrocinadores do carnaval;
 Subsídio aos grupos de desfile oficial;
 Criação de centro criativo dos grupos de desfile de carnaval;
 Edital para artistas, performances culturais e bloco de rua;
 Criação de polos descentralizados multiculturais;
 Promoção e divulgação do carnaval no calendário cultural turístico.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Estado, Setor Privado, Terceiro Setor

Modelo de gestão:

Entidades envolvidas: Câmaras Municipais, 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

O Carnaval de Mindelo é um dos maiores acontecimentos de Cabo Verde. Sua oferta é bastante rica, oferecendo diversas atividades como os desfiles oficiais e os espontâneos, baile de rua e desfile infanto-juvenil. Essa riqueza cultural deve ser desenvolvida continuamente, explorando seu potencial cultural e turístico, possibilitando seu crescimento e promoção.

Nesse sentido, desenvolve-se este projeto, que visa através de propostas, fortalecer o carnaval local e potencializar sua realização enquanto produto turístico.



Desfile em Mindelo, carnaval na cidade é um dos maiores eventos culturais cabo-verdianos | Fonte: <https://muzika.sapo.cv/eventos/carnaval/artigos/os-vencedores-do-carnaval-de-mindelo-em-2016>

CRIAÇÃO DE EDITAL PARA PATROCINADORES DO CARNAVAL

Deve ser criado editais para entidades privadas patrocinarem o Carnaval de São Vicente. Os editais podem ser realizados através de produtos específicos, como patrocínio aos desfiles oficiais e patrocínio para blocos de ruas, ou um edital único para todas as atividades carnavalescas. As contrapartidas para incentivo da participação das empresas podem ser de diferentes naturezas como propagandas, exclusividade de produtos, entre outras possibilidades.

A renda provinda dos patrocínios serve para dar suporte e estruturação do carnaval, além de subsídios aos grupos que o promovem.



O carnaval de rua de São Paulo, Brasil, é exemplo de estruturação através de patrocínio de empresa privada. Anualmente a prefeitura da cidade abre um edital para patrocínio da festa que possibilita o subsídio para a sua realização | Imagem dos foliões acompanhando blocos de rua em São Paulo, fonte: <https://noticias.uol.com.br/carnaval/2019/noticias/estadao/2019/02/06/subsidiaria-da-ambev-vai-patrocinar-o-carnaval-de-rua-de-sao-paulo.htm>

CRIAÇÃO DE CENTRO CRIATIVO DOS GRUPOS DE DESFILE DE CARNAVAL

Propõe-se a criação de um centro criativo dos grupos de desfile de carnaval. Este centro tem caráter multifuncional, servido como galpão de depósito para os grupos carnavalescos, oficina para a confecção de seus adereços e também como centro cultural de atividades, possibilitando eventos, festas, oficinas, visitas e outras realizações promovidas pelos grupos ao longo do ano, dinamizando as possibilidades de atividades dos grupos carnavalescos durante o ano.

O centro seria a sede de todos grupos oficiais do Carnaval de Mindelo.



Cidade do Samba no Rio de Janeiro, Brasil, é um centro criado pela prefeitura onde ficam os galpões e oficinas das escolas de samba do Rio de Janeiro. Além de servir de apoio ao desfile, o espaço proporciona atividades criadas pelas escolas como festas e oficinas de samba para as crianças. | Fonte: <https://veja.abril.com.br/entretenimento/rio-pode-ganhar-uma-nova-cidade-do-samba/>



SUBSÍDIO AOS GRUPOS DE DESFILE OFICIAL

Identifica-se que apesar de atualmente haver apoio financeiro do Ministério da Cultura e das Indústrias Criativas (MCIC) aos grupos oficiais de desfile, vê-se necessário maior subsídio a essas entidades, pela sua importância de âncora do carnaval de Mindelo e de seu potencial de exploração enquanto produto turístico. Com esse entendimento, propõe-se a criação de editais de subsídio aos grupos de desfile existentes, assim como a novos grupos, fomentando o crescimento dessa apresentação. A verba para esse suporte pode prover diretamente do Fundo do Turismo ou de patrocínio do Carnaval.

EDITAL PARA ARTISTAS, PERFORMANCES CULTURAIS E BLOCO DE RUA

Deve ser criado edital para artistas, performances culturais e blocos de rua para fortalecer grupos independentes que geram atividades durante o carnaval. A verba para esse suporte pode prover diretamente do Fundo do Turismo ou de patrocínio do Carnaval.

CRIAÇÃO DE POLOS DESCENTRALIZADOS MULTICULTURAIS

Entende-se que o carnaval de Mindelo tem potencial de expansão para outros territórios de São Vicente, desenvolvendo uma rede de eventos carnavalescos pela ilha. Nesse sentido, propõe-se a criação de polos descentralizados em pontos de interesse de desenvolvimento de atividades durante o carnaval com foco a grupos de diferentes ritmos aos que acontece em Mindelo, criando uma rede multicultural de eventos durante o carnaval para diferentes tipos de perfis de turistas.

Esses ritmos devem contemplar culturas genuínas cabo-verdianas como batuque, colá, coladeira, funaná, fortalecendo a cultura local.



Carnaval de Salvador abre editais anuais para grupos e artistas se apresentarem no carnaval de rua da cidade em apresentações, desfiles e outras atividades. | Fonte: <http://www.cultura.ba.gov.br/modules/conteudo/conteudo.php?conteudo=277>



Exemplo da criação de polos multiculturais é o carnaval de Recife onde se criou polos com características e ritmos próprios pela cidade, criando uma rede de atividades no território com diferentes perfis musicais em cada região | Fonte: www.pernambucocultural.com

PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO DO CARNAVAL NO CALENDÁRIO CULTURAL TURÍSTICO

Deve ser fortalecido e ampliado a promoção e divulgação do Carnaval de São Vicente como produto turístico. Para isso desenvolve-se duas diretrizes para a estruturação dessa proposta: criação de divulgação específica do Carnaval de São Vicente como atrativo através de plataformas com informações e detalhes da festa; e incentivo a criação de pacotes turístico com agências da área para o carnaval, onde pode ser incorporado hospedagem, ingresso para eventos e outros produtos dentro do pacote de modo que facilite ao turista seu acesso.

O Carnaval deve ser contemplado no calendário cultural turístico de São Vicente.



4.5. CONSERVAÇÃO AMBIENTAL

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
A.A1	Desenvolver e estruturar um Projeto de Gestão Integrada da Orla Marítima de São Vicente com o objetivo de planejar 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 e ocupação humana; Ordenar os diferentes usos e atividades específicas; Classificação e valorização das praias e a regulamentação do uso balnear	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, ENAPOR - Portos de cabo Verdes, Instituto Marítimo Portuário, Terceiro Setor
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 sustentáveis.	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.	Médio	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, ENAPOR - Portos de cabo Verdes, Instituto Marítimo Portuário, Terceiro Setor, Associação de Turismo
A.A3	Incentivar a criação de um Geoparque em São Vicente e em outras ilhas, tal como o exemplo de Açores.	Valorização e divulgação do geopatrimônio; preservação ambiental; incentivo a educação e pesquisa; promoção do turismo sustentável.	Longo	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Instituto do Patrimônio Cultural
A.A4	Contratar consultoria para elaborar os estudos de capacidade de carga dos atrativos naturais da ilha .	Minimizar os impactos do turismo no território; preservar as condições físicas, naturais e biológicas dos atrativos	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Instituto do Patrimônio Cultural, Terceiro Setor
A.A5	Desenvolver e estruturar um programa de proteção às tartarugas , principalmente junto às comunidades locais. Elaboração de um inventário de lugares de nidificação.	Identificação dos locais de nidificação das tartarugas; conscientização dos cidadãos e tomadores de decisão para a necessidade de proteção da espécie; diminuição da alta taxa de captura.	Curto	Direcção Geral do Ambiente	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Turismo e Transportes
A.A6	Apoiar e fortalecer o desenvolvimento do ensino e sensibilização dos conceitos de sustentabilidade, conservação e preservação ambientais nas escolas .	Fortalecer o programa que já vem sendo realizado em algumas escolas; ampliar esse conhecimento a toda rede de ensino.	Curto	Câmaras Municipais	DGTT, AAVT, IEPF, EHTV, Terceiro Setor
A.A7	Eliminar pontos de extração irregular de areias e fazer a restauração paisagísticas necessárias . Ordenar cuidadosamente as atividades extrativistas, com um plano de exploração seletiva e sucessiva em função da demanda, de modo que não se estrague a paisagem desnecessariamente.	Identificar o real impacto da prática atual e garantir a sustentabilidade do ambiente.	Curto	Direcção Geral do Ambiente	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Câmaras Municipais, Terceiro Setor, Setor Privado, Direcção Geral de Infraestrutura

PROJETOS

P.A1 FORTALECIMENTO DO PARQUE NATURAL MONTE VERDE

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Realizar melhorias na infraestrutura do parque visando estruturar novas atividades de uso público e visitação em conformidade com a conservação dos valores naturais e culturais, além de fortalecer atividades existentes.

Proposta:

- Elaborar e implementar o Plano de Gestão do Parque Natural de Monte Verde;
- Implementar novas atividades de ecoturismo / aventura e identificar oportunidades para sua estruturação por meio de parcerias;
- Implementar sinalização interpretativa, visando enriquecer a experiência de visitação com foco na ampliação da conscientização ambiental e na valorização dos elementos presentes no Parque;
- Estabelecer portal para acesso ao Parque;
- Realizar incentivo e melhorias pontuais para fortalecimento das atividades relacionadas à Casa de Chá existente;
- Construir Centro de Visitantes com estruturação de serviços de apoio à visitação, tais como alimentação e exposição interpretativa;
- Incentivar o turismo rural no interior do Parque, utilizando infraestrutura existente, a qual deverá receber melhorias e adaptações, se necessário. Oportunidade para promover diferentes modelos de hospedagem;
- Incentivar adoção de técnicas de produção agrícola envolvendo menor degradação da vegetação nativa - por exemplo, com utilização de técnicas e sistemas agroflorestais, substituição dos tipos e produtos de cultura, etc.
- Realizar melhorias na sinalização indicativa e de acesso nas trilhas do Parque.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Direcção Geral do Ambiente

Modelo de implantação: Estado, PPP, Terceiro Setor

Modelo de gestão: Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Instituto do Patrimônio Cultural, Terceiro Setor

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final



Imagem: Vista panorâmica contemplada do ponto mais alto do parque. Fonte: Acervo próprio, 2019.

O Parque Natural Monte Verde é a única amostra de ecossistemas de zona subúmida existente na Ilha, abrigando grande diversidade das espécies da flora autóctone. O Parque reúne as melhores condições naturais para a prática do turismo de montanha em São Vicente - com uma área de 311,90 hectares, é o ponto mais alto, chegando a uma altitude de 750 m, destacando-se para a realização de atividades como trekking, mountainbike, escalada, rapel, corrida de montanha, voo livre (mediante estudos para verificar sua viabilidade), dentre outros.

Devido às condições propícias, a área do parque é utilizada para a prática de vários tipos de cultura, como milho, batata-doce e batata-comum. No entanto, tal prática consiste em ameaça para as comunidades vegetais nativas. Há estudos que indicam a possibilidade de regeneração da vegetação natural caso as culturas sejam substituídas por outras, cuja técnica não envolva o desbravamento de terras. Observa-se que além do incentivo ao turismo rural no parque, é salutar verificar a possibilidade de adoção de técnicas de produção e/ou produtos cultivados, visando um sistema com maior aproveitamento dos recursos naturais e menor devastação da vegetação nativa.



Imagens: Acima, vista da estrada e sistemas de produção. Ao lado, Cabana de Chá existente, gerida pela comunidade, com venda de ervas e chás cultivados no local. Fonte: Acervo próprio, 2019.



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO



	PORTAL ACESSO / BILHETERIA		CENTRO DE VISITANTES		ESTACIONAMENTO		CASA DE CHÁ
	SERVIÇO DE ALIMENTAÇÃO		EXPOSIÇÃO		MIRANTES		TURISMO RURAL
	ATIVIDADES DE AVENTURA / VOO LIVRE*		VIAS		TRILHAS		LOCALIDADES

*mediante realização de estudos para verificar viabilidade



TURISMO DE MONTANHA E ECOTURISMO

Com uma estrada e caminhos bem estruturados, o parque possui condições propícias para a realização de atividades voltadas ao turismo de montanha, tais como trekking, corrida e mountainbike - podendo fazer parte de circuitos e eventos esportivos -, escalada, rapel e outros. Ainda, o fortalecimento de atividades de aventura vinculadas ao ecoturismo aproveita o potencial do Parque para oferta de atividades do gênero - principalmente sua altitude elevada, podendo oferecer atividades como voo livre* ou tirolesa. As atividades poderão ser estruturadas por meio de parcerias e deverão acontecer em conformidade com as áreas de proteção e preservação.

ESTRUTURAS E SERVIÇOS DE APOIO

O Parque abriga uma Cabana de Chá, gerida pela comunidade, a qual apresenta e vende os chás e ervas cultivados no próprio local. O projeto visa o fortalecimento e incentivo à continuidade das atividades associadas à Cabana, além de identificar a oportunidade de estruturação de um centro interpretativo que possa abrigar espaço expositivo e serviço de alimentação com estrutura voltada à contemplação da paisagem. A construção de mirantes em pontos específicos da estrada conforma espaços que podem receber estruturas de apoio.

TURISMO RURAL

O turismo rural oferece oportunidade para o desenvolvimento socioeconômico da comunidade local e do entorno, além de diversificar e enriquecer a experiência de visitação. Melhorias deverão ser realizadas nas estruturas identificadas associadas às atividades, bem como às destinadas ao alojamento dos visitantes.



Imagem: Atividades de aventura. Fonte: <https://www.checkincoming.com/services/turismo-ativo/>



Imagem: Projeto do Centro de Apoio à Visitação no Parque Nacional Itatiaia, MG. Fonte: Natureza Urbana, 2018.



Imagem: Projeto de Mirante e Café para a Ilha de Brava, Cabo Verde. Fonte: Natureza Urbana, 2019.

P.A2

INCENTIVO E APOIO À CRIAÇÃO DE NOVAS ÁREAS PROTEGIDAS NA ILHA (GESTÃO, VISITAÇÃO)

Grau de prioridade: Alta

Objetivo:

Fomentar a criação de regramentos para uso e ocupação das áreas naturais, culturais e históricas da Ilha de São Nicolau. As Áreas Protegidas oferecem uma gama de bens e serviços ecológicos e ao mesmo tempo em que preservam patrimônio natural e cultural, contribuem para o desenvolvimento socioeconômico na região. Ainda, conformam enorme potencial para o desenvolvimento de atividades e experiências turísticas singulares, sustentáveis e voltadas ao ecoturismo. Nas Ilhas do Norte observa-se a relação intrínseca entre os valores naturais, culturais e históricos, justificando estratégias de conservação integradas para uma gestão sustentável dos recursos. Planos de desenvolvimento do turismo devem estar estritamente coordenados com os planos e estratégias de gestão das áreas protegidas, com a finalidade de conservar, proteger e/ou restaurar elementos e processos naturais e culturais e ao mesmo tempo ordenar atividades e uso público por meio de ferramentas que compatibilizam os diferentes interesses existentes nos espaços naturais.

Proposta:

Promover incentivo para garantir a implementação de novas Áreas Protegidas na Ilha de São Vicente, definidas pelo EROT, bem como o desenvolvimento de ferramentas de gestão para estes locais, ressaltando a necessidade de interação com os planos de desenvolvimento do turismo uma vez que este setor depende diretamente dos recursos naturais da Ilha.

Responsável pela estruturação do projeto:

Direcção Geral de Turismo e Transportes e Direcção Geral do Ambiente

Modelo de implantação:

Estado, PPP, Terceiro Setor

Modelo de gestão:

Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor

Entidades envolvidas:

Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Instituto do Patrimônio Cultural, Terceiro Setor

Estimativa orçamentária:

Este item será apresentado no Master Plan Final

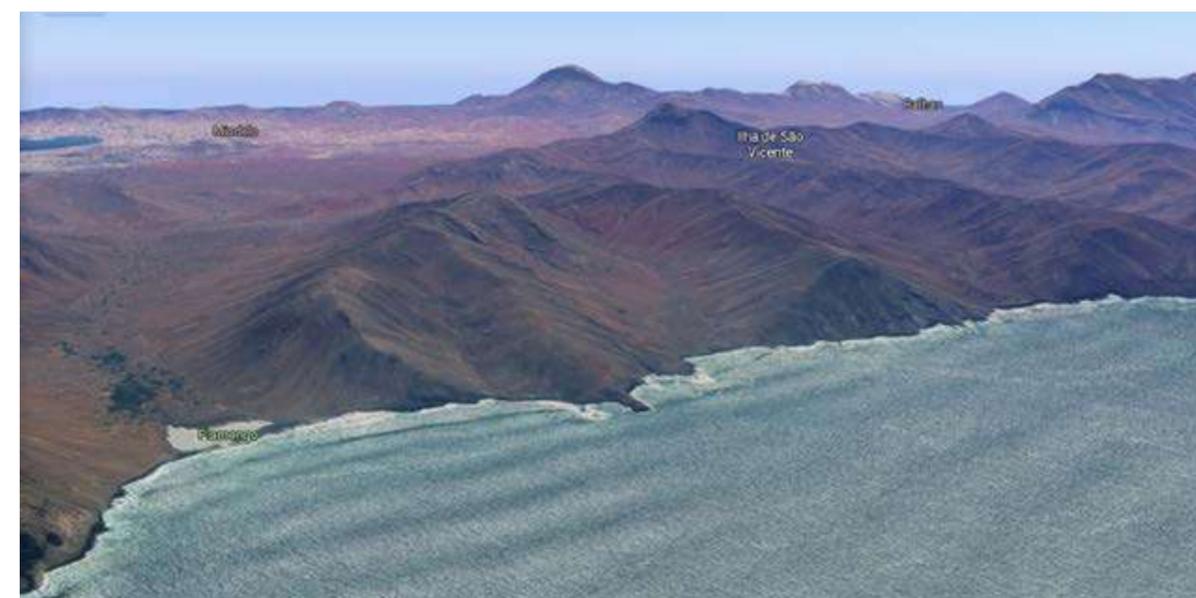


Imagem: Exemplo do complexo Tope Caixa, definido como Área a Proteger. O ordenamento das atividades e uso público no local e entorno é fundamental para preservação deste geossítio e do ecossistema da Ilha.
 Fonte: Google Earth, 2019



4.6. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
A.11	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	Câmaras Municipais	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Setor Privado, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura
A.12	Incentivar a revisão do EROT da ilha	Garantir o ordenamento territorial da ilha, prevendo os usos compatíveis o meio ambiente; Minimizar impactos negativos sobre o território	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Cabo Verde Trade Invest, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde
A.13	Incentivar a transferência das indústrias de combustíveis para a periferia de Mindelo e continuação da recuperação da fachada marítima e do passeio frente à praia, de forma a requalificar toda a orla marítima de Mindelo.	Requalificação da orla marítima, trazendo novos empreendimentos e atividades tuísticas para Mindelo	Médio	Câmaras Municipais	Instituto Marítimo Portuário, ENAPOR - Portos de Cabo Verdes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral de Infraestrutura
A.14	Criar incentivos fiscais e econômicos para a implantação de novos equipamentos hoteleiros e outras estruturas turísticas nas localidades, priorizando os cabo verdianos, que não conseguem competir com investidores estrangeiros. Podem ser criadas condições especiais de financiamento com juros mais baixos.	Ampliar a baixa oferta de equipamentos para hospedagem estando de acordo com o Plano de Ordenamento Territorial, priorizando a sustentabilidade.	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, 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, Terceiro Setor
A.15	Desenvolver um Selo de Qualidade de Turismo para os estabelecimentos turísticos , focado em certificar a qualidade na recepção e atendimento, a qualidade dos estabelecimentos, a implantação de equipamentos e soluções sustentáveis, instalações acessíveis, a capacitação dos funcionários, a inovação, entre outros.	Garantir um padrão qualificado para os turistas; Assegurar a competitividade dos empreendimentos que deverão buscar por uma maior qualidade nos serviços; Reconhecimento e melhoria na visibilidade e posicionamento dos empreendimentos.	Médio	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, 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
A.16	Auxiliar e apoiar as Câmaras Municipais e outras instituições , sejam de carácter público, privado ou do terceiro setor, na implantação dos projetos e dos programas em andamento e que visam o desenvolvimento do turismo. Existem diversas ações em andamento que precisam ser	Implantar projetos previstos e que ainda não conseguiram ser concretizados com a temática do turismo.	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Cabo Verde Trade Invest, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Conselho Nacional de Turismo, Setor Privado, Terceiro Setor



COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
A.17	Criar sistema para monitorar e fiscalizar as atividades turísticas de pesca (pesca submarina, esportiva e artesanal; mergulho, fotografia, lavas submarinas). Deverão ser criadas as normativas e os parâmetros de segurança necessários para a realização das atividades, além da regulamentação dos pontos de pesca desportiva e de mergulho.	Diversificar os atrativos turísticos; Promover uma segunda fonte de renda aos pescadores locais; Fortalecer o turismo náutico, que também é potencial na ilha.
A.18	Incentivar e criar as condições para o desenvolvimento de Birdwatching , catalogando os pontos para a atividade.	Diversificar os atrativos turísticos; Atrair um perfil de turista diferenciado.
A.19	Promover o desenvolvimento de empreendimentos turísticos integrados e de maior qualidade nas ZDTIs estabelecidas na ilha. Estes precisam ser implantados tendo como base os princípios da sustentabilidade.	Incentivar a implantação de novos empreendimentos turísticos na ilha.

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Médio	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, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Setor Privado, Terceiro Setor
Médio	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, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Setor Privado, Terceiro Setor
Médio	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Cabo Verde Trade Invest, Câmara de Turismo de Cabo Verde / Federação das Associações de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais

PROJETOS



P.11 **IMPLANTAÇÃO DE CENTROS INTERPRETATIVOS E DE ACOLHIMENTO DO VISITANTE E ESPAÇOS DE PROMOÇÃO AO TURISMO**

Grau de prioridade:	Média
Objetivo:	Divulgar e informar de maneira interativa os produtos turísticos e facilitar a sua comercialização. Implantar em Mindelo, São Pedro e Calhau.
Proposta:	Implantar um Centro Interpretativo e de Acolhimento ao Visitante na Ilha de São Vicente, localizado em Mindelo. O Centro deverá ser um espaço de apoio turístico aos visitantes, oferecendo todas as informações e venda dos produtos turísticos. Ele deve conter bilheteria, lanchonete, sanitários, venda de passeios, loja com produtos locais e espaço de exposição, além de estar vinculado à Plataforma Digital da ilha. Implantação de outros espaços de informação e promoção ao turismo localizados no Aeroporto Internacional Cesária Évora, no Porto Grande (Mindelo) e em Calhau. Estes espaços devem funcionar como pontos de apoio ao Centro de Acolhimento, com informações e promoções básicas aos turistas após sua chegada à ilha.
Responsável pela estruturação do projeto:	Direcção Geral de Turismo e Transportes
Modelo de implantação:	Estado, Parceria Público Privado, Terceiro Setor
Modelo de gestão:	Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor
Entidades envolvidas:	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Setor Privado, Terceiro Setor, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Câmara Municipal
Estimativa orçamentária:	Este item será apresentado no Master Plan Final



Centro de Interpretação Ambiental em Açores, Portugal. Buscou-se a reabilitação de uma edificação de interesse histórico para implantação do Centro e a integração deste à paisagem. O objetivo é oferecer serviços de apoio à visitaçao, e estruturar de forma integrada a venda dos produtos turísticos da ilha.

Imagem: Centro de Interpretação Ambiental na Ilha de São Jorge, em Açores, Portugal.
 Fonte: archdaily.com.br/781397/centro-de-interpretacao-ambiental-na-ilha-de-sao-jorge-ana-laura-vasconcelos



Expografia no Centro de Visitantes de Arvada, no Colorado, Estados Unidos. O centro de visitantes apresenta expografia interpretativa, com informações sobre a fauna, a flora local e paisagem. A criação de centros de visitantes tem o potencial de prover informações sobre o turismo e a visitaçao local em um mesmo lugar, despertando o interesse dos visitantes para explorar diferentes atrativos.

Imagem: Expografia em Centro de Visitantes de Arvada, nos Estados Unidos.
 Fonte: mitchj.info/suggest/arvada-co-arvada-visitors-center-activities-events.html

Apesar de ter em seu território aquela que é conhecida como a Capital da Cultura - Mindelo, São Vicente não possui um centro de interpretação e apoio turístico, de caráter informativo e promocional dos atrativos da ilha. É possível obter informações nos hotéis e museus da cidade, sem que esta informação esteja estruturada em um planejamento único e mais amplo. Recentemente foi inaugurado em um espaço no Mercado Municipal um Centro de Turismo e Economia Solidária, como parte de um projeto maior, que é a Rede de Turismo Solidário e Sustentável de São Vicente, visando criar relações entre os diversos atores responsáveis pelo turismo na ilha. O trabalho iniciado neste Centro deverá ser fortalecido e apoiado pelos demais Centros a serem criados.

Assim sendo, 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 nas 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. Deverá ser construído na área central do núcleo urbano de Mindelo, em local a ser definido, podendo aproveitar a reabilitação de edificação de interesse histórico para sua implantação. Abrigará também 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. Nas áreas reservadas a expografia, podem ser explorados temas como a flora e fauna da ilha, ações vinculadas a organizações 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 visitaçao da ilha, preliminarmente definindo-se o Aeroporto de Preguiça e o porto de Tarrafal. Dessa forma, articula-se uma rede de apoio turístico que esteja em consonância com o fortalecimento da cultura e identidade local.

P.12 FORTALECIMENTO E APOIO À IMPLEMENTAÇÃO DA REDE DE TRILHAS

Grau de prioridade: Baixa

Objetivo: Ampliar e fortalecer a execução do projeto da Rede de Turismo Solidário e Sustentável de São Vicente; Garantir a segurança dos usuários; Valorizar os principais atrativos naturais da ilha.

Proposta: Apoiar a execução da ação de Percursos Ecológicos de Pedestres, dentro da Rede de Turismo Solidário e Sustentável de São Vicente.
 Desenvolver informativos com as trilhas e circuitos existentes, demonstrando, de forma clara, o nível de dificuldade de cada passeio, o tempo e distância do percurso, os atrativos, entre outras informações.
 Requalificar os caminhos existentes, com identificação e instalação de meios de segurança principalmente nos pontos críticos das trilhas.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes

Modelo de implantação: Estado, Parceria Público Privado, Terceiro Setor

Modelo de gestão: Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Direcção Geral de Turismo e Transportes, Setor Privado, Terceiro Setor, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Câmara Municipal

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final



Imagem: Trilha à caminho do Parque Natural Monte Verde
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Trilha entre a praia de São Pedro e o Farol de D. Amélia, com alguns trechos de insegurança.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

Valorizar os percursos ecológicos de pedestres é um dos objetivos do programa que prevê a promoção de um turismo sustentável e diversificado em São Vicente. Fomentado através de uma ação mais ampla, que é a Rede de Promoção do Turismo Solidário e Inclusivo, do Desenvolvimento Sustentável e Valorização do Território na Ilha de São Vicente, está sendo executada pela Associação dos Amigos da Natureza e financiado pela União Europeia, contando ainda com parcerias da Câmara Municipal de São Vicente e o Centro de Estudos Rurais e Agricultura Internacional.

Através do fortalecimento das trilhas enquanto atrativo turístico de grande importância para a ilha, busca-se consolidar o turismo ecológico e comunitário.

Algumas questões, no entanto, precisam ser resolvidas, como a requalificação de trechos de alguns caminhos, sugerindo-se para melhor estabilização em zonas de maior inclinação, o desimpedimento da trilha de todas as pequenas rochas que foram caindo com o tempo, tornando o piso escorregadio; também a fixação pontual de cabos nas rochas (ferratas) que possam dar garantias de segurança à trilha.

As propostas para implementação da rede de trilhas são parte indissociável do Projeto de Sinalização direcional e interpretativa.



Imagem: Trilha na praia de João d'Évora.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



P.13 PROJETO DE SINALIZAÇÃO DIRECIONAL E INTERPRETATIVA

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Facilitar a visitação 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

Modelo de implantação: Estado, Parceria Público Privado, Terceiro Setor, Setor Privado

Modelo de gestão: Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor

Entidades envolvidas: Direcção Geral de Turismo e Transportes, Setor Privado, Terceiro Setor, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Câmara Municipal

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 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 visitação. 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.

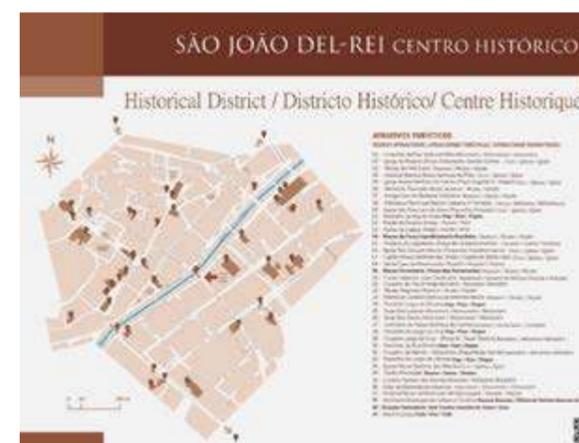


Imagem: Exemplos de sinalização turística no centro histórico de São João del-Rei, Minas Gerais, Brasil
 Fonte: www.moratoarquitectura.com.br

A sinalização interpretativa e direcional deve ser padronizada para toda a ilha e apresentar a informação de maneira clara e acessível. Aquela direcionada aos pedestres deve ser adotada em áreas urbanas e rurais, principalmente naquelas que possuem relevância ambiental ou cultural. Esta contribui para que a população e os turistas valorizem as áreas de conservação e apoiem a sua preservação, além de garantir a segurança dos visitantes.

A sinalização deve ser de dois tipos:

- **Sinalização direcional:** tem como objetivo indicar o percurso;
- **Sinalização interpretativa:** transmite significados e experiências aos visitantes, sobretudo em áreas de preservação ambiental ou cultural, contribuindo para a sensibilização dos turistas e população em relação à conservação do patrimônio.

As placas direcionais são fundamentais no processo de informação e orientação dos turistas, permitindo que estes se localizem com facilidade, em roteiros de visitação estruturados ou em percursos. A implantação da sinalização deve respeitar a realidade local e a preservação do ambiente, sendo necessário que se desenvolva um projeto específico para cada situação. A implantação de sinalização em áreas de conservação deve evitar gerar impacto na paisagem e poluição visual, devido ao excesso de placas. O Projeto de Sinalização está fortemente relacionado à estruturação da rede de trilhos da ilha.



Imagem: Sinalização das trilhas em área de conservação no Brasil.
 Fonte: <http://www.icmbio.gov.br>



Imagem: Sinalização das trilhas em área de conservação no Brasil.
 Fonte: <http://www.icmbio.gov.br>



Imagem: Sinalização na Floresta nacional de Brasília, Brasil.
 Fonte: [icmbio.gov.br](http://www.icmbio.gov.br)

Nos casos de trilhas em área sem delimitação clara do percurso é importante que a sinalização direcional seja contínua e não deixe dúvidas quanto ao percurso que deverá ser seguido. Além disso, ela não deve gerar impactos nocivos ao meio ambiente. Mesmo em situações com pouca disponibilidade de recursos, é possível fazer uma sinalização integrada à natureza e clara para os visitantes, como foi feito pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio) em Unidades de Conservação no Brasil.

A sinalização direcional também deve contar com placas base, que contenham mapas com as trilhas disponíveis na área, o nível de dificuldade de cada uma delas, o tempo e distância do percurso, atrativos, entre outras informações de forma clara para os visitantes.

Sinalização direcional de baixo custo e impacto em trilhas em Unidades de Conservação do Brasil, implementada pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio). A sinalização indica o trajeto da trilha, não deixando dúvida para os turistas em relação ao percurso a ser seguido. Esse tipo de iniciativa constitui uma boa referência para São Nicolau devido ao seu baixo custo e fácil implementação.

Sinalização direcional de baixo custo implantada na Floresta Nacional de Brasília, Unidade de Conservação no Brasil. A implantação da sinalização segue o Manual de Sinalização, uma publicação feita pelo Instituto Chico Mendes de Conservação da Biodiversidade (ICMBio), que oferece uma base comum para que a sinalização de trilhas seja realizada segundo um referencial técnico unificado. Ele tem como objetivo estabelecer uma padronização nacional, mas que também permita uma identidade local, respeitando e valorizando as particularidades de cada Unidade de Conservação.



Imagem: Uma das poucas sinalizações encontradas nos caminhos de São Vicente, próximo à Salamansa e de iniciativa privada.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Exemplo de placa base com mapa para localização dos turistas, Rainforest Trail na Austrália.
 Fonte: br.pinterest.com/watershedco/natural-resource-engineering/



Imagem: Sinalização interpretativa na Dolomitas, cadeia montanhosa no norte da Itália
 Fonte: booooooom.com/2011/11/28/photographer-kevin-kunstadt/

A sinalização interpretativa deve ser utilizada em diversos atrativos, como os miradouros, para que os visitantes consigam obter mais informações sobre o que estão contemplando. Além de informações sobre paisagens e atrativos, as placas interpretativas podem prover informações sobre a fauna e a flora existentes no local.



P.14 **ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO CENTRO HISTÓRICO DE MINDELO**

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Fomentar a preservação, o restauro e a manutenção dos edifícios e locais históricos do centro de Mindelo, garantindo atratividade e vitalidade do seu centro histórico.

Proposta: Requalificação dos espaços públicos desenvolvendo passeio agradável e informativo, priorizando o pedestres por seu potencial contemplativo e de visitação.
 Incentivar a política de conservação integrada do patrimônio e a oferta de serviços turísticos (hospedagem, restaurantes, comércio ou até mesmo habitação), para promover a preservação, restauração e manutenção dos sobrados coloniais.
 A conservação das edificações históricas deverá ocorrer em paralelo à requalificação e ativação dos espaços públicos e ao seu fortalecimento enquanto produto turístico, o que aumenta a sua valorização não só pelos visitantes, mas pelos moradores.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Estado, Setor Privado, PPP, Terceiro Setor

Modelo de gestão: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final

O centro histórico de Mindelo se caracteriza pela presença dos primeiros edifícios da ilha, sendo a origem do povoamento de São Vicente, possuindo influência de estilos coloniais portugueses e britânicos em suas construções e apresentando um conjunto arquitetônico que dialoga e potencializa o perfil cultura da cidade, sendo referência histórica nacional, refletida na classificação de seu centro histórico como patrimônio histórico e cultural nacional, transformando a região em área protegida (Resolução n.6/2012 do Boletim Oficial de 31 de janeiro de 2012).

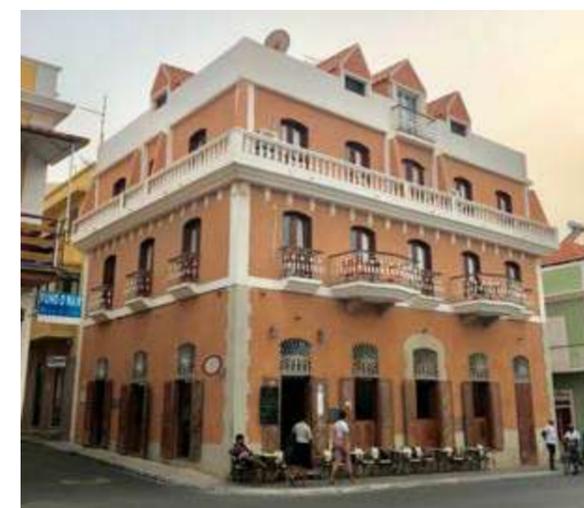
O centro conta com atividades comerciais, restaurantes, infraestrutura hoteleira, centros culturais e museus. Apesar da sua atividade, identifica-se que a região possui maior potencial de desenvolvimento e consolidação do seu perfil histórico cultural, através da requalificação de suas vias e espaços públicos, priorizando a caminhabilidade por meio do desenvolvimento de passeios mais agradáveis e informativos, consolidando uma rede de atrativos turísticos e possibilitando a criação de roteiros e circuitos. Adicionalmente, vê-se necessário a identificação de edifícios, praças e outros pontos histórico degradados que necessitam de reabilitação.

Atualmente, o perfil das vias apresenta poucos incentivos ao passeio do pedestre com calçadas tímidas e área de veículos priorizados. A requalificação desse perfil, revertendo a priorização aos pedestres através de passeios mais agradáveis com a incorporação de sistema informativo turístico (ver o projeto específico do sinalização interpretativa e de segurança neste mesmo documento), favorece os usos e vivacidade da cidade, propiciando passeios mais contemplativos, valorizando a cultura e história local, além de gerando maior fluxo no comércio e serviço local, beneficiando estes mercados. Praças e outros espaços públicos devem complementar essa readequação, sendo necessário estudo de usos e estados de conservação destes para sua requalificação quando necessário.

Os edifícios em degradação devem ser mapeados e, se necessário, ser criado instrumentos de incentivos para sua recuperação e reabilitação. É preferível que os usos de locais históricos estejam vinculados ao



Igreja Nossa Senhora da Luz | Acervo próprio, 2019.



Exemplo de edificação em bom estado com atividades voltadas ao público e turistas em Mindelo | Acervo próprio, 2019.



Exemplo de edificação degradado no centro de Mindelo | Acervo próprio, 2019.



desenvolvimento do turismo, como hospedagem, restaurantes e comércio.

Além da requalificação dos espaços públicos e edifícios, muitas áreas históricas desenvolvem Cartilhas de Orientação voltada para os moradores, com o objetivo de sensibilizá-los quanto à necessidade de preservação da área e orientá-los quanto a reforma, restauro e conservação.

Complementando a estruturação física do centro histórico, outra estratégia para incentivar a conservação do patrimônio é a sua valorização através do fortalecimento de um circuito turístico no centro histórico de Mindelo, que devem ser voltados a conhecer a história e a cultura local, com passeio passando pelos sobrados, centros culturais e museus, apresentação de expressões tradicionais e degustação da gastronomia local.



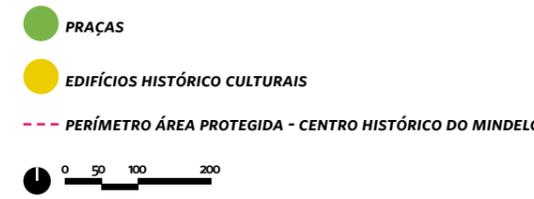
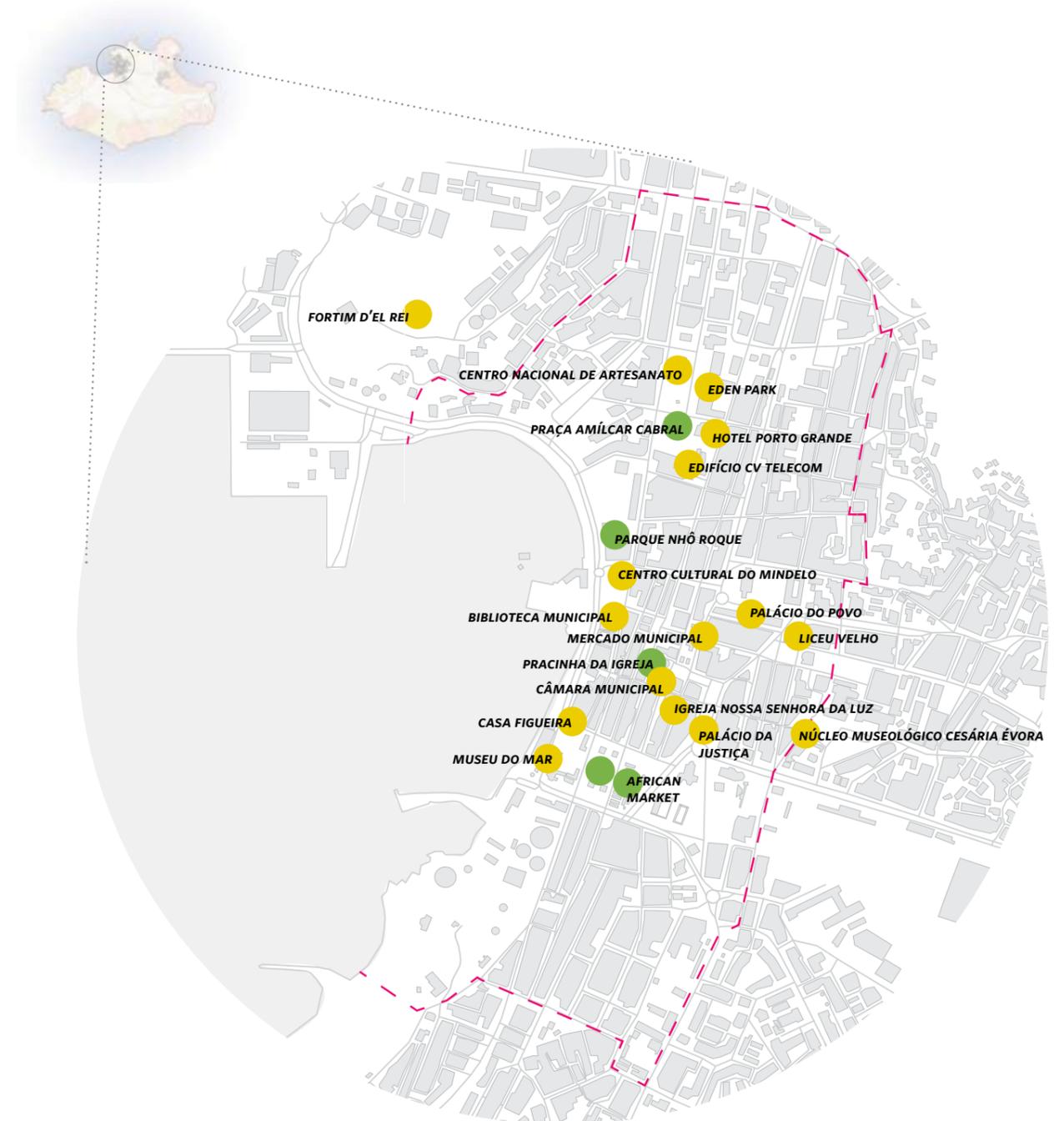
Placa base de sinalização em Zadar, na Croácia
 Fonte: fwdesign.com/sid

A reordenação viária priorizando o passeio dos pedestres produz dinamismo e vivacidade para a cidade, fortalecendo o comércio de rua e possibilitando contemplação e valorização de edifícios históricos.

À direita, as duas imagens são exemplos de transformação viária em Liverpool, revertendo a priorização ao pedestre, criando passeios confortáveis, incentivando a caminhabilidade (direira acima, imagem de antes da intervenção; direita abaixo depois) | fonte: www.urb-i.com/before-after?lightbox=dataitem-ivcehz2e3
 Abaixo, Rua Libertadores da África em direção ao Palácio do Povo, calçadas tímidas e priorização dos veículos desincentivam passeios turísticos culturais | Acervo próprio, 2019



MAPEAMENTO DOS PRINCIPAIS EDIFÍCIOS HISTÓRICOS-CULTURAIS DE MINDELO





P.15 **REVITALIZAÇÃO E FORTALECIMENTO DA ORLA DE MINDELO**

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Requalificar a orla de Mindelo criando passeio e atrativos que fortaleçam e valorize a região conforme seu potencial histórico e natural

Proposta: Requalificação do passeio da orla;
 Criação e requalificação de parques;
 Reordenamento da marina e do cais de pescadores;
 Criação de centro cultural no fortim de Mindelo e valorização das suas ruínas;
 Fortalecimento da Praia da Laginha

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Estado, PPP

Modelo de gestão: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final



Imagem: Orla de Mindelo
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Praia da Laginha com vista para Monte Cara
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Marina na orla de Mindelo
 Fonte: Acervo Próprio, 2019

A orla tem um significado histórico importante para a ilha de São Vicente, foi nela o início do povoamento da ilha, hoje centro histórico de Mindelo, e parte de sua orla está situado dentro da área de conservação histórica da cidade. A Avenida Marginal é a via que faz toda a conexão beira-mar. Pontos importantes de destaque da região são as duas áreas de reservatório de combustível (ao sul, pertencente a ENACOL, e próximo ao Fortim do Rei, do Vivo Energy Cabo Verde) com projetos de desativação e áreas potenciais para intervenções e criação de atividades de lazer e turística; o Porto Grande; Marinha de Mindelo; Fortim do Rei, construção mais antiga de São Vicente; além de edifícios históricos e de atividades importantes como o Museu do Mar, Mercado de Peixes e sobrados de importância histórica cultural. Además, a orla ainda conta com a exuberante Praia da Laginha e proporciona vistas para duas maravilhas da ilha: Ilhéu dos Pássaros e Monte Cara. Com essa contextualização, entende-se a necessidade de desenvolvimento deste projeto que visa sua revitalização, criando passeio qualificado e interligando e requalificando pontos de interesses ao longo de seu percurso, fortalecendo este eixo como passeio turístico.

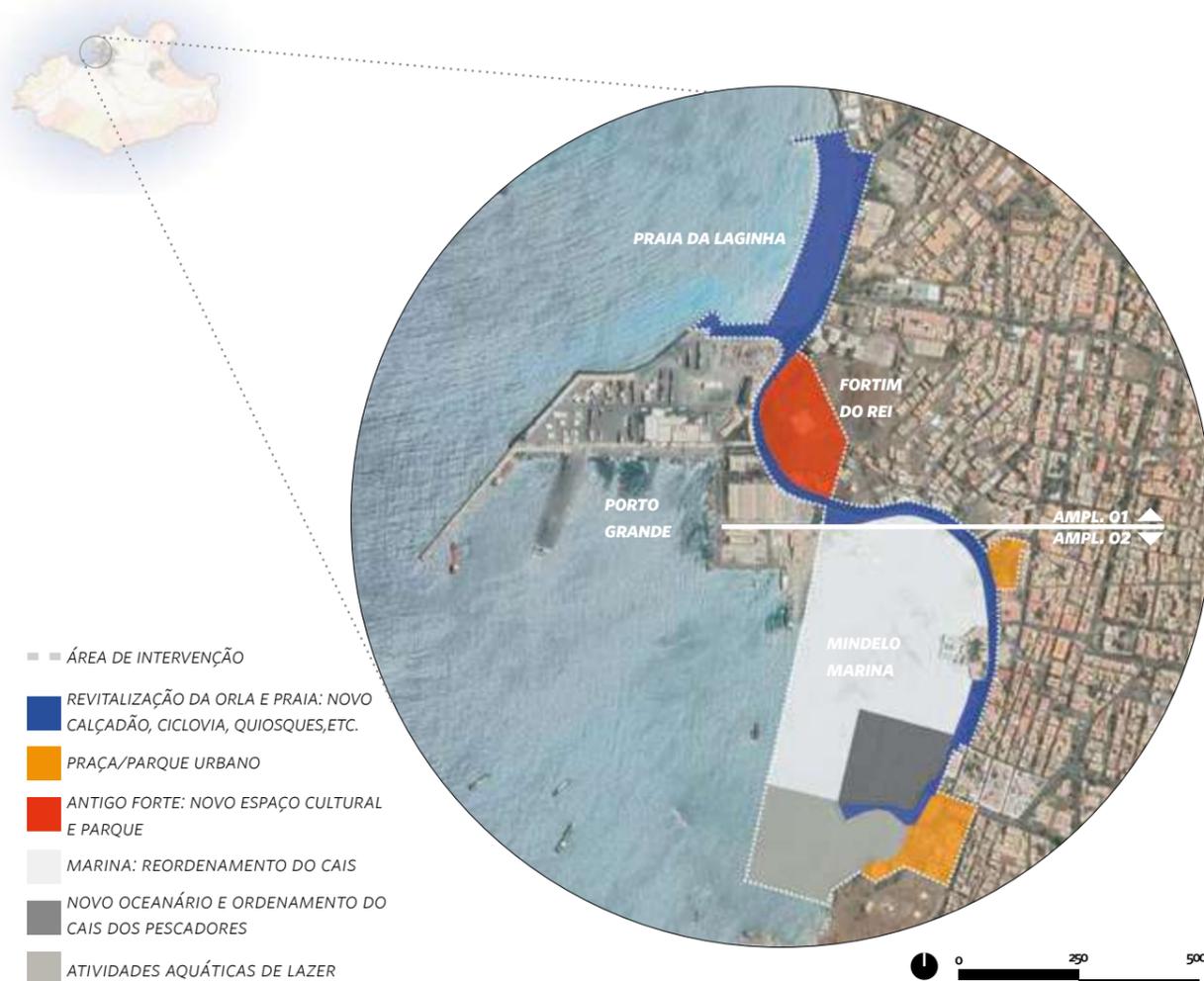
O eixo da orla trabalhada se inicia no atual complexo da ENACOL, ao sul, até a Praia da Laginha, ao norte.



Através da leitura territorial da região do projeto, são propostos seis tipos de intervenção em sete áreas diferentes, definidos conforme o mapa de zoneamento abaixo. O Porto Grande não é incorporado a área de intervenção, tendo o mesmo já seu próprio projeto de requalificação.

Cada proposta será definida individualmente a seguir, além de ser apresentado duas ampliações para melhor entendimento do projeto proposto.

PROPOSTA DE ZONEAMENTO: REVITALIZAÇÃO DA ORLA DE MINDELO



Revitalização da Orla e Praia: deve ser desenvolvido um novo desenho urbano para toda a Avenida Marginal, readequando seu perfil para qualificar a caminhabilidade e incentivar o passeio do pedestre. Essa nova adequação deve melhorar calçadas e conexões, arborizando e criando áreas de descanso. Essa configuração viária dinamiza e traz vivacidade a rua, proporcionando contemplação da paisagem natural, assim como favorecer a valorização das edificações históricas da margem e fortalecer o comércio local.

Ademais, nas margens das praias é proposto a criação de áreas de estar e quiosque de apoio ao usuários, além de ordenar e estruturar a Praia da Laginha, delimitando áreas esportivas na areia, como também iluminação para seu uso noturno.

Parque: com a retirada dos reservatórios da ENACOL, propõe-se a criação de um parque em seu local. Esse parque teria o caráter voltado ao lazer e turismo, com vegetação nativa e criação de atividades de comércio, serviço e esportes. Além de dar suporte as atividades aquáticas de lazer proposto na sua baía.

O Parque Nhô Roque deverá ser remodelado, fortalecendo sua relação com a orla.

Antigo Forte: propõe-se a criação de um novo espaço cultural na área do antigo forte da cidade, com criação de exposição, apoio aos turistas e valorização das ruínas atuais. Para isso, cria-se acessos através de escadarias ao sul e norte das ruínas, reforçando sua conexão com o entorno. Mirantes são proposto junto ao centro cultural criado, valorizando as vistas do local.

Marina: é proposto um estudo para reestruturar a marina local, reordenando os acessos e paradas dos barcos.

Novo oceanário e ordenamento do cais de pescadores: incorpora-se o projeto existente de oceanário junto ao Museu do Mar. Na mesma região, é proposto uma readequação no ordenamento do cais dos pescadores junto ao Mercado do Peixe, requalificando e dimensionando conforme a necessidade existente.

Atividades aquáticas de lazer: cria-se atividades de esporte aquático como cable park, caiaque, pedalinho, entre outros, na área delimitada e protegida pelo cais existente, local de apoio a esse atrativo.



Exemplo de revitalização da orla em Tel Aviv | Fonte: <https://www.archdaily.com.br/915974/renovacao-do-calçadão-central-de-tel-aviv-mayslits-kassif-architects>



Exemplo de quiosque a beira mar na Austrália | Fonte: <https://archello.com/project/tamarama-beach-kiosk>



Exemplo de intervenção para valorização e uso de ruínas históricas. Imagem: Revitalização de Szatmáry Palace | Fonte: www.dezeen.com/2012/09/11/reconstruction-of-the-szatmary-palace-by-map/



PROPOSTA DE REVITALIZAÇÃO DA ORLA DE MINDELO - AMPLIAÇÃO 01



área esportiva: requalificação das quadras de areia com iluminação, etc
 quiosques: serviços de apoio à visitação (lanchonete e sanitários, duchas, etc)

PRAIA DA LAGINHA

PORTO GRANDE

FORTIM DO REI

E



ORLA A SER REVITALIZADA: NOVO CALÇADÃO, CICLOVIA, QUIOSQUES, MOBILIÁRIO URBANO, ÁREAS DE ESTAR SOMBREADAS, ETC

- PRAÇAS: RESSIGNIFICAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO
- REORDENAMENTO DO ESTACIONAMENTO EXISTENTE
- MIRANTE

- ESPAÇOS ESPORTIVOS NA AREIAS
- ANTIGO FORTE: INTERVENÇÃO CONTEMPORÂNEA E TRANSFORMAÇÃO EM ESPAÇO CULTURAL E PARQUE URBANO

PROPOSTA DE REVITALIZAÇÃO DA ORLA DE MINDELO - AMPLIAÇÃO 01



requalificação/
restauração dos
sobrados históricos

oceanário previsto

cais dos pescadores:
reordenamento do estacionamento de barcos e melhorias na conexão com o mercado do peixe



ORLA A SER REVITALIZADA: NOVO CALÇADÃO, CICLOVIA, QUIOSQUES, ETC

- PRAÇAS: RESSIGNIFICAÇÃO DO ESPAÇO PÚBLICO
- MARINA
- ESPORTES AQUÁTICOS

- MUSEU DO MAR E OCEANÁRIO
- SOBRADOS HISTÓRICOS
- MERCADO DO PEIXE E CAIS DOS PESCADORES: ORDENAMENTO DO ESTACIONAMENTO DE BARCOS

P.16 ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO DE VISITAÇÃO DE BAÍA DAS GATAS

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Fortalecer o núcleo de visitação de Baía das Gatas, respeitando e resignificando usos consolidados, ampliando com diferentes estruturas e atividades de apoio aos turistas, culturais e econômicas; Ordenar o espaço, potencializando suas qualidades paisagísticas; Diversificar as atividades de lazer e recreação.

Proposta: Revitalização da orla de Baía das Gatas, dotando o espaço de novo calçadão, com a implantação de ciclovias, serviços de apoio à visitação (duchas, sanitários), equipamentos esportivos (quadras esportivas), serviços de alimentação e loja de conveniências.
 Reordenamento da locação dos usos e práticas identificados, criando área com mesas para picnic e churrasqueiras.
 Readequar e ajudar a dinamização do uso da estrutura existente para apresentações nos festivais, utilizada pontualmente durante o ano.
 Implantação do Projeto de Sinalização, contemplando os atrativos turísticos, tanto de caráter histórico cultural quanto ambiental, além de placas de segurança nas áreas balneares.
 Incentivar a implantação de atividades recreativas, de aventura e de ecoturismo, diversificando as práticas de lazer.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Estado, Setor Privado, Terceiro Setor

Modelo de gestão: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final



Imagem: Praia de Baía das Gatas
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Pier na praia de Baía das Gatas
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Praia de Baía das Gatas
 Fonte: Acervo próprio, 2019

Localizada a aproximadamente 10km de Mindelo, é uma das praias favoritas dos mindelenses, ideal para nadar e praticar esportes náuticos. É o lugar por excelência das segundas casas dos moradores da capital, sendo bastante frequentada nos fins de semana.

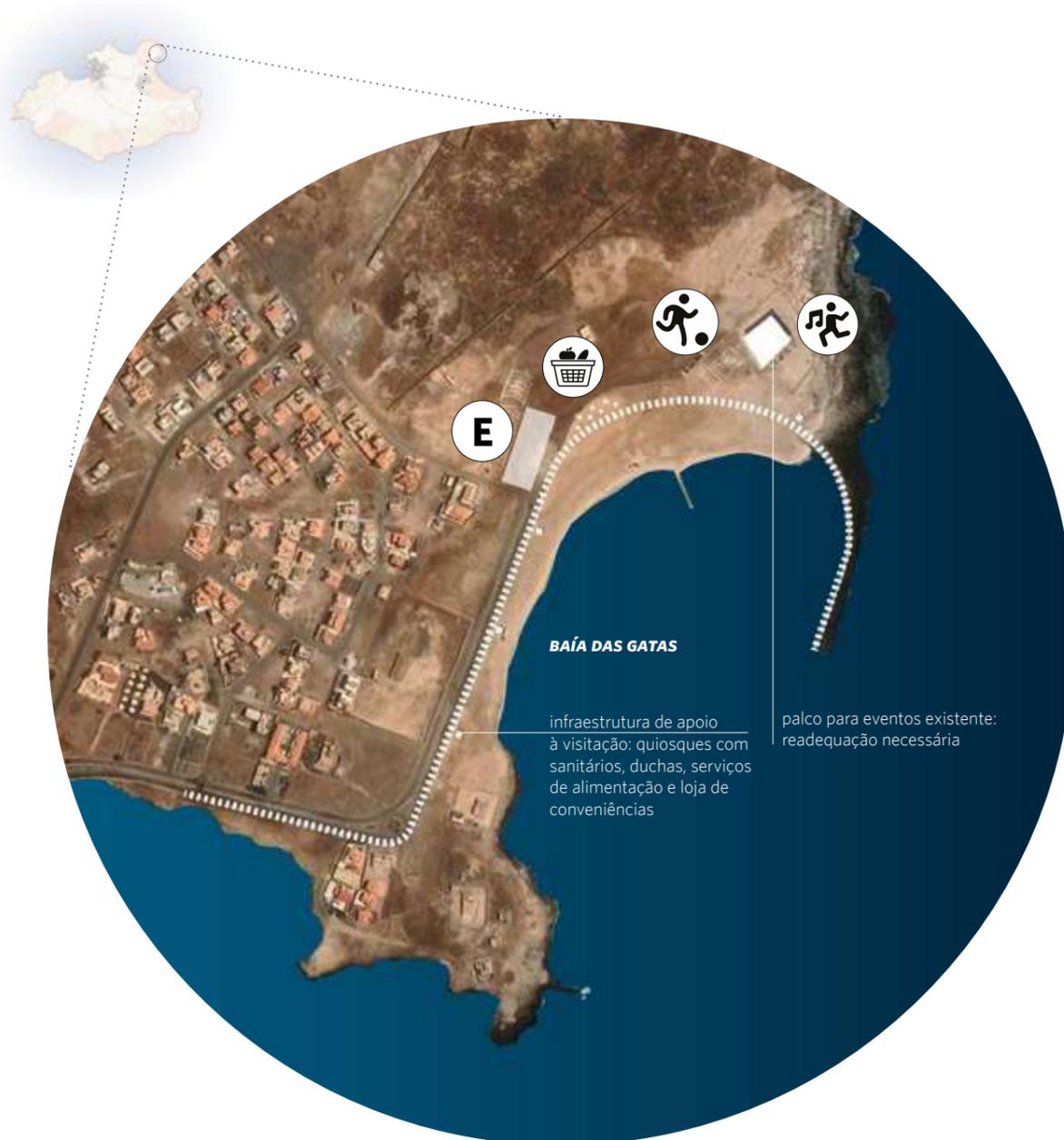
Faz parte da Baía um píer que abriga uma grande piscina natural, com água tranquila e diversidade de tipos de corais que podem ser observados mesmo desde fora da água, aspecto que a torna uma das praias mais utilizadas por famílias com crianças.

O acesso à praia é facilitado e algumas obras de melhora foram executadas nos últimos anos, com reposição de areia, criação de parques infantis e instalação de depósitos de lixo, além da construção de uma grande estrutura para abrigar o festival anual de música, que tem grande impacto na paisagem do lugar e permanece subutilizada o resto do ano.

Em visita da equipe ao local, foram identificados alguns pontos que precisam ser melhorados para o bom funcionamento e ordenamento do lugar, pois apesar de ser uma praia bastante utilizada, há pouco cuidado com os impactos causados. É ainda uma praia pouco explorada pelos turistas, em contraponto com sua ampla preferência pelos locais.



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DO NÚCLEO DE VISITAÇÃO DE BAÍA DAS GATAS



infraestrutura de apoio à visitação: quiosques com sanitários, duchas, serviços de alimentação e loja de conveniências

palco para eventos existente: readequação necessária

ORLA A SER REVITALIZADA: NOVO CALÇADÃO, CICLOVIA, QUIOSQUES, ETC



MESAS DE PICNIC E CHURRASQUEIRAS AO AR LIVRE



QUADRAS ESPORTIVAS DE AREIA



ESTACIONAMENTO



PALCO PARA EVENTOS EXISTENTE A SER REQUALIFICADO



Sinalização interpretativa



Área externa com mesas de picnic e churrasqueiras



Quadras esportivas na areia



Quiosques com serviços de alimentação na praia

Buscando a estruturação e o fortalecimento da praia como um núcleo visitação, propõe-se a revitalização da sua orla, dotando o espaço de novo calçadão, com a implantação de ciclovia e serviços de apoio à visitação com instalação de duchas e quiosques ao longo de toda a extensão da orla, ampliando as áreas passíveis de permanência. Equipamentos esportivos, como quadra na areia e um espaço determinado para a atuação de serviços de alimentação e lojas de conveniência. Essas iniciativas deverão estar em consonância com o reordenamento da ocupação e usos/ práticas identificados, oferecendo área específica com mesas para picnic e churrasqueiras. As áreas destinadas ao estacionamento de veículos também deverão passar por um reordenamento, com definição preliminar de um bolsão exclusivo para este fim, liberando a estreita via beira mar.

Deve-se buscar solução para a adequação da estrutura existente que dá apoio às apresentações do festival de verão, diminuindo seu impacto na paisagem e reaproveitando suas instalações nas demais épocas do ano.

Legitimando experiências já identificadas e diversificando as práticas de lazer, incentiva-se a implantação também de atividades recreativas, de aventura e de ecoturismo.

O Projeto de Sinalização direcional, interpretativa e de segurança deverá estar presente em todo o núcleo de visitação, principalmente próximo às áreas balneares, alertando aos perigos das correntes marítimas em alguns pontos da praia.

P.17 ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO DE VISITAÇÃO DE CALHAU

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Qualificar a experiência de visitação ao povoado e praia de Calhau, proporcionando infraestrutura turística, informações e segurança; Valorizar os atrativos naturais da ilha (praia, vulcões) garantindo a preservação da sua paisagem e do meio ambiente; Diversificar os atrativos turísticos, aumentando a sua atratividade e o tempo de permanência dos visitantes no local.

Proposta: Implantar um Centro Interpretativo próximo aos vulcões, contando com serviços de apoio à visitação (lanchonete/café, sanitários).
 Requalificar os acessos à praia e passeios próximos.
 Criação de trilha em torno ao vulcão, incluindo-se no mapeamento geral das trilhas oferecidas na ilha.
 Fomentar a implantação de outras atividades recreativas, de aventura e de ecoturismo, além do apoio às práticas de windsurfe e surf já existentes.
 Implantação do Projeto de Sinalização, contemplando os atrativos turísticos, tanto de caráter histórico cultural quanto ambiental, além de placas de segurança nas áreas balneares.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Estado, Setor Privado, PPP, Terceiro Setor

Modelo de gestão: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final

Distante cerca de 20 minutos de Mindelo, Calhau é considerado por muitos um dos melhores lugares para a prática de surf e mergulho na ilha. Assim como acontece em Baía das Gatas, muitos mindelenses possuem aqui suas segundas residências. Desde Calhau partem diferentes trilhas que permitem disfrutar da beleza da ilha de São Vicente. A ilha de Santa Luzia se encontra a poucos quilômetros de Calhau e daqui saem normalmente os bascos que visitam aquela ilha. Sua paisagem se complementa com seu povoado pesqueiro e suas piscinas naturais.



Imagem: Pescadores de Calhau
 Fonte: <https://www.voyagevirtuel.com/cap-vert/>

O fortalecimento da experiência de visitação em Calhau parte da inserção da paisagem vulcânica em seu circuito, com a criação de um Centro de Interpretação com especial atenção à paisagem do entorno. O Centro contará com equipamentos de apoio como lanchonete, café, sanitários, espaço de exposição, além de estar vinculado à Plataforma Digital da ilha, devendo oferecer ampla informação sobre o lugar e ser executado com princípios sustentáveis e arquitetura integrada à natureza e seu entorno.

A dispersão das construções e falta de vias claras para a mobilidade contribuem para certa confusão ao se tentar caminhar pela área. Os acessos à praia partindo-se do povoado e mesmo a chegada à aldeia precisam ser requalificados, com implementação de passeios que indiquem os melhores caminhos. As novas trilhas deverão ser estruturadas, além da colocação de sinalização direcional e interpretativa em todo o percurso, incluindo-se no mapeamento geral das trilhas oferecidas na ilha.

Um dos pontos principais das intervenções em Calhau é o seu fortalecimento enquanto área vulcânica de São Vicente, com dois cones de vulcões extintos ao norte do povoado e a cratera do vulcão Viana, também extinto, a 4km ao sul. Propõe-se, pois, que os vulcões estejam inseridos como atrativo turístico no núcleo, com a possibilidade de serem feitos estudos para visitação e aprendizado com informações referentes a erupções e suas formações.

Em paralelo, a sinalização interpretativa e direcional deverá estar presente em todo o núcleo de visitação, contribuindo para uma estada com informações que acrescentem ao passeio e o tornem mais seguro.



Imagem: Piscinas naturais em Calhau.
 Fonte: <https://ak47travels.wordpress.com/tag/calhau/>



Imagem: Povoado de Calhau com paisagem vulcânica como cenário.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



P.18 **ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO DE VISITAÇÃO DA BAÍA DA PRAIA GRANDE**

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Qualificar a experiência de visitação à Baía da Praia Grande, proporcionando infraestrutura turística, informações e segurança; Valorizar os atrativos naturais da ilha garantindo a preservação da sua paisagem e do meio ambiente; Ordenar o espaço, potencializando suas qualidades paisagísticas; Diversificar as atividades de lazer e recreação.

Proposta: Proporcionar serviços mínimos de apoio à visitação com presença de quiosques, sanitários e área de estacionamento.
 Reordenamento da locação dos usos e práticas identificados na Praia Grande, criando área com mesas para picnic e churrasqueiras, zoneando e protegendo as áreas de vegetação das dunas.
 Melhorar os serviços de apoio nos miradouros existentes na Estrada Baía das Gatas/ Calhau.
 Facilitar o acesso às praias da baía através da indicação de trilhas e caminhos seguros.
 Instalação de sinalização direcional, interpretativa e de segurança, que alerte sobre o perigo de correntezas e demonstre os locais apropriados para banho.
 Incentivar a ampliação de atividades recreativas, de aventura e de ecoturismo, fomentando as práticas de lazer.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Estado, Setor Privado, PPP, Terceiro Setor

Modelo de gestão: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final



Imagem: Utilização atual em trecho da Praia Grande.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Praia Grande.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Praia Grande.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

Com uma extensa faixa de areia clara e águas transparentes, a Baía da Praia Grande se estende desde os vulcões de Calhau, ao sul, até área próxima à Baía das Gatas, ao norte. Por possuir um mar de águas mais agitadas, é considerada um dos melhores lugares na ilha para a prática de surf, ideal também para atividades de mergulho.

Seu acesso é relativamente simples, chegando-se por meio da Estrada Baía das Gatas-Calhau, pontuada por uma série de miradouros que transformam as paradas em uma experiência cênica ímpar, com vistas ao Monte Verde por um lado e as paisagens marítimas do outro.

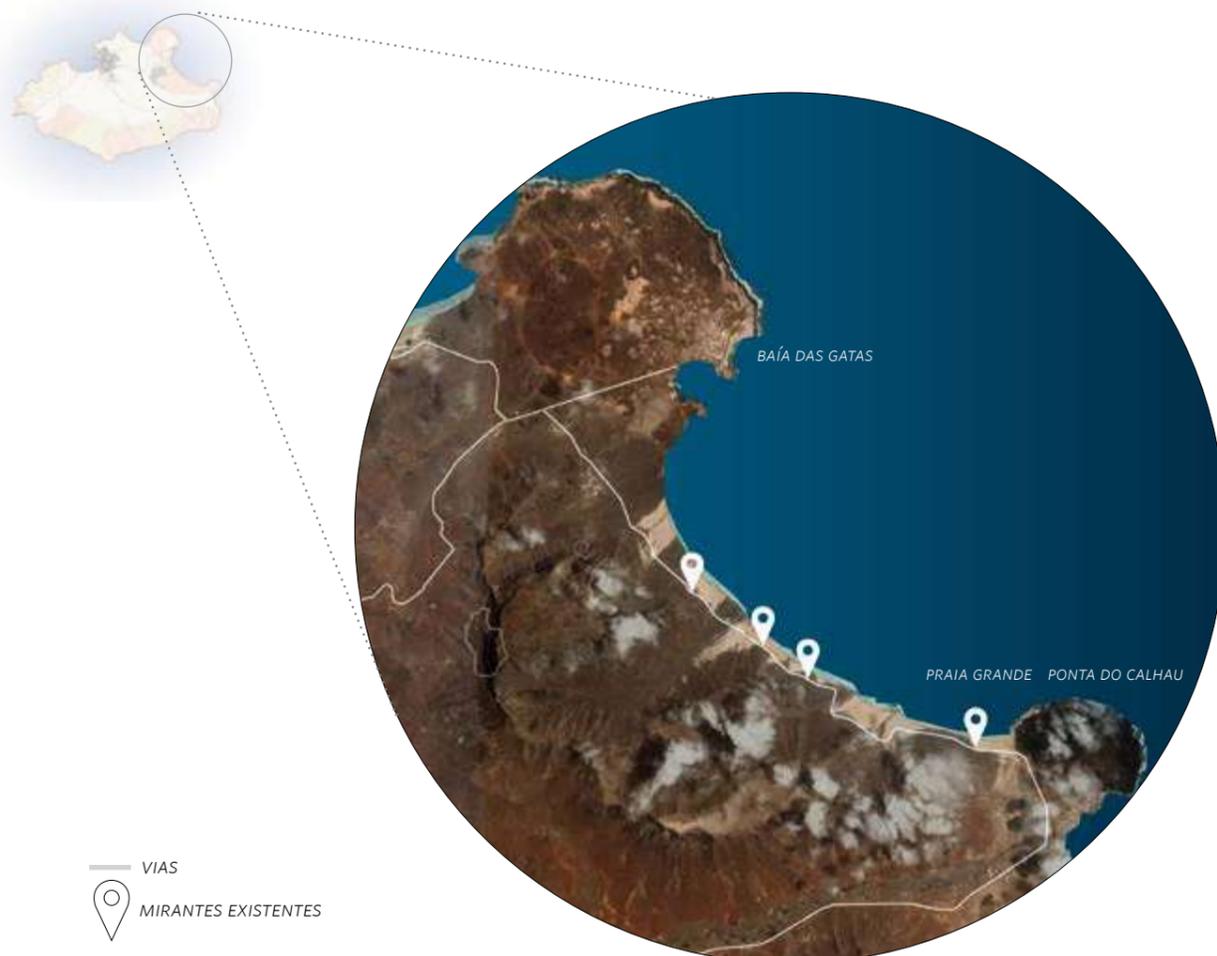
Apesar de extensa, as praias da Baía ainda são pouco utilizadas. Nos dias entre a semana é raro encontrar pessoas no local, modificando-se um pouco aos fins de semana, com uma presença um pouco maior de banhistas e surfistas.

Na praia não há qualquer equipamento de apoio, sendo comum que os visitantes da baía concluam o passeio na vizinha Calhau, por possuir alguma estrutura de suporte ao turista.

A equipe de trabalho esteve no local em um dia de final de semana e pode perceber alguns pontos que precisam ser melhorados para um melhor ordenamento do lugar, havendo pouco cuidado com os impactos causados pelos visitantes. É ainda uma praia pouco explorada pelos turistas, em contraponto com sua ampla preferência pelos locais.



MIRADOUROS EXISTENTES NA BAÍA DA PRAIA GRANDE



A experiência de visita da Praia Grande começa antes mesmo da chegada propriamente dita ao lugar, pois através das vistas oferecidas na Estrada Baía das Gatas-Calhau, o cenário da baía vai se descortinando sem no entanto poder ser diretamente acessado.

A Estrada apresenta boas condições de mobilidade, tendo sido inaugurada em 2009, concluindo projeto de um anel rodoviário na ilha de São Vicente. Pontuando esse caminho, há uma série de miradouros com estrutura mínima para as paradas, contando com bancos para descanso, pequenas áreas de estacionamento e depósitos de resíduos quase sempre cheios.



Imagem: Vista da Baía da Praia Grande desde um de seus miradouros.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Mirante na Estrada Baía das Gatas-Calhau, com vistas para a Baía da Praia Grande.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Mirante na Estrada Baía das Gatas-Calhau, com vistas para a Baía da Praia Grande, com pequenas áreas de estacionamento e mobiliário urbano.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



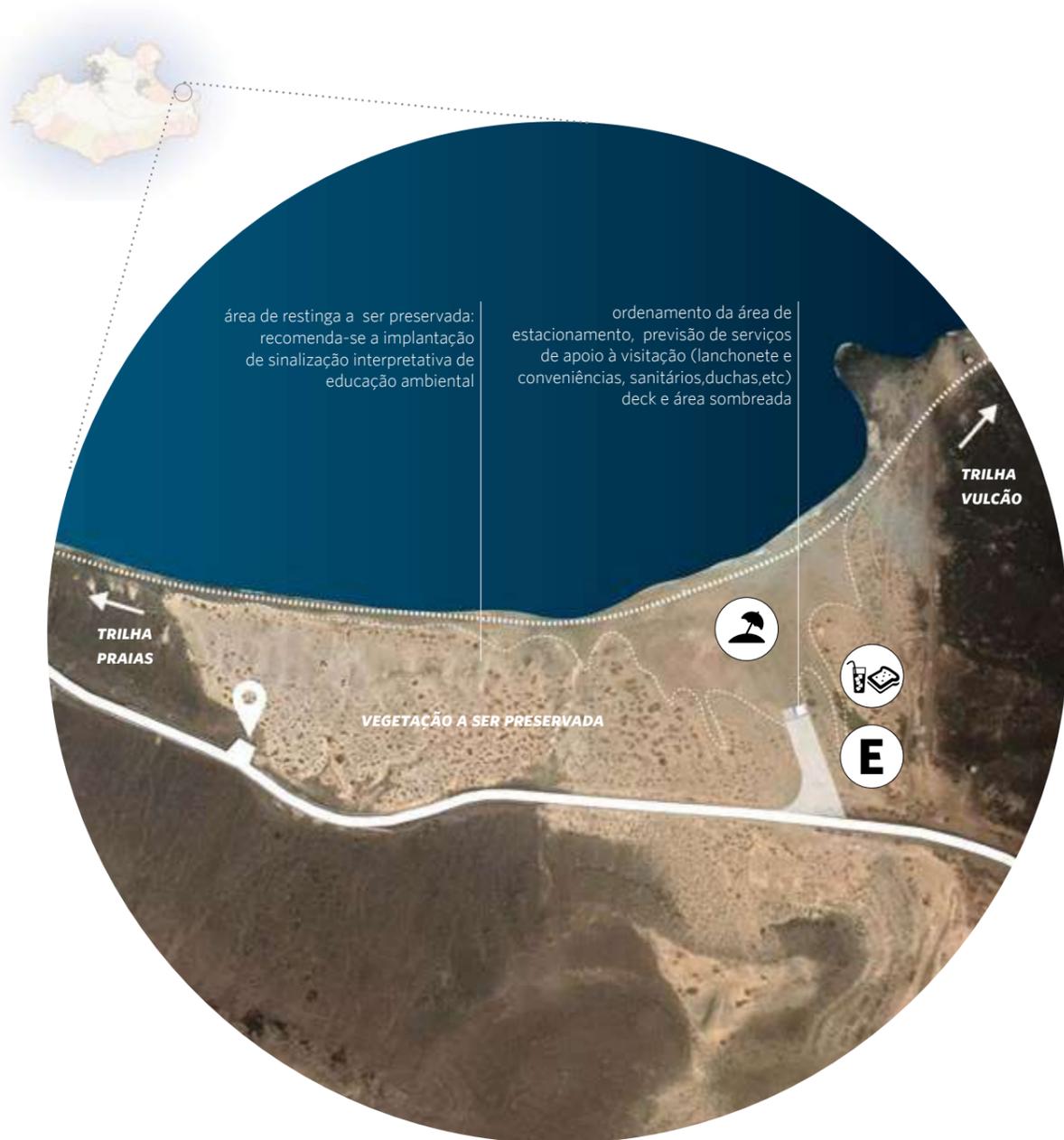
Imagem: Mirante na Estrada Baía das Gatas-Calhau, com vistas para a Baía da Praia Grande, com pequenas áreas de estar e mobiliário urbano.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

A infraestrutura oferecida nesses mirantes deverá ser melhorada, oferecendo-se também informações de apoio ao turista, contando com sinalização direcional e interpretativa, informações sobre a paisagem, atrativos turísticos, fauna e flora, história do lugar, entre outras.

Propõe-se uma requalificação dos mirantes com a intenção de que mantenham uma linguagem única que dê unidade a esta rede. A proposta para cada espaço deve ser elaborada de acordo com cada situação específica, tentando diversificar as experiências de pausa nesse trecho da baía. Sugere-se a utilização de materiais e técnicas locais na composição dessas estruturas, como por exemplo a utilização da pedra, garantindo-se a sua integração com a paisagem, sendo este material já amplamente utilizado na ilha.



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DA VISITAÇÃO DA PRAIA GRANDE



Para o entorno da Praia Grande em si, a proposta prevê o ordenamento de toda a área de praia próxima aos vulcões de Calhau, partindo-se da demarcação de área de vegetação nas dunas a ser preservada, garantindo a conservação do seu aspecto atual enquanto ambiente natural.

Chegando-se através da estrada principal, será possível acessar a um espaço delimitado para estacionamento e equipamento de apoio ao visitante, com quiosque e presença de sanitários e espaço para mesas para picnic e churrasqueira. Na visita de campo foi possível perceber que os usuários da praia costumam vir abastecidos de alimentação e vários equipamentos para uso contínuo na área de praia, visto que não há no local nenhuma estrutura de apoio nesse sentido (o apoio mais próximo pode ser encontrado, ainda que sem muita estrutura, em Calhau).

Todos os percursos e ambientes deverão estar sinalizados, com placas direcionais, interpretativas e de segurança, alertando sobre o perigo de correntezas e indicando os locais apropriados para o banho. Reforçando as atividades já identificadas e diversificando as práticas de lazer, incentiva-se a implantação de práticas recreativas, de aventura e de ecoturismo, relacionando-se com as trilhas existentes, que também deverão estar integradas ao projeto de sinalização geral da ilha.



P.19 **ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO URBANO E DE VISITAÇÃO DE SALAMANSA**

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Qualificar a experiência de visitação ao povoado e praia de Salamansa, proporcionando infraestrutura turística, informações e segurança; Valorizar os atrativos naturais da ilha garantindo a preservação da sua paisagem e do meio ambiente; Diversificar os atrativos turísticos, aumentando a sua atratividade e o tempo de permanência dos visitantes no local.

Proposta: Requalificar os acessos à praia.
 Instalação de píer, criando a prática de novas experiências no lugar.
 Tratamento da orla, dotando o espaço de calçada, serviços de apoio à visitação, equipamentos esportivos, quiosques e a criação de espaços públicos de estar.
 Criação de mirante/arquibancada no entorno da Igreja como espaço de contemplação.
 Incentivar a criação/ desenvolvimento de programa de embelezamento das edificações da aldeia.
 Fomentar a implantação de outras atividades recreativas, de aventura e de ecoturismo, além do apoio às práticas de kitesurf e surf já existentes.
 Implantação do Projeto de Sinalização, contemplando os atrativos turísticos, tanto de caráter histórico cultural quanto ambiental, além de placas de segurança nas áreas balneares.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais

Modelo de implantação: Estado, Setor Privado, PPP, Terceiro Setor

Modelo de gestão: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais

Entidades envolvidas: Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final



Imagem: Praça da Igreja.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Casas em Salamansa.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Novo empreendimento previsto em Salamansa, Meliã Salamansa Bay Fonte: Ministério do Turismo e Transporte, Cabo Verde, 2019.

Várias canções de Cesária Évora fazem referência à Salamansa. Agradável povoado de pescadores, é comum ao andar por suas ruas o encontro com crianças oferecendo algum artigo em troca de dinheiro. A estrada que leva ao povoado está atualmente em obras e várias ações já tiveram lugar na aldeia com o intuito de melhorar a qualidade de vida dos moradores e também a receptividade dos turistas. Há alguns anos, através de convênio com empresa espanhola de energia solar, foram instalados nas ruas do povoado uma série de luminárias que funcionam através do uso da energia solar.

Seguindo as melhoras, aliado ao potencial natural do lugar, vão surgindo construções e equipamentos hoteleiros de grande porte em loteamentos já delimitados em zona próxima ao povoado e também em João d'Évora, neste último com várias construções já consolidadas. Não se sabe ao certo o impacto que um equipamento deste porte terá na aldeia e também no meio ambiente, fazendo com que estas iniciativas sejam vistas com certa cautela.

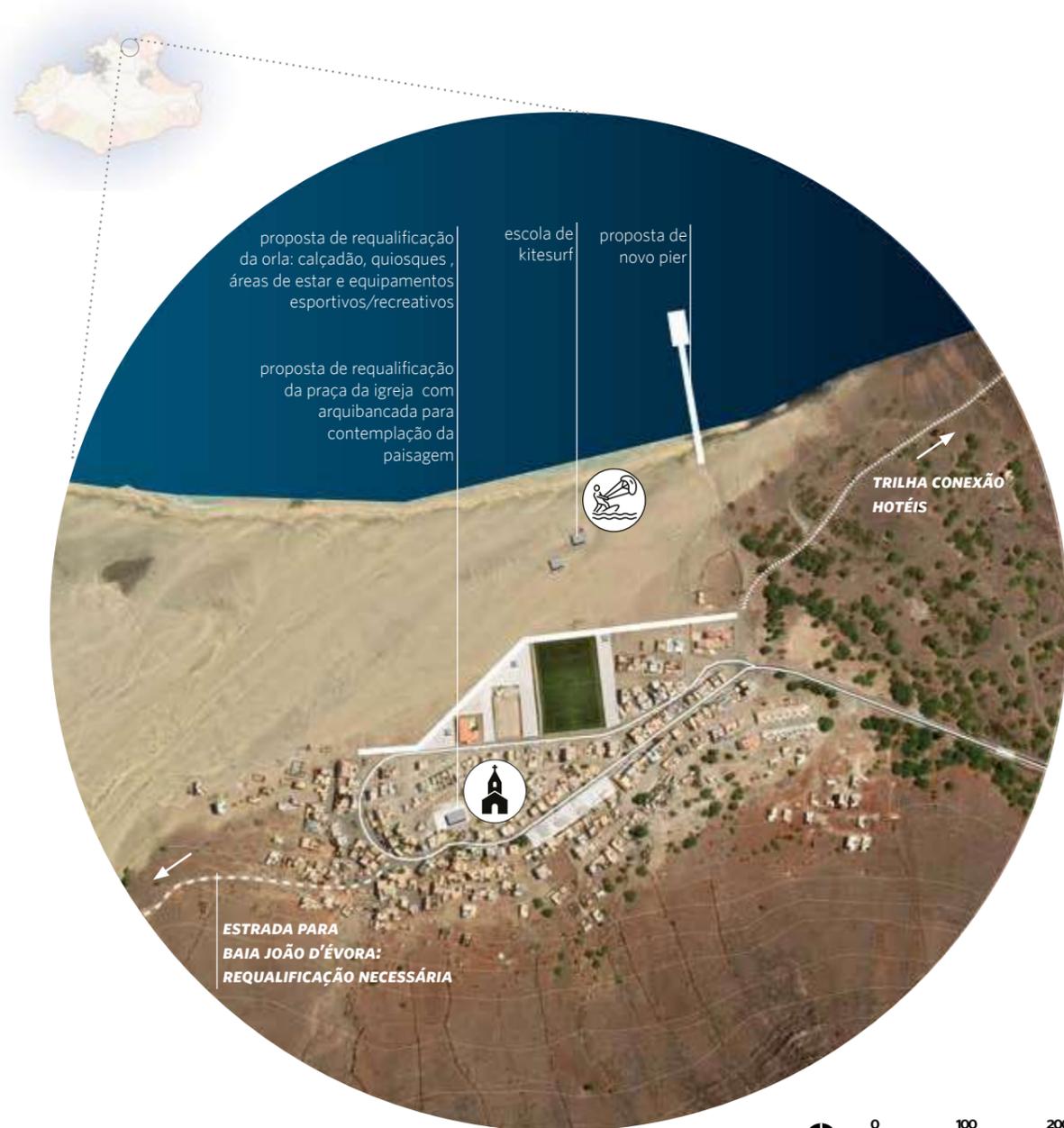
Dentro do Masterplan, são propostos uma série de projetos pontuais e que dinamizariam Salamansa sem que o lugar perdesse sua essência.

Buscando o fortalecimento da vila como um núcleo urbano e de visitação, propõe-se o tratamento de toda sua orla, dotando o espaço de calçada, serviços de apoio à visitação, equipamentos esportivos, quiosques e a criação de espaços públicos de estar.

Corroborando experiências já identificadas e diversificando as práticas de lazer, incentiva-se a implantação de outras atividades recreativas, de aventura e de ecoturismo, além do apoio às práticas de kitesurf e surf já existentes.



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DA VISITAÇÃO DE SALAMANSA



- ESTRADA DE ACESSO À BAIJA JOÃO D'ÉVORA
- PROPOSTA DE NOVO CALÇADÃO
- ACESSOS À PRAIA: ÁREAS A SEREM REQUALIFICADAS
- TRILHAS
- ESCOLA DE KITE SURF
- IGREJA



A instalação de um píer trará a vivência de uma nova experiência não só para a localidade como também no universo da ilha.

Os acessos à praia saindo-se do povoado precisam ser requalificados, com a retirada das pequenas construções que obstruem a passagem e a criação de passeios que indiquem o caminho. As trilhas deverão ser estruturadas, além da colocação de sinalização direcional e interpretativa em todo o percurso, incluindo-se no mapeamento geral das trilhas oferecidas na ilha.

Em proposição voltada não só ao aspecto turístico mas também a melhoria da qualidade de vida dos locais, sugere-se a criação de incentivos para construção e/ou programa de embelezamento das edificações da aldeia, notadamente das casas, com a pintura das suas fachadas.

Para a área no entorno da Igreja, propõe-se a criação de uma espécie de mirante, com a construção de uma arquibancada para contemplação da paisagem.



Imagem: Guanajuato, Mexico
 Fonte: <https://www.intrepidtravel.com/adventures/top-colourful-cities/>



Imagem: Burano, Italia
 Fonte: Google Imagens



P.110 **ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO URBANO E DE VISITAÇÃO DE SÃO PEDRO**

Grau de prioridade:	Média
Objetivo:	Qualificar a experiência de visitação ao povoado e praia de São Pedro, proporcionando infraestrutura turística, informações e segurança; Valorizar os atrativos naturais da ilha (praia, trilhas, tartarugas) garantindo a preservação da sua paisagem e do meio ambiente; Diversificar os atrativos turísticos, aumentando a sua atratividade e o tempo de permanência dos visitantes no local.
Proposta:	Implantar um Centro Interpretativo voltado à preservação das tartarugas marinhas, contando com serviços de apoio à visitação (lanchonete/café, sanitários). Requalificar as trilhas existentes, com identificação e instalação de meios de segurança principalmente nos pontos mais críticos. Incentivar centros de apoio à prática de esportes náuticos, como windsurfe e kitesurf, que têm na área um dos melhores lugares de Cabo Verde para sua prática. Implantação do Projeto de Sinalização direcional, interpretativa e de segurança em todo o Núcleo de Visitação.
Responsável pela estruturação do projeto:	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais
Modelo de implantação:	Estado, Setor Privado, PPP, Terceiro Setor
Modelo de gestão:	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais
Entidades envolvidas:	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura
Estimativa orçamentária:	Este item será apresentado no Master Plan Final

Saindo de Mindelo e um pouco após o Aeroporto Internacional Cesárea Évora está a aldeia de São Pedro, um povoado de pescadores que se desenvolveu no pé da montanha. O vilarejo de casinhas coloridas tem sua beleza, além de reservar uma bonita praia e uma das trilhas mais encantadoras de São Vicente. A praia, com seus ventos fortes, é conhecida internacionalmente como um dos melhores lugares para a prática de esportes que envolvam o vento e o mar, como o kitesurf e o windsurfe. Turistas de várias partes do mundo se deslocam até aqui para pegarem boas ondas, sendo conhecida também pelos praticantes de surf e bodyboard.



Imagem: Praia de São Pedro, com vista para o Farol de Dona Amelia.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

Para além de apenas uma aldeia de pescadores, São Pedro alberga alguns pequenos hotéis na própria aldeia e um complexo hoteleiro de maior porte, o Foya Branca. Um novo empreendimento começa a ser planejado para a área, o São Pedro Hills, afirmando o potencial do lugar.



Imagem: São Pedro Hills, em construção
 Fonte: Ministério do Turismo e Transporte de Cabo Verde

E é nas proximidades das instalações dos hotéis que inicia-se uma das mais bonitas trilhas de São Vicente, partindo daqui com destino ao Farol de Dona Amélia com cerca de 3km de distância. A rota é feita bordeando a montanha, com alguns trechos em crítico estado de conservação, sendo pouco recomendada para aqueles que tenham vertigens. A chegada ao Farol é como um prêmio, com cenários singulares também durante o trajeto.



Imagem: População utilizando a praia de São Pedro
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DE SÃO PEDRO ENQUANTO NÚCLEO DE VISITAÇÃO

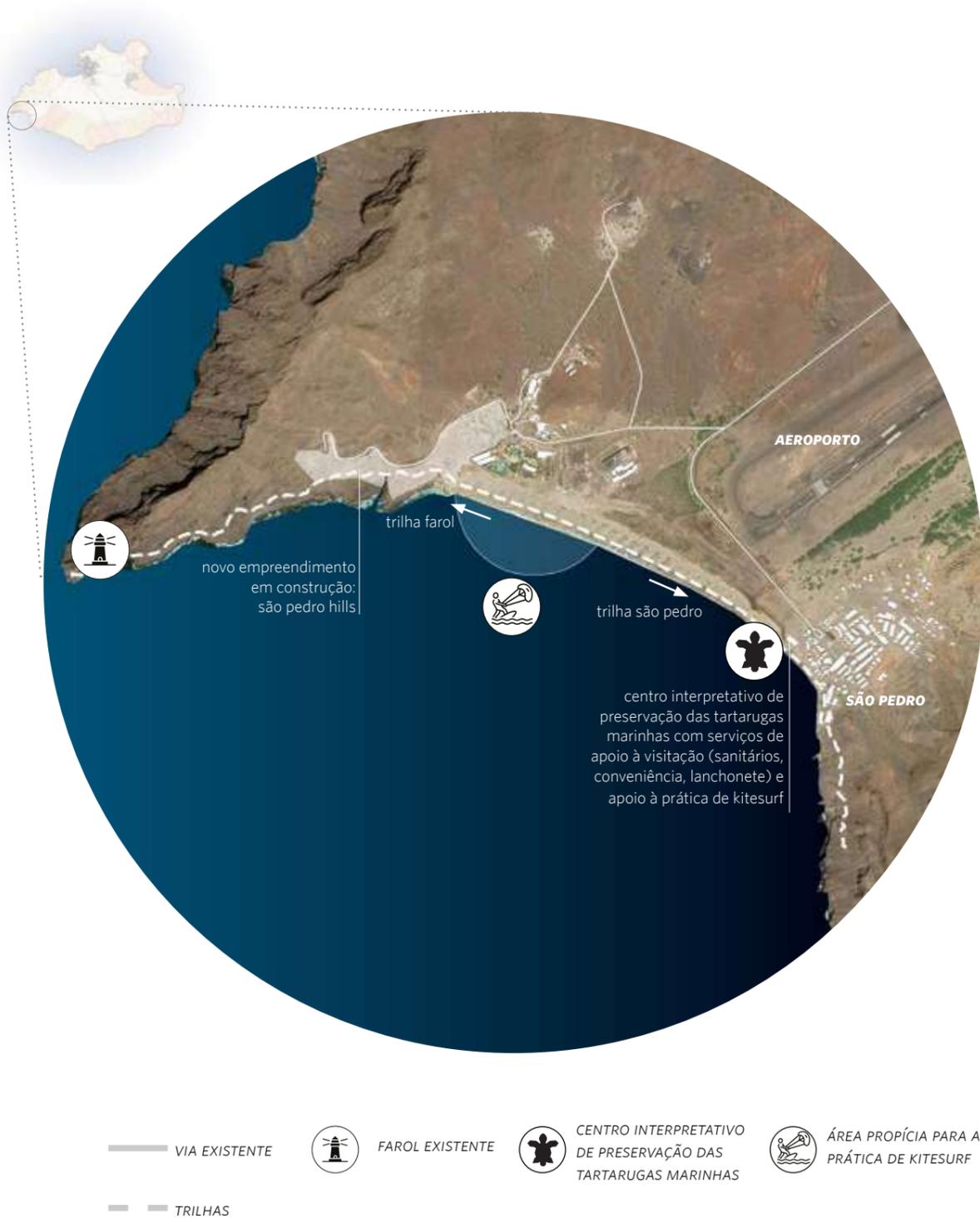


Foto: Projeto TAMAR, Fonte: <https://marsemfim.com.br/tamar-salva-vidas-mil-vezes-mais-em-35-anos/>



Imagem: Trilha até o farol de Dona Amélia, em São Pedro. Fonte: Acervo próprio, 2019.

Como propostas para a área estão a criação de um Centro Interpretativo com especial atenção à preservação das tartarugas marinhas, podendo ser gerido pela própria comunidade. O Centro contará com equipamentos de apoio como lanchonete, café, sanitários, espaço de exposição, além de estar vinculado à Plataforma Digital da ilha, devendo oferecer ampla informação sobre o lugar e ser executado com princípios sustentáveis e arquitetura integrada à natureza e seu entorno.

Ligado ao Centro estaria também o serviço de apoio à prática dos esportes náuticos (kitesurf, windsurfe, surf, bodyboard), com aluguel de pranchas e demais equipamentos necessários.

Como já foi pontuado, a trilha até o Forte, ou Ponta Machado, precisa ser requalificada, dotando o trajeto de mais informações e segurança. Alguns trechos do caminho estão sem proteção para o lado do mar, há vários trechos com pavimento soltando e pontos bem íngremes sem nenhum suporte de segurança. Esses aspectos precisam ser resolvidos, além da colocação de sinalização direcional e interpretativa em todo o percurso. Sugere-se que sejam feitos estudos para adaptação de novo uso à edificação onde está o Farol, agregando valor cultural à trilha.

A sinalização deverá estar presente em todo o núcleo de visitação, contribuindo para uma estada mais segura e bem informada.



P.I11 PROGRAMA DE ESTRUTURAÇÃO DE PRAIAS

Grau de prioridade: Alta

Objetivo:

Diversificar a oferta de destinos turístico na ilha; Aumentar a atratividade para visitação às praias; Facilitar a visitação e prover informações aos turistas.

Implantação: Praias do Flamengo, João d' vora, Calheta Grande, Palha Carga, Topim, Sandy Beach e Saragarça.

Proposta:

Facilitar o acesso aos atrativos através da indicação de trilhas e caminhos seguros.

Instalação de sinalização interpretativa e de segurança, que alerte sobre o perigo de correntezas e demonstre os locais apropriados para banho.

Proporcionar serviç os mínimos de apoio   visitação nas praias próximas às aldeias (João d' vora, Sandy Beach e Saragarça), tais como sanitário, pequeno comércio e mobiliário.

Responsável pela estruturação do projeto:

Direc o Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais

Modelo de implantação:

Estado, Setor Privado, PPP, Terceiro Setor

Modelo de gestão:

Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais

Entidades envolvidas:

Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direc o Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direc o Geral de Infraestrutura

Estimativa orçamentária:

Este item será apresentado no Master Plan Final



Imagem: Praia de Calheta Grande
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Praia de Palha Carga
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Praia de João d' vora
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

Algumas praias de São Vicente são comumente conhecidas por serem preteridas pelos turistas apesar de possuirem um grande potencial atrativo. O objetivo do Programa de estruturação das praias é, pois, uma maior inserção desses locais na oferta de destinos turisticos da ilha, diversificando e aumentando sua atratividade.

Atualmente o acesso a estas praias   precário e sem sinalização alguma. Deverão ser instaladas indicações que facilitem a aproximação às praias, além da instalação de sinalização direcional, interpretativa e de segurança, que alerte sobre o perigo de correntezas e demonstre os locais apropriados para banho, guiando através da indicação de trilhas e caminhos seguros. As praias indicadas e também as aldeias contínuas a elas deverão estar contempladas no Projeto de Sinalização.

Nas praias/ aldeias de João d' vora, Sandy Beach e Saragarça, deverão ser oferecidos serviç os mínimos de apoio   visitação, tais como sanitário e pequeno comércio, em local a ser definido. Sempre que possível, deve ser considerada a possibilidade de instalação de mobiliários de apoio em pontos estratégicos.

A conservação ambiental deverá nortear as intervenções propostas, garantindo sobretudo a preservação do entorno, evitando gerar impactos e poluição visual. A ordenação e uso do solo nesses locais devem também resguardar a essência de suas paisagens.



Imagem: Praia do Flamengo
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



4.7. TRANSPORTE

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Sistema viário					
A.T1	Melhorar as condições nas estradas de penetração das localidades e ampliar a rede viária	Facilitar o deslocamento interno da ilha tanto para população como para turistas; diminuir distâncias.	Curto	Câmaras Municipais	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Direcção Geral de Infraestrutura
A.T2	Realizar a manutenção e o incremento da sinalização viária	Garantir rotas autoguiadas e a segurança; Orientação para os motoristas e pedestres	Curto	Câmaras Municipais	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Direcção Geral de Infraestrutura, Terceiro Setor
Transporte marítimo					
A.T3	Fortalecer e melhorar o Transporte Marítimo entre ilhas: garantir um trajeto com segurança e embarcações apropriadas para uma viagem mais agradável, previsibilidade de horários, aumento do número de barcos em operação, melhor articulação entre modais (aéreo e marítimo), passar vídeo turístico durante percurso. Incentivar a operação de outras companhias marítimas.	Melhorar a conectividade entre as ilhas.	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, ENAPOR, CVTI, CNT, CVFF, Instituto Marítimo Portuário
A.T4	Promover a construção e operação do sistema de controlo do tráfego marítimo costeiro, modernizar o sistema de socorro e segurança marítimos, as comunicações marítimas e a rede de ajudas à navegação, aumentando a segurança da navegação e a própria segurança marítima.	Melhorar a conectividade entre as ilhas.	Curto	ENAPOR	Instituto de Turismo de Cabo Verde, CVTI, CNT, CVFF, Instituto Marítimo Portuário, Setor Privado
A.T5	Requalificar o Porto Grande, prevendo sua transformação e modernização para servir de hub de transportes marítimos nacional.	Melhorar a estrutura para recepção de passageiros.	Médio	ENAPOR	Instituto de Turismo de Cabo Verde, CVTI, CNT, CVFF, Instituto Marítimo Portuário, Setor Privado, Direcção Geral de Turismo e Transportes, Direcção Geral de Infraestrutura
A.T6	Apoiar a construção do projeto do Novo Terminal de Cruzeiros em Porto Grande	Melhorar a estrutura para recepção de passageiros.	Curto	ENAPOR	Instituto de Turismo de Cabo Verde, CVTI, CNT, CVFF, Instituto Marítimo Portuário, Setor Privado, Direcção Geral de Turismo e Transportes, Direcção Geral de Infraestrutura
A.T7	Incentivar a requalificação, modernização e o melhor ordenamento da Marina de Mindelo. A marina deve ser ampliada, se necessário, para acolher atividades pesqueiras e desportivas.	Melhorar a estrutura para recepção das embarcações e dos turistas; melhorar a paisagem da orla de Mindelo;	Médio	ENAPOR	Instituto de Turismo de Cabo Verde, CVTI, CNT, CVFF, Instituto Marítimo Portuário, Setor Privado, Direcção Geral de Turismo e Transportes, Direcção Geral de Infraestrutura
A.T8	Desenvolver e implantar rede de portos náuticos previstos no EROT e propostos pela ENAPOR, para atividades aquáticas, náuticas, de lazer e de pesca com marina, deck, suporte turístico e se possível, clube náutico.	Criação de novos pontos de acesso na ilha; Facilitar o acesso ao mar e a realização de atividades aquáticas; Implantar suporte às atividades náuticas; Incentivar o turismo no mar.	Longo	ENAPOR	Instituto de Turismo de Cabo Verde, CVTI, CNT, CVFF, Instituto Marítimo Portuário



COD.	AÇÃO	OBJETIVOS	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Transporte aéreo					
A.T9	Melhorar o Transporte aéreo interno do país: Incentivar a operação de outras companhias aéreas; Reduzir o preço das passagens; Aumentar o número de voos; e incentivar a criação de voos diretos (charter) das outras ilhas;	Melhorar a conectividade entre as ilhas.	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Setor privado /Agência de Aviação Civil (AAC), ASA S.A., CVTI, CNT, Instituto de Turismo de Cabo Verde
A.T10	Adequar as estruturas do Aeroporto Internacional de São Pedro com relação às necessidades decorrentes da indústria e comércio em matérias de conexões aéreas.	Melhorar o aeroporto para o desenvolvimento de novos negócios.	Médio	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Setor privado /Agência de Aviação Civil (AAC), ASA S.A., CVTI, CNT, Instituto de Turismo de Cabo Verde
Transporte público					
A.T11	Melhorar o sistema de transporte público (taxis / vans) 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	Médio	Câmaras Municipais	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Direcção Geral de Infraestrutura, Setor Privado



4.8. INFRAESTRUTURA BÁSICA

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
Abastecimento de Água		
A.B1	Desenvolver e implantar sistema integrado de captação e armazenamento de água.	Desenvolver um abastecimento de água sustentável; garantir o acesso à água em todo o território; reforçar as infraestruturas existentes; minimizar as perdas de água.
A.B2	Desenvolver e instalar estação de dessalinização prevista	Garantir solução de fornecimento mais eficaz e sustentável de abastecimento de água, garantindo o fornecimento de água para todos.
Saneamento		
A.B3	Implantar sistema integrado de saneamento que permita o tratamento das águas pluviais (águas cinzas) e das águas residuais (esgoto) em coletores.	Implantar um sistema de saneamento mais sustentável para a ilha.
Resíduos Sólidos		
A.B4	Incentivar e monitorar a implantação do Plano Operacional de Gestão de Resíduos Sólidos com horizonte do ano 2035.	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.B5	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.
A.B6	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
Energia		
A.B7	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.B8	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
Longo	Câmaras Municipais e Direcção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, 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	Câmaras Municipais e Direcção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, 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
Longo	Câmaras Municipais e Direcção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, 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	Câmaras Municipais e Direcção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, 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
Curto	Câmaras Municipais e Direcção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, 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, Associação de Turismo
Médio	Câmaras Municipais e Direcção Geral de Infraestrutura	Instituto de Turismo de Cabo Verde, 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	Câmaras Municipais 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	Câmaras Municipais 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	Câmaras Municipais	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. Implantar as infraestruturas de evacuação, dotadas de heliporto com sinalização adequada em local a ser definido, para facilitar as evacuações de emergência.	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 , pelo menos durante a alta estação, para vigilância balnear das áreas de banho e atividades aquáticas . Será necessário a elaboração de normativas específicas para salvaguardar os turistas da ilha. A ação pode contar com a parceria dos bombeiros.	Garantir a segurança dos turistas nas áreas com atividades aquáticas; Melhorar a qualidade do turismo na ilha;	Médio	Câmaras Municipais	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, funcionando como uma plataforma para orientar a atuação de todos os que intervêm direta e indiretamente na indústria 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, todas as ações de planejamento 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 de São Vicente, 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 planejamento 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 e por conta disso a responsabilidade por sua implementação foi 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 de São Vicente, bem como pela sua monitorização, avaliação de resultados e eventuais ajustamentos. 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 da indústria turística.

Considerando o caráter multidisciplinar e multiescalar deste plano, foram definidos 3 níveis de coordenação, todas 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 Regional para a coordenação e o monitoramento dos Master Plans de Turismo das ilhas do Norte, tendo o entendimento que as ilhas fazem parte de uma mesma região e que devem ser tratadas em conjunto no que tange o desenvolvimento turístico. Esta instituição tratará da relação entre o Governo, os Municípios, 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 dos Master Plans 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, das Câmaras Municipais, 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 sobre 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 ser criada uma para as ilhas do norte, mas não necessariamente vinculado apenas às Zonas de Desenvolvimento Turístico, mas a toda ilha. Esta poderia auxiliar a delegação norte 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 os restantes 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 São Vicente 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.

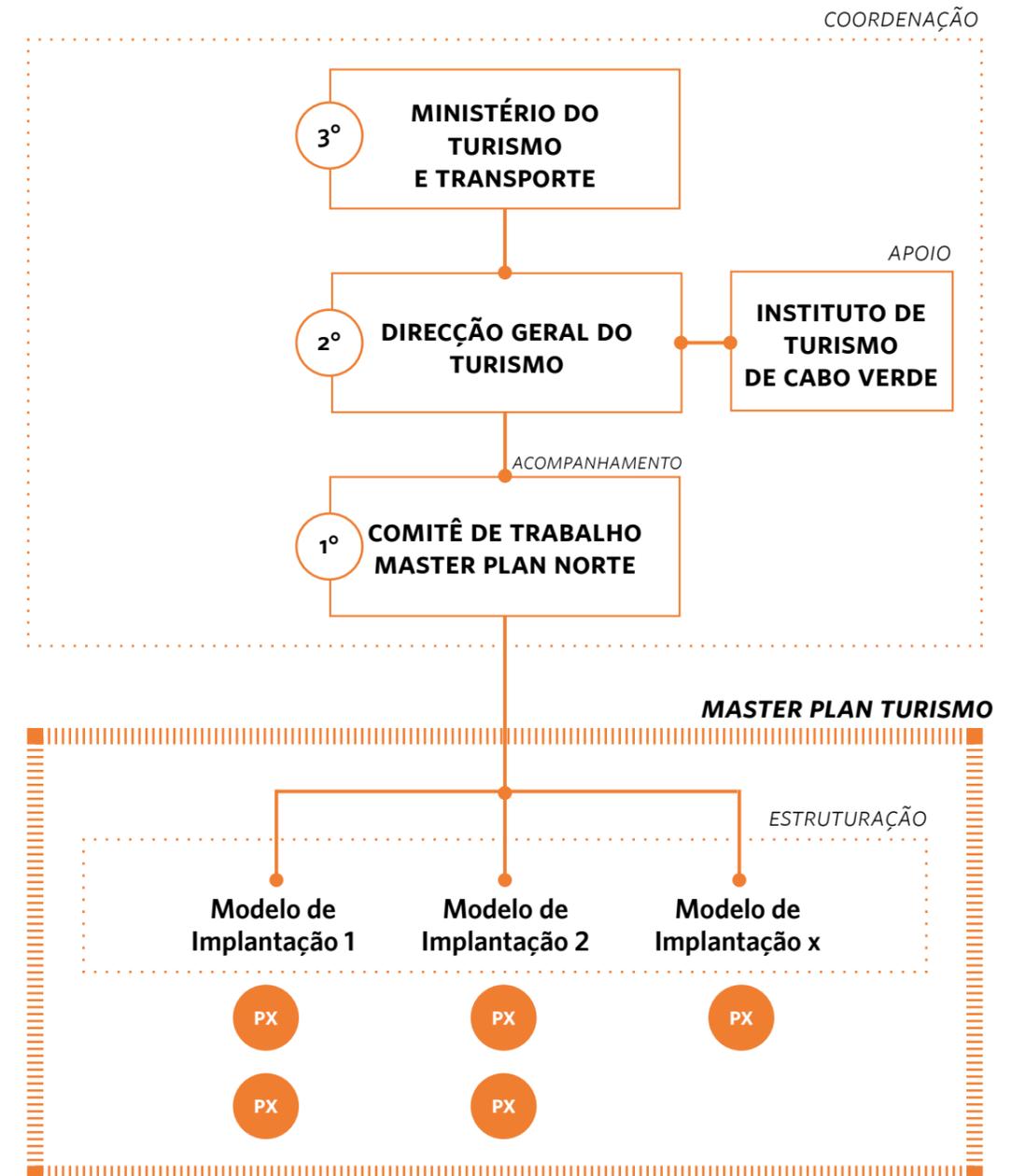
TERCEIRO NÍVEL

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 de São Vicente envolvem intervenções de diversas escalas, tanto de melhoria de acessos e infraestruturas básicas, onde a intervenção do Estado é naturalmente solicitada por conta do volume de investimentos e instituições, quanto de fomento em 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.
Câmaras Municipais	Órgão executivo responsável pela administração dos municípios de Cabo Verde.
Rede de Promoção do Turismo Solidário e Inclusivo	Projeto teve como objetivo principal, valorizar e fortalecer as práticas de turismo de base solidária e comunitária de zonas isoladas do Concelho de São Vicente, bem como as capacidades e a participação das pequenas associações locais na gestão do turismo local e no desenvolvimento sustentável do território
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, sendo que 01 está localizada em Santo Antão. 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 as Câmaras Municipais 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.

Câmaras Municipais

As Câmaras Municipais 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 as Câmaras Municipais, 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, dos municípios 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 ciclovia e requalificação de frente marítima. Para São Vicente é destinado apenas 3% do fundo (104.394.500 escudos) com projetos que envolvem requalificação do Mercado do Peixe, da Baía das Gatas, Requalificação urbana de Mindelo, entre outros. O valor é baixo considerando a importância que a ilha e sua principal cidade, Mindelo, apresentam para o turismo nacional.



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. Destacam-se aqueles destinados aos investidores externos, instrumentos que podem ser fundamentais para o desenvolvimento de São Vicente. 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, e os ficam sujeitos a uma licença anual atribuído 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 (Galileu, 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, Galileu. (Galileu, 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 Trad 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 Vicente. 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 Vicente.

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			X	Direção Geral de Turismo e Transportes, Câmaras Municipais	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Empresários / 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				Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Instâncias de Governança do país e locais / Institutos de pesquisa e ensino	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Instâncias de Governança do país e locais / Institutos de pesquisa e ensino
Promoção do Turismo										
P.P1	Confecção de material promocional - impresso e digital	X		X	X		X	Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo
P.P2	Implantação e gestão de redes sociais	X		X	X		X	Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo
P.P3	Realização de famtours, press trips	X		X	X		X	Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo
P.P4	Realização de road shows em destinos prioritários	X		X	X		X	Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Instituto Nacional de Turismo / Empresários / Associações de Turismo
Capacitação										
P.C1	Capacitação em Planeamento e Gestão do Turismo Sustentável e Competitivo		X	X	X		X	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais
P.C2	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo Histórico, Cultural e Etno		X	X	X		X	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Associações e Projetos Locais	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / 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.C3	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Experiências Gastronômicas		X	X	X			Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Associações e Projetos Locais	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais
P.C4	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo de Pesca		X	X	X			Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais
P.C5	Programa de Educação para o Turismo: identidade, valorização patrimonial e hospitalidade		X	X	X			Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais
P.C6	Fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais ligado ao turismo		X	X	X			Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais	Setor Público / Setor Privado / Terceiro Setor	Ministério do Turismo e Transportes / Câmaras Municipais / Empresários / Associações / Entidades do 3º Setor ligadas ao turismo / Organismos de Financiamento Multilaterais
Cultura & Identidade										
P.C11	Promoção da cultura e identidade local (festivals, música, festividades, património)	X		X				Direcção Geral de Turismo e Transportes		Câmaras Municipais, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Património Cultural, Terceiro Setor, Associação de Turismo, Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design
P.C12	Fortalecimento e promoção do Carnaval	X		X	X			Direcção Geral de Turismo e Transportes		Câmaras Municipais, 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 e conservação do Parque Natural Monte Verde	X		X			X	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Direcção Geral do Ambiente	Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Instituto do Património Cultural, Terceiro Setor
P.A2	Incentivo à criação de novas áreas protegidas na ilha	X	X	X			X	Direcção Geral de Turismo e Transportes e Direcção Geral do Ambiente	Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Câmaras Municipais, Associação de Turismo, Instituto do Património Cultural, Terceiro Setor
Infraestrutura Turística										
P.I1	Centros Interpretativos e de acolhimento do visitante e espaços de promoção do turismo	X		X			X	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Setor Privado, Terceiro Setor, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo



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	Fortalecimento e apoio à implementação da rede de trilhas	X		X		X	X
P.13	Sinalização interpretativa e de segurança	X		X	X	X	X
P.14	Estruturação e fortalecimento do do Centro Histórico de Mindelo	X		X	X	X	X
P.15	Requalificação da orla marítima de Mindelo	X	X	X		X	
P.16	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Baía das Gatas	X		X	X	X	
P.17	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Calhau	X		X	X	X	X
P.18	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação da Baía da Praia Grande	X		X	X	X	
P.19	Estruturação e fortalecimento do núcleo urbano e de visitação de Salamansa	X		X	X	X	
P.110	Estruturação e fortalecimento do núcleo urbano e de visitação de São Pedro	X		X	X	X	X
P.111	Programa de estruturação das praias (usos, apoio, acessos, sinalização)	X		X	X	X	X

RESPONSÁVEL PELA ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO	RESPONSÁVEL PELA GESTÃO	ATORES DE APOIO
Direcção Geral de Turismo e Transportes	Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Setor Privado, Terceiro Setor, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo
Direcção Geral de Turismo e Transportes	Direcção Geral do Ambiente, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Setor Privado, Terceiro Setor, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Setor Privado, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, Associação de Turismo, Terceiro Setor, Direcção Geral de Infraestrutura



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 Direcção 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	Média	11	1	1	1	3	2	3
P.P2	Implantação e gestão de redes sociais	Média	13	1	1	2	3	3	3
P.P3	Realização de famtours, press trips	Média	11	1	1	2	3	2	2
P.P4	Realização de road shows em destinos prioritários	Média	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 Turismo Histórico, Cultural e Etno	Alta	17	3	2	3	3	3	3
P.C3	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Experiências Gastronômicas	Alta	17	3	2	3	3	3	3
P.C4	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo de Pesca	Alta	17	3	2	3	3	3	3
P.C5	Programa de Educação para o Turismo: identidade, valorização patrimonial e hospitalidade	Alta	18	3	3	3	3	3	3
P.C6	Fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais ligado ao turismo	Alta	18	3	3	3	3	3	3
Cultura & Identidade									
P.CI1	Promoção da cultura e identidade local (festivais, música, festividades, patrimônio)	Média	12	3	2	2	2	1	2
P.CI2	Fortalecimento e promoção do Carnaval	Alta	14	3	3	1	2	3	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
Conservação Ambiental									
P.A1	Estruturação e conservação do Parque Natural Monte Verde	Alta	14	3	2	2	3	2	2
P.A2	Incentivo à criação de novas áreas protegidas na ilha	Alta	14	3	2	2	3	3	1
Infraestrutura Turística									
P.I1	Centros Interpretativos e de acolhimento do visitante e espaços de promoção do turismo	Média	10	2	1	1	1	2	3
P.I2	Fortalecimento e apoio à implementação da rede de trilhas	Baixa	9	2	1	1	1	1	3
P.I3	Sinalização interpretativa e de segurança	Média	11	3	2	1	1	2	2
P.I4	Estruturação e fortalecimento do do Centro Histórico de Mindelo	Alta	15	3	3	3	3	2	1
P.I5	Requalificação da orla marítima de Mindelo	Alta	15	3	3	3	3	2	1
P.I6	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Baía das Gatas	Média	13	3	2	1	2	3	2
P.I7	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Calhau	Média	13	2	3	2	2	2	2
P.I8	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação da Baía da Praia Grande	Média	13	3	2	1	2	3	2
P.I9	Estruturação e fortalecimento do núcleo urbano e de visitação de Salamansa	Alta	14	2	3	2	2	3	2
P.I10	Estruturação e fortalecimento do núcleo urbano e de visitação de São Pedro	Média	13	3	2	2	2	3	1
P.I11	Programa de estruturação das praias (usos, apoio, acessos, sinalização)	Alta	15	3	2	2	3	3	2