

DESENVOLVIMENTO DO MASTERPLAN DE TURISMO (2020-2030)

ILHA DE SANTO ANTÃO, CABO VERDE

Master Plan Draft





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)	148
1.1. ORGANIZAÇÃO DO MASTER PLAN DRAFT	10	3.2.1. LINHAS NORTEADORAS	148
1.2. SISTEMA TURÍSTICO - SISTUR	11	3.2.1.1. SUSTENTABILIDADE	149
2. DIAGNÓSTICO	13	3.2.1.2. ECONOMIA CIRCULAR	152
2.1. CABO VERDE	17	3.2.1.3. FORTALECIMENTO DO DESTINO TURÍSTICO POR MEIO DE EXPERIÊNCIAS ÚNICAS E ATRATIVAS	153
2.1.1. CARACTERIZAÇÃO GERAL	17	3.2.1.4. DIRETRIZES	156
2.1.2. ANÁLISE SOCIOECONÔMICA	18	3.2.2. SEGMENTOS E PRODUTOS TURÍSTICOS POTENCIAIS	157
2.1.3. ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO	20	3.2.3. BENCHMARKING	159
2.1.3.1. POSICIONAMENTO NO TURISMO MUNDIAL	20	3.2.3.1. COSTA RICA	160
2.1.3.2. CARACTERIZAÇÃO DAS ILHAS	24	3.2.3.2. NOVA ZELÂNDIA	162
2.1.3.3. ACESSIBILIDADE E CONEXÃO INTERILHAS	26	3.2.3.3. FERNANDO DE NORONHA	164
2.1.3.4. DEMANDA TURÍSTICA REAL DE CABO VERDE	28	3.2.3.4. AÇORES	166
2.1.3.5. MERCADOS EMISSORES E TENDÊNCIAS	34	3.2.3.5. ILHAS MAURICIO	168
2.1.3.6. MARKETING E PROMOÇÃO	38	3.2.3.6. CONSIDERAÇÕES	170
2.2. ILHAS DO NORTE	40	3.2.4. SUGESTÕES DE PRODUTOS TURÍSTICOS	172
2.3. ILHA DE SANTO ANTÃO	42	4. PROPOSTAS	175
2.3.1. AMBIENTE SOCIAL, ECONÔMICO E AMBIENTAL	42	4.1. GOVERNANÇA	180
2.3.2. STAKEHOLDERS E GOVERNANÇA	46	4.2. PROMOÇÃO DO TURISMO	188
2.3.3. ANÁLISE DA DINÂMICA DO TURISMO	54	4.3. CAPACITAÇÃO	194
2.3.3.1. RECURSOS, EXPERIÊNCIAS E ATRATIVOS TURÍSTICOS	54	4.4. CULTURA & IDENTIDADE	212
2.3.3.2. ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS	88	4.5. CONSERVAÇÃO AMBIENTAL	224
2.3.3.3. ANÁLISE DE INFRAESTRUTURA URBANA E OUTROS SERVIÇOS DE APOIO AO TURISMO	91	4.6. INFRAESTRUTURA TURÍSTICA	232
2.3.3.4. DEMANDA TURÍSTICA NA ILHA DE SANTO ANTÃO	97	4.7. TRANSPORTE	268
2.3.4. ORDENAMENTO TERRITORIAL	112	4.8. INFRAESTRUTURA BÁSICA	272
2.3.4.1. ESQUEMA REGIONAL DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO (EROT, 2010)	113	4.9. SEGURANÇA	274
2.3.4.2. DIRETIVA NACIONAL DE ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO (DNOT, 2013)	116	5. PLANO DE IMPLANTAÇÃO	277
2.3.4.3. PLANOS ESTRATÉGICOS MUNICIPAIS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (PEMDS, 2019)	117	5.1. RESPONSABILIDADE PELA COORDENAÇÃO DO MASTER PLAN	279
2.3.5. SITUAÇÃO ATUAL DE MARKETING E PROMOÇÃO	126	5.2. MODELO DE IMPLANTAÇÃO	282
2.3.6. CICLO DE VIDA DO DESTINO TURÍSTICO	128	5.2.1. ESTADO	286
3. VISÃO DE FUTURO	131	5.2.2. PRIVADO	288
3.1. PROJEÇÃO DA DEMANDA DO TURISMO	132	5.2.3. PARCERIA PÚBLICO PRIVADA	290
3.1.1. CENÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO E PROJEÇÕES DE DEMANDA	132	5.2.4. TERCEIRO SETOR	293
3.1.1.1. CONDICIONANTES EXTERNAS	133	5.3. PRIORIZAÇÃO DOS PROJETOS	300
3.1.1.2. CONDICIONANTES INTERNAS	135		
3.1.1.3. POSSÍVEIS CENÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PARA SANTO ANTÃO	143		

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

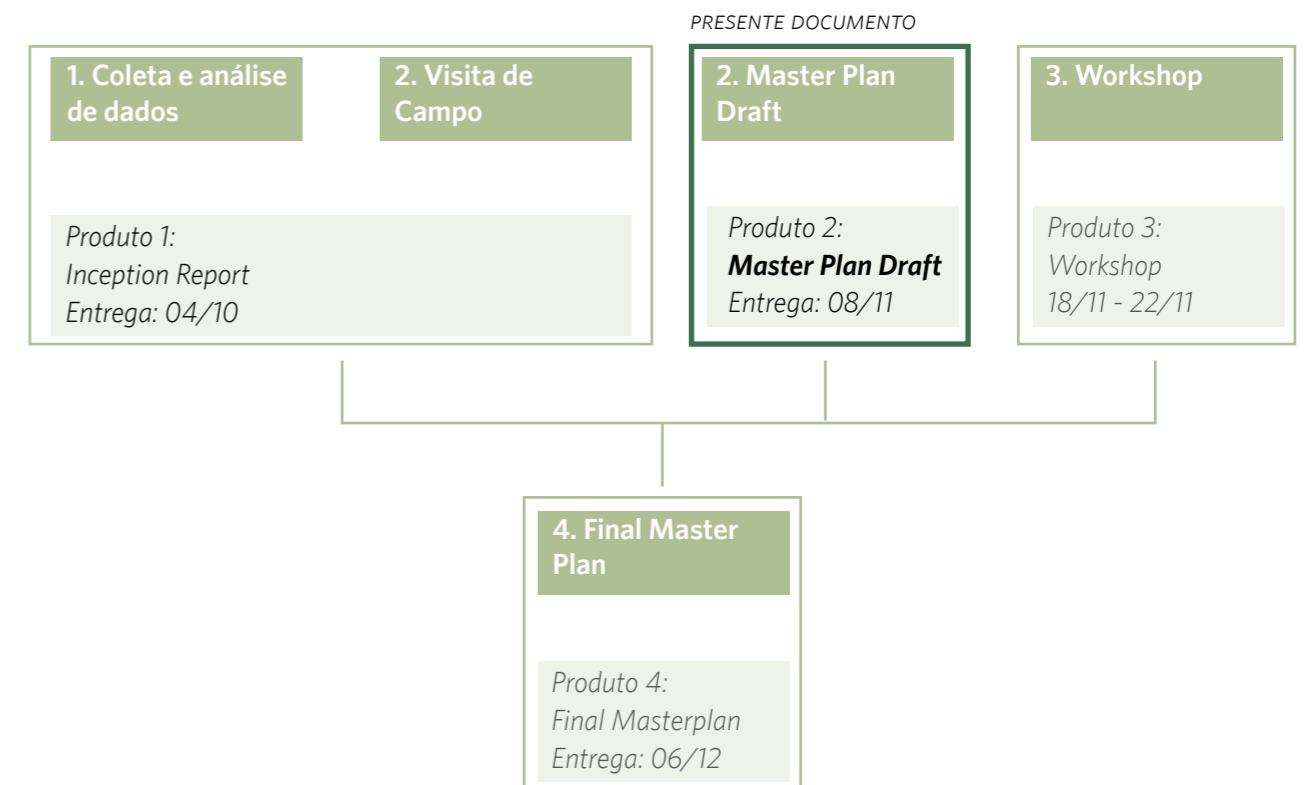


Mindelo, São Vicente. Fonte: Acervo próprio

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

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

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





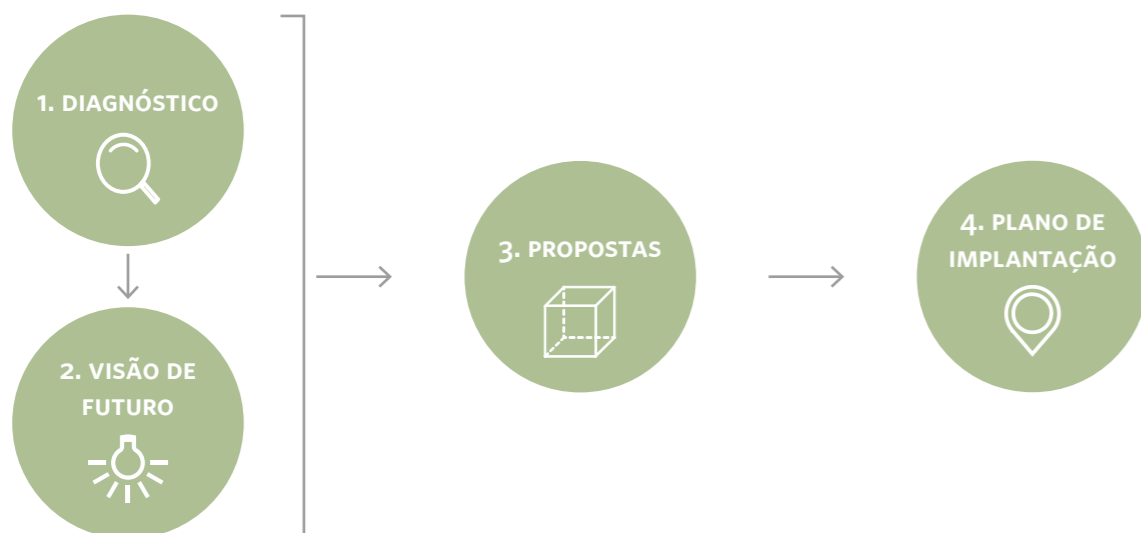
1.1. ORGANIZAÇÃO DO MASTER PLAN DRAFT

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

O produto está organizado da seguinte maneira:

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

Estruturação do documento



1.2. SISTEMA TURÍSTICO - SISTUR

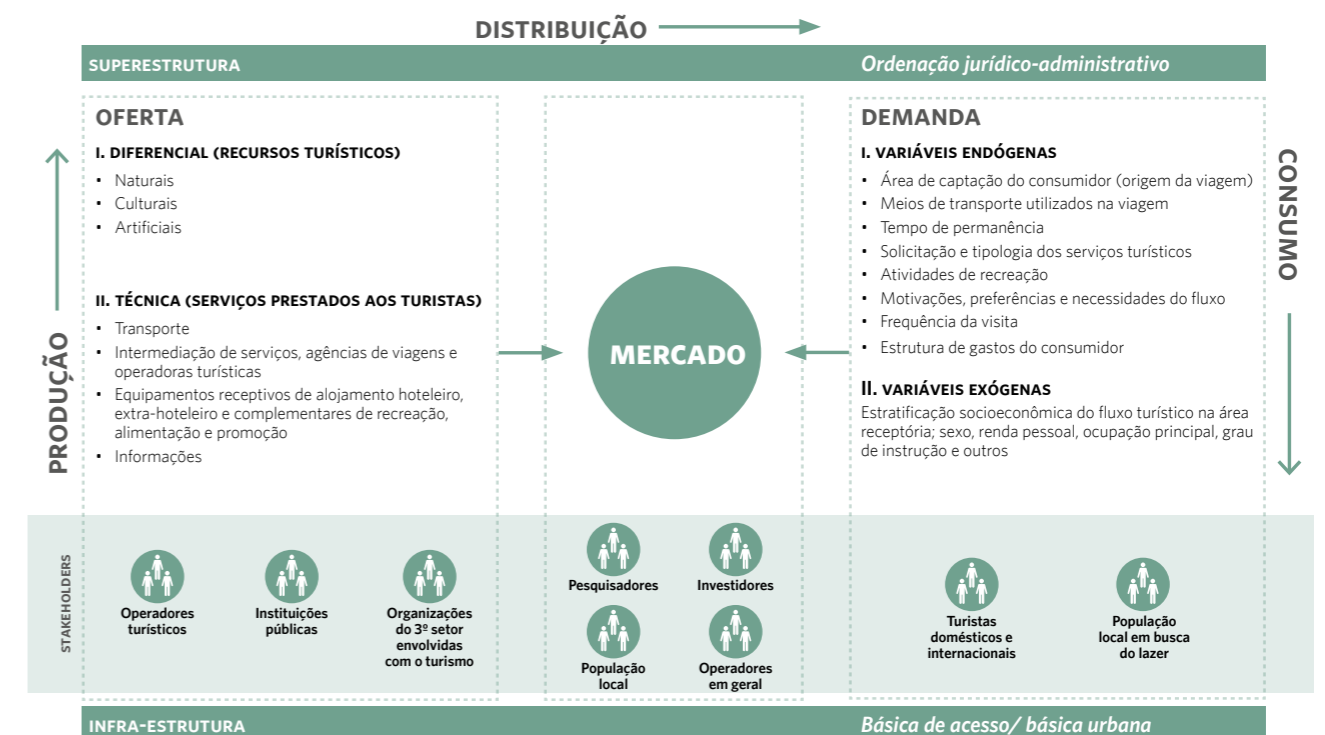
O conceito de sistema aplicado ao turismo é utilizado em processos de planejamento territorial com foco na sustentabilidade e integração, uma vez que entende que há uma série de unidades temáticas que devem ser consideradas, que há dependência e relação entre esses diversos elementos.

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

Cada uma destas unidades irá influenciar a outra. Por exemplo, a falta de regramentos ou fiscalização irá afetar o ordenamento de espaços turísticos, que poderão adotar padrões irregulares de construção ou de inadequação no tratamento de resíduos o que, 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

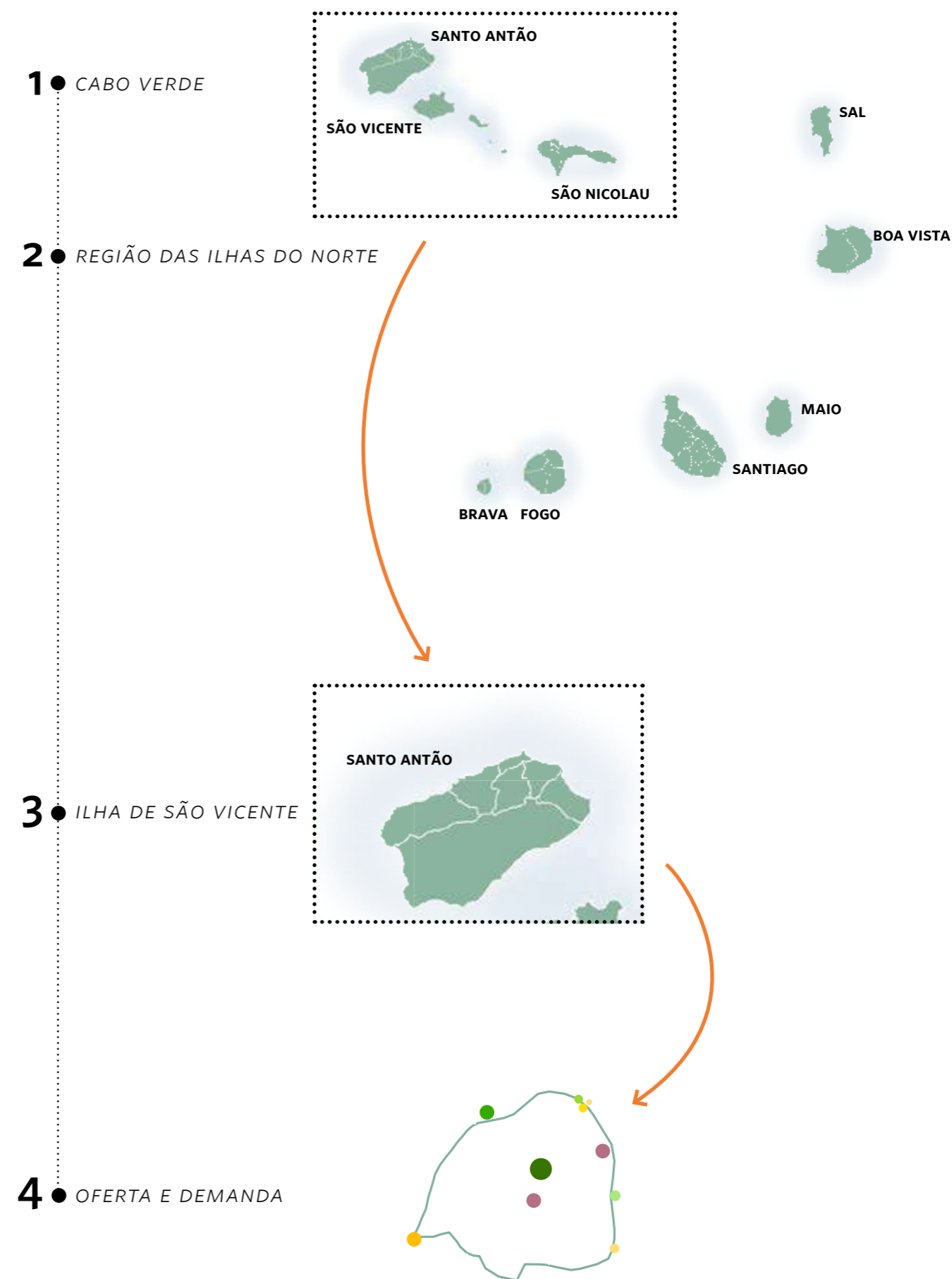
2. DIAGNÓSTICO

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

O diagnóstico foi organizado em 4 escalas de análise: (1) o país - Cabo Verde, (2) a região das Ilhas do Norte, (3) a Ilha de Santo Antão 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 Santo Antão** 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 Santo Antão, com a intenção de auxiliar na compreensão do que os turistas querem e esperam do destino turístico (demanda).

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





2.1. CABO VERDE

2.1.1. CARACTERIZAÇÃO GERAL

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

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

Os principais destinos turísticos de Cabo Verde são as ilhas Sal e Boa Vista, que recebem 76,7% do total de turistas estrangeiros do país. Essas ilhas oferecem hotéis de classe média a alta e instalações de resort, que são do tipo “all inclusive”. Nas demais 7 ilhas, 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.

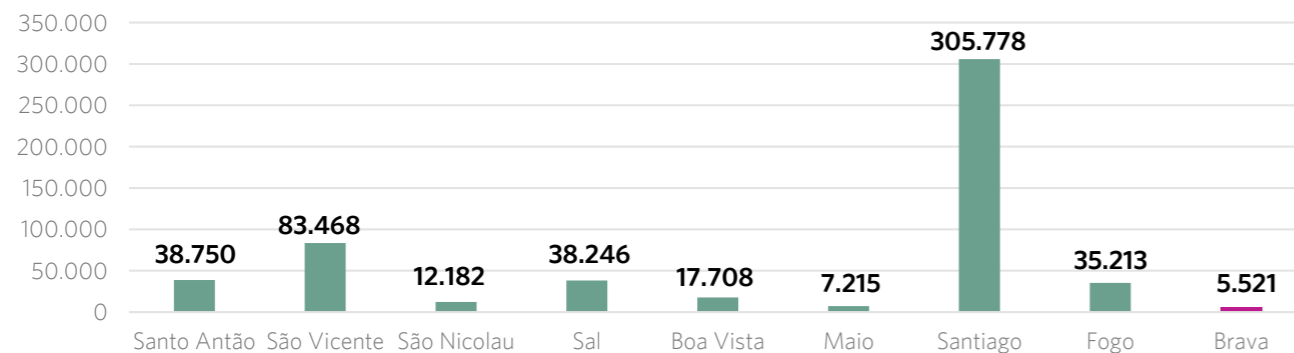
De acordo com o documento Grandes Opções do Plano Estratégico do Desenvolvimento do Turismo Sustentável (GOPETS, 2018), é necessário descentralizar e diversificar o setor de turismo de Cabo Verde para reduzir o impacto nas Ilhas de Sal e Boa Vista devido a concentração de turistas e garantir uma maior 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.

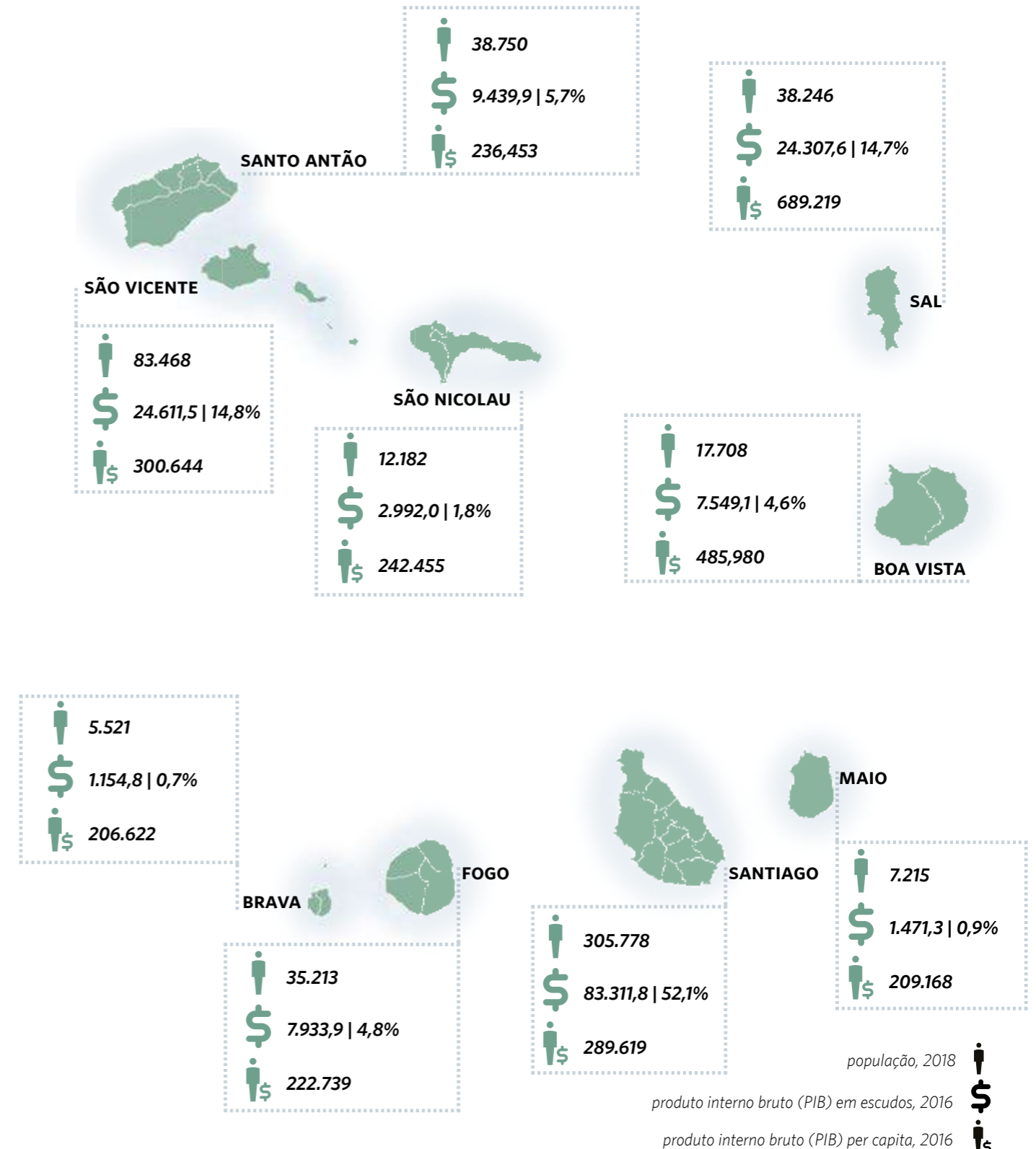
O país é relativamente urbanizado, com cerca de 66% da população vivendo em áreas urbanas (Banco Mundial 2018), sendo o segundo país mais urbanizado na África. A urbanização tem sido impulsionada pelas secas frequentes e a criação de empregos nas atividades relacionadas ao turismo nos centros urbanos.

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."



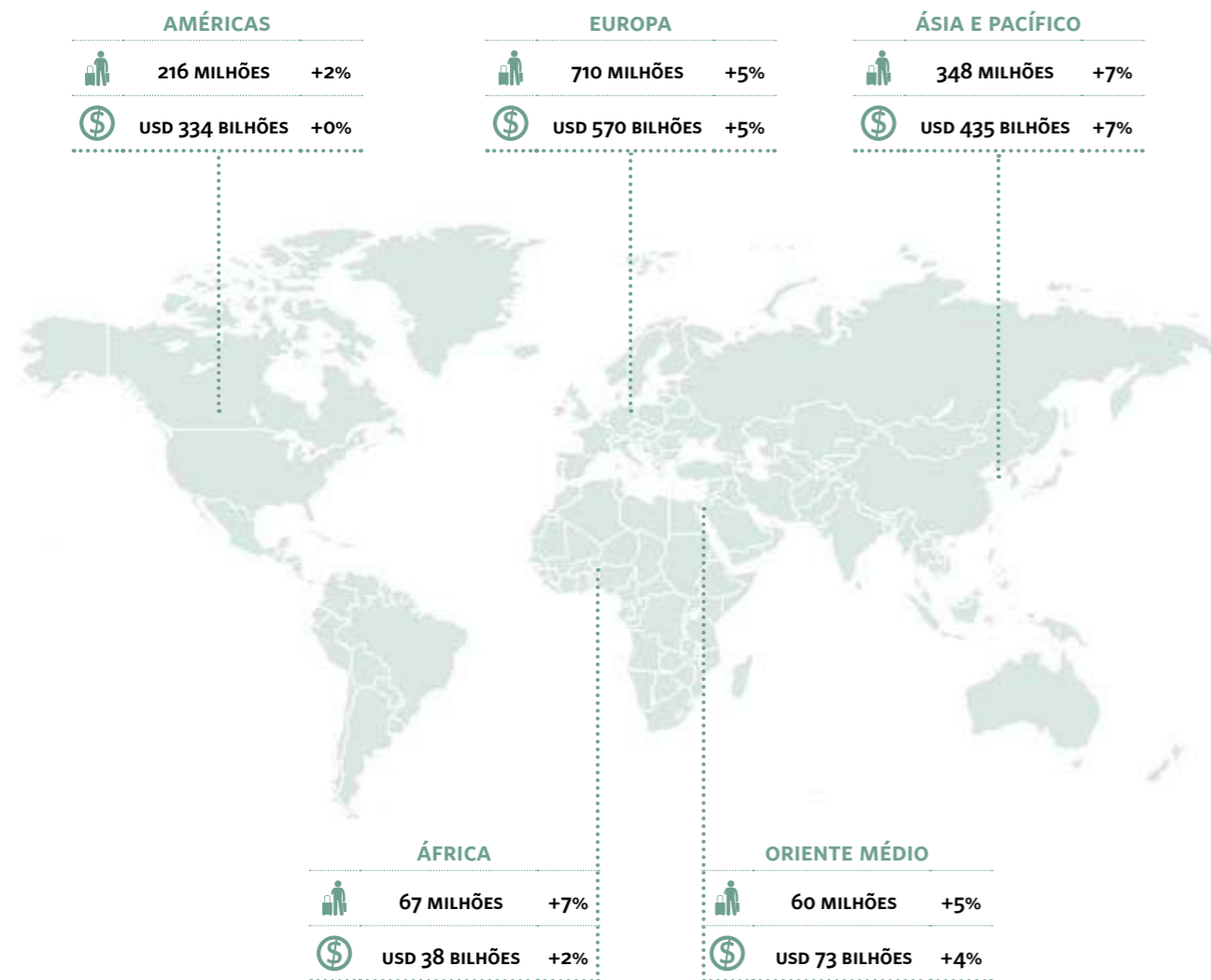
2.1.3. ANÁLISE DO MERCADO TURÍSTICO

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)

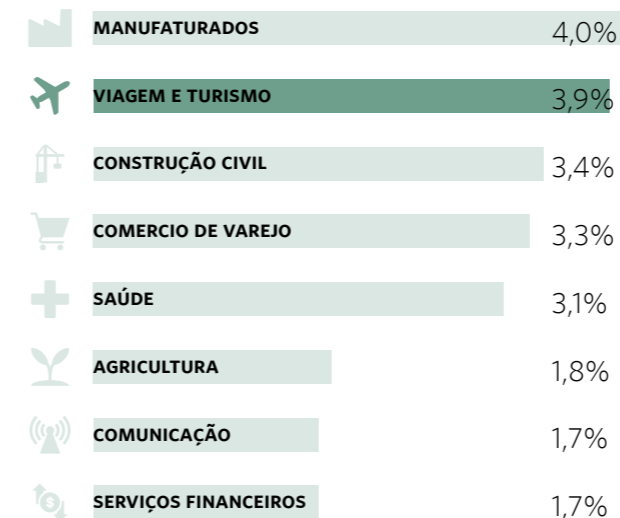


Fonte: Travel & tourism, Economic Impact 2019 World. WTTC

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



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

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.



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.

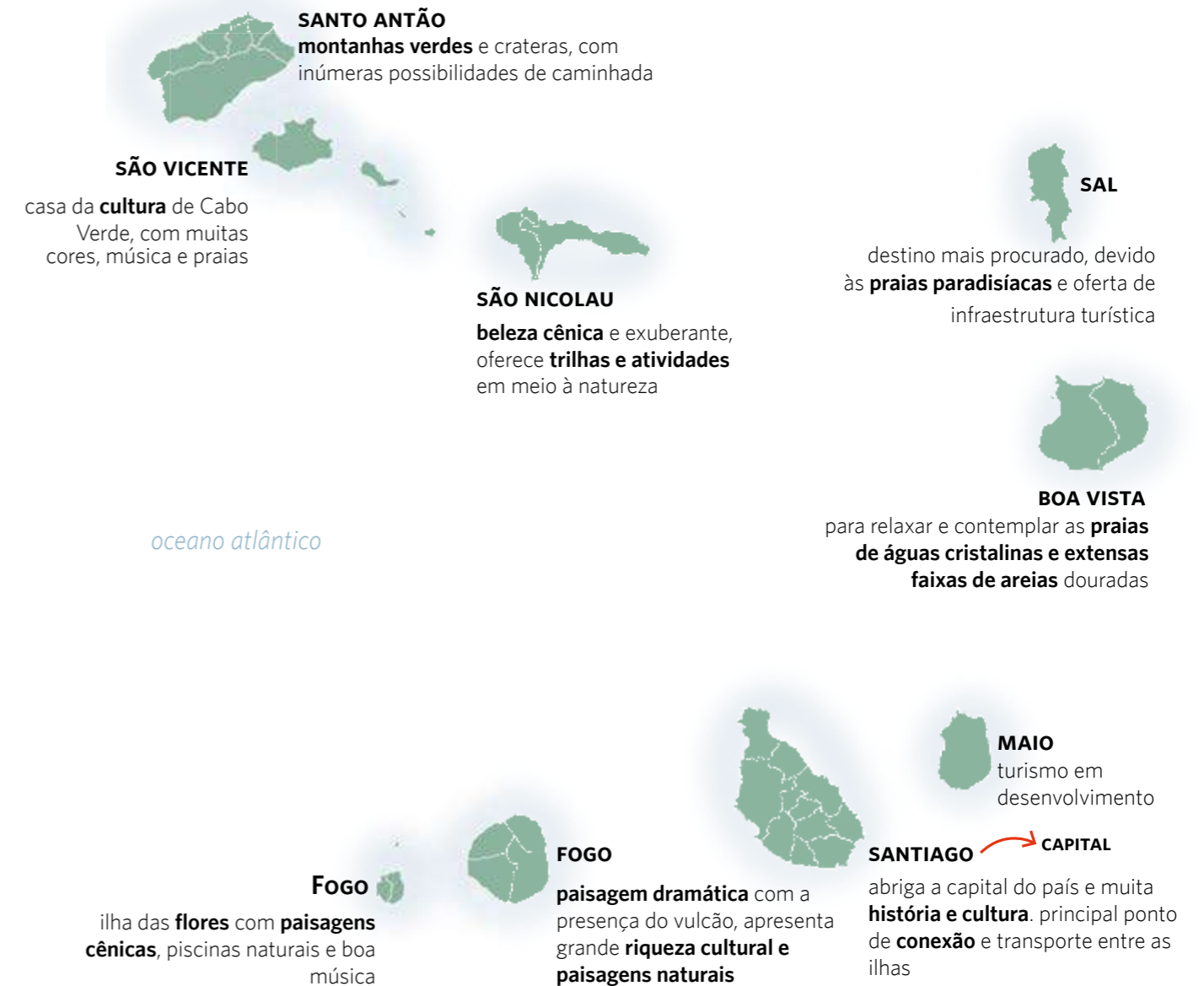
As ilhas de Santo Antão, São Vicente e São Nicolau oferecem cultura, história, montanhas, agroturismo, diversas experiências baseadas nos saberes e fazeres da população local, além de praias, piscinas naturais e belas paisagens de costa.

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.

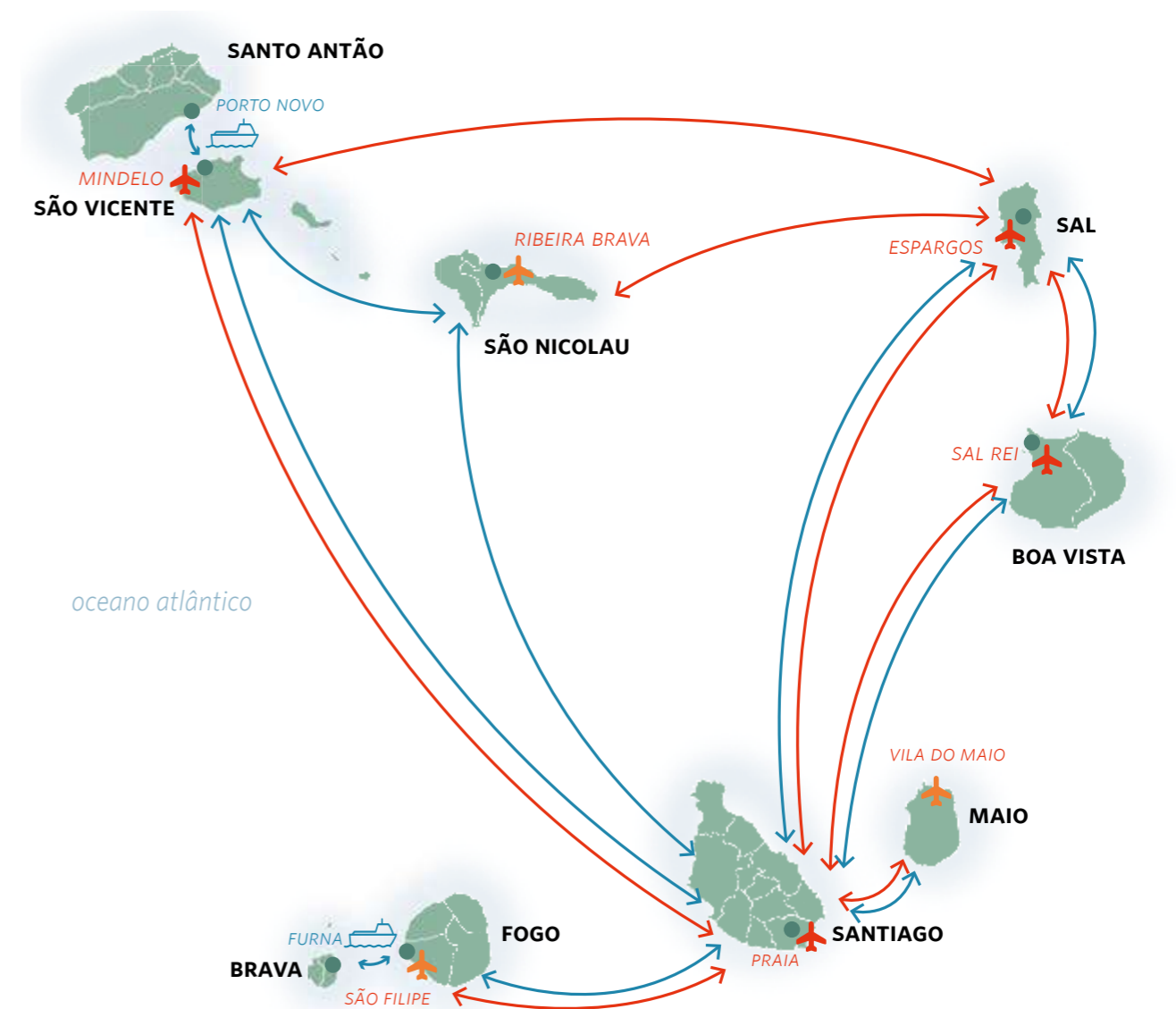
Apesar desta “fácil” conectividade aérea, os voos regulares que chegam ainda são restritos a TACV, Binter, TAP e Air Senegal. O maior desafio para o desenvolvimento de Cabo Verde é a desconcentração de demanda. Preponderantemente, dois operadores (TUI e Thomas Cook) são responsáveis pelo fluxo de Alemanha 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

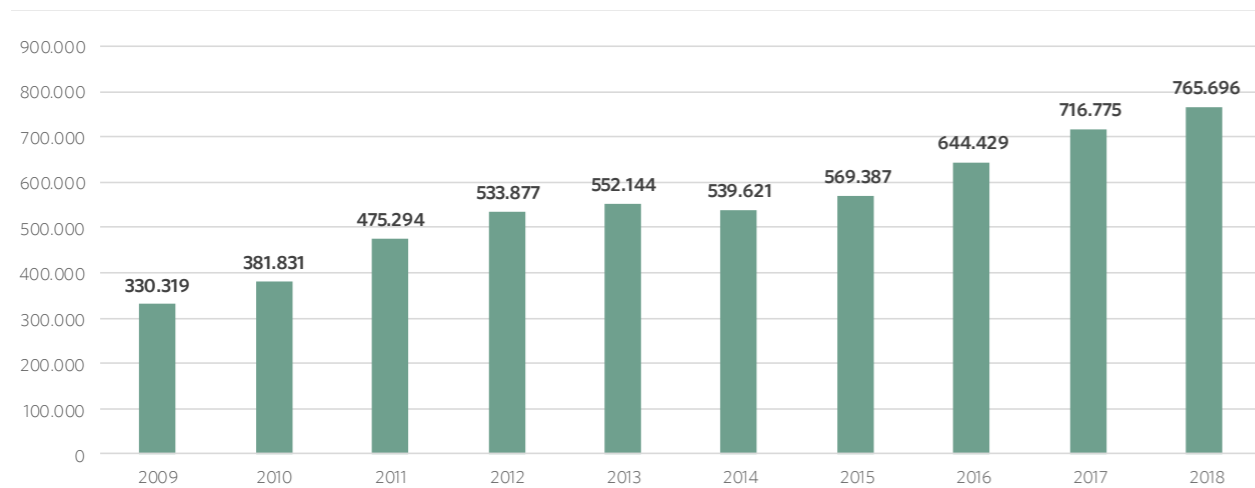


2.1.3.4. DEMANDA TURÍSTICA REAL DE CABO VERDE

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

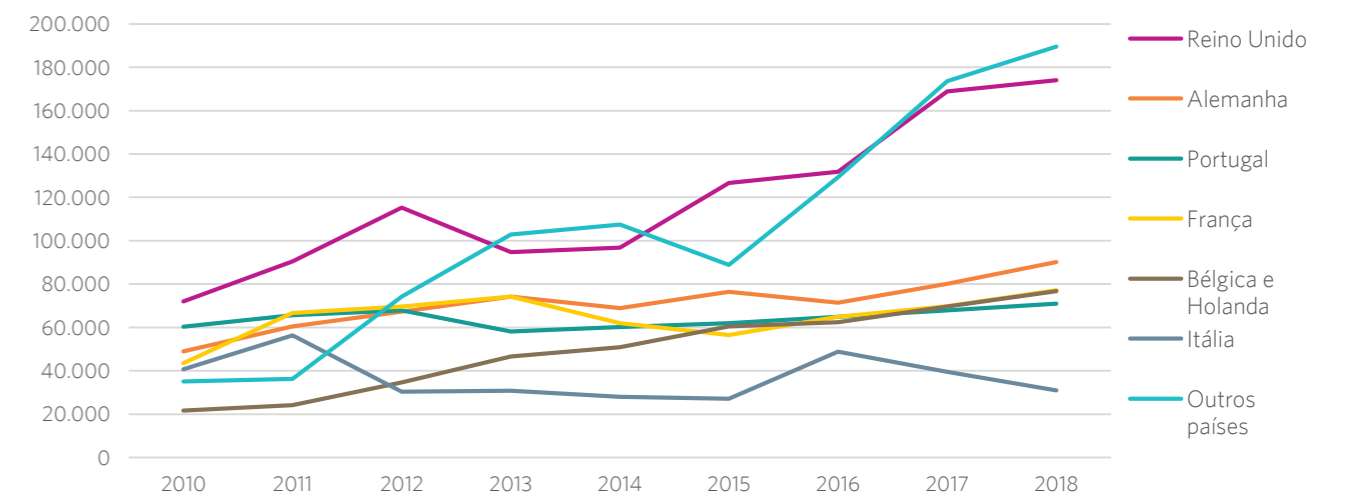


Fonte: INE, Tourism Statistics, Cape Verde

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.

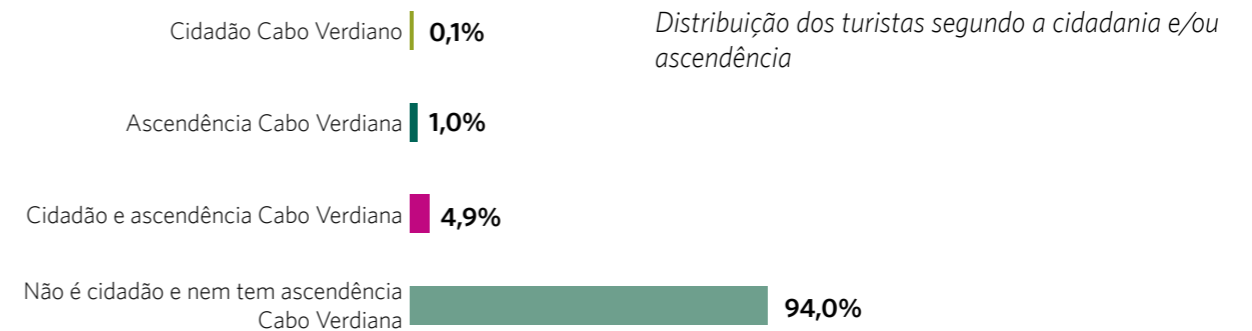
Dentre os turistas que visitam Cabo Verde, destacam-se os europeus, entre os quais os ingleses (Reino Unido) apresentam a maior percentagem, com 22,7%, seguidos dos alemães, franceses, holandeses e portugueses, com 11,8%, 10,1%, 10,0% e 9,3%, respectivamente (dados de 2018). O número de turistas estrangeiros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



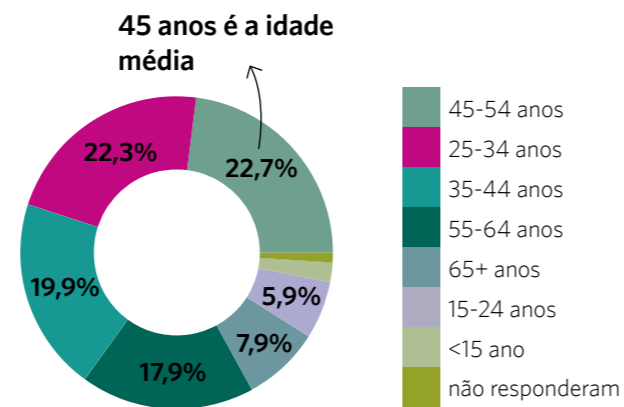
Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018



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.



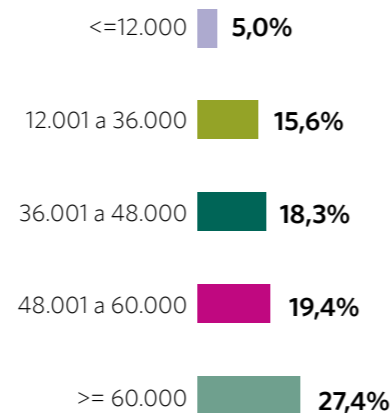
Faixa etária dos turistas de Cabo Verde



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)



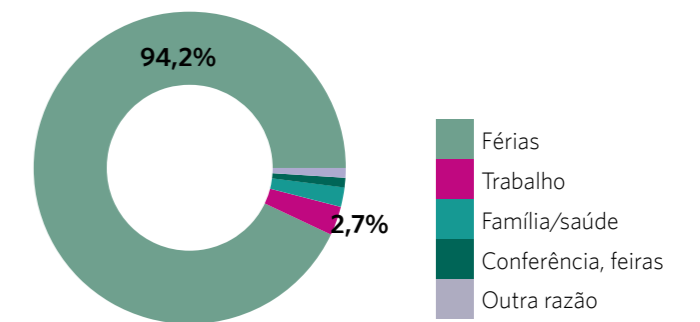
Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

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

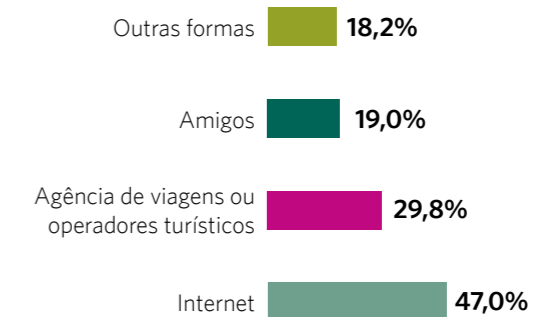


Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

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



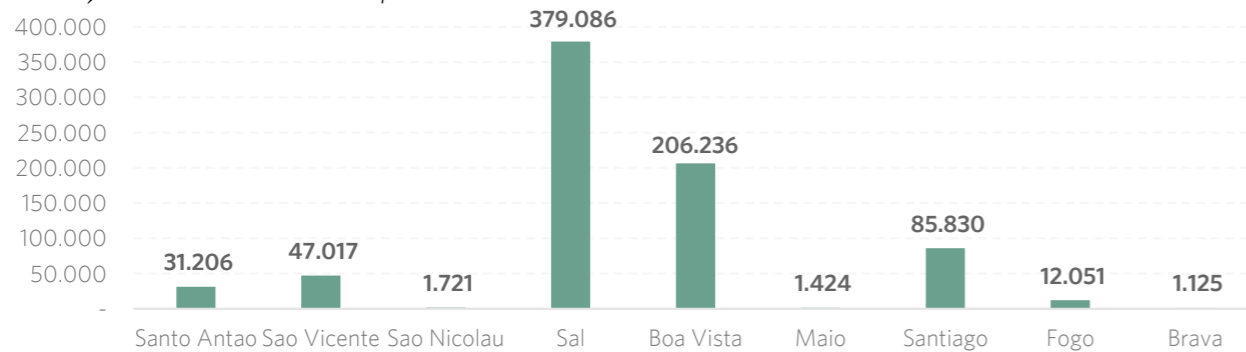
Fonte: INE, Inquérito aos gastos e satisfação dos turistas (IGTS) 2018

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.

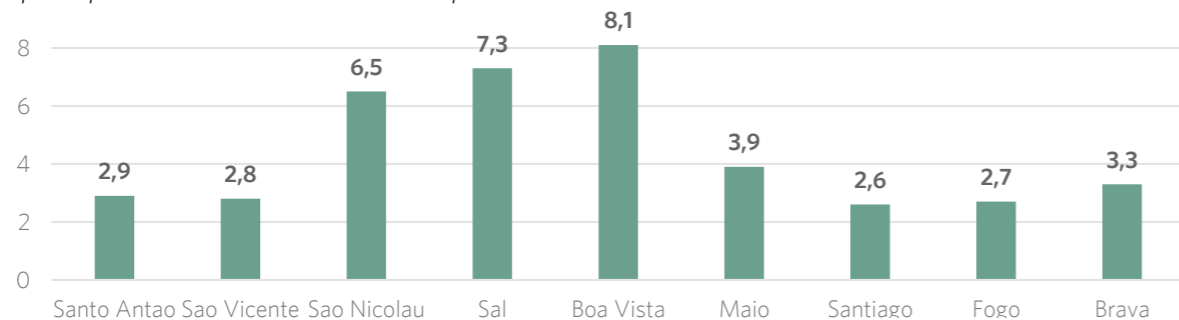
Distribuição do número de turistas por ilha



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).

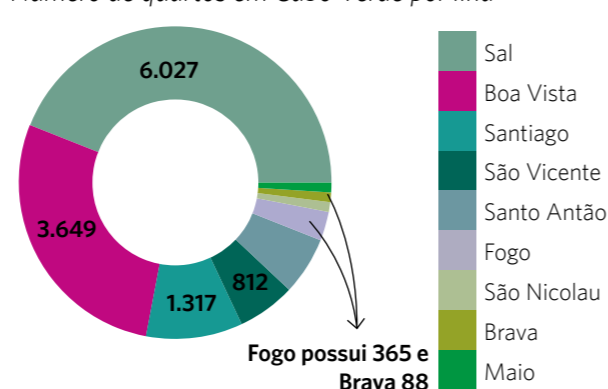
Tempo de permanência médio dos turistas por ilha



Fonte: Tourism Statistics, Cape Verde 2018, INE

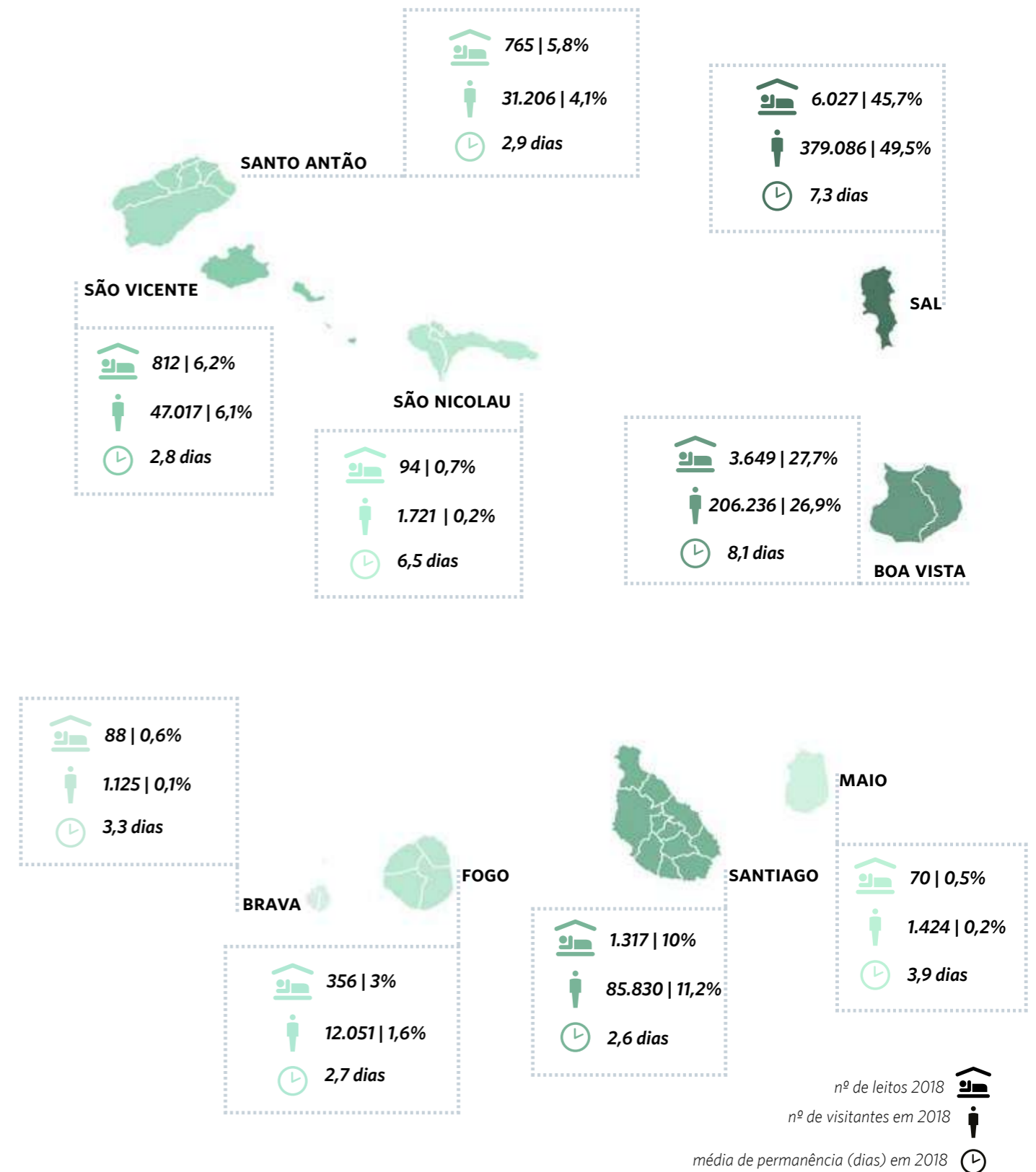
Em termos de estabelecimentos hoteleiros, a maioria dos quartos de Cabo Verde estão nas ilhas Sal e Boa Vista com 6.027 e 3.649, respectivamente, e juntas concentram 73,4% dos quartos do país. De acordo com o Inventário Anual de Estabelecimento Hoteleiro 2018, realizado pelo INE, a média anual da taxa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

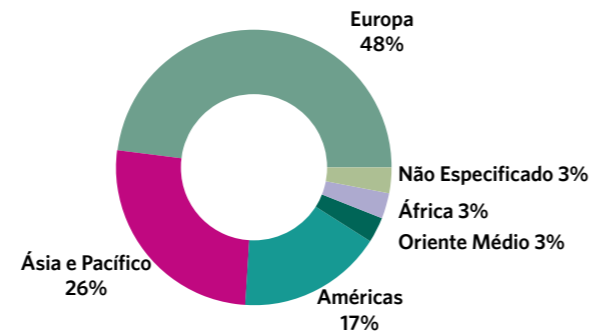


2.1.3.5. MERCADOS EMISSORES E TENDÊNCIAS

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).

Turistas pela sua origem



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, dois são os principais mercados emissores para a **Ilha de Santo Antão: França e Alemanha.**

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, com exceção da França. 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

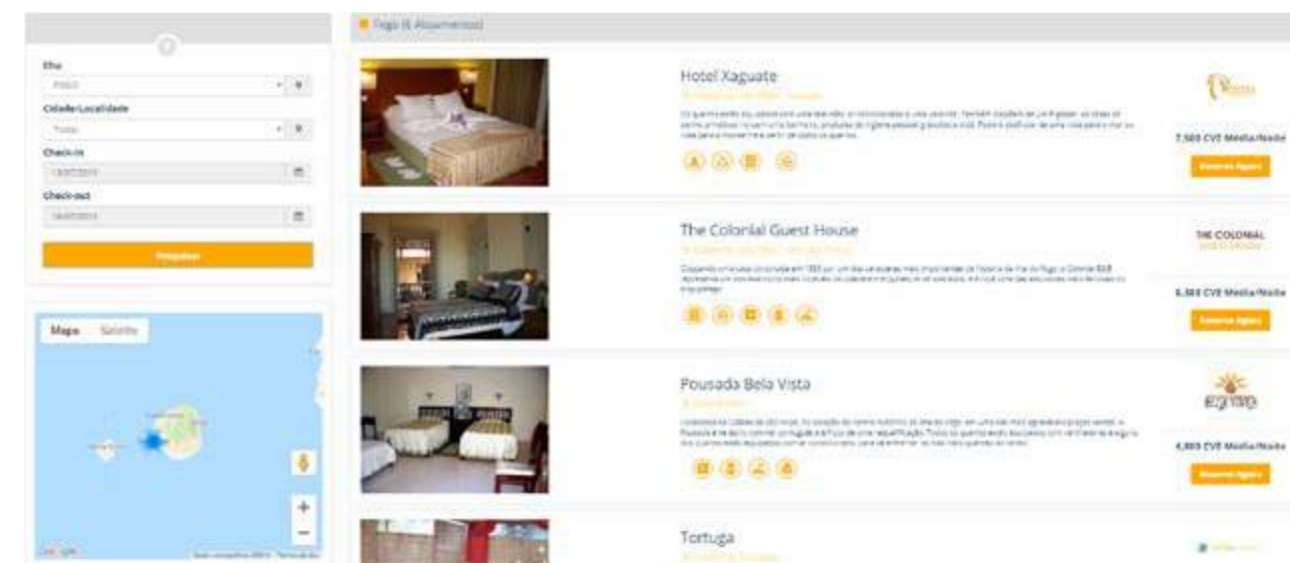
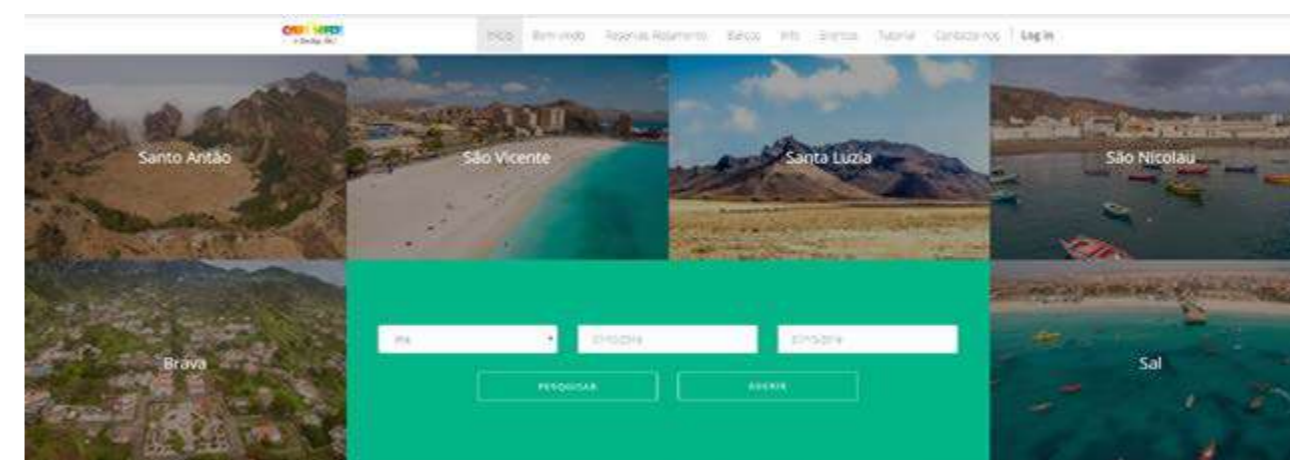


Fonte: Plano Estratégico para o Desenvolvimento Sustentável do Turismo em Cabo Verde 2018-2030

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 SANTO ANTÃO

2.3.1. AMBIENTE SOCIAL, ECONÔMICO E AMBIENTAL

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

O turismo possui um peso econômico pequeno na ilha, porém, com crescimento constante e potencial de ampliação

A Ilha de Santo Antão é a segunda maior ilha de Cabo Verde (779 km²) e se destaca pelos seus aspectos geográficos e paisagens que possibilitam o desenvolvimento de setores econômicos como a agricultura, pecuária, pesca e o turismo. Entre 2007 e 2016, o PIB relacionado com o setor de alojamento e restauração teve um aumento de 233% de arrecadação, sendo o setor com maior crescimento no período.

Em termos de participação atual (2016) no PIB da ilha, o setor de alojamento e restauração responde apenas por 2%, bem atrás de comércio (7%), agricultura e pecuária (18%) e transportes (15%).

De acordo com dados no INE, em 2018, a ilha contabilizou um total de 31.206 hóspedes, ocupando a quinta posição neste indicador, quando comparada com as demais ilhas. Foram mais de 90 mil dormidas no mesmo ano, com uma taxa de ocupação média nos meios de hospedagem de 21%, considerada baixa. Tanto o número de hóspedes quanto as dormidas representam um crescimento de mais de 100%, quando comparados com 2010.

O número de estabelecimentos hoteleiros cresceu em 518% entre 1999 e 2018, chegando a 68 equipamentos em 2018, 26 a mais do que em 2017 - um crescimento de 62%. Santo Antão foi a ilha que teve mais investimentos neste setor em 2018 no país.

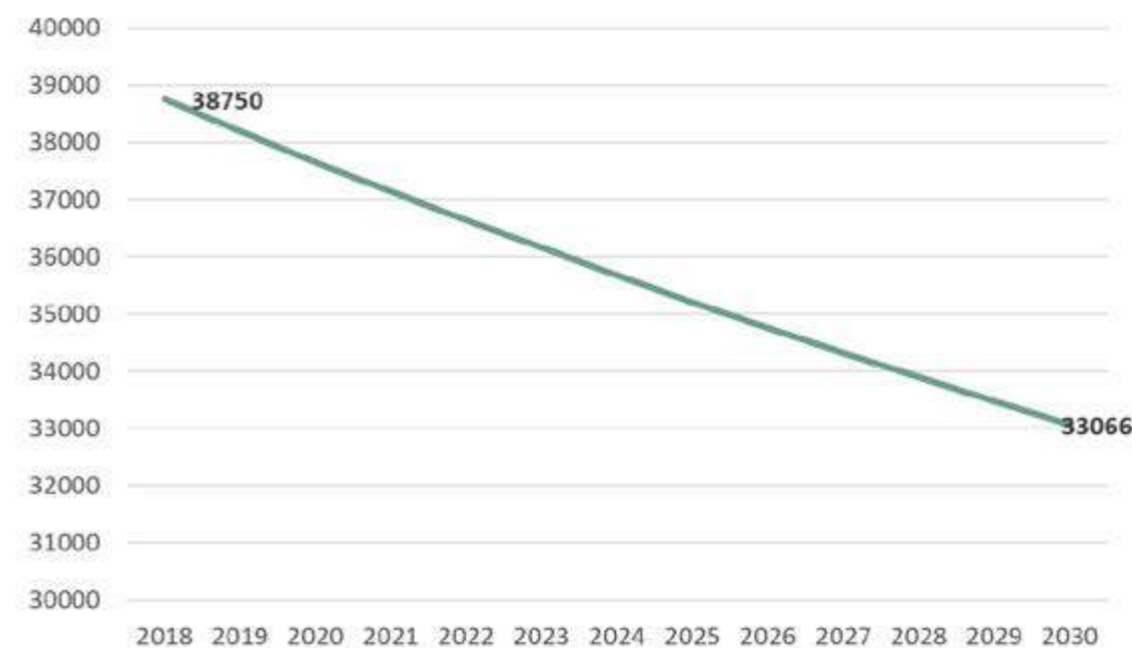
Além disso, é importante destacar que a ilha vem sendo alvo de diversos investimentos estruturantes em termos de energia renovável, abastecimento de água e saneamento básico. Praticamente em todos os vales estão sendo implementados projetos hidro-agrícolas. O Ministério da Agricultura e Ambiente tem a previsão de garantir o abastecimento de água a quase 90% da ilha até 2022, através de um projeto de financiamento de mais de 12 milhões de dólares.

Decréscimo populacional

Sabe-se que o desenvolvimento estrutural e econômico contribui para a manutenção da população local, quanto para seu crescimento, em função de oportunidades de emprego, renda e melhores condições de vida. O desenvolvimento estrutural de outras ilhas e a vocação de Santo Antão para o setor primário são alguns dos fatores que podem contribuir para as taxas de decréscimo populacional, uma vez que há tendência dos moradores saírem em busca de melhores condições de emprego e de vida.

Atualmente, Santo Antão vem apresentando decréscimo populacional a taxas moderadas anuais, na casa de 1,83% entre 2011 e 2018, com tendência de continuidade de decréscimo considerando os dados históricos. Com 38.750 habitantes em 2019, espera-se que em 2030 a população caia para 33.066 pessoas.

Projeção Demográfica para a Ilha de Santo Antão - 2019/2030



Fonte: INE, Relatório Anual de Estatísticas, 2016

Porém, poderá haver inversão desta situação caso novos investimentos sejam realizados localmente, muitos dos quais relacionados ao turismo, como a abertura de novos acessos (aeroporto local) e empreendimentos imobiliários turísticos que, por ora, parecem apenas serem prospecções, sem a concretude de projetos estabelecidos.

Caso este cenário venha a se consolidar, novos moradores em busca de oportunidades de trabalho podem vir a se estabelecer na ilha, bem como o número de residentes deixar de cair. 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.

A densidade demográfica é baixa e ainda não há impactos significativos decorrentes do fluxo turístico, versus a demanda atual de serviços básicos e urbanos da população. Projetos locais como o Raízes focam no desenvolvimento endógeno, o que tem uma contribuição bastante relevante para formar bases de desenvolvimento local que respeitem um tipo de turismo em bases mais sustentáveis no futuro. Assim, certamente as tendências de crescimento do turismo na ilha são moderadas e controladas, o que impacta também a dinâmica demográfica local.

Disponibilidade de capital humano para o turismo

A ilha de Santo Antão possui mais homens do que mulheres. Estima-se que em 2018 existia um total de 7.571 homens (58%) e 5.520 mulheres (42%). A ilha possui uma população razoavelmente jovem, com uma idade média de 39 anos, e tendência de envelhecimento. Assim, a mão de obra local tem características distintas das quais normalmente são parte do perfil absorvido pelo setor turístico: população em idade economicamente ativa e mais mulheres do que homens.



O setor de hospedagem emprega 412 pessoas em Santo Antão, sendo 73% profissionais do sexo feminino e 37% 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.

O sistema educativo na ilha contempla os níveis do pré-escolar, o ensino básico integrado (obrigatório), a alfabetização e educação de adultos e o ensino secundário que no conselho do Porto Novo divide-se nos ramos técnicos e liceal. O acesso e continuidade no ensino secundário é muitas vezes condicionado pela falta de meios e infraestruturas bem como pelas longas distâncias que são percorridas sobretudo a pé. Esporadicamente, são ministrados na ilha formações profissionais básicas visando a preparação dos formandos para o mercado de trabalho ou para a criação do próprio negócio.

Assim, verifica-se que a ilha possui certa restrição de 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.

Pressões sobre a cultura e o meio ambiente

Atualmente, os principais pontos de pressão em torno dos ativos culturais e naturais na ilha de Santo Antão ainda não são decorrentes da atividade turística em si. Projetos como o Raízes contribuem para o fortalecimento da identidade local e da produção como ativos turísticos. Projetos realizados no passado, que fortalecem as áreas rurais para o turismo, também foram bastante relevantes neste sentido. A existência de unidades de conservação, embora ainda com poucas ações efetivas de educação ambiental, monitoramento e gestão de modo geral, também são marcos importantes no território.

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, é salutar o constante monitoramento de fluxos turísticos na ilha, uma vez que a atividade está diretamente relacionada com práticas em ambientes frágeis e de alta interação com a comunidade tradicional rural local. É necessário qualificar as estruturas e atuar no sentido de ordenar as práticas turísticas, de modo a garantir o mínimo de impacto negativo.

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 Santo Antão continue a se posicionar como destino que tem base na sustentabilidade, aproveitando os projetos, iniciativas e movimentos existentes localmente.

Ao lado: Santo Antão | 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 vãos 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.

- 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.

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:

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.



Logo da EHTCV. Fonte: www.santiagomagazine.cv

Formação Contínua

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



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

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>



RAÍZES - REDES LOCAIS PARA O TURISMO SUSTENTÁVEL E INCLUSIVO EM SANTO ANTÃO

Projeto que tem como objetivo promover o turismo sustentável como fator de geração de rendimentos e melhoria das condições socioeconômicas na Ilha de Santo Antão, sendo executado pela ADPM – Associação de Defesa do Patrimônio de Mértola. Procura, através de diversas ações e projetos, diversificar e qualificar a oferta turística com base no patrimônio e na capacitação das OSCs na Ilha de Santo Antão.

Os parceiros executores são: Associação 14 MAIS, ADIRP – Associação de Desenvolvimento Integrado da Ribeira das Patas, Associação Dragoeiro, Câmara Municipal de Porto Novo, Câmara Municipal de Paúl, ISCEE – Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais e; os parceiros associados: Ministério da Economia e Emprego, IEFP – Instituto de Emprego e Formação Profissional, Áreas Protegidas de Santo Antão, Ministério da Agricultura – Delegação de Santo Antão, CNAD – Centro Nacional de Artesanato e Design, Universidade do Algarve. As principais atividades do projeto, que teve início em 2017 e tem previsão de término em agosto de 2020 são:

- Definição de um plano de ação participativo para o turismo sustentável;
- Criação de uma DMO (Destination Management Organisation);
- Criação de centros de interpretação;
- Desenvolvimento de programas turísticos;
- Mapeamento e recuperação de caminhos vicinais;
- Promoção dos produtos locais;
- Criação de um certificado de origem para os produtos da Ilha de Santo Antão;
- Mapeamento do patrimônio natural e cultural;
- Assistência técnica a artesãos e unidades de fabrico tradicionais;
- Definição e sinalização de rotas;
- Criação de um Portal na internet;
- Produção de guia turístico;



Logo. Fonte: <https://adpm.pt/projetos/projetos-a-decorrer/raizes/>



Manutenção da sinalização das rotas. Fonte: <https://www.facebook.com/RAIZESdeSantoAntao/>



Visitação de escola no Centro de Interpretação na Ribeira Grande. Fonte: <https://www.facebook.com/RAIZESdeSantoAntao/>



Curso Agentes de Desenvolvimento. Fonte: <https://www.facebook.com/RAIZESdeSantoAntao/>

- Ações de formação;
- Criação do doutoramento em turismo;
- Realização de ações de sensibilização.

Este é um projeto que mudou de modo significativo a dinâmica do turismo local, fazendo um trabalho de base de extrema importância com as comunidades e criando, de fato, diversos produtos turísticos, além de apoiar sua promoção com a criação de um portal, ações de qualificação, instalação de centros de atendimento com espaço de comercialização de produtos locais, entre outros.

Considerando a dinâmica do turismo na Ilha de Santo Antão, entende-se como fundamental a continuidade de ações desenvolvidas no âmbito do projeto, de modo a consolidar todo o investimento realizado no território, bem como atender as necessidades do mercado turístico, conforme será observado nos capítulos posteriores de oferta e demanda.

Boa parte dos projetos que são sugeridos para este território poderiam ser desenvolvidos no âmbito da rede, que já fez diversas ações de mobilização e fortalecimento dos grupos e atores locais, com um propósito de diversificação e integração, orientado, assim, para um tipo de turismo que se faz essencial em Santo Antão: o turismo sustentável e baseado nas comunidades.

Assistência Técnica
para Artesãos e Unidades de
Fabrico Tradicionais

A quem se destina?
Artesãos e Unidades de Fabrico Tradicionais estabelecidos na Ilha de Santo Antão.

Como pode beneficiar do serviço de assistência técnica?
Deverá solicitar o serviço de assistência técnica por mail, telefone ou presencialmente num dos escritórios locais do projeto RAÍZES (ver contactos).

Contactos

Porto Novo
Sede do projeto Raízes
Tel: 352 20 59 | raizes.adpm@gmail.com

Ribeira das Patas
ADIFP
Tel: 9989802 | raizes.adirp@gmail.com

Ribeira Grande
Associação 14 Mais
Tel: 2212560 | raizes.14mais@gmail.com

Paul
Associação Dragoeiro
Tel: 2231679 | raizes.dragoeiro@gmail.com

www.raizes.adpm.pt
[facebook.com/raizesdesantoantao/](https://www.facebook.com/raizesdesantoantao/)

Divulgação do programa de Assistência Técnica para Artesãos e Unidades de Fabrico Tradicionais. Fonte: <https://www.facebook.com/RAIZESdeSantoAntao/>



2.3.3. ANÁLISE DA DINÂMICA DO TURISMO

Santo Antão é a segunda maior ilha de Cabo Verde, após Santiago. Seu amplo território é repleto de montanhas e vales profundos, repleto de muito verde e áreas rurais, incluindo o acesso a cultivos de cana, papaia, manga, banana, dispostas em sistema de terraços nas encostas das montanhas. É posicionada como o paraíso para a realização de trekking em Cabo Verde, destacando-se as trilhas de maior visitação do Vale do Paul e da Vila de Fontainhas, que já possuem renome internacional e são as mais bem avaliadas de Cabo Verde.

Com um clima ameno, é possível observar aves endêmicas locais, ao longo dos trilhos e nas orlas. Alguns eventos desportivos pontuais como corridas de aventura vem ocorrendo no território. A quantidade de água potável existente na ilha, o que é raro em Cabo Verde, possibilitou o desenvolvimento agrícola local e contribui para o clima fresco, embora existam porções da ilha com clima e paisagens mais áridas.

Diversas ações vem sendo realizadas para estruturar essa experiência como a implantação recente de miradouros, com placas de sinalização interpretativa e que permitem apreciar as belas paisagens dos trilhos e áreas de visitação em meio à natureza, bem como a sinalização indicativa nos trilhos.

Centros interpretativos e de aquisição de artesanato local, mantidos pelo projeto Raízes, estão distribuídos em 3 pontos do território e possibilitam conhecer a história e aspectos chave da cultura, ecossistema e modos de vida da ilha, bem como a existência de instalações privadas ao longo /próximo dos trilhos, onde é possível entrar em contato com a produção de alimentos locais, tomar café, adquirir produtos e realizar hospedagens domiciliares, tornam a ilha um destino focado no Ecoturismo e Turismo Rural.

Há a facilidade de acessar e conhecer pequenos produtores locais, adquirindo itens como geleias, chás, grogue, licores, bijouterias, vestimentas e outros itens, produzidos a base dos insumos locais, cultivados e/ou manejados de modo sustentável, agregando valor à experiência turística e garantindo maior escala de benefícios econômicos para os produtos locais. Além disso, há a existência de “vilas receptivas” com a reprodução em escala humana de casas que são utilizadas para comercialização de artesanato; com espaços para a realização de eventos e pequenos restaurantes/lanchonetes

Há poucas praias propícias para o banho em Santo Antão, tendo em vista sua costa ser bastante rochosa e de difícil acesso, porém, destacam-se as praias de Formosa e Tarrafal, além da existência de algumas piscinas formadas no entorno da costa rochosa, como é o caso da Sinagoga.

2.3.3.1. RECURSOS, EXPERIÊNCIAS E ATRATIVOS TURÍSTICOS

A oferta turística de atrativos, recursos e produtos da Ilha de Santo Antão tem uma maior concentração de elementos baseados na natureza, complementadas por aspectos culturais e históricos. Há quatro principais segmentos e linhas de produtos baseados na oferta que caracterizam a ilha.

Principais Segmentos e Características - Ilha de Santo Antão

Segmentos	Características
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.
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.

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

Diversos elementos compõe 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

BAÍA DE TARRAFAL

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação Banho na praia Piscinas Naturais
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	A baía de Tarrafal se destaca pela beleza paisagística que envolve a agricultura e o mar. Situa-se a 30 km de Porto Novo, possuindo patrimônio arquitetônico, montanhas, praias com areia negra, piscinas naturais e comunidade de pescadores.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Infraestrutura de Apoio Ausência: Sinalização e placas Bom acesso (estradas)
Atividades potenciais a serem realizadas	Mergulho Turismo cultural (grogue) Turismo rural Turismo de desportos náuticos Turismo voltado para tartarugas Trilhas Turismo de montanha Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área



CRUZINHA E CHÃ DE IGREJA

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação Festa de São Pedro Apóstolo
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Cruzinha de Garça está localizada na zona litorânea do município de Ribeira Grande na ilha de Santo Antão. Nela desembocam as ribeiras: do Mocho e da Garça. A área fica a nordeste da ilha, sendo uma Reserva Natural, com endemismos de zona árida e semiárida. Chã de Igreja é uma aldeia da região a qual possui a igreja de São Pedro Apóstolo.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Reserva Natural Aldeia Banheiros Comunidade de pescadores Agricultura Criação (caprino, bovino e asinino)
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo rural Turismo de montanha Desportos náuticos Ecoturismo Trilhas Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área





ESTRADA CORDA

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação Trilhas
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Trata-se de uma estrada empedrada de basalto que dá acesso às cidades de Ribeira Grande e do Paúl. Nela encontra-se um miradouro natural chamado Delgadinho, com vista impressionante e beleza rara.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Infraestrutura de Apoio Ausência: Sinalização e placas Banheiros
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo de montanha Turismo de aventura Ecoturismo



PRAIA CURRALETES

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação Festival de Curraletes Banho (praias)
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Localizada na orla costeira de Porto Novo.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Infraestrutura de Apoio (orla requalificada)
Atividades potenciais a serem realizadas	Desportos náuticos Gastronomia



ESTRADA NOVA

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Inaugurada em 2009, a Estrada Nova litoral Porto Novo-Janela, dá acesso aos municípios de Paul e Ribeira Grande. Possui cerca de 23 km com paisagens singulares, miradouros e praias no caminho.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Farol Presença: Miradouros Praias no caminho Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo de aventura Turismo de montanha Ecoturismo Trilhas





FONTAINHAS



Tipologia Natural e Histórico-Cultural

Atividades/Experiências que são realizadas atualmente Contemplação

Há atrativos similares na ilha? Sim

Breve descrição do atrativo Fontainhas é uma aldeia rural de beleza natural e diversidade paisagística que encantam a todos. Devido a sua originalidade a estrada da cidade da Ponta do Sol para Fontainhas é um grande potencial turístico.

O atrativo compõe algum roteiro comercializado? Não

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

Presença: Aldeia rural
 Natureza agrícola
 Paisagem singular

Ausência: Infraestrutura de apoio

Atividades potenciais a serem realizadas

Trilhas
 Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área
 Turismo rural
 Ecoturismo

JANELA



Tipologia Natural

Atividades/Experiências que são realizadas atualmente Contemplação
 Trilhas

Há atrativos similares na ilha? Sim

Breve descrição do atrativo Na ilha de Santo Antão, encontra-se na região de Paúl, em uma das mais belas regiões de Cabo Verde, a zona piscatória de Janela. Neste local está o Farol Fontes Pereira de Melo.

O atrativo compõe algum roteiro comercializado? Não

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

Presença: Aldeia
 Comunidade de pescadores
 Pedra escrita
 Arquitetura colonial

Ausência: Infraestrutura de apoio
 Sinalização e placas orientativas

Atividades potenciais a serem realizadas

Ecoturismo
 Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área
 Turismo de Montanha
 Turismo Rural



PARQUE NATURAL MOROÇOS / RIBEIRA DA GARÇA



Tipologia Natural

Atividades/Experiências que são realizadas atualmente Contemplação

Há atrativos similares na ilha? Sim

Breve descrição do atrativo O Parque Nacional de Moroços está localizado nos municípios de Ribeira Grande (91,3%) e Porto Novo (8,7%). Compreendido entre as altitudes de 1400 e 1800 metros. A paisagem é rica encostas escarpadas de Cabeceiras da Ribeira Garça.

O atrativo compõe algum roteiro comercializado? Não

Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias
 Presença: Miradouros naturais
 Infraestrutura de apoio
 Ausência: Acesso terrestre (deficitário)
 Sinalização

Atividades potenciais a serem realizadas
 Trilhas
 Ecoturismo
 Turismo de montanha

PONTA DO SOL



Tipologia Natural e Histórico-Cultural

Atividades/Experiências que são realizadas atualmente Contemplação

Há atrativos similares na ilha? Não

Breve descrição do atrativo A cidade de Ponta do Sol está situada ao extremo norte da ilha de Santo Antão. Possuindo um belo patrimônio arquitetônico, a exemplo: Cais Boca de Pistola, Casa Benjamin Cohen, Câmara Municipal, armazém EMPA, etc.

O atrativo compõe algum roteiro comercializado? Não

Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias
 Presença: Aldeia
 Comunidade de pescadores
 Orla
 Arquitetura colonial
 Ausência: Infraestrutura de apoio
 Sinalização indicativa / interpretativa

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



PORTO NOVO



Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Passeio pela aldeia Aldeia cultural Nôs Raiz Praias (banhos)
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	O município de Porto Novo situa-se ao sul da ilha de Santo Antão, contendo duas freguesias: a de São João Batista e a de Santo André. O local destaca-se em relação a biodiversidade (avifauna). Possui porto, aldeia, arquitetura colonial. Tendo como atividades econômicas agricultura, pecuária e pesca. Os afloramentos rochosos de pozolana podem ser observados nas proximidades de Porto Novo, o que confere uma característica paisagística diferencial.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência: Infraestrutura de Apoio Sinalização
Atividades potenciais a serem realizadas	Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área Turismo de montanha Turismo rural Ecoturismo

SINAGOGA



Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação Banho (praia e piscinas naturais)
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	É uma pequena enseada na região de Ribeira Grande, na ilha de Santo Antão. A orla costeira é um grande atrativo turístico devido à história, praia da Sinagoga e paisagem singular.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Aldeias Presença: Comunidade de pescadores Ruínas históricas Bom recolhimento de lixo Ausência: Plano de Gestão de Orla Construção e melhoramento de arrastadores de botes
Atividades potenciais a serem realizadas	Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área



TOPO DA COROA



Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Trilhas
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	O maciço Topo da Coroa compreende o vulcão homônimo com altitude de 1979 metros, incluído ao Parque Natural do Topo da Coroa. Está situado a oeste de Porto Novo e leste de Monte Trigo. Possui altas taxas de endemismos e biodiversidade, com contraste paisagístico de verde e áreas rochosas. De lá, é possível ter vistas panorâmicas das ilhas de S. Vicente e S. Nicolau e dos ilhéus Branco e Raso.
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	Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área Turismo de montanha Turismo ecológico

VALE DO PAÚL



Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação Contato com a Agricultura (cana-de-açúcar, mandioca, café, banana) Miradouros Visita Parque Nacional da Cova Trilhos
Há atrativos similares na ilha?	Sim, no que diz respeito à área de Vale
Breve descrição do atrativo	O Vale do Paúl tem início no Cabo da Ribeira, entre o Pico da Cruz e a Cova do Paúl. Situa-se no município de Paúl e possui a ribeira mais caudalosa de Cabo Verde.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Caminhos pedonais e estradas secundárias Comunidade de agricultores Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização e placas



VALE DA RIBEIRA DA TORRE



Tipologia Natural e Histórico-Cultural

Atividades/Experiências que são realizadas atualmente Contemplação
Trilhas

Há atrativos similares na ilha? Sim, no que diz respeito à área de Vale

Breve descrição do atrativo Trata-se de uma ribeira localizada a nordeste da ilha de Santo Antão, sendo uma das mais sinuosas e caudalosas da ilha. As encostas são aproveitadas para agricultura de banana, cana-de-açúcar, mandioca, papaia, batata-doce. A região ainda possui antigos trapiches de aguardente.

O atrativo compõe algum roteiro comercializado? Não

Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias
 Presença: Aldeias
Parque Natural
 Ausência: Infraestrutura de apoio
Sinalização e placas

Atividades potenciais a serem realizadas Atividades ligadas ao meio rural

VALE DE RIBEIRA GRANDE



Tipologia Natural e Histórico-Cultural

Atividades/Experiências que são realizadas atualmente Contemplação
Trilhas
Canyonismo

Há atrativos similares na ilha? Sim, no que diz respeito à área de Vale

Breve descrição do atrativo O Vale de Ribeira Grande possui paisagem natural muito diversificada e bela. Região montanhosa, onde estão inseridas as cidades de Ribeira Grande e Ponta do Sol. As espécies mais representativas da região são os pinheiros, eucaliptos, acácias e ciprestes. Além disso, é produzida na zona: inhame, cana-de-açúcar, fruta-pão, abacate, milho, mandioca, maçã, feijões, entre outras variedades.

O atrativo compõe algum roteiro comercializado? Não

Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias
 Presença: Aldeias
Agricultura
Trapiches
Ribeiras
 Ausência: Infraestrutura de apoio
Sinalização e placas



VILA DAS POMBAS



Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação Trilhas
Há atrativos similares na ilha?	Sim, no que diz respeito à área de Vale
Breve descrição do atrativo	A cidade das Pombas fica na foz da ribeira do Paúl. Caracterizada pela bela paisagem de mar, montanhas e vegetação verdejante. Além da beleza natural, conta com uma arquitetura contemporânea e uma antiga (casas coloniais).
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Aldeias Orla Estátua de Santo Antônio das Pombas Trapiche do Senhor Ildo Benrós
	Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização e placas
Atividades potenciais a serem realizadas	Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área

PICO DA CRUZ, LENHAL, PÊRO DIAS E COVA



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação Trilhas
Há atrativos similares na ilha?	Sim, no que diz respeito à área de Vale
Breve descrição do atrativo	No território do Vale do Paúl estão compreendidos: Pico da Cruz, Lenhal, Pêro Dias e Cova. Região de melhor qualidade e diversidade florestal de Cabo Verde. Destaca-se o estrato arbóreo de coníferas (pinheiros e cupressos), de grande valor econômico.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Unidade Sanitária de Base
	Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização e placas
Atividades potenciais a serem realizadas	Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área



BAÍA DA JANELA (RIBEIRA DA JANELA E RIBEIRA DE PENEDO)

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Trilhas Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Sim, no que se refere a Vale
Breve descrição do atrativo	Baía composta por enormes altitudes onde nascem: Ribeira da Janela e Ribeira de Penedo. Possui potencialidade para turismo voltada a natureza devido à diversidade biológica, aos caminhos vicinais, sistema agroecológico, área montanhosa.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência: Infraestrutura de Apoio Sinalização e placas

RIBEIRA DA CRUZ

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Ribeira da Cruz, região de Porto Novo, é reconhecida pela riqueza paisagística, de natureza agrícola, com montanhas e aldeia.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização e placas
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo rural Turismo de montanha



JAZIDAS DE POZOLANA DO PORTO NOVO

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Situada na cidade de Porto Novo, constituída por afloramentos de pozolana, por basaltos, piroclastos, fonolitos. Possui natureza vulcânica e formações geológicas exuberantes.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização e placas
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo geológico

VALE DE MARTIENE

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	O Vale de Martiene está situado na freguesia de Santo André e se destaca como área agrícola e pecuária.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização e placas
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo rural Trilhas





VALE DA RIBEIRA DAS PATAS

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Sim, referente a agricultura e vale
Breve descrição do atrativo	O Vale da Ribeira das Patas é em sua maioria um agroecossistema, com grande valor econômico para a região, além de beleza paisagística e manifestações culturais / festividades.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/ necessidades de melhorias	Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização e placas
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo rural Trilhas



VALE DE ALTO MIRA

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Localizado em Porto Novo é caracterizado pela pecuária e agricultura. Com lindas paisagens de montanhas.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/ necessidades de melhorias	Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização e placas Saneamento de qualidade Rede viária (principalmente para escoamento da produção)
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo rural



RECANTO ESTRITIN

Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Situado no vale da Ribeira Grande, na ribeira de Caibros. Destaca-se por uma linda cascata ladeada por montanhas e grutas com estalagmites e estalactites.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/ necessidades de melhorias	Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização e placas
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo geológico Turismo de aventura Trilhas

VALE DE FIGUEIRAS

Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	Situado na ilha de Santo Antão, o Vale de Figueiras é o menos explorado da região.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/ necessidades de melhorias	Ausência: Infraestrutura de apoio Sinalização e placas Vias de acesso
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo de aventura Trilhas





VALE DO MOCHO



Tipologia	Natural e Histórico-Cultural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Contemplação
Há atrativos similares na ilha?	Sim
Breve descrição do atrativo	O Vale do Mocho é uma zona remota de Ribeira Grande, localizada em Cruzinha da Garça, sendo muito visitada por turistas estrangeiros.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Descrição da estrutura de apoio e sua qualidade/necessidades de melhorias	Presença: Aldeia
	Infraestrutura de apoio
	Ausência: Sinalização e placas Vias de acesso (infraestrutura viária)
Atividades potenciais a serem realizadas	Trilhas Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área

LAJEDOS



Tipologia	Natural
Atividades/Experiências que são realizadas atualmente	Atividades desenvolvidas pela ONG Atelier Mar: formação, cerâmica, tecelagem
	Desenvolvimento comunitário através dos recursos locais: agricultura
	Sítio Museológico de Lajedos
Há atrativos similares na ilha?	Não
Breve descrição do atrativo	Trata-se de uma comunidade rural localizada no interior da ilha de Santo Antão, com aproximadamente 900 habitantes. Possui o Projeto de Desenvolvimento Comunitário de Lajedos, implementado pela ONG Atelier Mar.
O atrativo compõe algum roteiro comercializado?	Não
Atividades potenciais a serem realizadas	Turismo rural Contato com a história local e vivências, através de um centro interpretativo que conte a história/relevância da área

2.3.3.1.2. ELEMENTOS IMATERIAIS

Diversos elementos que traduzem os saberes e fazeres locais podem ser experimentados pelos visitantes em Santo Antão. Destaca-se a produção de geleias, pães, café, chás, itens de moda e decoração feitos artesanalmente. Além de serem servidos em restaurantes e cafés locais, estes itens também podem ser adquiridos em lojas locais, bem como no aeroporto internacional de São Vicente, levando a marca de Santo Antão para o mundo. O Projeto Raízes e outras ações anteriores realizadas no território atuaram no sentido de aprimorar esta produção rural local, para que fosse agregada à experiência turística.

A Ilha de Santo Antão ainda não apresenta eventos que tragam fluxo turístico significativo atualmente, embora seja interessante investigar mais a fundo quais eventos populares teriam potencial para atrair visitantes ou até mesmo envolver turistas que já se encontram na ilha por outras motivações.

As festas realizadas tem um caráter religioso/profano/cultural, e em festas maiores como páscoa ou o Festival de Curraletes muitas vezes envolvem gastronomia tradicional e venda de produtos e materiais artesanais, feitos localmente.

Tendo em vista a relevância da produção agrícola local, é bastante interessante que sejam realizadas feiras gastronômicas de pequeno porte, mas como realização periódica, em espaços com fluxo turístico.

Além disso, destaca-se o potencial para a realização de eventos de aventura. Em outubro de 2019 ocorreu a Cabo Verde Triangle Trail, que envolveu Santo Antão, Santiago e Fogo. Estruturado como produto turístico, em forma de circuito de desporto aventura, trail run, foi composto por 3 etapas realizadas num período de 6 dias, desenvolvido pela In Totum em parceria com o Ministério do Desporto e as Câmaras Municipais de São Miguel - Santiago, Santa Catarina e São Filipe - Fogo e Porto Novo, Paul e Ribeira Grande - Santo Antão. A continuidade de eventos desse tipo, bem como outros ligados à aventura, tem o potencial de colocar Santo Antão como um destino forte neste segmento turístico.

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 Nicolau 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 turístico de São Nicolau 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 de trilhas, está implícito analisar que sua representatividade tem um peso significativo para a prática de eventos esportivos ou contato com a produção rural local. No caso de centros históricos, está implícita a representatividade da expressão artesanal, do acesso à produção cultural local, entre outros.

Foram analisados 27 elementos. De acordo com a escala de pontuação adotada, tem-se quatro 4 categorias de agrupamento de atrativos:

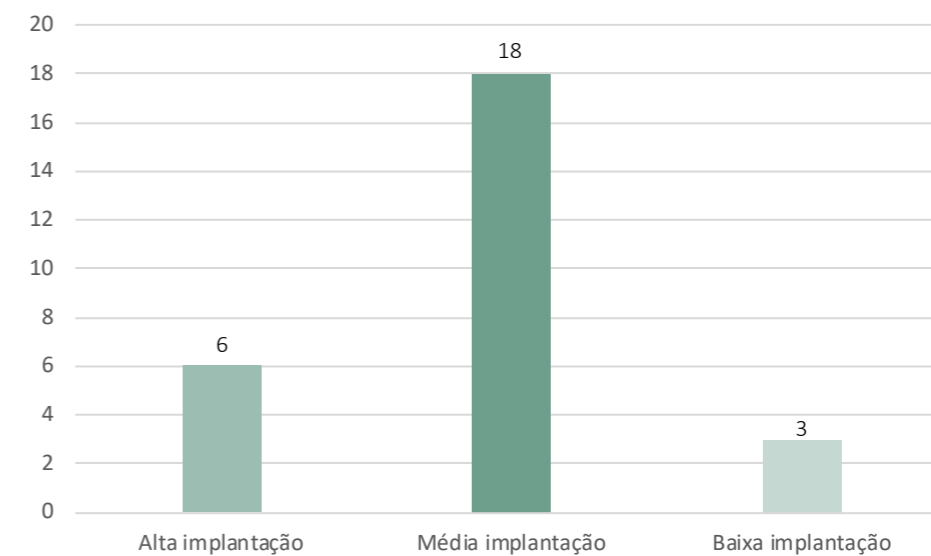
Categorias de agrupamento de atrativos - priorização

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 na categoria “Média implantação”, destacando-se um grupo relativamente interessante de atrativos de “Alta implantação”. Ou seja, a parcela 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. Além disso, atrativos de grande singularidade precisam de melhor estruturação. Com base na pesquisa de demanda, os elementos mais apreciados foram Paúl, Ponta do Sol, Cova e Fontainhas e os menos apreciados: Porto Novo e Ribeira Grande.

Quantidade de atrativos por categoria de priorização



Fonte: Elaboração própria, 2019.

Destaca-se que, por ser um destino voltado ao ecoturismo e ter seus produtos pautados em trilhas que passam pelo meio rural, seria interessante reforçar os diferenciais de cada experiência, destacando trilhas mais ou menos intensas em termos de esforço físico. Além disso, deve-se reforçar eventos e atividades que possam ampliar os tipos de experiências no território, de modo a reforçar a distribuir o fluxo turístico no território, ampliando a conservação e proteção dos elementos mais frágeis do ponto de vista ambiental e cultural.

Estes esforços podem contribuir para o aumento da estadia média, bem como para o retorno dos turistas. Apesar do grau de satisfação e atingimento de expectativas dos turistas ser alto, cerca de 28% acha pouco provável retornar à ilha, o que aponta a falta de fidelização do destino.

Por outro lado, é importante destacar que há uma série de investimentos privados e públicos previstos nestas áreas, o que certamente irá contribuir para que tais melhorias venham a ocorrer. Santo Antão possui características capazes de atrair um fluxo de turistas bastante comprometidos com o território, portanto, ainda pode crescer e se estabilizar como um destino representativo e termos de sustentabilidade e ecoturismo.

Para isso se consolidar, além da qualificação da experiência e diferenciação pelas singularidades, é salutar o monitoramento e controle de visitantes.



Tabela de avaliação e hierarquização de atrativos turísticos da ilha de Santo Antão

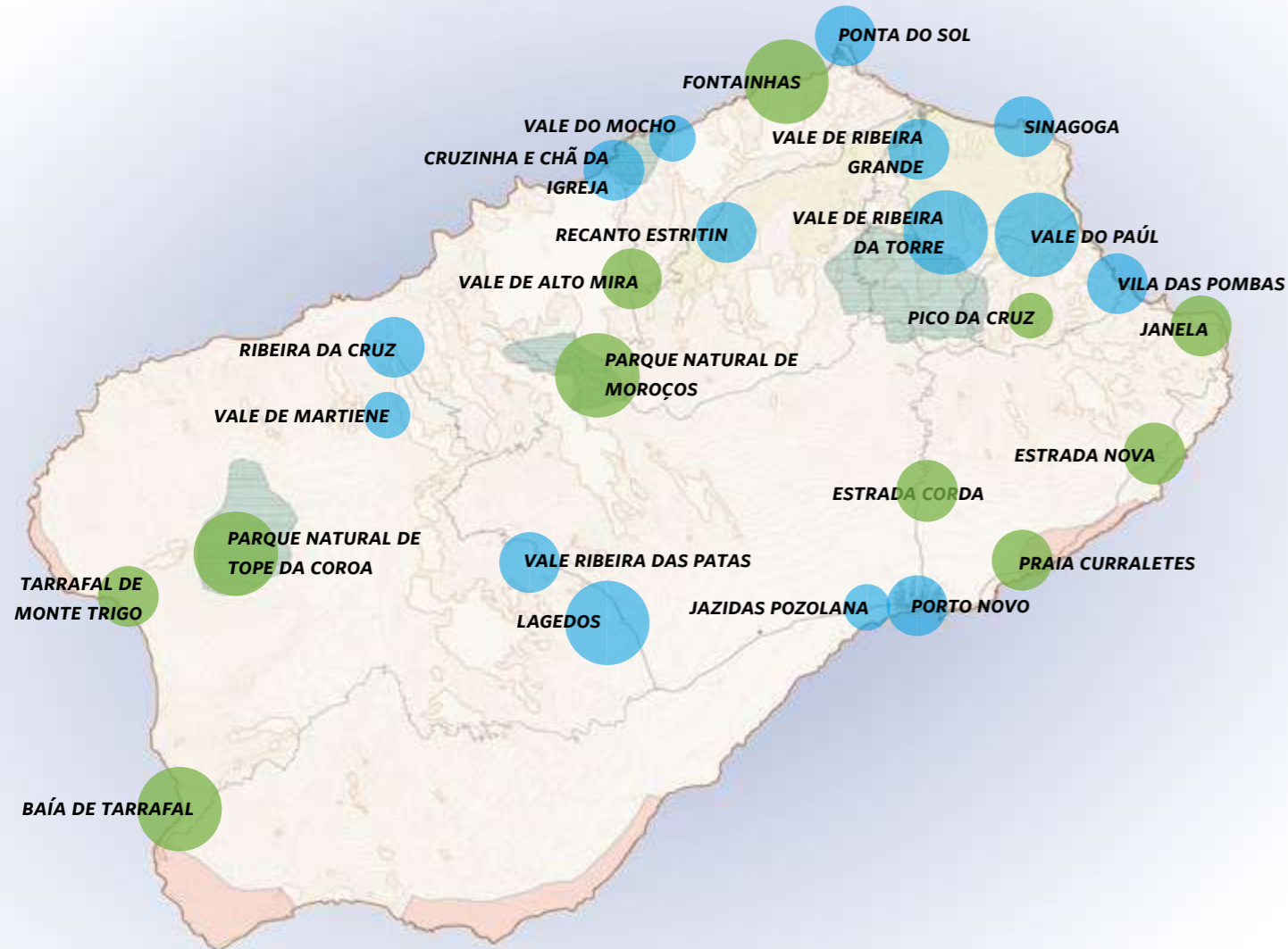
ATRATIVO	POTENCIAL DE ATRATIVIDADE (X2)	GRAU DE USO ATUAL	REPRESENTATIVIDADE (X2)	APOIO LOCAL E COMUNITÁRIO	ESTADO DE CONSERVAÇÃO DA PAISAGEM DO ENTORNO	INFRAESTRUTURA	ACESSO	TOTAL
BAÍA DE TARRAFAL	3	2	3	3	3	2	2	24
PARQUE NATURAL MORROÇOS/ RIBEIRA DA GRAÇA	3	2	3	3	3	2	2	24
VALE DE PAÚL	3	2	3	3	3	2	2	24
VALE DE RIBEIRA DA TORRE	3	2	3	3	3	2	2	24
ESTRADA CORDA	3	2	3	2	3	2	2	23
FONTAINHAS	3	2	3	3	3	1	2	23
TOPO DA COROA	3	2	2	2	3	2	2	21
LAJEDOS	2	2	3	3	2	2	2	21
PONTA DO SOL	2	2	3	2	2	2	2	20
VALE DE RIBEIRA GRANDE	2	2	2	3	2	2	2	19
SINAGOGA	3	1	3	2	1	1	2	19
ESTRADA NOVA	2	2	2	2	2	2	2	18
PORTO NOVO	2	2	2	2	2	2	2	18
PRAIA CURRALETES	2	1	3	2	2	1	2	18
BAÍA DE JANELA (RIBEIRA DA JANELA E RIBEIRA DE PENEDO)	2	2	2	2	2	2	2	18
CRUZINHA E CHÃ DA IGREJA	2	1	2	2	2	2	2	17
VILA DAS POMBAS	2	1	2	2	3	1	2	17
VALE DA RIBEIRA DAS PATAS	2	1	2	2	3	1	2	17

Continuação: Tabela de avaliação e hierarquização de atrativos turísticos da ilha de Santo Antão

JANELA	2	1	1	2	3	1	2	15
VALE DE ALTO MIRA	1	1	2	2	3	1	2	15
RIBEIRA DA CRUZ	1	1	2	2	3	1	2	15
VALE DE MARTIENE	1	1	2	2	3	1	2	15
RECANTO ESTRITIN	1	1	2	2	3	1	2	15
VALE DE FIGUEIRAS	1	1	2	2	3	1	2	15
PICO DA CRUZ, LENHAL, PÊRO DIAS E COVA	1	2	1	2	1	2	3	14
JAZIDAS DE POZOLANA DO PORTO NOVO	1	2	2	1	2	1	2	14
VALE DO MOCHO	1	1	2	2	3	1	1	14

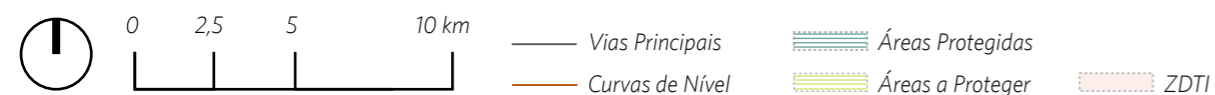


Mapa síntese com os atrativos classificados e hierarquizados



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
- Atrativos Naturais e Histórico-Culturais



2.3.3.1.4. PRODUTOS TURÍSTICOS

Os produtos comercializados localmente na ilha de Santo Antão envolvem tanto as atrações culturais quanto as 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.

SANTO ANTÃO "A DESCOBERTA"

Roteiro que procura apresentar os principais pontos da ilha, mostrando os contrastes paisagísticos. Os pontos visitados são a estrada da Corda, Águas das Caldeiras, Ribeira Grande, Ponta do Sol e terminando no Paúl.

Local do passeio:	Vários pontos
Duração	8 horas
Preço	Sem informação
Principais agências que comercializam	Atlantur
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

SANTO ANTÃO "TERRA DE SABURA"

Roteiro focado na experiência de contato com a natureza e a ruralidade da ilha. A visita envolve a região do Paúl, passeio através dos campos de cana de açúcar e de bananeiras. Visita à Vila das Pombas e ao seu famoso Trapiche. Tem almoço na montanha, em um ecolodge.

Local do passeio:	Região do Paúl
Duração	8 horas
Preço	Sem informação
Principais agências que comercializam	Atlantur
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

CALHAU - DIA INTEIRO

Passeio de um dia pelo Calhau, percorrendo a ribeira, com banho e almoço.

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



PICKUP SAFARI

Aventura em veículo 4x4, com foco na parte ocidental da ilha, indo através das pistas ao encontro de aldeias isoladas, por paisagens vulcânicas, áridas onde se pratica agricultura. Envolve Ribeira das Patas, Chã do Norte, Chã de Feijoal, Lagedos.

Local do passeio:	Vários pontos
Duração	8 horas
Preço	Sem informação
Principais agências que comercializam	Atlantur
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

SANTO ANTÃO "DESCONHECIDO"

Excursão de dois dias, com partida para Tarrafal de Monte Trigo, onde é possível entrar em contato com a aldeia de pescadores, relaxar e tomar banho. Num barco tradicional segue-se por mar para Monte Trigo e, para aqueles que gostam de caminhar, há um trekking para o Topo de Coroa, ponto mais alto da ilha. O roteiro envolve alojamento rural e pensão completa.

Local do passeio:	Vários pontos
Duração	2 dias
Preço	Sem informação
Principais agências que comercializam	Atlantur
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

PASSEIO À CAVALO / PESCA TRADICIONAL / PESCA ESPORTIVA / VELA

A agência Atlantur realiza diversos passeios na ilha que envolvem atividades à cavalo, pesca, passeios embarcados e trekkings curtos, de acordo com a demanda do cliente.

Local do passeio:	Vários pontos
Duração	8 horas
Preço	Sem informação
Principais agências que comercializam	Atlantur
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

MERGULHO RECREATIVO E PROFISSIONAL

Há agências especializadas que disponibilizam mergulhos recreativos profissionais diariamente na ilha, em diversos pontos, de acordo com as possibilidades climatológicas. A empresa Blue Eden atua em 7 pontos de mergulho.

Local do passeio:	Vários pontos
Duração	4 horas
Preço	um mergulho recreativo varia de 44 € a 55 € dependendo dos equipamentos utilizados. Mergulho noturno tem uma média de 70 €.
Principais agências que comercializam	Blue Eden
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

TREKKINGS DIÁRIOS

Diversas agências locais realizam trekkings diários na ilha, passando pelas principais trilhas e circuitos locais.

Local do passeio:	Vários pontos
Duração	4 a 10 horas
Preço	Sem informação
Principais agências que comercializam	Atlantur, Walk Tours, Sabura, Trilhas e Montanhas
Épocas do ano propícias:	Todo o ano

CABO VERDE TRIANGLE TRAIL

Evento estruturado para ser um produto turístico que envolveu, em 2019, corridas de aventura em parques das ilhas de Santo Antão, Fogo e Santiago. Circuito de 10, 17 e 33 KM no Parque Natural da Cova, Paúl e Ribeira da Torre. Podem ser escolhidas formas de participação distintas: a realização do circuito inteiro, em todas as ilhas, com duração de 6 dias; um circuito em 2 ilhas; um circuito em uma ilha ou a escolha de participação em um percurso apenas.

Local do passeio:	Vários pontos
Duração	6 dias, estadia média em Santo Antão de 2 dias
Preço	inscrições variam de 45 € a 25 €
Principais agências que comercializam	Cabo Verde Triangle Trail
Épocas do ano propícias:	Outubro



2.3.3.2. ANÁLISE DA INFRAESTRUTURA E EQUIPAMENTOS TURÍSTICOS

HOSPEDAGEM

Santo Antão possui o maior número de estabelecimentos hoteleiros dentre todas as ilhas de Cabo Verde, comportando 25% da oferta do país, com 71 unidades. Não obstante, tem número de quartos, camas e capacidade baixas, com representatividade em torno de 5% cada, levando à leitura de que a ilha possui uma boa quantidade de pequenos estabelecimentos com presença de poucos quartos.

São encontrados números expressivos de dependências residenciais e pensões para estada, refletindo o impacto do Projeto Rota das Aldeias Rurais, que destina-se a estruturar e qualificar iniciativas empresariais localizadas nas áreas rurais dos três concelhos da ilha.

Tipos de acomodação na ilha de Santo Antão

		Hospedagem	Quarto	Cama	Capacidade
HOTEL	No %	6 8	227 2	309 2	477 2
PENSÃO	No %	31 35	281 30	332 27	500 28
POUSADA	No %	4 40	39 36	69 40	85 39
HOTEL-APARTAMENTO	No %	0 0	0 0	0 0	0 0
ALDEAMENTO TURÍSTICO	No %	3 30	22 4	26 2	35 3
RESIDÊNCIA	No %	27 33	196 28	243 26	348 26
TOTAL	No	71 25	765 5,8	979 4,7	1.445 5,2

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

Além dos estabelecimentos hoteleiros encontrados nas principais cidades, concentrando-se em Ribeira Grande, Porto Novo e Ponta do Sol, em Santo Antão também é possível encontrar uma variada opção de alojamentos nas aldeias.

A rede hoteleira da ilha tem capacidade para receber com conforto uma grande quantidade de turistas, destaque para o Tiduca Hotel, em Ponta do Sol, que com uma decoração elegante e ambiente aconchegante conta com 82 quartos.

As acomodações disponíveis em Santo Antão são conhecidas por oferecerem fartos cafés da manhã



Tiduca Hotel | Fonte: Booking



Casa das Ilhas, Paúl | Fonte: Booking

incluídos no preço inicial. É comum também que possuam pequenos restaurantes em suas dependências, oferecendo almoço e jantar (algumas vezes sob prévia reserva). Alguns estabelecimentos vão além da oferta de quarto/cama, proporcionando também outros serviços para aproveitamento da estada na ilha, oferecendo roteiros para caminhadas, excursões, saídas para pesca esportiva, aluguel de bicicletas e venda e promoção do artesanato local.



Paragem Biosfera do Amor | Fonte: Booking

Grande parte das acomodações de Santo Antão são de propriedade de estrangeiros. A maioria oferece wi-fi e banheiro privativo, além de possuírem piscinas em suas instalações.



Hotel 4 estrelas Santantao Art Resort | Fonte: Booking

De acordo com dados do Instituto Nacional de Estatística, a oferta dos alojamentos na ilha de São Nicolau vem crescendo bastante nos últimos anos, passando de 20 estabelecimentos em 2007 para 68 dez anos depois. A taxa de ocupação que nos anos 2012/2013 alcançou seu auge, superando 30% do total, vem decrescendo, permanecendo atualmente próximo a 20%.

Tendências de crescimento de hospedagem na Ilha de Santo Antão entre 2005 e 2018



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



RESTAURANTES

Santo Antão possui um boa oferta de restaurantes, com aproximadamente 32 estabelecimentos espalhados em vários pontos da ilha, muitos deles fazendo parte dos hotéis e pontos de estada.

As comidas são bastante variadas na ilha de Santo Antão. A cachupa é uma das receitas mais tradicionais e o grogue da ilha é considerado o melhor de Cabo Verde. A culinária de Santo Antão é simples e farta, com muitos ingredientes provenientes de hortas e plantações próprias ou da mesma localidade, resultando em produtos sempre frescos.

Além da culinária 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, alguns oferecendo também o café da manhã. É comum que seja necessário fazer reserva com alguma antecedência. À noite nos fins de semana há música ao vivo nos restaurantes mais movimentados.

Os doces tradicionais como o bolo de mel, além do doce de papaia, merecendo destaque especial os sorvetes caseiros de frutas, normalmente maracujá ou manga.



Cachupa no Bar Esplanada Ady Juju, no Paúl | Fonte: Natureza Urbana



Bar & Restaurante Música do Mar | Fonte: <http://www.musica-do-mar.com>

AGÊNCIAS DE VIAGENS E OPERADORES

De acordo com o Inventário dos Recursos Turísticos e constatação feita na visita de campo, há 10 agências de turismo que abarcam serviços em toda a ilha, também atuando em São Vicente, entre elas: Vip Tours Cabo Verde (Paúl), Osvaldo Santos Souza, Santtur Travel, Atlantur Viagens e Turismo, Amadeus Central and West África, Protur (Porto Novo), AVT Tropictur, Viagitur, TACV e Alsatronic (Ponta do Sol/ Ribeira Grande).

As maioria das agências possui site próprio e são bem atuantes nas redes sociais Facebook e Instagram.

Alguns dos desafios a serem percorridos pelos operadores de turismo em Santo Antão dizem respeito à falta de guias com formação e bom conhecimento da ilha. Foi colocada pelos stakeholders na reunião realizada na ilha durante a visita de campo a necessidade de uma maior divulgação e formação dos guias,



Página da Agência Atlantur | Fonte: <http://www.atlantur.com/site/>

com o objetivo de falarem as línguas dos principais turistas que a ilha recebe: inglês, francês e alemão.

Santo Antão perdeu em dez anos (entre 2000 e 2010) cerca de quatro mil pessoas, correspondentes a 7% da sua população, as quais saíram à procura de melhores condições de vida nas outras ilhas ou no estrangeiro.

Da tentativa de frear essa migração nasce o Projeto Raízes - Redes Locais para o Turismo Sustentável e Inclusivo em Santo Antão, que tem como objetivo principal promover o turismo sustentável como fator de geração de rendimentos e melhoria de condições socioeconômicas da ilha de Santo Antão de modo a diversificar e qualificar a oferta turística com base no patrimônio e na capacitação das organizações das sociedades civis na ilha.

Sob direção do Projeto Raízes estão os dois Centros de Interpretação existentes em Santo Antão, um em Porto Novo e outro em Paúl, onde é possível obter boa informação turística e também sobre o desenvolvimento do projeto, financiado pela União Europeia e coordenado pela Associação de Defesa do Patrimônio de Mértola - ADPM sediada em Portugal com apoio local.

Há ainda a existência do Centro Sete Sóis e Sete Luas, em Ribeira Grande, que promove a cultura local, através de eventos, exposições, oficinas e comercialização de produtos artesanais locais e a Aldeia Cultural Nós Reiz, espaço que visa dinamizar o artesanato local, no quadro de um protocolo assinado com a câmara do Porto Novo.

De maneira geral é boa a representatividade do comércio e divulgação do artesanato local, podendo ser encontrado com facilidade nas principais urbanizações da ilha.



Sede do Centro Sete Sóis e Sete Luas | Fonte: Natureza Urbana



Aldeia Cultural Nós Reiz | Fonte: Natureza Urbana

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.

Na maior parte dos casos, essas infraestruturas precisam de melhorias para atendimento à demanda atual e bem estar da população, visando-se então o atendimento e ampliação a uma demanda turística futura.



ACESSIBILIDADE DO DESTINO

AEROPORTO

A ilha não possui aeroporto ativo. Em Ponta do Sol há ainda a infraestrutura do antigo aeródromo que foi desativado após acidente aéreo. O local apresenta grande potencial para novos empreendimentos ou mesmo ser usado como aeroporto de emergência, necessitando mesmo assim um grande investimento.



Antigo aeródromo em Ponta do Sol | Fonte: Natureza Urbana

Atualmente estão sendo feitos estudos para construção de um novo aeroporto em Santo Antão, iniciados em 2016, com levantamentos orográficos, prosseguindo com a recolha, por uma estação automática, de dados atmosféricos relativos à pressão do ar, temperatura, umidade do vento e precipitações. A estação, instalada nas imediações de Ponte Sul/Casa de Meio, a sete quilômetros da cidade do Porto Novo, zona provável para a localização do aeroporto, tem possibilitado à equipe responsável pela elaboração dos estudos, recolher dados atmosféricos que possam permitir a implantação da obra.

Desde 2003 que a ilha não oferece ligações aéreas, quando do fechamento total do antigo aeródromo com o justificante de não haver aviões dispostos a operar nessa pista, com pouco mais de 500 metros de comprimento e sem condições para ser ampliada.

O tema do novo aeroporto continua sendo bastante polêmico, com parte da população sendo contra e outra à favor, levantando-se a dúvida das reais vantagens e qual escala e características esse equipamento teria.

PORTO

O porto de Porto Novo é atualmente a única porta de entrada de Santo Antão, servindo a toda ilha e podendo receber barcos de longo curso de até 5.000Tdw. Inaugurado em 1962, e expandido entre 2007 e 2013, o porto possui três cais com, respectivamente, 45, 115 e 135 metros. Para o armazenamento de mercadorias, dispõe de um armazém coberto com uma área de 450 m² e uma gare marítima total de 2.000 m². Está equipado com escadas rolantes, permitindo que os passageiros usufruam melhor das condições de embarque e desembarque. Dentro das instalações do porto existem um conjunto de equipamentos como: gruas, tratores, empilhadoras e atrelados que dão suporte às atividades de cabotagem. Oferece também pequenos pontos de comércio e agência de viagens.



Porto de Porto Novo | Fonte: Natureza Urbana

Três companhias operam em Santo Antão: Fast Ferri com seu Kriola, Naviera Armas com o Armas e CV Interilhas. Diariamente operam na linha Porto Grande – Porto Novo – Porto Grande, com três saídas ao dia. Apesar da boa frequência diária de viagens, é motivo de queixa por parte dos stakeholders o fato de haver apenas um destino/ origem para quem quer vir/ sair da ilha. O porto é administrado pela Enapor.

Há ainda pequenos desembarcadouros e/ou arrastadores nas seguintes zonas: Tarrafal, Monte Trigo, Janela, Paul, Ponta do Sol, Cruzinha e Sinagoga.

TRANSPORTE E SISTEMA VIÁRIO

O sistema viário em Santo Antão está bastante condicionado ao caráter montanhoso e acidentado da ilha, não favorecendo a mobilidade a determinados pontos do território. O concelho de Porto Novo dispõe praticamente de uma única via de estrada pavimentada: a que liga a cidade do Porto Novo à Ribeira da Cruz, com aproximadamente 45 km. Como ligação entre Porto Novo e Ribeira Grande, temos a chamada Estrada Corda, de beleza singular e que cruza os três concelhos da ilha. Também conhecida como estrada velha, foi complementada com a inauguração da Estrada Nova, ou da Costa, em 2009, oferecendo mais um meio viário unindo Porto Novo a Ribeira Grande.

A parte dessas duas grandes vias, há apenas mais outras duas com pavimentação na ilha: as estradas que ligam Porto Novo à Ribeira da Cruz e Ribeira Grande à Cruzinha. Os demais caminhos de Santo Antão constituem uma rede de estradas carroçáveis que servem às outras localidades, muitas delas ficando intransitáveis nos períodos de chuva, deixando essas aldeias ainda mais isoladas no conjunto da ilha.

A falta de sinalização, principalmente nas estradas mais remotas, acarreta que em determinadas áreas só consiga trafegar quem já conhece a território, como é o caso da localidade de Tarrafal, onde apenas é possível chegar em veículo 4x4. Toda a parte oeste da ilha fica bastante prejudicada com a falta de mobilidade.

Aos turistas são ofertados como meio de transporte os táxis e alugueis de veículos para condução própria ou já com condutor. Há também os famosos Hiace, transportes de fácil acesso e que se deslocam por quase todas as localidades.

Os caminhos vicinais e trilhos continuam a desempenhar importante papel na locomoção em Santo Antão, visto que entre várias aldeias ainda é o único meio de conexão.



Estrada Corda ou Estrada Velha | Fonte: Natureza Urbana



Trilhos (caminhos vicinais) | Fonte: Natureza Urbana



Estrada Nova ou da Costa | Fonte: Natureza Urbana



ABASTECIMENTO DE ÁGUA

Segundo dados do IMC, a cobertura do abastecimento de água em Santo Antão supera os 80%. Há no conselho de Porto Novo uma Dessalinizadora da Água do Mar, fruto de uma parceria pública privada entre o Estado de Cabo Verde, Câmara Municipal do Porto Novo e a empresa privada Águas de Ponta Preta, SA. Já em Paúl, apesar da disponibilidade de água no concelho ser relativamente abundante, existe constrangimentos geográficos para ampliação da rede de distribuição, pois atravessar as montanhas e vales com a rede de água é bastante oneroso. Nesse conselho, principalmente onde não há acesso à rede, continuam a ser utilizadas as fontes públicas.

Apesar de possuir abastecimento de água superior à média nacional (64% em Cabo Verde), a água oferecida em 60% dos casos não é tratada, acarretando possíveis desequilíbrios na saúde pública.

RESÍDUOS SÓLIDOS

De maneira geral, os núcleos urbanos são limpos, mas o mesmo não pode ser dito dos principais 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.

Realidades distintas perfazem os três conselhos. Nas comunidades rurais, dispersas, a dificuldade de recolha e acondicionamento é latente. É comum deparar-se com a deposição de grandes quantidades de detritos ao longo das linhas de água das ribeiras e nas cercanias das escolas.

A destinação dos resíduos industriais também é preocupante, principalmente os dejetos do fabrico do grogue, de oficinas mecânicas e resíduos hospitalares. Não há separação e acondicionamento específico para esses tipos de resíduos.

No geral, 64% da população conta com acesso ao sistema público de evacuação de resíduos sólidos (contentores), contudo, cerca de 35% se desfazem do lixo doméstico através da queima, enterrando ou lançando diretamente na natureza.

Porto Novo é uma das poucas localidades que dispõe de sistema regular de recolha de lixo, com base em dois caminhões e rede de cerca de 250 contentores espalhados pela cidade e sua região periférica, recolhidos e depositados na lixeira municipal.

Situada nas proximidades de Ribeira Brava, fronteira entre Porto Novo e Paúl, a existência da lixeira intermunicipal de Santo Antão constitui uma grande preocupação em termos ambientais, sendo considerada uma situação atualmente insustentável. Para tentar reverter esse quadro, o Governo estuda a criação de um aterro sanitário para a ilha.



Lixo depositado em área inapropriada | Fonte: Natureza Urbana



Coleta de lixo em Ponta do Sol | Fonte: Natureza Urbana

SANEAMENTO

Pela diversidade da topografia e ocupação do solo, as redes de saneamento em Santo Antão são distintas em cada concelho.

Em Porto Novo o saneamento é ainda deficiente, com menos de 1/4 da população sendo atendida pela rede de esgoto, que é tratada em grandes fossas sépticas compartimentadas situadas próximo à orla, situação bastante delicada em termos ambientais e de saúde.

Atualmente essas fossas já operam no seu limite de capacidade, com o surgimento de efluentes das fossas que seguem direto para o mar.

Em Ribeira Grande, cerca de 80% da população não tem sequer fossa séptica, com a evacuação residual sendo feita próximo às casas ou na natureza e 62% das residências da localidade não possuem casa de banho.

Já em Paúl, cerca de 70% dos domicílios possuem casa de banho, sendo a localidade atendida pela construção de fossas sépticas comunitárias e/ ou individuais onde as condições topográficas permitem. Vale ressaltar que atualmente a maior parte dessas fossas comunitárias já não atendem à demanda devido ao aumento nas ligações.

SAÚDE

Santo Antão dispõe de uma boa cobertura dos cuidados com a saúde, com a presença de um Hospital Regional (em Ribeira Grande) que cobre toda a ilha, além de estruturas públicas descentralizadas em todos os concelhos. Os casos de maior complexidade que não possam ser resolvidos no Hospital Regional são remetidos, regra geral, ao Hospital Central Baptista de Sousa do Mindelo com maior disponibilidade em meios de diagnóstico e especialistas.

Além do Hospital, encontra-se em Ribeira Grande 3 Postos Sanitários, 1 Centro de Saúde Reprodutiva e 9 Unidades de Saúde Básica.

Em termos de infraestruturas sanitárias, o concelho do Porto Novo dispõe de um Centro de Saúde com capacidade de 32 camas, 4 Postos Sanitários e 14 Unidades de Saúde Básica, funcionando diariamente com um agente sanitário de base que prestam cuidados de saúde primários.

Para ambos os concelhos há a prestação de um serviço fixo e também de equipe móvel que se desloca diariamente para as unidades sanitárias de base e às localidades que não estão cobertas pelos equipamentos de saúde.

A ilha ainda conta com 2 postos de venda de medicamentos, localizados nas vilas de Ribeira Grande e Ponta do Sol, além de oferta privada de cuidados com a saúde, com a presença de consultórios médicos, clínicas dentárias e laboratório clínico.



Hospital Regional de Santo Antão | Fonte: <https://www.inforpress.cv/santo-antao-hospital-regional/>



ENERGIA

O setor energético tem passado por grande desenvolvimento na última década, com a construção e posta em funcionamento da Central Única da ilha (em Porto Novo), investimentos na rede de interligação entre os concelhos, a expansão da rede dentro do território e a instalação de pequenas centrais fotovoltaicas, estas últimas localizadas em Monte Trigo e Chã de Feijoal, ambas em Porto Novo.

A micro central fotovoltaica de Monte Trigo é 100% renovável, atendendo cerca de 75 ligações domiciliárias e iluminação pública com mais de 20 luminárias, beneficiando aproximadamente 300 habitantes. Já em Chã de Feijoal, beneficia cerca de 60 pessoas.

Porém, os recursos energéticos da ilha não se resumem apenas à energia elétrica, pois boa parte da sua população rural ainda recorre ao à lenha para a preparação dos seus alimentos e uma parte ainda utiliza o petróleo para iluminação (cerca de 40%).

Em relação ao consumo na ilha, Porto Novo esgota 30% da energia produzida e Paúl, 20%, ficando com Ribeira Brava o maior consumo, com 50% da produção total.



Micro central fotovoltaica de Monte Trigo | Fonte: Inforpress

2.3.3.4. DEMANDA TURÍSTICA NA ILHA DE SANTO ANTÃO

A Ilha de Santo Antão é a segunda maior ilha de Cabo Verde (779 km²) e se destaca pelos seus aspectos geográficos e paisagens que possibilitam além do desenvolvimento de setores econômicos como: agricultura, pecuária e pesca, surgindo o turismo há alguns anos como mais um setor econômico para promover o desenvolvimento local.

A prática de atividades ao ar livre e o agregado de zonas protegidas, parques e reservas naturais induzem a promoção da ilha baseada no turismo sustentável principalmente focado nos segmentos: ecoturismo, turismo rural, turismo comunitário e agroturismo. O turismo cultural a partir dos festejos e manifestações culturais tem destaque no mês de junho, com as festas da romaria e de São João Batista.

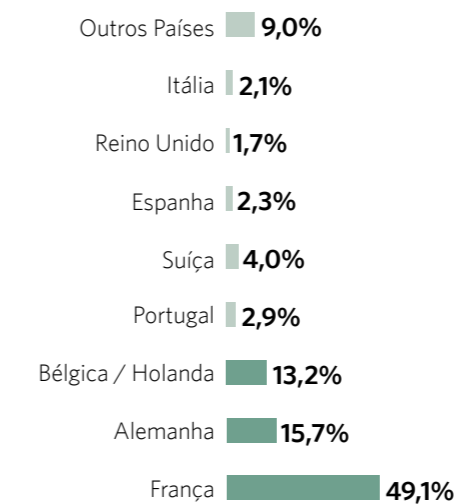
Desta forma, os turistas que chegam à Ilha de Santo Antão têm um perfil diferente dos turistas que majoritariamente chegam às Ilhas do Sal e Boa Vista.

Segundo a pesquisa realizada pelo projeto Raízes (Redes locais para o turismo sustentável e inclusivo em Santo Antão), realizada em janeiro e fevereiro de 2019, foram entrevistados mais de 500 turistas que visitaram à ilha, ao serem questionados o que os motivou a visita os itens que mais apareceram por ordem de seleção foram:

- Estar em contato com a natureza
- Conhecer a tradição e a cultura local
- Apreciar as paisagens
- Fazer caminhadas

Com uma oferta hoteleira de 728 UHs e mais de 900 leitos, recebeu em 2018 31.206 turistas (INE, 2018) e só no primeiro trimestre de 2019 teve um aumento de 6% em relação ao mesmo período de 2018, totalizando 14.486 turistas.

Os principais mercados emissores foram, segundo país de residência: França (49,1%), Alemanha (15,7%) e Bélgica-Holanda (13,2%). Um desenho diferente do panorama dos mercados emissores de Cabo Verde, onde o Reino Unido é o principal.





Importante ressaltar esta mudança de panorama no fluxo dos mercados emissores de turistas para a Ilha de Santo Antão, justamente porque a oferta da ilha está mais relacionada a atividades de natureza, ao ar livre e manifestações culturais, principal foco dos turistas de mercados como França e Alemanha.

PRINCIPAIS RESULTADOS DA PESQUISA DE DEMANDA TURÍSTICA

A pesquisa realizada pelo projeto Raízes traçou um perfil da demanda turística da Ilha de Santo Antão onde se pode identificar como os turistas que viajam a esta ilha tem hábitos de consumo diferenciados dos turistas que visitam as ilhas do Sal e de Boa Vista.

Estas diferenças já começam na motivação de viagem, conforme apresentado anteriormente: os turistas da Ilha de Santo Antão buscam pela natureza e atividades relacionadas à mesma.

As atividades mais praticadas pelos turistas são:

- Praticar atividades esportivas
- Ir à praia
- Visitar monumentos históricos
- Fazer compras
- Participar em atividades culturais

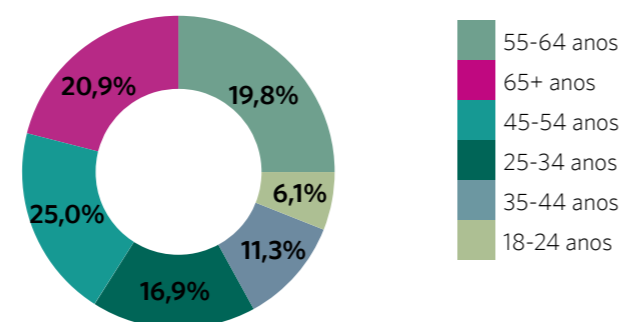
Os atrativos mais visitados pelos turistas foram:

- 1) Caminhos Vicinais
 - 2) Vale do Paúl
 - 3) Montanhas
 - 4) Cova
 - 5) Cidade da Ponta do Sol
 - 6) Vale da Ribeira Grande
 - 7) Aldeia das Fontainhas
-

Os atrativos menos apreciados foram Porto Novo e Ribeira Grande.

Supreendentemente, a faixa etária que mais viaja para a ilha é a de 55 a 64 anos, seguido por turistas de mais de 65 anos (20,9%). São pessoas mais velhas, mas ativas, tanto que o perfil dos turistas da faixa etária predominante (55 a 64 anos) busca atividades ao ar livre, inclusive caminhadas, enquanto os mais jovens (35 a 44 anos) visitam amigos e familiares e os turistas de 25 a 34 anos querem descansar, ir à praia e fazer esportes.

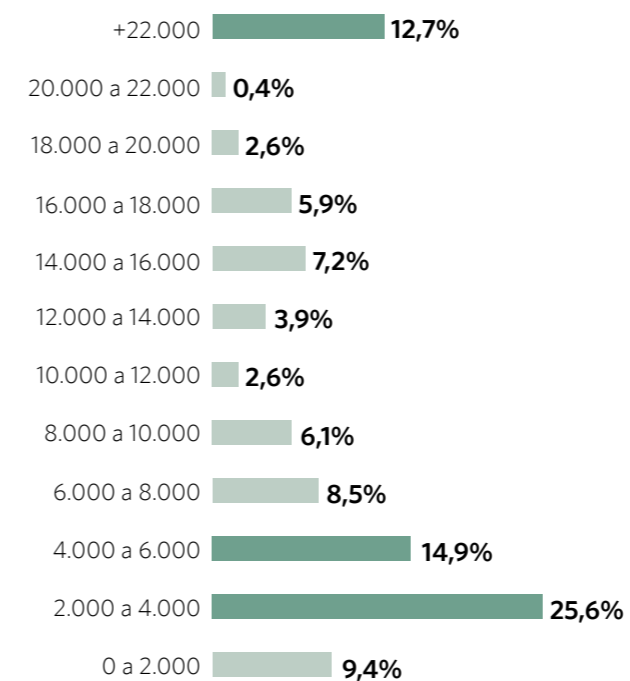
Faixa etária dos turistas de Santo Antão



Fonte: Pesquisa "O Perfil dos Turistas que Viajam à Ilha de Santo Antão", Raízes, 2019.

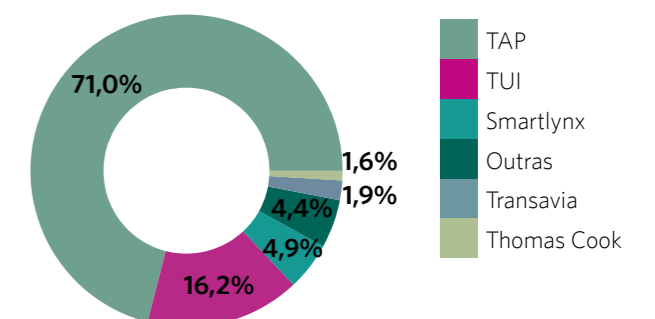
Deste total, 50,9% do estão ativos economicamente e 25,7% são aposentados. Possuem alto nível educacional, onde a maioria (51,9%) tem mestrado ou doutorado com uma concentração de renda média mensal familiar entre 2.000 a 4.000 euros (25,6%), de 4.000 a 6.000 euros (14,9%) e acima de 22.000 euros (12,7%). Estes dados indicam que o turista que chega na Ilha de Santo Antão é qualificado.

Distribuição dos turistas de acordo com concentração de renda média (em Euro)



Fonte: Pesquisa "O Perfil dos Turistas que Viajam à Ilha de Santo Antão", Raízes, 2019.

Companhias Aéreas utilizadas para acesso à ilha



Fonte: Pesquisa "O Perfil dos Turistas que Viajam à Ilha de Santo Antão", Raízes, 2019.

Os gastos diários dos turistas que não viajaram com pacotes triplicam se relacionados aos turistas que compraram pacotes, respectivamente: 13.554 ECV e 4.546 ECV, em Cabo Verde. Já em Santo Antão, os gastos médios diários dos turistas no destino chegaram a 8.055 ECV, com o maior valor gasto para meios de hospedagem, seguido por alimentação e bebidas.

Uma tendência comum no mercado europeu ainda são as compras de pacotes feitas em agências de viagem e isso também acontece com os turistas que viajaram a Ilha de Santo Antão. A maioria dos entrevistados (55,1%) comprou pacote (viagem organizada) em agências de viagens e 44,9% organizaram suas próprias viagens - destes, 81,8% compraram pela internet.

A internet foi a principal fonte de informação que os turistas utilizaram para planejar a viagem para Santo Antão (48,5%), seguido por agência de viagens (40%) e familiares/amigos (29,4%). Isso indica que mesmo realizando a pesquisa prévia pela internet, a tendência dos turistas que compram viagens para Santo Antão é recorrer a uma agência de viagem para finalizar a compra. Este tipo de característica é validado quando ao se apresentar anteriormente os hábitos de consumo do principal mercado emissor a Santo Antão, no caso o francês, se resalta a pesquisa na internet em sites como Tripadvisor e conteúdo dos destinos.

Para chegar à Ilha de Santo Antão, a maioria dos turistas não utiliza a companhia aérea de bandeira do país - Cabo Verde Airlines -, eles chegam prioritariamente de TAP e em voos charters da TUI, além de outras companhias que fazem voos charters ou regulares.



A média de permanência é de 5,38 noites e a maioria das viagens (35,8%) é de curta duração (3 a 4 noites). Apenas 15,2% dos entrevistados pernitoou 5 noites e 14,6% pernitoou 6 noites.

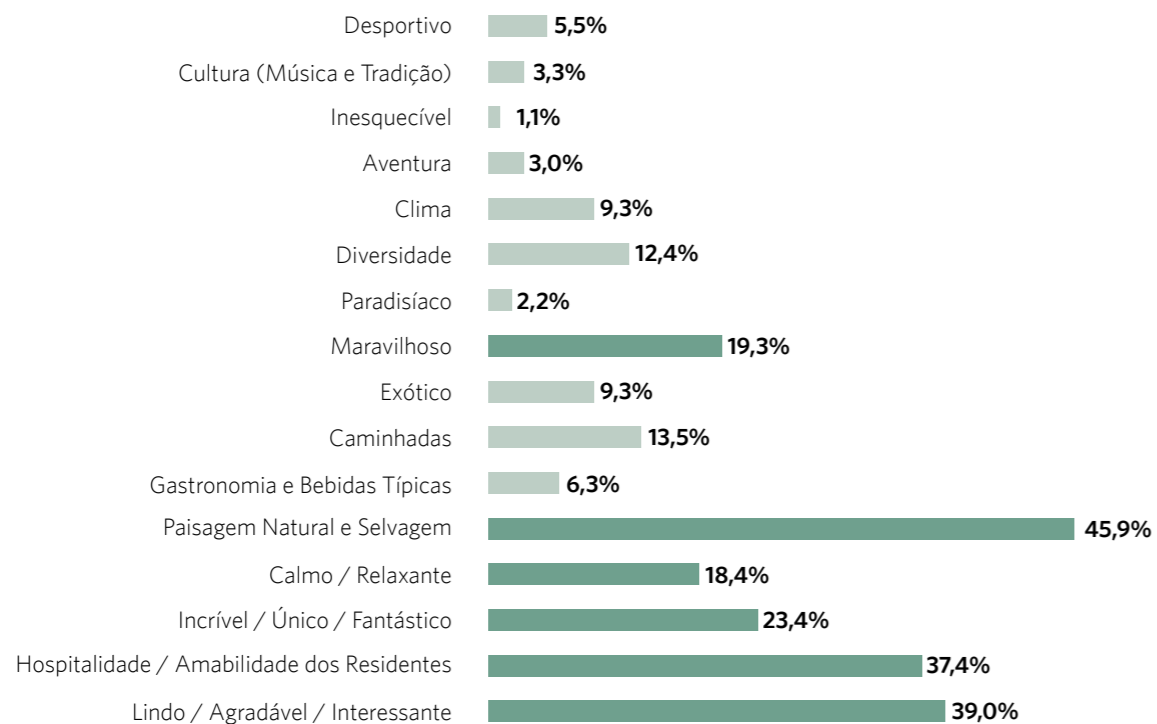
A maioria (39,4%) viaja com a família (companheiro(a)/namorado(a)) - destes, 35,1% chegou à ilha em viagens organizadas (pacotes), no caso dos grupos (21,3%) este percentual foi ainda maior, sendo que 38,1% compraram pacotes. A partir da análise dos dados desta pesquisa, entende-se que a Ilha de Santo Antão não é um destino muito consumido por casais com filhos, o percentual de crianças foi muito baixo entre os entrevistados.

Sobre os hábitos de hospedagem, 50,6% ficaram em hotéis e 7,5% em outros meios - destes, 41,7% se hospedaram em casa de residentes e 37,5% se hospedaram em casa de familiares/amigos. Apesar do percentual de outros meios não ser relevante, merece atenção que a maioria dos turistas se hospedou na casa de residentes, o que retrata um movimento de plataformas de apartamentos compartilhados ou meios de hospedagem alternativos, como Airbnb.

Em relação a satisfação com a viagem, 93,1% ficou satisfeito, 83,5% disseram que a viagem atendeu às expectativas, com destaque para a amabilidade e hospitalidade dos residentes.

Os principais adjetivos em relação a experiência turística foram: paisagem natural e selvagem, experiência linda, agradável e interessante.

Lista de adjetivos relacionados à experiência turística

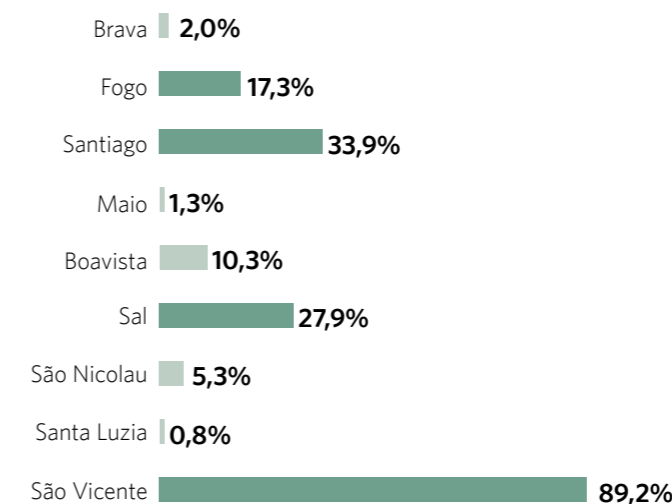


Fonte: Pesquisa "O Perfil dos Turistas que Viajam à Ilha de Santo Antão", Raízes, 2019.

Apesar do grau de satisfação e atingimento de expectativas ter sido alto, cerca de 28% acha pouco provável retornar à ilha, o que aponta a falta de fidelização do destino.

Apenas 23% dos turistas entrevistados visitaram outras ilhas, sendo a mais visitada por eles a Ilha de São Vicente, seguida por Santiago e Sal.

Distribuição dos turistas que visitaram outras ilhas, além de Santo Antão



Fonte: Pesquisa "O Perfil dos Turistas que Viajam à Ilha de Santo Antão", Raízes, 2019.

Um dado muito interessante sobre o fomento à economia local a partir do turismo é sobre as compras de produtos típicos divididos em alimentos, bebidas e artesanato, que estimulam diretamente a economia local. Neste caso, a compra de produtos típicos da ilha, principalmente as bebidas, representaram um volume importante na estrutura das despesas dos turistas. O maior impedimento para que os turistas não adquirissem estes produtos foram as restrições das companhias aéreas e em segundo lugar, a inexistência de locais que vendiam os produtos. Este ponto é muito importante para o fomento e desenvolvimento local a partir do turismo sustentável com foco na comunidade local.

Estrutura das despesas

TIPOS DE PRODUTOS ADQUIRIDOS	VALOR MÉDIO DAS DESPESAS (ECV)				ESTRUTURA DAS DESPESAS (%)			
	Totais por Grupo	Diárias por Grupo	Totais por Pessoa	Diárias por Pessoa	Totais por Grupo	Diárias por Grupo	Totais por Pessoa	Diárias por Pessoa
Alojamento	23.617 ECV	5.051 ECV	17.845 ECV	3.767 ECV	47.02%	46.95%	47.59%	46.77%
Alimentação e Bebidas	13.855 ECV	2.983 ECV	9.823 ECV	2.068 ECV	27.58%	27.19%	26.20%	25.67%
Transporte	9.671 ECV	2.263 ECV	7.611 ECV	1.718 ECV	19.25%	20.63%	20.30%	21.7%
Atividades Recreativas, Desportivas e Culturais	1.031 ECV	216 ECV	761 ECV	152 ECV	2.05%	1.96%	1.96%	1.89%
Compras	1.826 ECV	400 ECV	1.269 ECV	281 ECV	3.64%	3.65%	3.65%	3.49%
Outras Despesas	244 ECV	56 ECV	185 ECV	39 ECV	0.49%	0.51%	0.49%	0.48%
TOTAL	50.226 ECV	10.969 ECV	37.494 ECV	8.055 ECV	100%	100%	100%	100%

Fonte: Pesquisa "O Perfil dos Turistas que Viajam à Ilha de Santo Antão", Raízes, 2019.



Estrutura das despesas realizadas em produtos típicos

TIPOS DE PRODUTOS ADQUIRIDOS	VALOR MÉDIO DAS DESPESAS (ECV)				ESTRUTURA DAS DESPESAS (%)			
	Totais por Grupo	Diárias por Grupo	Totais por Pessoa	Diárias por Pessoa	Totais por Grupo	Diárias por Grupo	Totais por Pessoa	Diárias por Pessoa
Compras:	1.826 ECV	400 ECV	1.269 ECV	281 ECV	100%	100%	100%	100%
Produtos Típicos	1.752 ECV	384 ECV	1.205 ECV	267 ECV	95.79%	96%	94.96%	95.02%
Alimentação	434 ECV	89 ECV	313 ECV	65 ECV	23.74%	22.25%	24.66%	23.13%
Bebidas	921 ECV	210 ECV	632 ECV	147 ECV	50.38%	52.5%	49.80%	52.31%
Artesanato	395 ECV	84 ECV	259 ECV	55 ECV	21,61%	21%	20,40%	19,57%
Outros Produtos	74 ECV	16 ECV	64 ECV	39 ECV	4.05%	4%	5.04%	13.88%

Fonte: Pesquisa "O Perfil dos Turistas que Viajam à Ilha de Santo Antão", Raízes, 2019.

TENDÊNCIA DE CONSUMO DE VIAGENS

CARACTERIZAÇÃO DO PERFIL DA DEMANDA DOS TRÊS PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES

SOCIODEMOGRÁFICO E ECONÔMICO	COMPORTAMENTO DE VIAGEM	MOTIVAÇÃO DE VIAGEM	AValiação E FIDELIZAÇÃO À ILHA
FRANÇA	<ul style="list-style-type: none"> - 6 noites; - Visita repetida (2ª vez); - Visitou outras ilhas (SV); - Agência de Viagem principal fonte consultada. - Viajou na TAP; - Pernoitou em Ribeira Grande; - Principais atrações visitadas: Caminhos Vicinais, Vale do Paúl, Ponta do Sol, Montanhas; 	<ul style="list-style-type: none"> - Estar em contato com a natureza; - Fazer caminhadas; - Conhecer a tradição e a cultura local; - Conhecer a gastronomia local; - Observar a fauna e flora; - Estar em ambiente diferente; - Apreciar paisagem. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ficou muito satisfeito com a visita; - Muito provavelmente recomendará a ilha; - Pouca probabilidade de voltar à ilha.
	<ul style="list-style-type: none"> - Feminino; - 55 a 64 anos; - Empregado; - Licenciatura e Mestrado; - Rendimento entre 2000 a 4000 Euros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Praticou atividades esportivas, praias, compras, monumentos interesse histórico; - Dormiu em Hotel e Casa dos Residentes; - Andou de Autocarro de viagem organizada e taxi; - Não comprou produtos típicos; - Visitou a ilha em grupo; - Adquiriu pacote de viagem pela internet; - Pagou em média 175.959 ECV às AVT; - É o responsável pelo pagamento das suas despesas de viagem; - Despesas Diária Pessoa: 8.594 ECV; - Despesas Total Pessoa: 41.674 ECV; - Despesas Diária Grupo: 10.624 ECV; - Despesas Total Grupo: 50.625 ECV. 	

SOCIODEMOGRÁFICO E ECONÔMICO	COMPORTAMENTO DE VIAGEM	MOTIVAÇÃO DE VIAGEM	AValiação E FIDELIZAÇÃO À ILHA	
ALEMANHA	<ul style="list-style-type: none"> - Masculino; - 45 a 54 anos; - Empregado; - Mestrado; - Rendimento entre 2000 a 4000 Euros. 	<ul style="list-style-type: none"> - 5 noites; - Visita repetida (2ª vez); - Visitou outras ilhas (SV e ST); - Internet principal fonte consultada. - Viajou na TAP; - Pernoitou em Porto Novo; - Principais atrações visitadas: Vale do Paúl, Cova, Caminhos Vicinais, Vale da Ribeira Grande; - Praticou atividades esportivas, praias, compras, monumentos interesse histórico e participou em atividades culturais; - Dormiu em Hotel e Casa dos Residentes; - Andou de Autocarro de viagem organizada e transporte coletivo; - Não comprou produtos típicos; - Visitou a ilha em grupo (família); - Não adquiriu pacote de viagem; - É o responsável pelo pagamento das suas despesas de viagem; - Despesas Diária Pessoa: 8.089 ECV; - Despesas Total Pessoa: 37.513 ECV; - Despesas Diária Grupo: 12.052 ECV; - Despesas Total Grupo: 57.223 ECV. 	<ul style="list-style-type: none"> - Estar em contato com a natureza; - Fazer caminhadas; - Conhecer a tradição e a cultura local; - Conhecer a gastronomia local; - Descanso e Lazer; - Observar a fauna e flora; - Apreciar paisagem. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ficou muito satisfeito com a visita; - Muito provavelmente recomendará a ilha; - Provavelmente voltará a visitar a ilha.



SOCIODEMOGRÁFICO E ECONÔMICO	COMPORTAMENTO DE VIAGEM	MOTIVAÇÃO DE VIAGEM	AValiação E FIDELIZAÇÃO À ILHA
BÉLGICA / HOLANDA - Feminino; - 55 a 64 anos; - Empregado; - Mestrado; - Rendimento entre 2000 a 4000 Euros.	- 5 noites; - Visita repetida (2ª vez); - Visitou outras ilhas (SV); - Internet principal fonte consultada. - Viajou na TUI; - Pernoitou em Ribeira Grande; - Principais atrações visitadas: Vale do Paúl, Cova, Caminhos Vicinais, Montanhas;	- Estar em contato com a natureza; - Fazer caminhadas; - Conhecer a tradição e a cultura local; - Conhecer a gastronomia local; - Descanso e Lazer; - Estar em ambiente diferente; - Apreciar paisagem.	- Ficou muito satisfeito com a visita; - Muito provavelmente recomendará a ilha; - Muito provavelmente voltará a visitar a ilha.
	- Andou de Autocarro de Carreira Regular; - Não comprou produtos típicos; - Visitou a ilha em grupo (família); - Não adquiriu pacote de viagem; - É o responsável pelo pagamento das suas despesas de viagem; - Despesas Diária Pessoa: 6.552 ECV; - Despesas Total Pessoa: 29.741 ECV; - Despesas Diária Grupo: 9.872 ECV; - Despesas Total Grupo: 43.155 ECV.		

MERCADO: FRANÇA

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

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

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

A economia compartilhada é uma importante tendência do consumidor no mercado francês, 80% dos

usuários do Airbnb tendem a ter menos de 35 anos de idade e 62% escolhem esse tipo de acomodação pelo preço.

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

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

TENDÊNCIAS DOS TURISTAS FRANCESES

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

Fonte: Euromonitor International, Expedia Media Solutions, 2017

PRINCIPAIS CONSIDERAÇÕES NO PLANEJAMENTO DA VIAGEM, 2017



Fonte: Expedia Media Solutions, 2017

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

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



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

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

MERCADO: BÉLGICA E HOLANDA

O turismo na Bélgica está reaquecendo 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 longa 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



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

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

O Esquema Regional do Ordenamento do Território da ilha de Santo Antão (EROT) foi aprovado pela Resolução nº 39/2008, de 24 de novembro, e lança as bases do ordenamento territorial da ilha de modo orientador, definindo as estratégias espaciais para o seu desenvolvimento socioeconómico 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 urbanísticos, devendo ser compatibilizado com os Planos Diretores Municipais de Porto Novo, Ribeira Grande e Paul. O documento tem vigência de 12 anos, estando próximo de sua revisão.

No que tange o desenvolvimento do turismo, 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 SANTO ANTÃO: estão localizadas apenas no litoral da ilha e associadas à expansão dos núcleos urbanos preexistentes e a construção de infraestruturas de articulação com o mar, que permitam a criação de novos produtos turísticos. A implantação junto dos espaços urbanos cria sinergias para a resolução de problemas com infraestrutura básica. Propõe-se que sejam reservadas: (1) Chão de Pedra Rachada (aproximadamente 900 ha), (2) Chã de Calheta (aproximadamente 336 ha) da Cidade do Porto Novo, (3) proximidades do Monte Talhado (aproximadamente 170 ha) e (4) Tarrafal (aproximadamente 860 ha).

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 SANTO ANTÃO: toda a orla costeira, uma faixa territorial com largura de 1 km a manter-se em reserva para posterior declaração como ZDTI.

Depois de definidas, essas áreas devem ser melhor ordenadas por meio do Plano de ordenamento Turístico (POT) e/ou Projecto de Ordenamento Detalhado (POD).

O EROT-SA também define as tipologias de alojamentos turísticos para a ilha, tendo como premissa que o aumento da capacidade da infraestrutura deverá se enquadrar nos princípios gerais de ordenamento e adaptar-se ao modelo de desenvolvimento turístico que se pretende para Santo Antão. Devem estar orientados nos seguintes eixos:

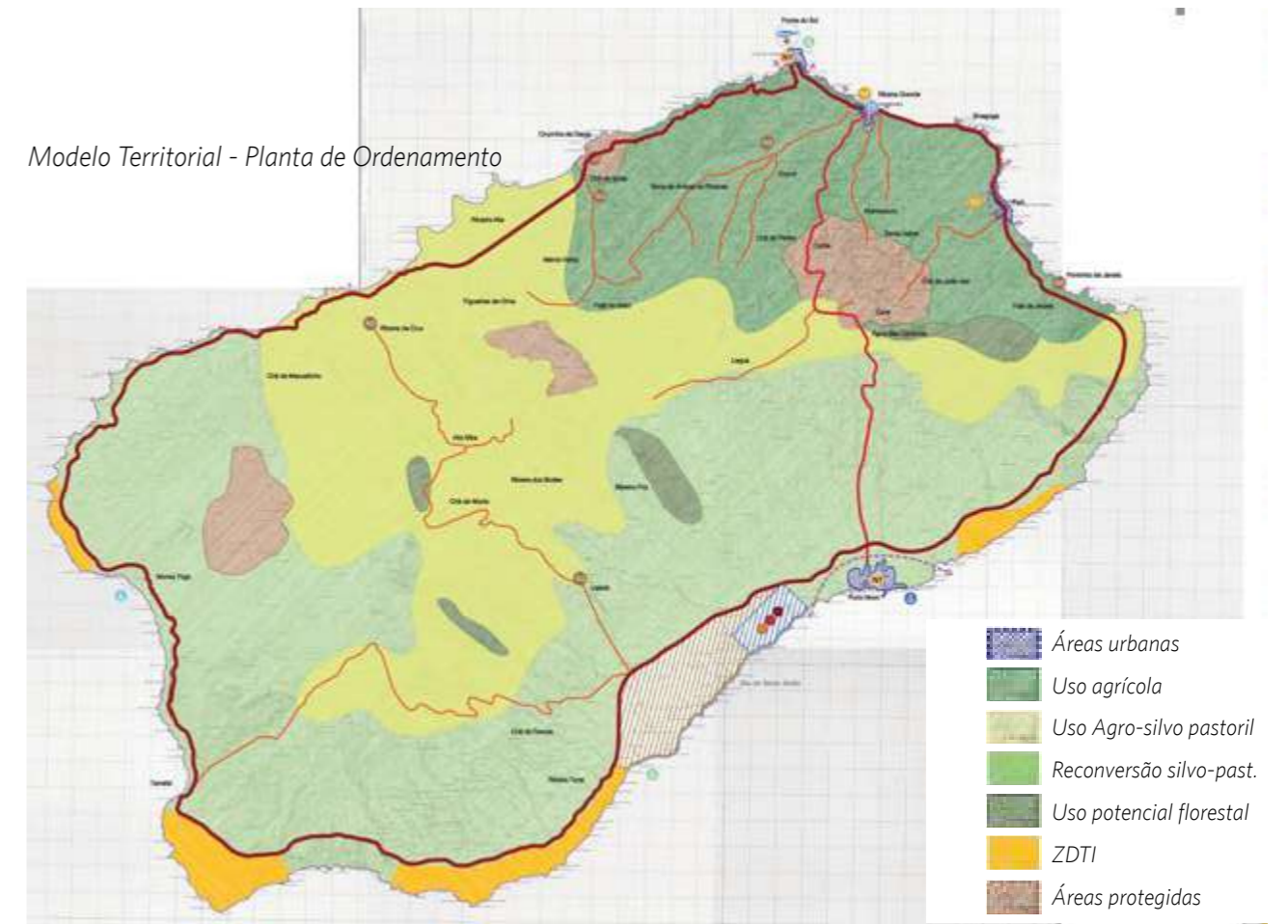
- Resorts: deverão ser autossuficientes em termos energéticos, e auto-contidos em termos de impactos ambientais, além de contribuir para a estruturação do território, criando centralidades específicas;
- Pequenas e médias unidades: deverão ser auto-contidas em termos de impactos ambientais, mitigando seus impactos cênicos. São compatíveis com qualquer classe de espaços do território.



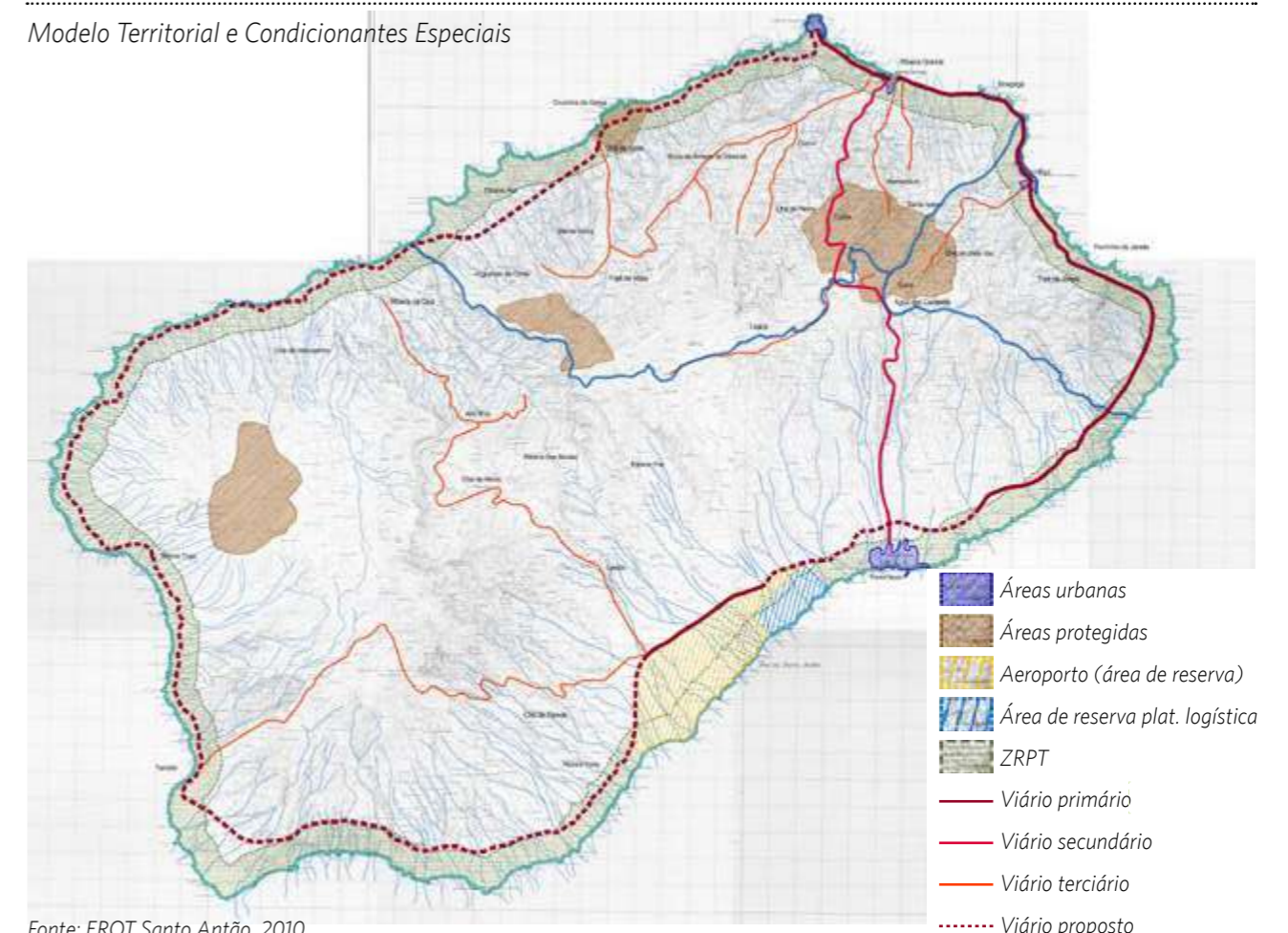
Além das Zonas Turísticas Especiais e Alojamentos Turísticos, existem outros vetores de desenvolvimento previstos no EROT que acabam por influenciar a expansão do turismo em Santo Antão. São eles:

- **Estrutura Viária e Acessibilidade Interna:** o traçado proposto procura não aproximar tanto da costa, assim como contornar os centros urbanos ou aglomerados populacionais, servindo-as, mas sem atravessá-las. Busca também conectar as comunidades da ilha. A mobilidade interna é essencial para a exploração de novos produtos e excursionismo.
- **Acessibilidades Externa – Aeroporto Internacional:** prevê implantação de Aeroporto Internacional em área de reserva, dependendo de estudos de viabilidade específicos e custo de oportunidade. A área de reserva aeroportuária fica em “casa de Meio”, na parte Sudoeste de Porto Novo.
- **Acessibilidades Externa – Portos:** tem Porto Novo como porta de entrada da ilha, prevendo a expansão e modernização do Porto, se transformando em um porto de longo curso, que pode receber ou despachar navios de e para o exterior, particularmente para navios de cruzeiros, sendo implantados serviços de Fronteira, Alfândega e Saúde.
 - Porto de cabotagem: tem como conceito a criação de pontes de mobilidade para agilizar a circulação de pessoas e o fluxo de negócios entre as ilhas. Implantação de dois portos de cabotagem, em cada um dos extremos Norte e Sul da ilha. O porto ao Norte será em Ponta do Sol e o do Sul, em Ribeira Torta.
 - Porto de pesca e de apoio à náutica e recreio: previsto em Porto Novo, Tarrafal de Monte Trigo, Ponta do Sol e Ribeira Torta.
- **Infraestruturas, equipamentos e atividades econômicas localizados na faixa litoral (orla marítima - 80 m):** qualquer atividade, uso, concessão ou construção dentro da orla marítima devem ser analisados sob um instrumento de gestão territorial específico sob responsabilidade do Instituto Marítimo Portuário (IMP).
- **Exploração de Areias:** a extração de areias nas praias da Ilha de Santo Antão deve ser interdita, dada a importância destas para o turismo e o fato de existirem em pequeno número e extensão.
- **Áreas Protegidas:** Moroços (Parque Natural), Cova/Paúl/ Ribeira da Torre (Parque Natural), Tope Coroa (Parque Natural), Cruzinha (Reserva Natural) e Pombas (paisagem Protegida). A proteção dessas áreas tem como intenção promover e atrair o turismo cultural e de natureza, produto muito procurado nos mercados emissores europeus. Devem conter um Plano de Ordenamento e Gestão.
- **Rede Urbana:** é dominada pela cidade do Porto Novo, Povoação da Ponta do Sol e Vilas da Ribeira Grande e das Pombas, onde se verifica a concentração de equipamentos públicos e privados, e população. Os núcleos urbanos foram classificados da seguinte maneira: Porto Novo e Ponta do Sol como nível 1, as Vilas da Ribeira Grande e das Pombas, como nível 2; os aglomerados consolidados e concentrados com mais de 500 habitantes seriam de nível 3 e os demais todos de nível 4, desde que concentrem um mínimo de 50 pessoas. As demais concentrações humanas são consideradas povoamento disperso ou habitações avulsas. Em termos de centralidades urbano-turísticas estão Ponta do Sol e Porto Novo, com funções de alojamento e ofertas turísticas (restaurantes, animação, serviços).
- **Aeródromo de Serviços de Emergência e Proteção Civil:** implantação de aeródromo na Ponta do Sol, no local onde funcionava o aeródromo desativado.

Modelo Territorial - Planta de Ordenamento



Modelo Territorial e Condicionantes Especiais



Fonte: EROT Santo Antão, 2010



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

Santo Antão é a segunda maior ilha de Cabo Verde e está dividida em 3 concelhos políticos/administrativos - Porto Novo, Ribeira Grande e Paúl. É conhecida sobretudo por sua orografia montanhosa e belas paisagens, com o território marcado pelo forte contraste entre a Costa Sul/Sudoeste árida, com características desérticas por influência do Sahel, e a Costa Norte/Nordeste acidentada e rasgada por vales profundos, onde a água permite a agricultura e a arborização.

Com um potencial elevado para o ecoturismo (caminhadas, observação de fauna, ornitologia, turismo no espaço rural) e o turismo de montanha, a ilha possui 5 áreas protegidas, os Parque Natural Cova, Ribeira da Torre e Ribeira de Paul, Parque Natural de Moroços, Parque Natural de Tope de Coroa (maior área protegida do país), Paisagem Protegida das Pombas e Reserva Natural de Cruzinha.

Apesar do grande potencial para o turismo, a ilha enfrenta alguns desafios que tem limitado seu desenvolvimento. Destacam-se a deficiente ligação às outras ilhas do país (Santo Antão é o território insular mais afastado das duas principais "portas" de entrada e saída de Cabo Verde, os aeroportos de Sal e Praia, e possui apenas ligação marítima direta com sua vizinha São Vicente); a insuficiente rede viária que limita uma melhor exploração de toda a ilha para o turismo; 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 Santo Antão, tendo como foco o desenvolvimento turístico do local:

INFRAESTRUTURA

- Construção de aeroporto em Santo Antão para complementar rede de aeroportos insulares de Cabo Verde, com a implantação de rede viária que o conecte aos principais núcleos urbanos da ilha.
- Implantação de infraestruturas de evacuação, dotadas de heliporto com sinalização adequada em Ponta do Sol, para facilitar as evacuações de emergência.
- Adequações e melhorias nos serviços do Porto Novo, que se destina ao tráfego de fast-ferry, abastecimento e transferência de produtos. O porto deve ser preparado e ampliado, se necessário, para acolher atividades pesqueiras e desportivas, contando com instalações de conservação das capturas e admitir usos de caráter recreativo.
- Os núcleos de serviços insulares da ilha são: Porto Novo e Ribeira Grande. Estes devem atender às necessidades de âmbito insular, sendo dotadas de equipamentos de saúde, ensino, desportos, administrativo, cultural, transporte público, além de serviços intermunicipais.

TURISMO

Em termos de segmentos turísticos, a DNOT estabelece que Santo Antão tem potencial para:

- Turismo de litoral (zona sul da ilha), 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 atractivos 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 Porto Novo e Ribeira Grande, com pequenos estabelecimentos (inferiores a 250 camas), tendo como público-alvo turistas que pretendem conhecer ambiente cultural da cidade, visitas de negócios ou institucionais.
- Turismo rural e ecológico (zona norte e central da ilha), que acontece em comunidades rurais e centros históricos, diretamente ligados aos recursos do território e constitui uma forma de melhorar o rendimento das famílias locais. Para os alojamentos são aproveitados edifícios de valor arquitetónico ou antropológico. Os estabelecimentos podem ser do tipo hotéis rurais (M 50 camas) e casas rurais (M 12 camas). Fica autorizado o estabelecimento em casa familiar. Em qualquer caso, deverá ser garantida a qualidade da oferta.

Por razões de interesses ambientais e dadas as condições topográficas da área, dever-se-á desclassificar a ZRPT ao norte de Monte Trigo e ajustar a delimitação da ZRPT de Tarrafal.

MEIO AMBIENTE

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

Há de se destacar que existem outras diretrizes estabelecidas na DNOT, que são de extrema importância para o ordenamento da ilha.

2.3.4.3. PLANOS ESTRATÉGICOS MUNICIPAIS DE DESENVOLVIMENTO SUSTENTÁVEL (PEMDS, 2019)

O Plano Estratégico Municipal de Desenvolvimento Sustentável foi realizado de maneira participativa, envolvendo diferentes atores da sociedade dos municípios. Todos os programas previstos pelo plano são correlacionados ao Plano Estratégico de Desenvolvimento Sustentável (PEDS) de Cabo Verde e aos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) do PNUD.

O documento traz um detalhado diagnóstico do município, abrangendo diversas áreas e questões pertinentes ao seu desenvolvimento. A seguir serão apresentados os principais aspectos identificados no plano que podem ser agregados no Master Plan de Turismo, de forma a criar sinergia entre os documentos e ações propostas.

PAÚL

COOPERAÇÃO INTERNACIONAL NO MUNICÍPIO

A Câmara Municipal tem acordos de cooperação com as seguintes instituições: Almodôvar; Benavente; Sernancelhe; Odívelas; Tomar; Gavião; Governo de Portugal; Embaixada da República Checa em Lisboa; Câmara Municipal de Bertrang, Luxemburgo; e Escolas Politécnicas, Institutos e Universidades.

Estes poderão, no futuro, também ser parceiros para implementação de alguns projetos do Master Plan de Turismo.

Dentre as áreas de intervenção dos parceiros, destaca-se o apoio da União Europeia/Associação do Desenvolvimento de Mértola – Portugal no Projeto de Promoção Turística (turismo rural sustentável).



PROJETOS E PLANOS ESTRATÉGICOS DE DESENVOLVIMENTO EXISTENTES

- Esquema regional de Ordenamento do Território de Santo Antão
- Plano de Desenvolvimento de Santo Antão
- Plano Diretor Municipal;
- Planos detalhados de Cabo de Ribeira, Janela e Cidade das Pombas;
- Plano ambiental (necessita de atualização);
- Plano Municipal de Igualdade e Equidade de Género (Necessita de atualização).

PROJETOS EM CURSO NO TERRITÓRIO

Dentre os projetos em curso no território e que são interessantes para o desenvolvimento do turismo, destacam-se:

Lista dos projetos em curso em Paúl

NOME PROJETO	INSTITUIÇÃO/ AGÊNCIA DE COOPERAÇÃO	DESCRIÇÃO
Ligação de Água por Gravidade	Câmara Municipal do Paul; Governo de CV; MCA	Mobilização e distribuição de Água por Gravidade
PRRA	Governo de CV; CM Paul	Requalificação de Habitações e Acessibilidades
Requalificação da Estância Turística de Passagem	CM Paul, Governo CV (Fundo do Ambiente)	Requalificação da Estância Turística da Passagem
Desenvolvimento Sócio Comunitário da Ilha de Santo Antão	CM Paul, Governo CV; Cooperação Portuguesa	Apoio a terceira idade, jovens e crianças
Construção de Estrada de Chã de Ervas	CM Paul; Governo de CV	Construção de Estrada de Chã de Ervas
Desencravamento de Localidades	CM Paul, Governo CV	Construção de Passadeiras Aéreas em Ribeira de Janela e Ribeira de Pau de Burro
Requalificação das Unidades Sanitárias de Saúde	CM Paul, Governo CV (Ministério Saúde)	Requalificação das unidades sanitárias de Fajã de Janela, Santa Isabel e Figueiral.
Plano Detalhado de Eito	CM Paul, Governo CV; Associação dos Municípios de CV	Elaboração do Plano detalhado de Eito.
Promoção Turística	União Europeia/Associação do Desenvolvimento de Mértola - Portugal	Promoção de Turismo rural sustentável.
Cuidados de Saúde	Associação Move-te Mais	Consultas de rotina e despiste

Fonte: PEMDS Paúl, 2019

LINHAS PRIORITÁRIAS A DESENVOLVER E PROGRAMA ESTRATÉGICO PEMDS DESTACADOS.

Através da análise do município, o PEMDS pôde trabalhar em soluções para promoção do desenvolvimento sustentável e equilibrado de Paúl. Para tanto, foram selecionados 5 pilares essenciais, com a definição de programas e projetos. Dentre os programas, foram destacados aqueles com interface com o desenvolvimento turístico da ilha.

Governabilidade e Descentralização:

- Governança Aberta
- Modernização e Eficiência dos Serviços Públicos

Serviços Sociais:

- Morá Dret
- Educação inclusiva de qualidade
- Paul Saudável
- Exercícios e lazer para todos

Desenvolvimento econômico e criação de emprego:

• **Turismo como fator de Desenvolvimento**

- Melhoria dos Miradouros;
- Criação e dinamização da agência de desenvolvimento turístico sustentável de Santo Antão;
- Fomento e valorização do turismo rural de Base Comunitária e de valor acrescentado;
- Criação de linha de crédito às atividades Turísticas;
- Capacitar para melhor trabalhar;
- Criação de rotas turísticas da Habitação, do Grogue e do Café;
- Promoção dos atrativos turísticos do Município;
- Criação de 3 Postos de Informação Turística nas localidades de Cabo de Ribeira, Janela e Cidade das Pombas;
- Sinalização para melhor orientação;
- Passagem “Cartão Postal de Santo Antão”, 2ª Fase das Obras de Requalificação;
- Janela aberta ao Turismo Marinho;
- Criação do Mercado Municipal;
- Valorização da Toponímia Municipal;
- Requalificação da Ponte de Subida de Eito.

- Agropecuária
- Pescas
- Desencravar para progredir

Meio Ambiente e Gestão de Riscos:

- Água e saneamento

Promoção da Igualdade e Equidade de Género:

- Direitos Humanos, Género e Construção Social



PORTO NOVO

COOPERAÇÃO INTERNACIONAL NO MUNICÍPIO

A Câmara Municipal tem acordos de cooperação com as seguintes instituições: Câmara Municipal de Madalena do Pico, Açores; Câmara Municipal de Angra do Heroísmo, Açores; Câmara Municipal de Tavira; Comune de Cattolica, Itália; e Commune de Bertrange, Luxemburgo.

As Áreas de Cooperação são diversas e variam em função das especificidades dos parceiros. Estas poderão, no futuro, também ser parceiros para implementação de alguns projetos do Master Plan de Turismo.

PROJETOS E PLANOS ESTRATÉGICOS DE DESENVOLVIMENTO EXISTENTES

- Listagem dos Planos Estratégicos, Estudos Setoriais e Intermunicipais:
- Plano Diretor Municipal do Porto Novo;
- Plano Ambiental Municipal do Porto Novo;
- III Plano de Desenvolvimento Regional de Santo Antão;
- Plano Diretor da Agricultura Urbana e Periurbana;
- Plano Diretor da Floresta Urbana e Periurbana;
- Estudo de Viabilidade Técnica e Financeira da Gestão das Bacias Hidrográficas de Ribeira das Patas, Jorge Luís e Ribeira da Cruz;
- Auditoria à Rede Pública de Abastecimento de Água da Cidade do Porto Novo;
- Estudo de Inventário dos Recursos Turísticos do Município do Porto Novo;
- Plano de Desenvolvimento da Região Sanitária de Santo Antão;
- Plano Diretor de Água e Saneamento de Santo Antão;
- Plano de Gestão dos Resíduos Sólidos de Santo Antão;
- Estudo sobre o Turismo Rural e Comunitário de Santo Antão;
- Esquema de Reordenamento do Território de Santo Antão;
- Estudo Preliminar de Localização e Programa Operacional do Novo Aeroporto de Santo Antão.

PROJETOS EM CURSO NO TERRITÓRIO

Dentre os projetos em curso no território e que são interessantes para o desenvolvimento do turismo, destacam-se:

Lista dos projetos em curso em Porto Novo

NOME PROJETO	CMPN	GOVERNO	PRIVADO	ONG/ ASS.
Requalificação Urbana e Ambiental dos Bairros da Cidade e Interior	X			
Aquisição de Equipamentos de Resíduos Sólidos e Urbanos (RSU)	X			
Requalificação da Praia Balnear de Curraletes e Estrada de Acesso	X			

Lista dos projetos em curso em Porto Novo (continuação)

NOME PROJETO	CMPN	GOVERNO	PRIVADO	ONG/ ASS.
Construção de Quatro (04) Miradouros Turísticos	X			
Raízes - Redes de Turismo Sustentável e Inclusivo de Santo Antão				X
Centro de Interpretação Turística "Os Carvoeiros"				X
Posto de Turismo Municipal	X			
Requalificação da Rota de São João	X			
Ecotur	X			
Rota das Aldeias Rurais de Santo Antão		X	X	X
Reabilitação e Requalificação do Jardim "O Ninho"	X			
Reabilitação e Requalificação do Lar de Idosos de Berlim	X			
Programa "Isdob Compo bô Casa"	X			
Programa de Reabilitação, Requalificação Urbana e Acessibilidades (PRRA)	X	X		
No Crê: Água para o Desenvolvimento Sustentável do Planalto Norte	X	X		X
Eletrificação Rural do Planalto Norte - Sistema Fotovoltaico	X			X
Energia para o Desenvolvimento Sustentável do Pascoal Alves	X			X
Reforço do Acesso à Energia Sustentável para Impulsionar Atividades Geradoras de Rendimento em Monte Trigo			X	X
Conclusão da Estrada de Tarrafal de Monte Trigo		X		
Recuperação das Parcelas Agrícolas	X			
Programa de Mitigação dos Efeitos da Seca	X	X		X
Reforço do Setor da Pesca Artesanal no Concelho do Porto Novo	X			
Sistema de Bombagem Fotovoltaico do Furo de Lagedos e Construção da Rede de Adução de Água		X		
Sistema de Bombagem Fotovoltaico do Furo de Ribeira Brava e Rede de Adução de Água		X		
Sistema de Bombagem Fotovoltaico do Furo de Ribeira de Lajadinho		X		
Sistema de Bombagem Fotovoltaico do Furo de Curral de Tortolho e Rede de Adução		X		
Jovens Agricultores de Casa de Meio	X	X		X
Massificação de Rega Gota a Gota e Reforço da Capacidade Produtiva de Hortícolas		X		
Valorização Agrícola e Reforço de Capacidade Produtiva do Inhame em Tarrafal de Monte Trigo		X		
Pelago Gourmet			X	
Beach Volley			X	

Fonte: PEMDS Porto Novo, 2019



LINHAS PRIORITÁRIAS A DESENVOLVER E PROGRAMA ESTRATÉGICO PEMDS DESTACADOS:

Através da análise do município, o PEMDS pôde trabalhar em soluções para promoção do desenvolvimento sustentável e equilibrado de Paúl. Para tanto, foram selecionados 5 pilares essenciais, com a definição de programas e projetos. Dentre os programas, foram destacados aqueles com interface com o desenvolvimento turístico da ilha.

Governança Local e Descentralização:

- Reforma e Inovação da Administração Autárquica
- Governação de Proximidade

Desenvolvimento Económico e Criação de Emprego:

- Modernização, Expansão, Inovação da Agricultura e Agroindústria (Programa MEIAA_PN)
- Modernização e Industrialização das Pescas (MIPESCA)
- Empreender Mais Porto Novo

Turismo Sustentável e Inclusivo

- Projeto 1 - Reabilitação e Requalificação dos Principais Circuitos de Caminhos Vicinais;
- Projeto 2 - Colocação de Sinalética Formativa e Informativa
- Projeto 3 - Estudo do Perfil Turístico em Porto Novo
- Projeto 4 - Programa “Encontros de Culturas” entre Locais e Turistas
- Projeto 5 - Centro de Exposição, Venda de Artesanato e Produtos Locais
- Projeto 6 - Programa Cultural Anual Destinado ao Turista na Época Alta
- Projeto 7 - Ações Promocionais do Concelho e da Ilha, Enquanto Destino Turístico
- Projeto 8 - Posto de Turismo do Porto Novo
- Projeto 9 - Centro de Interpretação Turístico do Porto Novo
- Projeto 10 - Construção de Rede de Miradouros do Porto Novo
- Projeto 11 - Participação em Feiras de Turismo
- Projeto 12 - Porto Novo “Ex-Libris”
- Projeto 13 - Requalificação Balnear da Praia de Curraletes
- Projeto 14 - Requalificação Turística da “Rota de São João”
- Projeto 15 - Requalificação do Centro Histórico de Tarrafal de Monte Trigo
- Projeto 16 - Requalificação da Orla Marítima do Porto Novo
- Projeto 17 - Requalificação da Orla de Tarrafal de Monte Trigo
- Projeto 18 - Construção do Aeroporto de Santo Antão no Porto Novo
- Projeto 19 - Construção da 2ª Fase do Porto para Cruzeiros
- Projeto 20 - Promoção Turística das Festas de São João
- Projeto 21 - ECOTUR

Serviços Sociais:

- Porto Novo Inclusivo
- Cultura, Desporto e Entretenimento
- Porto Novo Viva Mais
- Habitar Porto Novo na Dignidade

Meio Ambiente e Gestão de Riscos:

- Mitigação, Adaptação e Redução do Impacto das Alterações Climáticas
- Conservação da Biodiversidade
- Energia, Água, Saneamento e Resíduos
- Requalificação Urbana e Ambiental do Porto Novo

Promoção da Igualdade de Género:

- Empoderamento Social das Mulheres
- Empoderamento Económico das Mulheres

RIBEIRA GRANDE

PRINCIPAIS INVESTIDORES

Os principais investimentos não estatais, normalmente provêm das remessas dos emigrantes, sendo os mais significativos, oriundos de Portugal, Holanda, Luxemburgo, Itália, França, Espanha, Estados Unidos da América do Norte, Alemanha, entre outros.

Os investimentos públicos provêm da Cooperação Bilateral, destacando Luxemburgo, Holanda, Portugal e Estados Unidos, este último através do Programa do MCA. Da Cooperação Multilateral destacam-se PNUD, FAO, UNICEF, UNIÃO EUROPEIA, JICA, FIDA, BAD, BADEA, OREP, BANCO MUNDIAL, entre outros.

A área de Hotelaria e Restauração, bem como a construção de segundas residências para a terceira idade, têm despertado o interesse do investimento direto externo, por parte de cidadãos franceses, italianos, espanhóis, entre outras nacionalidades.

PROJETOS EM CURSO NO TERRITÓRIO

Dentre os projetos em curso no território e que são interessantes para o desenvolvimento do turismo, destacam-se:

Lista dos projetos em curso em Ribeira Grande

NOME PROJETO	INSTITUIÇÃO / AG. DE COOPERAÇÃO / FINANCIADORES
Realização de Intervenções de Emergência	MIOTH; MAA; União Europeia; CMRG; Inst. de Estradas
Construção das Três Passadeiras Aéreas em R^a. da Torre.	CMRG; Instituto de Estradas
Construção da Acessibilidade Chã de Ponta Sol	MIOTH; CMRG
Construção do Troço de Estrada entre Estrada Principal e Polivalente em Corda.	CMRG
Construção do Troço de Estrada (João Afonso á Curralinho)	CMRG
Manutenção de Placas Desportivas da Ponta do Sol e Pinhão	
Reabilitação de Habitações Familiares e de Equipamento Social em Garça de Cima e Fossa Séptica na Cidade da Ribeira Grande	CMRG; MFIS
Melhoria do Sistema de Água nas Zonas Altas do Concelho da Ribeira Grande	MCA-CVII; Projecto WASH; CMRG; MAA



Lista dos projetos em curso em Ribeira Grande (continuação)

NOME PROJETO	INSTITUIÇÃO / AG. DE COOPERAÇÃO / FINANCIADORES
Remodelação do HRJM e Ampliação da DSRG.	MSSS; OMS
Remodelação dos Postos Sanitários de Chã de Pedras e Lombo Branco.	MSSS; CMRG
Programa de Promoção das Oportunidades Socioeconómicas Rurais / POSER	FIDA/Governo de Cabo Verde- CRP
Rota de Aldeias Rurais Santo Antão/Ribeira Grande*	MEE; Câmaras Municipais, AMSA
Investimentos Turísticos Plurianuais 2017-2021	Governo de Cabo Verde/Fundo de Sustentabilidade Social para o Turismo; CMRG
Turismo Religioso – Centro Xôxô 2019-2020	MEE; CMRG; Privados
Investimentos Plurianuais - Infraestruturas Rodoviárias e Requalificação Urbana	
Reabilitação Estrada existente Ponta do Sol - Fontainhas	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Construção troço estrada Coculi – Figueira São João/Figueiral	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Reabilitação estrada existente -Figueira de São João/ Figueiral - João Afonso	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Construção estrada entre Boca João Afonso - João Afonso (estrada para Figueiral)	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Reabilitação estrada Chã de Igreja de Cima - Cruzinha da Garça	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Construção da estrada Fanado/Graça - Chã de Ascenso	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Construção estrada Ribeira de Monteiro -Selada de Mocho da Garça	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Construção estrada Poçom/Tarrafal - nova ligação R ^a . Grande/Paul a montante do Bairro de Tarrafal	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Construção estrada R ^a . de Esmalhada - Monte Joana/ Costa Leste	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Reabilitação estrada Boca de Pinhão - Ribeira de Esmalhada/Costa Leste	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Reabilitação estrada Esponjeiro e Lagoa do Planalto Leste	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Reabilitação estrada existente Sinagoga - Lombo branco da Costa Leste	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Construção estrada para Lixeira em R ^a . Brava	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Construção estrada para Fajã de Tanque de R ^a . Grande	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Construção da estrada entre João Afonso e Gonçalves	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Construção estrada Boca de Pinhão - Cemitério de Chã de Ilhéu	Governo de Cabo Verde/ Instituto Estradas CMRG;
Cidade da Ponta do Sol, Requalificação Urbana dos Bairros	Governo de Cabo Verde; CMRG
Cidade da Ribeira Grande: Montantes, Reabilitação Urbana dos Bairros emergentes	

Fonte: PEMDS Ribeira Grande, 2019

LINHAS PRIORITÁRIAS A DESENVOLVER E PROGRAMA ESTRATÉGICO PEMDS DESTACADOS:

Através da análise do município, o PEMDS pôde trabalhar em soluções para promoção do desenvolvimento sustentável e equilibrado de Ribeira Grande. Para tanto, foram selecionados 5 pilares essenciais, com a definição de programas e projetos. Dentre os programas, foram destacados aqueles com interface com o desenvolvimento turístico da ilha.

Governança Local e Descentralização:

- Modernização e Integração dos Serviços da Administração Municipal
- Proteção Civil

Serviços Sociais:

- Saúde
- Educação
- Cultura, Desporto e Industrias Criativas

Desenvolvimento Económico e Criação de Emprego:

- Agropecuária e Pesca
- Turismo e Acessibilidades
 - P1 - Promoção de Uma Associação dos Operadores Turísticos da Ilha; Formações em áreas de Interesse Turístico; Promoção de Centros de Informação Turística;
 - P2 - Reabilitação e Manutenção dos Caminhos Pedonais;
 - P3 - Sinalização, Construção de Miradouros nas Trilhas e Caminhos Pedonais; Valorização dos Recursos Culturais Turísticos
 - P4 - Promoção da Infraestruturação Turística;
 - P5 - Implementação de terminais rodoviárias cidades da R^a Grande, Ponta do Sol e Sedes das Freguesias Recuperação, manutenção e sinalização dos Caminhos pedonais; Construção de Miradouros Municipais;
 - P6 - Construção e Requalificação dos seguintes troços de Estradas: Chã de Igreja/ Cruzinha; Figueiral/João Afonso/Chã de Pedras; Costa Leste – Pinhão/Monte Joana; Caibros;
 - Esponjeiro/Espadana/ Os Lombos; Chã de Pedras (Pé de descida/Pia de Cima); Agriões, Aguada e Fajã de Barreira; Rabo Curto (Ribeira da Torre); Construção Passadeiras Aéreas; Estudos de Soluções para o Desencravamento de Figueiras e Ribeira Alta, Fontainhas e corvo.
 - P7 – Construção de uma ponte na Cidade de Ribeira Grande (Ponta de Levada/Santa Bárbara

Meio Ambiente e Gestão de Riscos:

- Água, Saneamento, Floresta e Habitat

Promoção da Igualdade de Género:

- Igualdade e Equidade de Género



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 Santo Antão, 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. Santo Antão naturalmente tem esse perfil, se destacando como um forte de destino de experiências de ecoturismo.

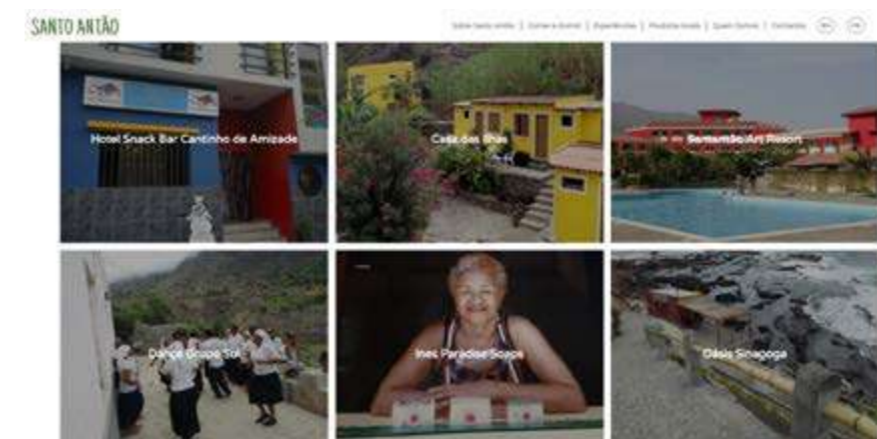
No que se refere às estratégias de promoção e marketing do turismo de Santo Antão e de todo Cabo Verde, vale destacar que já estão sendo realizadas ações visando captar novos mercados. Recentemente, representantes do Ministério do Turismo de Cabo Verde estiveram na Rússia em ação que visou promover o turismo do arquipélago.

Foi estruturado um website promocional de Santo Antão, através do Projeto Raízes – Redes Locais para o Turismo Sustentável e Inclusivo em Santo Antão. O portal “visitsantoantao.net” inclui informações em português, francês e inglês sobre a ilha, incluindo como chegar, hospedagem e alimentação, experiências, produtos locais rurais e o artesanato, destacando os “atores” que fazem dessas experiências únicas na ilha.

Apesar da existência do website, este ainda não é facilmente encontrado através de pesquisas no google, sendo importante reforçar essa função, de modo a dar maior visibilidade ao excelente portal criado.

O Projeto Raízes também está apoiando o destino na criação de uma DMO (Destination Management Organisation), de modo a facilitar o processo de promoção do destino. Em paralelo, 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 permite 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 “<https://visitsantoantao.net/>”, divulgando Santo Antão como destino turístico



Fonte: <https://visitsantoantao.net/>

Para definir as principais diretrizes de promoção e marketing do destino turístico de Santo Antão 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, Santo Antão destaca-se como um destino de ecoturismo que reforça a relação homem-natureza-processos produtivos, o que confere ao destino singularidade enquanto produto turístico, facilitando seu posicionamento no mercado.
- 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. O perfil de Santo Antão 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 Santo Antão vem buscando trabalhar. Este perfil é importante para manutenção do fluxo, uma vez que, embora o turista atual de Santo Antão seja altamente qualificado, as taxas de ocupação média do país ainda são baixas, sendo relevante ampliar mercados.
- Apesar do alto grau de satisfação dos turistas – conforme pesquisa realizada pelo Projeto Raízes junto aos turistas – sua fidelização ao destino é baixa. Assim, é importante trabalhar ainda a qualificação de produtos e agregar novas experiências como eventos, por exemplo, ou trabalhar a singularidade de cada uma das trilhas, por exemplo. Assim, o turista poderá buscar retornar ou permanecer maior tempo no destino, evitando assim, ser um destino de apenas uma ida.



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 Santo Antão enquadram-se no estágio inicial de “desenvolvimento/crescimento”, de acordo com a metodologia de análise de ciclo de vida de destinos/produtos turísticos definida por Butler (1980).

O ecoturismo e o turismo rural são os segmentos que possuem um desenvolvimento mais avançado que os demais, seja em termos de fluxo ou de oferta. O conjunto de segmentos Histórico e Cultural e Sol e Mar encontram-se em estágios de menor desenvolvimento.

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 Santo Antão 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:

- O número de turistas tem vindo a crescer: Entre os anos de 2000 e 2018 o número de estabelecimentos hoteleiros em Santo Antão quintuplicou: saltou de 11 para 68. Entre 2010 e 2018, o número de entradas e dormidas aumentou em mais de 100%. Dados do INE relativos ao primeiro trimestre de 2019, indicou que houve um aumento de 6% em relação ao mesmo período de 2018, totalizando 14.486 turistas.
- Oferta de produtos crescente, focada no segmento chave de ecoturismo, com variadas opções: com foco maior nas belezas naturais e, em especial, caminhadas, há diversas opções de experiências ao longo dos trilhos, em que o turista pode entrar em contato com a produção rural e artesanal local, bem como contar com estruturas que apoiam processos interpretativos sobre a cultura e natureza da ilha.
- Distribuição envolve operadores turísticos: grande parte dos turistas que visitam a ilha utilizam o serviço de operadores turísticos em seus países de origem. 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.

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 21%, verifica-se que a Ilha de Santo Antão deve ter um fluxo ainda crescente. Porém, o fluxo de ecoturismo não tende a ter um crescimento exponencial, mas sim, moderado e sempre qualificado, seja pelo perfil da demanda que busca este produto, seja pela orientação já existente em Santo Antão, em que as diversas iniciativas de estruturação e qualificação do destino estão de fato voltadas 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 continuar focando nestes aspectos, além de buscar qualificar cada vez mais a experiência do visitante com experiências singulares, que trabalhem de fato com a gastronomia, com cuidados de bem estar e saúde, bem como o contato com a produção cultural e artesanal local.

A gestão deve 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

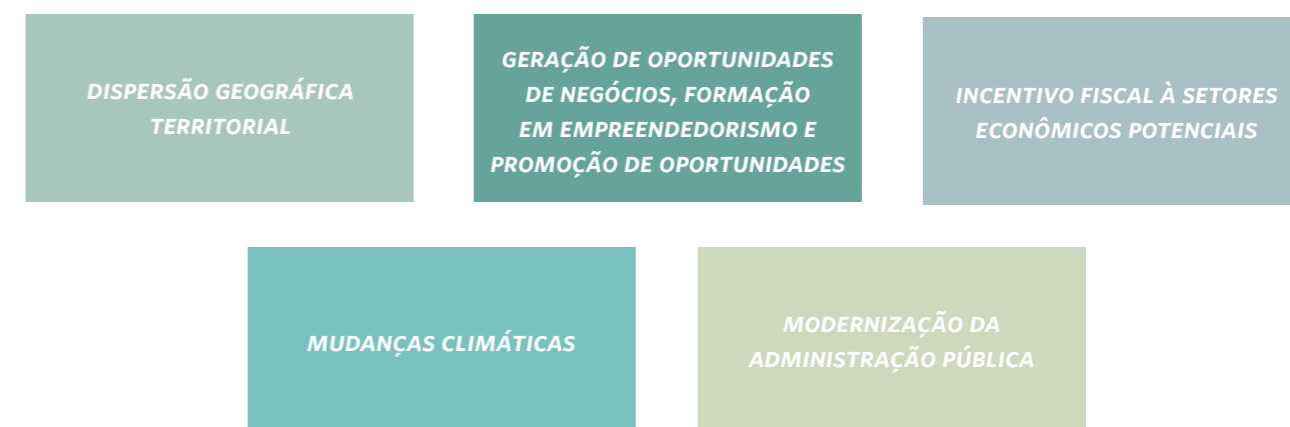
e água. Nota-se ainda uma recuperação importante da construção e uma redução do contributo positivo de alojamento e restauração. O setor do turismo teve também um contributo positivo para o desempenho da economia nacional em 2018, não obstante a sua redução, reflexo da moderação da procura internacional (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 com o objetivo de captar voos para as Ilhas de Sal e Boa Vista.

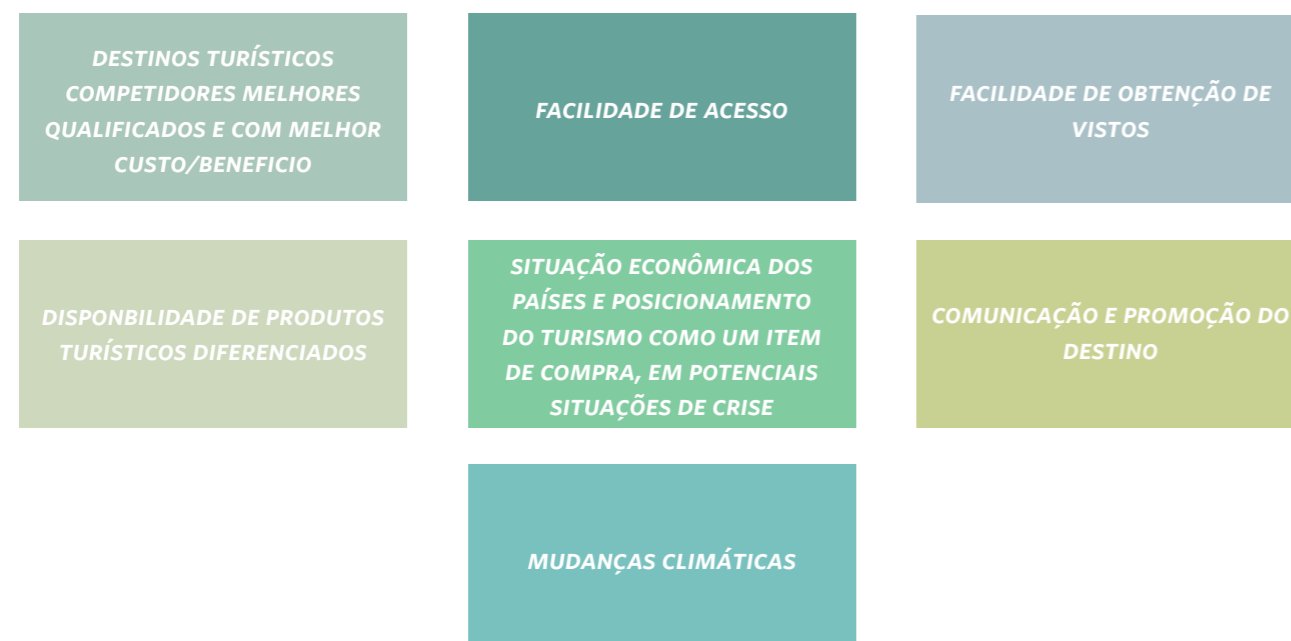
A OMT indica que o bom momento do turismo mundial, principalmente em regiões como Ásia e África, está relacionado com alguns fatores como: ampliação da malha aérea de conexão principalmente nas regiões onde era inexistente a conectividade, estabilidade do custo do combustível e a redução de taxas em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

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

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

Os millenials merecem atenção porque eles são responsáveis por 40% de todo fluxo de turistas no mundo, eles buscam destinos que tenham preocupação com sustentabilidade, que ofereçam experiências e vivências, e que estas viagens transformem suas vidas. E destino que já está massificado como a Ilha do Sal pode ser retirado da lista deste público hoje tão relevante para o setor turístico.

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



DESEMPENHO DO TURISMO NACIONAL E DE SANTO ANTÃO

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 Santo Antão, verifica-se **uma demanda flutuante, porém com crescimento exponencial entre os picos.** Isso indica alta sensibilidade justamente em torno das diversas variáveis identificadas, em especial a questão de acessos, condições econômicas dos países

Gráfico comportamento do fluxo de hóspedes em Santo Antão - 1999/2018.



Fonte: Elaboração própria, 2019.

emissores e pouca fidelização ao destino.

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.

Por outro lado, é interessante notar que as características do produto turístico de Santo Antão foram bastante significativas para a demanda, pois houve um crescimento exponencial de hóspedes entre 2009 e 2012, bem como os investimentos hoteleiros cresceram. A demanda de Santo Antão tem crescido a taxas médias anuais de 15,3% entre 2000 e 2018, consideradas extremamente elevadas. Entre 2000 e 2018, o número de hóspedes em Santo Antão cresceu quase 13 vezes o valor observado em 2000, o que representa um crescimento de mais de 1.000%.

Por outro lado, a taxa de média de ocupação dos estabelecimentos hoteleiros de Santo Antão entre 1999 e 2018 foi de 19%, atingindo picos de 33%. As menores taxas foram registradas entre 1999 e 2009, justamente o ano em que o aeroporto de São Vicente começou a operar voos internacionais. Em 2018, a taxa ficou na casa dos 21%.

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 Santo Antão, 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. No caso da Ilha de Santo Antão, o aeroporto mais próximo é o de São Vicente. A partir de São Vicente, o acesso é feito via ferryboat. Há ligações diárias regulares com o Mindelo, na vizinha ilha de São Vicente até a cidade de Porto Novo, em Santo Antão. A viagem tem duração de uma hora.

Outro aspecto importante é que 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 Santo Antão vem investindo de modo significativo em infraestrutura de suporte ao turismo, ou apoiando diversos projetos de desenvolvimento local. Obras de melhoria de saneamento básico, abastecimento de água e energia também vem sendo realizados. Os maiores desafios ainda residem em torno da gestão dos resíduos sólidos.

Contando com um fundo de turismo de Cabo Verde, diversos projetos estão previstos para a ilha como a requalificação de áreas turísticas, construção de miradouros e instalação de sinalização, reabilitação e melhorias nos acessos, bem como o incentivo ao Turismo de Habitação, que irá contribuir para ampliar a capacidade de alojamento.

Projetos que serão financiados pelo Fundo de Turismo de Cabo Verde em Santo Antão – 2017/2021

CONCELHO	PROJETO
Porto Novo	Requalificação Turística “Rota de São João”
	Requalificação da Praia Balnear de Curraletes
	Requalificação do Centro Histórico de Tarrafal do Monte Trigo
	Construção de Miradouros Turísticos
	Promoção Turística das Festas de São João
Paúl	Turismo de Montanha
	Turismo Cultural e Religioso
	Construção e Reabilitação de Monumentos
	Formação
	Centro de Informação Turística
	Reabilitação de Praias
	Museu e Rota do Grogue
	Turismo de Habitação
	Vídeos / Revistas de Promoção Turística
	Construção e Equipamentos de Miradouros
Miradouros citadinos (Penha e França e Ponta do Sol)	
Ribeira Grande	Requalificação de Trilhas e Caminhos Vicinais (14 Recomendáveis)
	Sinalização dos caminhos vicinais (aquisição e montagem de painéis)
	Reabilitação e pavimentação dos acessos aos cemitérios dos judeus
	Painéis com pontos de interesse turístico (Povoação Ponta do Sol)
	Postos de informação turística Povoação Ponta do Sol

Aquisição de Equipamentos, mobiliários urbanos (bancos, pontos de lixo, bebedouros, pontos de iluminação) Elaboração de material de promoção turístico

Elaboração de material de promoção turístico

Edição e Publicação de guias turísticos Trilíngue

Levantamento e tratamento de dados relativamente aos pontos e ou personalidades de interesse turístico

Requalificação de zonas balneares e frentes ribeirinhas

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

Ações promocionais vem sendo realizadas nos principais mercados emissores atuais e potenciais, seguindo as premissas do GOPEDs, com recursos próprios do governo, para além dos investimentos previstos no fundo. 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 Raízes, em Santo Antão. Porém, 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

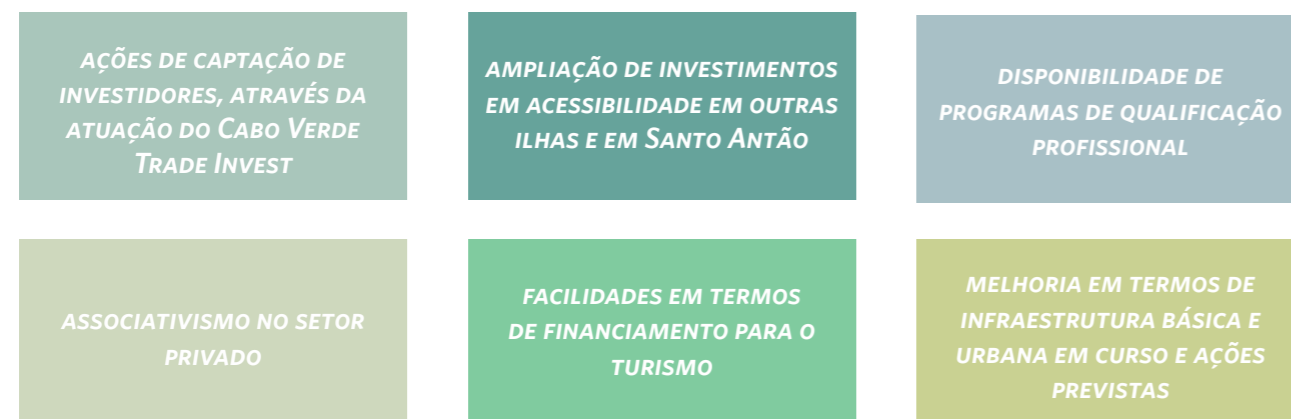
Conforme abordado ao longo do diagnóstico, a ilha de Santo Antão encontra-se em estágio inicial de desenvolvimento turístico, com alguns investimentos privados previstos para os próximos anos. Ao analisar o histórico de desenvolvimento local, verifica-se que diversos investimentos privados vem sendo realizados no setor de alojamento e restauração nos últimos anos. Em 1999, haviam 06 estabelecimentos de hospedagem em Santo Antão, em 2010 eram 25 e, em 2018, 68.



Os investimentos no setor de alojamento e hospedagem foi crescente e, entre 2017 e 2018 Santo Antão foi a ilha que teve maior número de novos empreendimentos inaugurados: foram 26 novos equipamentos. Necessariamente, ações de qualificação profissional tornam-se necessárias. Santo Antão ainda não possui um grupo associativo de empresas do setor turístico.

É importante considerar também que a ilha de São Vicente possui forte influência na dinâmica do turismo de Santo Antão, em função de ser o principal portão de entrada de turistas devido ao aeroporto. São Vicente vai receber investimentos grandes em termos de melhoria de acessibilidade – com as obras do Porto (turismo de cruzeiros) e de imobiliário turístico, atraindo mais fluxo turístico que deverá se deslocar também para Santo Antão, uma vez que muitos pacotes comercializados envolvem a parada nas duas ilhas.

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, 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.

Santo Antão 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. O governo investe, ainda, no Turismo de Habitação. Já o setor de restauração ainda possui um menor número de estruturas e serviços diferenciados.

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 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.



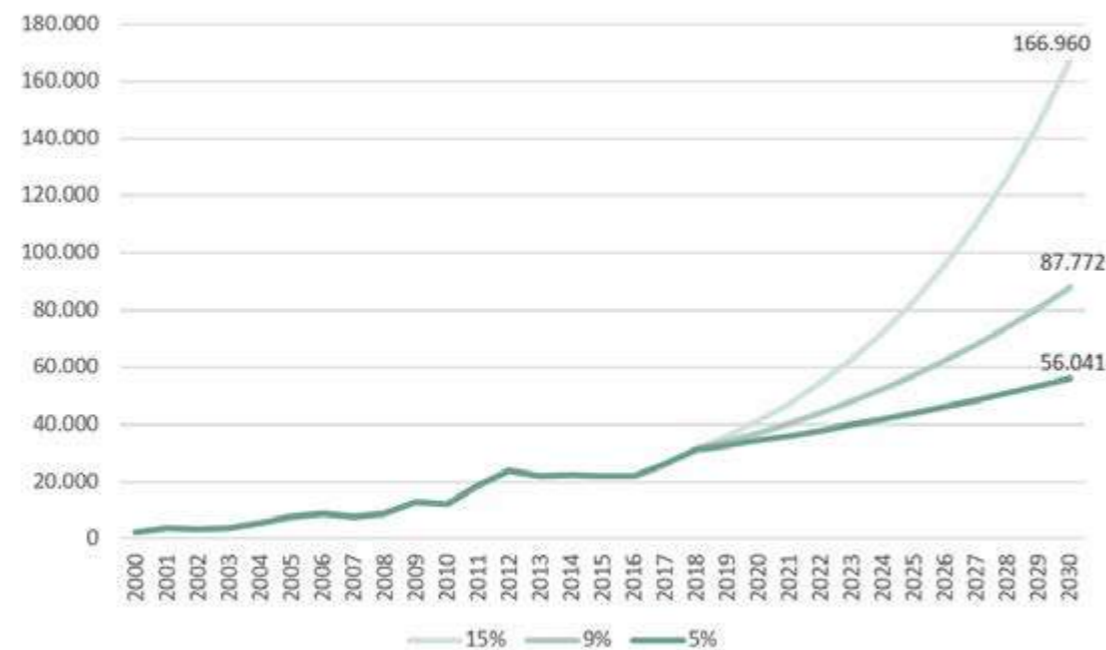
3.1.1.3. POSSÍVEIS CENÁRIOS DE DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO PARA SANTO ANTÃO

Foram desenhados três cenários para o setor de turismo de Santo Antão 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 166.960 hóspedes em 2030; o segundo com crescimento moderado do turismo e ganhos moderados na competitividade turística, cenário B, com pico de hóspedes de 87.772 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 56.041 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 Santo Antão, 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 ecoturismo, atraem demanda para Santo Antão, 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 15% ao ano. Este cenário é considerado otimista no GOPEDs e corresponde às taxas médias anuais observadas em Santo Antão.

Projeção de crescimento de hóspedes em cenário otimista (15% a.a.) – Santo Antão

ANO	HÓSPEDES
2019	35.887
2020	41.270
2021	47.460
2022	54.579
2023	62.766
2024	72.181
2025	83.009
2026	95.460
2027	109.779
2028	126.246
2029	145.183
2030	166.960

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 de Santo Antão. Com taxa de ocupação média anual de 21%, 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, porém é necessário atentar para aspectos relacionados à disponibilidade de mão de obra, pressão sobre serviços urbanos e cuidados com a proteção ambiental e cultural.

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 Santo Antão 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.) – Santo Antão

ANO	HÓSPEDES
2019	34.015
2020	37.076
2021	40.413
2022	44.050
2023	48.014
2024	52.336
2025	57.046
2026	62.180
2027	67.776
2028	73.876
2029	80.525
2030	87.772

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 de Santo Antão. Com taxa de ocupação média anual de 21%, 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, porém é necessário atentar para aspectos relacionados à disponibilidade de mão de obra, pressão sobre serviços urbanos e cuidados com a proteção ambiental e cultural.

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

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

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

Projeção de crescimento de hóspedes em cenário de baixo crescimento (5% a.a.) – Santo Antão

ANO	HÓSPEDES
2019	32.766
2020	34.405
2021	36.125
2022	37.931
2023	39.828
2024	41.819
2025	43.910
2026	46.105
2027	48.411
2028	50.831
2029	53.373
2030	56.041

Fonte: Elaboração própria, 2019

Com um crescimento restrito de fluxo, a média de dias de permanência na Iha de Santo Antão 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 Santo Antão 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.

Santo Antão apresenta características peculiares entre as ilhas de Cabo Verde, com território marcado por fortes contrastes, mesclando vegetação e terras áridas. O norte, úmido e verde, está ocupado por plantações e cultivos, enquanto o sul e oeste permanecem bem seco. Sua dinâmica se desenvolve majoritariamente na parte oriental, com destaque para Ponta do Sol, Ribeira Grande e Porto Novo, com suas casas coloridas e exemplares de arquitetura colonial. Para além dos atributos físicos, a ilha conta também com histórias e culturas sólidas, além de uma gastronomia local forte, com a produção de queijo de cabra e do grogue, potenciais que podem levar a imagem da ilha para além de suas terras. Apesar da condição de ilha, Santo Antão apresenta poucas praias propícias para banho por ter sua costa bastante rochosa e de difícil acesso.

A ilha é sobretudo buscada por experiências que tenham o meio natural e o rural como foco. A diversidade dos cenários encontrados no local, com seus vales, montanhas, riachos e trilhos, a colocam no centro do ecoturismo de Cabo Verde. É interessante observar que existem diversas ações sendo realizadas para estruturar esses tipos experiências na ilha, como a implantação de miradouros com placas interpretativas, centros de visitantes com artesanato local e sinalização nos trilhos. Estas e outras ações vêm sendo implementadas pelo Projeto Raízes, que tem transformado a ilha num destino focado no ecoturismo e no turismo rural, além de trazer grandes benefícios para a comunidade local.

Pela amplitude de seu território e pela diversidade de atrativos, pode-se constatar que a ilha de Santo Antão apresenta um grande potencial para o turismo, atividade que vem crescendo nos últimos anos. O setor se encontra em fase inicial de desenvolvimento de utilização dos seus recursos para fins turísticos, que precisam ser melhor explorados e estruturados enquanto segmentos e produtos turísticos.

3.2.1. LINHAS NORTEADORAS

Este momento em que o turismo da ilha se encontra é muito interessante e seu desenvolvimento, a partir deste plano, precisa ser bem estruturado de modo que sejam lançadas as bases para o crescimento turístico de maneira coerente com as questões culturais, ambientais e sociais do local. O desenvolvimento turístico, portanto, precisa ser organizado de forma que a ilha não perca sua essência e suas características que a fazem singular, 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 Santo Antão, 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 o dinheiro que o turista deixa na ilha seja revertido em benefícios para a comunidade local e para a conservação dos atrativos turísticos.

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.

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. 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 resgate 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, contando com a participação comunitária. Do mesmo jeito deve ser tratada a criação e 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 e a capacitação da mão de obra, 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.

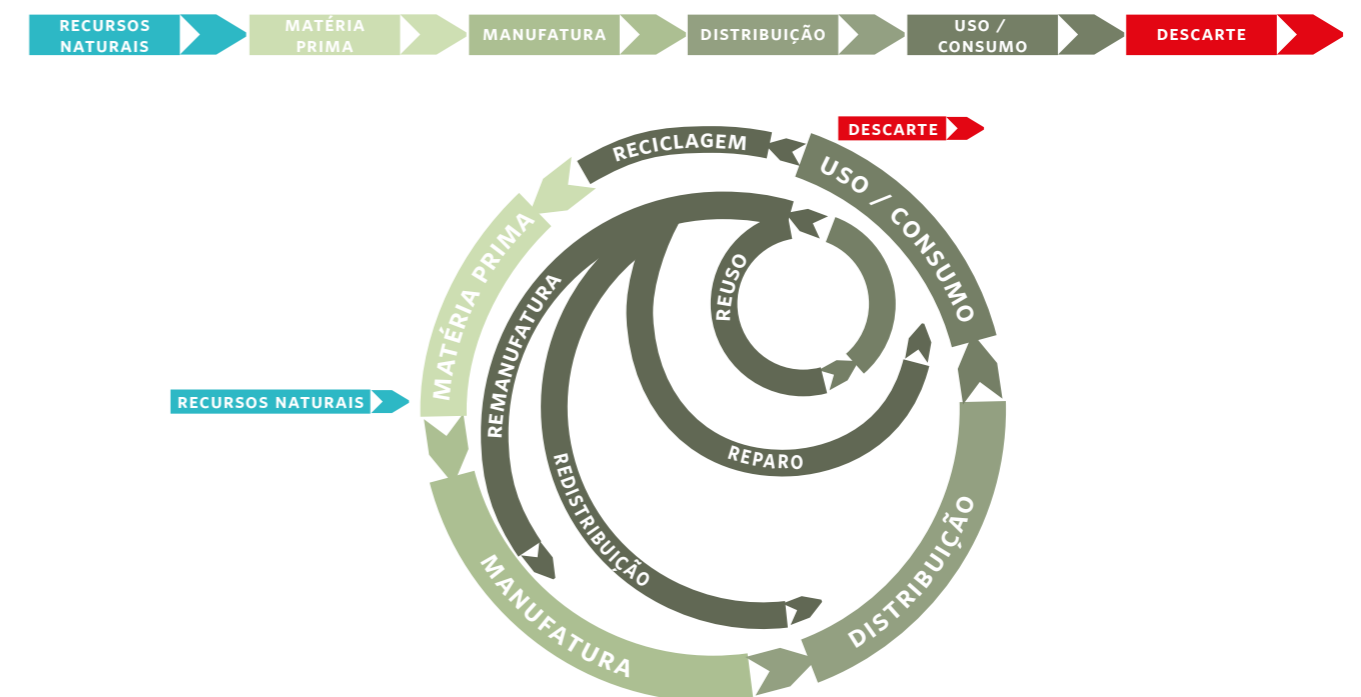
Atualmente em voga em diversas esferas, ainda é tímida a abordagem da economia circular sobre os setores do turismo. No entanto, observa-se que o tema vem sendo cada vez mais debatido e crescem os exemplos de práticas e iniciativas, inclusive no referido setor. Em Cabo Verde a questão vem sendo tratada 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 tem grande potencial em Santo Antão, que apresenta uma população engajada e uma diversidade de atrativos de cunho cultural e histórico que são únicos em Cabo Verde.



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.

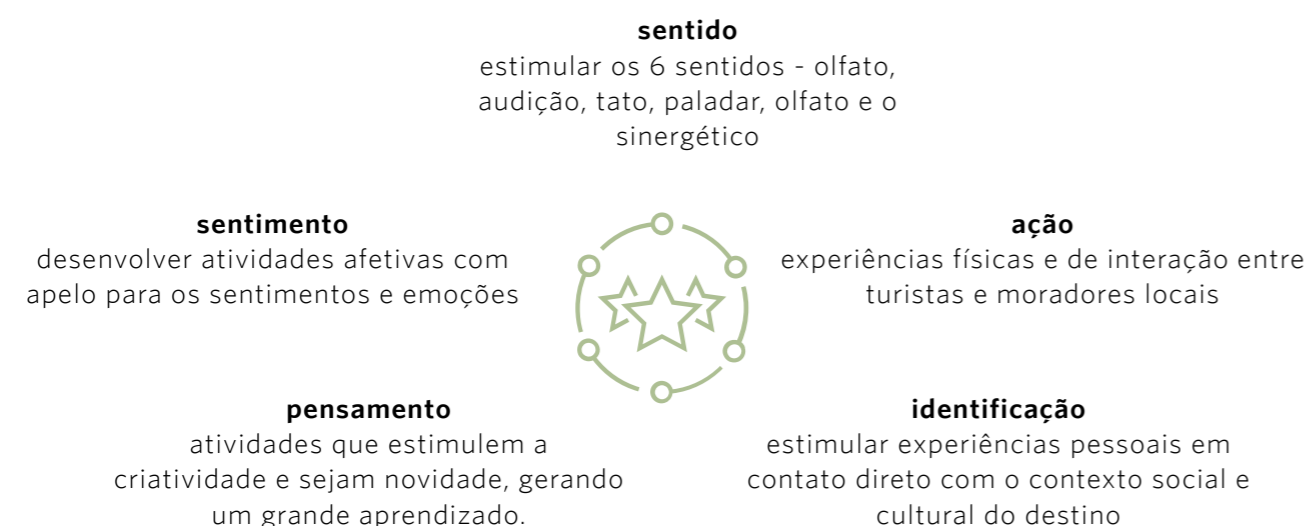
Diferenças entre o turismo tradicional e o de experiência

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, os produtos agrícolas, sociedade civil, comunidade – para identificar os aspectos únicos da ilha que possam ser transformados 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 Santo Antão 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 dos núcleos urbanos; 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; trilhas em meio à produção agrícola para valorização da produção e dos produtores; 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 a fazer a comida ou artesanato 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 Santo Antão como destino turístico.



3.2.1.4. DIRETRIZES

Santo Antão já tem buscado o desenvolvimento de produtos diversificados incentivando o turismo de experiências, principalmente com foco no ecoturismo e no turismo rural, além da proteção dos recursos naturais e culturais para que seja garantida a sustentabilidade do turismo. Isto indica que o desenvolvimento turístico já tem seguido o caminho indicado pelas linhas norteadoras.

A construção da visão de futuro para a Ilha de Santo Antão, que guiará o seu desenvolvimento na próxima década, deve ter como premissa a continuidade da busca dos conceitos acima destrinchados.

A partir do cruzamento do diagnóstico e das linhas norteadoras estratégicas foram definidas diretrizes gerais para o desenvolvimento do turismo da ilha. São elas:

- **Desenvolver a Ilha de Santo Antão como um destino sustentável**, tendo em conta 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**, elaborando estudos de capacidade de suporte e ordenamento da visitação a fim de minimizar impactos;
- **Monitorar o crescimento do número de turistas**, para que aconteça 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 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;
- Garantir a satisfação do **turista** e, concomitantemente, **direcionar seu comportamento, no sentido da conservação dos ambientes e o respeito à cultura local**;
- **Fortalecer as características singulares dos atrativos** de modo a diversificar os produtos turísticos ofertados aos visitantes.

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 Santo Antão, 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 da oferta turística de Santo Antão foram identificados os principais segmentos e linhas de produtos da ilha. Há quatro principais, que são identificados a seguir:



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 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.

Além destes segmentos, acredita-se que a ilha tem potencial para mais dois tipos de segmento: o turismo de pesca e o de aventura, devido às suas características e recursos. Para que se tornem segmentos reais, precisam ser criadas as estruturas mínimas necessárias, envolvendo desde a capacitação dos envolvidos até a construção de infraestruturas que dê suporte às atividades.



Turismo de aventura: a busca por aventuras atrai o turista em boa forma física e que gosta de desafios e de boas doses de adrenalina, podendo incluir atividades radicais, como mergulho, salto de paraquedas ou asa delta.



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.



Santo Antão tem potencial para se tornar um destino com grande diversidade de experiências e para isso é necessário fortalecer seus recursos enquanto produtos turísticos únicos e atrativos. Atualmente o turismo de natureza, rural e o cultural são os segmentos que mais tem se desenvolvido na ilha, seja pela implantação de ações pelos atores locais, como pela oferta de produtos turísticos. Estes, de forma geral, precisam ser fortalecidos e melhor estruturados de modo a trazer maior singularidade à experiência dos visitantes. Neste sentido, por exemplo, seria interessante reforçar as características diferenciais de cada trilha da ilha, destacando a experiência que o turista vivenciará para trazer maior singularidade aos produtos ofertados.

Vale destacar que a maioria das viagens para a ilha são de curta duração (3 a 4 noites) e que apesar do grau de satisfação e expectativas ser alto, uma grande parte dos turistas acham pouco provável retornar à ilha. 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. Analisando estas informações, acredita-se que é interessante buscar diversificar a oferta turística da ilha através de intervenções nos atrativos e da criação de novas atividades complementares. Dessa maneira a ilha terá um aumento nas taxas de visitação e no tempo de permanência do turista.

É desejável que o planeamento e as ações que visam o desenvolvimento turístico da ilha estejam pautadas sobre o conceito de turismo de experiência, tal como demonstrado anteriormente, e com foco no turismo sustentável, que tem como objetivo o desenvolvimento humano e social da comunidade local. Sendo assim, os produtos turísticos da ilha de Santo Antão devem ser desenvolvidos em harmonia com o meio ambiente e com a comunidade e cultura local, de forma que não se perca a essência singular da ilha e de seus habitantes.

Vale destacar que diversas atividades voltadas ao segmento de natureza, cultural e rural estão sendo implantadas na ilha por meio do Projecto Raízes – Redes Locais para o Turismo Sustentável e Inclusivo em Santo Antão, que tem como objetivo principal promover o turismo sustentável como factor de geração de rendimentos e melhoria das condições socioeconómicas na Ilha. O projeto envolve uma série de atividades, tais como plano de ação participado para o turismo sustentável, criação de centros de interpretação, desenvolvimento de programas turísticos, promoção dos produtos locais, criação de portal na internet, entre outras. Muitas já foram implementadas e tem trazido benefícios bastante positivos para a ilha.

Houve também o Programa Rota de Aldeias Rurais de Santo Antão concluído em 2016, cujo objetivo foi estruturar e qualificar iniciativas empresariais nas áreas rurais da ilha, visando consolidar a oferta de serviços que possibilitem o aprimoramento da experiência de turistas e visitantes. Este e outros projetos em andamento são essenciais para o desenvolvimento do turismo da ilha e é importante considerar a continuidade deles, apoiando e dando os incentivos necessários para que continuem com suas ações, que geram impactos positivos na ilha.

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 Santo Antão. 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 Santo Antão 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 cinco exemplos de diferentes propostas que materializaram a construção de suas ofertas com bases sustentáveis: Costa Rica, Nova Zelândia, 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, cachoeiras – oferecendo atividades de aventura e santuários de fauna silvestre.

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

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



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



3.2.3.2. NOVA ZELÂNDIA



Bream Head, Northland - The Whara Track. Fonte: <https://www.doc.govt.nz>

A Nova Zelândia abriga uma diversidade de paisagens - praias isoladas, áreas rurais, áreas pantanosas, vales e florestas - atravessadas por trilhas, de diferentes tipos, que atendem ao mais diverso perfil de público. 100% Pure New Zealand é considerada uma das campanhas de marca de destino mais bem-sucedidas e conceituadas, responsável por impulsionar o turismo no país. Posteriormente, a marca incluiu no seu slogan a mensagem "todos os dias uma jornada diferente", que divulga a diversidade de atrativos que o turista pode desfrutar. Sob esse slogan, são estruturados roteiros variados, incluindo uma vasta gama de atividades.

O país é um paraíso para amantes de caminhadas - há percursos de 30 minutos, 3 horas, 1 dia inteiro ou mesmo vários dias, que são as "Great Walks da Nova Zelândia". Foi desenvolvido um guia especialmente para esse tipo de atividade, destacando as principais trilhas e combinação de roteiros, além de dicas e informações variadas. O guia está estruturado de forma que agrupa as trilhas entre "Short Walks: 30 minutos a 3 horas" - de fácil acesso e indicada para todas as idades, inclui imperdíveis pontos turísticos do local, sendo algumas acessíveis a cadeira de rodas e carrinhos de bebê; "Day Hikes: 3 a 8 horas" - de fácil acesso e bem estruturadas, porém requerem um nível maior de esforço físico; "Multi-Day Hikes: 2 a 6 dias" - com pernoite e possibilidade de realizar com ou sem guia, passa por variadas paisagens.

Cada experiência é descrita no guia de forma a fornecer ao visitante as principais características da trilha e o que esperar de cada passeio, bem como informações como duração, extensão, nível de dificuldade e forma de acesso. Ao lado há exemplos que foram retirados do próprio guia, disponível no site (<https://www.newzealand.com/br/walking-and-hiking/>), ilustrando o exposto.

Ainda, a cultura Maori, povos originários da Nova Zelândia, é presente no país e destaca-se dentro da diversidade cultural que compõe a população local. Algumas vilas tradicionais podem ser visitadas e fazem parte dos roteiros turísticos, oferecendo atrações como apresentações de dança e música, gastronomia típica, museus e artesanato.

NEW ZEALAND WALKING GUIDE | DAY HIKES

TONGARIRO ALPINE CROSSING

The finest day walk in Middle-earth.

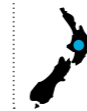
Often touted as one of the world's greatest day walks, the Tongariro Alpine Crossing traverses a volcanic landscape so striking it had a starring role in the *Lord of the Rings* trilogy.

The crossing takes walkers past two active volcanoes, fumaroles, giant lava fields, a bright red crater and emerald-green lakes, it's like a crazy geology field trip with a whole lot of exercise and plenty of photo ops. The big bonus is mind-blowing views extending across Lake Taupō and around the volcanic plateau.

This is a long day's walk that should only be attempted in good weather. Proper hiking boots and warm, wet-weather gear are essential, even in summer.

On guided trips with expert local operators it is possible to complete the Alpine Crossing in winter when the landscape is spectacularly cloaked in snow.

- 7 - 8 hrs
 - 19km/12mi
 - Advanced
 - October - April
 - Bookings not required
 - Guided hikes available
- GETTING THERE**
- 45 mins to Taupō from Auckland
 - 1 hr 30 mins from Taupō
 - 1 hr from Ohakune



Nearby Attractions • Ohakune • Whakapapa • Lake Taupō • Whanganui National Park



NEW ZEALAND WALKING GUIDE | DAY HIKES

CAPE KIDNAPPERS WALKING TRACK

A captivating gannet colony tops off this beach walk to the tip of the cape.

This wonderful Hawke's Bay walkway follows the beach below towering cliffs for most of the way before climbing up to the tip of the cape. Along the way, all sorts of strange geological sights are revealed in rock layered with stone, gravel, pumice and silt. Petrified wood and lignite, fossilised shells can also be seen, along with fragmented fault and tilt lines that reveal New Zealand's slow-motion rise out of the sea.

The Cape is a bird-lovers' delight. Species include the white-fronted tern/tara, variable oyster catcher/tōrea, reef heron/matuku waitai, Caspian tern/taranui and little blue penguin/kororā, but the gannet is king of the castle here. Australasia's largest mainland colony sits on the tip of the cape - their raucous squawking, preening and flapping is very entertaining.

This walk is only accessible at low tide, while early November to late February is the best time for gannet activity.

- 5 hours
 - 19km/12mi
 - Intermediate
 - All seasons
 - Bookings not required
- GETTING THERE**
- 30 mins from Napier
 - 3 hrs 10 mins from Rotorua



Nearby Attractions • Te Mata Peak • Hawke's Bay wineries • Art deco Napier

NEW ZEALAND WALKING GUIDE | SHORT WALKS

CAPE FOULWIND WALKWAY

Ocean and mountain panoramas are just the start of the story on this dramatic coastal walkway.

This headland is rich in human and natural history, retold in interpretation panels along the bluff-top pathway. Walk it in either direction between Tauranga Bay or Lighthouse Road, or turn back at the iconic lighthouse. Near Tauranga Bay, a colony of fur seals lazes around on the rocks.

- 1 hr 15 mins
 - 3.4 km/2.1 mi
 - Easy
- GETTING THERE**
- 15 mins from Westport
 - 1 hr 30 mins from Greymouth



DEVIL'S PUNCHBOWL WALKING TRACK

Refresh your senses under the superfine spray of a powerful cascade.

Arthur's Pass National Park's classic short walk leads you across the broad Bealey River by footbridge before plunging you into lush native forest and onwards to varying viewpoints of the 131m high Devil's Punchbowl - one of New Zealand's most stunning waterfalls.

- 1 hr
 - 2 km/1.2mi
 - Easy
- GETTING THERE**
- 2 hrs from Christchurch
 - 2 hr 30 mins from Christchurch via TransAlpine



NEW ZEALAND WALKING GUIDE | GREAT WALKS

HEAPHY TRACK

Amazing natural history meets mesmerising scenery on this crossing of Kahurangi National Park.

This splendid journey retraces the steps of Māori pounamu (greenstone) gatherers and pioneer gold prospectors between Golden Bay and the West Coast.

The Heaphy Track boasts the widest range of scenery of any Great Walk - from rugged mountains and tussock-covered downs, to densely forested river valleys and wild West Coast beaches fringed with spiky nikau palms. There's some weird and wonderful wildlife in the midst, including great spotted kiwi (roa) roaming the Goulard Downs, weta creeping around limestone caves, and giant carnivorous snails slithering through beech forest.

By road, the end of the track near Karamea back to the start is a whopping 463 km. A scenic flight back to Golden Bay or Nelson is a quicker and highly memorable way to finish the hike.

- 4 - 6 days
 - 78km/49 mi
 - Intermediate
 - All seasons
 - Bookings required
 - Guided hikes available
- GETTING THERE**
- 50 mins to Nelson from Christchurch and Wellington
 - 2 hrs 30 mins from Nelson
 - 2 hrs 30 mins from Westport



Exemplos de rotas "Day Hike", "Short Walks" e "Multi-Day Hikes", respectivamente. Fonte: New Zealand Walking Guide - site newzealand.



3.2.3.3. FERNANDO DE NORONHA



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

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

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

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

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

VISITAÇÃO

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

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

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

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

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

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

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

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



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



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

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

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



3.2.3.4. 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.





3.2.3.5. 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 Island hopping the Indian Ocean 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>



3.2.3.6. CONSIDERAÇÕES

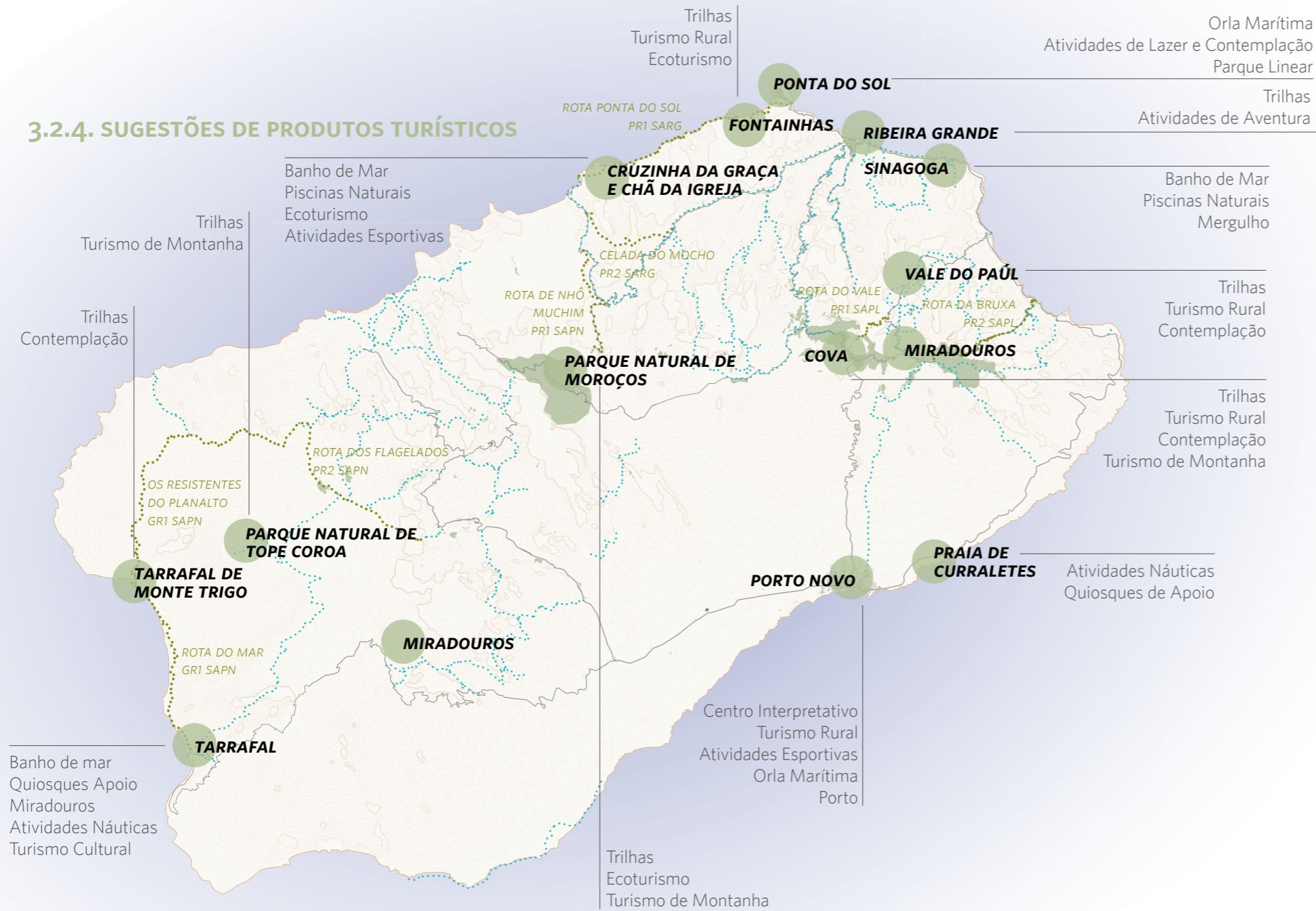
A tabela a seguir sintetiza alguns pontos chave analisados nos estudos de benchmarking apresentados anteriormente, apontando as características similares dos destinos estudados com relação à Ilha de Santo Antão, bem como os principais destaques observados que por sua vez apontam referências para a Ilha 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 SANTO ANTÃO	DESTAQUES	REFERÊNCIAS PARA SANTO ANTÃO
COSTA RICA	<ul style="list-style-type: none"> - Conhecido como Destino de Natureza; - Atrativos são agrupados por segmentos 	<ul style="list-style-type: none"> - Pioneiro no Ecoturismo; - Investimento Público nos Parques Nacionais e Áreas Protegidas; - Sistema de Pagamento por Serviços Ambientais (PSA); - Certificação para Sustentabilidade Turística; - Site oficial bem estruturado, com descrição extensa sobre os atrativos, roteiros e informações para planejamento da viagem 	<ul style="list-style-type: none"> - Iniciativas e incentivos do Governo que priorizam parâmetros sustentabilidade; - Ecoturismo como ferramenta para financiar áreas protegidas;
NOVA ZELÂNDIA	<ul style="list-style-type: none"> - Diversidade de paisagens: praias, montanhas, áreas rurais, vales, florestas, etc.; - Diversidade Cultural 	<ul style="list-style-type: none"> - Campanha de Marca de Destino consolidada e bem conceituada; - Roteiros Variados - Diversidade de Tipos de Trilhas e Caminhadas - Guia de Trilhas 	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing e Promoção do destino ; - Ênfase nas experiências ofertadas por cada roteiro; - Clareza na caracterização e informação sobre os diversos atrativos, compondo um vasto "cardápio" de atividades; - Envolvimento das comunidades tradicionais nos roteiros turísticos.
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; 	<ul style="list-style-type: none"> - Valorização do patrimônio natural; - Controle da visitação: limitação e capacidade de suporte nos atrativos;

		<ul style="list-style-type: none"> - 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"> - 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; - Diversidade de atividades relacionadas ao turismo de aventura e de pesca 	<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; - Atividades e Roteiros náuticos como nas Ilhas de Santa Maria, Faial e Flores (passeios de barco, pesca esportiva, mergulho, etc); - Atividades e Roteiros de aventura como nas ilhas de São Miguel, Santa Maria, Graciosa (parapente, esportes náuticos, visita às cavidades vulcânicas, escalada, rotas de bicicleta, etc).
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



TARRAFAL
 Estruturação da baía com quiosques de apoio, miradouros ao longo da estrada, oportunidade de realização de atividades náuticas como mergulho e outros. Fortalecimento do turismo cultural e vivências relacionadas à produção artesanal.

PARQUES NATURAIS
 Fortalecer atividades relacionadas ao turismo de montanha e ecoturismo.

FONTAINHAS
 Turismo rural pode oferecer experiências diversas e maior integração ao meio natural.

PONTA DO SOL
 Estruturação da orla e revitalização de espaços voltados a atividades de lazer, recreação, contemplação e esportes. Estruturas e serviços de apoio à visitação.

4. PROPOSTAS



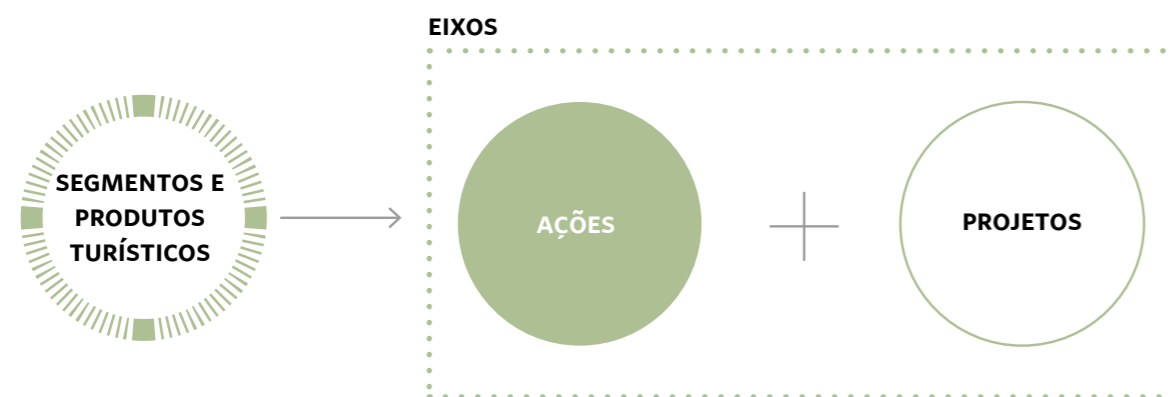
Santo Antão apresenta grande potencial para se desenvolver com um destino de turismo diversificado e atrativo, mas para isso é necessário vencer alguns desafios que tem limitado seu desenvolvimento e que tocam temáticas diversas, seja de transporte, como melhorias na estruturação de seus recursos e produtos 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 Santo Antão, 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 Santo Antão. 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 Santo Antão. 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 Santo Antão, 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 planeamento 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	Incentivar a criação de uma Associação de Artesões na ilha, que seja responsável pelo desenvolvimento e valorização do artesanato local	Fortalecer o artesanato local; Articular a conexão entre os artesões e os consumidores.	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	Incentivar a criação de uma Associação dos Produtores Locais , que seja responsável pelo desenvolvimento e valorização dos produtos locais e pela rede de agroturismo. A Associação pode incentivar a criação de produtos exclusivos para a ilha.	Fortalecer a marca da ilha e os produtos locais; Apoiar o desenvolvimento do agroturismo e permitir uma melhor conexão entre os produtos e produtores.	Curto	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Câmaras Municipais, Ministério da Agricultura e Ambiente, Direcção Geral do Ambiente, IEFP, Pró-Empresa, Terceiro Setor
A.G4	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.	Médio	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.G5	Incentivar a criação de uma Associação que seja responsável pelo desenvolvimento do Turismo Rural na ilha, que esteja vinculada à Associação do Turismo e aos Produtores Locais. 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



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.

No Brasil, na Ilhabela, foi aplicado um piloto de uso dos Critérios Globais do Turismo Sustentável para Destinos - GSTC Destinos, como ferramenta de gestão e monitoramento do destino. A ação ocorreu com financiamento do WWF Brasil. Inicialmente, foi aplicada a metodologia para fazer um diagnóstico de como o destino estava perante os indicadores. Posteriormente, a partir deste resultado, o Conselho Municipal de Turismo alinhou



As redes sociais são grandes fontes de informação aos turistas, mas que também permitem conhecê-lo um pouco mais. Suas percepções são facilmente observadas em sites colaborativos como o TripAdvisor, por exemplo. | Fonte: www.tripadvisor.com.br/Attraction_Review-g482855-d13565202-Reviews-Green_Line_Tours-Mindelo_Sao_Vicente.html



Postos ou centros de informações turísticas podem ser pontos de conversas e captação de percepções do turista sobre o destino, de modo rápido e objetivo, com o uso de formulários simples. | Foto: Luciana Saji, 2017

seu planejamento estratégico ao atendimento de indicadores que demonstravam maior fragilidade, como foi o caso da questão da baixa cobertura de serviço de esgotamento sanitário. A partir de então, os indicadores viraram uma referência para apoiar o planejamento e gestão do destino, conferindo uma visão rápida e focada para a governança nos temas de maior relevância.

Para ambas as ações, seria necessário o envolvimento de equipes técnicas especializadas que podem fazer parte do setor privado, associações locais ou serem contratados para a execução do serviço. O projeto aqui proposto tem duração de um ano, envolvendo pesquisas mensais com turistas e ação semestral sobre o GSTC. Estudantes e institutos de ensino podem ser envolvidos para aplicarem as pesquisas

MACROREQUISITOS GD	ILHABELA
I. Gestão do destino	57%
II. Natureza e cenário	43%
III. Meio ambiente e clima	40%
IV. Cultura e tradição	22%
V. Bem estar social	50%
VI. Negócios e hospitalidade	42%
Total	45%

Quadro síntese com o percentual de atendimento aos macrorequisitos do GSTC aferidos na Ilhabela, Brasil. | Fonte: WWF Brasil, 2018



O GSTC apoia a comunicação sobre destinos sustentáveis no mundo, através de plataformas como o Green Destinations. | Fonte: <https://greendestinations.org>



4.2. PROMOÇÃO DO TURISMO

AÇÕES

COD.	AÇÃO	OBJETIVOS	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
A.P1	Criar um Comitê de Marketing e Promoção do turismo para a ilha de Santo Antão , 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;	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
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.	Curto	Cabo Verde Trade Invest	DGTT, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Associação de Turismo, Terceiro Setor
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;	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
A.D6	Promover o turismo entre os emigrantes (diáspora), através de uma abordagem mais direta e proativa do ministério do turismo e das agências nos países de destino.	Incentivar que emigrantes revisitem suas raízes e até mesmo retornem como empreendedores no setor do turismo.	Curto	Cabo Verde Trade Invest	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



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< Projeto Raizes
A.C4	Contratar consultoria especializada ou fazer acordo com terceiro setor para promover a capacitação dos Produtores locais , com foco em meios sustentáveis de produção, boas práticas na produção, empreendedorismo, valorização dos produtos locais e diversificação dos produtos. Prever período de acompanhamento e supervisão.	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.C5	Contratar consultoria especializada ou fazer acordo com terceiro setor para promover a formação de Artesões locais , para elaboração de produtos e artesanatos de maior atratividade e valor agregado.	Incentivar atividades complementares para geração de renda da população local; Criar produtos artesanais específicos para a ilha; Fomentar o empreendedorismo na ilha; Criar uma marca para ilha	Curto	Câmaras Municipais e/ou terceiro setor	Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design, Pró-Empresa, DGTT, AAVT, IEFP, EHTV, Terceiro Setor
A.C6	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



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



Materiais lúdicos, com dicas objetivas e simples devem fazer parte do conjunto didático a ser adotado neste tipo de capacitação. Exemplo de cartilha adotada com dicas para atender bem turistas idosos, produzida pelo Ministério do Turismo Brasileiro. | Fonte: Mtur, 2016



Aula dentro de um restaurante, focada na troca de experiências entre empresários e funcionários do setor. Programa de Fortalecimento do Associativismo de Bertioga no Estado de São Paulo, Brasil | Foto: Luciana Sagi, 2015



discussões. Deve-se prezar por despertar nos alunos a empatia e a importância de seu trabalho para o desenvolvimento e preservação de sua ilha, bem como um agente que irá trazer uma sensação de acolhimento ao visitante.

- Execução da Capacitação, contemplando as seguintes fases: a) realização da mobilização dos alunos; b) organização dos espaços e locais de aulas teóricas e práticas; c) condução das aulas, com o apoio de material didática e técnicas participativas; d) realização de um seminário de troca de experiências; e) aplicação de pesquisas de satisfação e avaliação de desempenho ao longo de todo o curso e ao final; f) entrega de certificados; g) produção de relatório final.



Grupo do curso de Fortalecimento da Gestão Ambiental do Polo Costa dos Arrecifes, no Estado do Pernambuco, Brasil, apresentando os resultados de trabalho em sala de aula para definir ações prioritárias para a melhoria da sustentabilidade em seus empreendimentos. | Foto: Luciana Sagi, 2016

P.C2

PROGRAMA DE EMPREENDEDORISMO E CAPACITAÇÃO EM TURISMO DE AVENTURA

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Aprimorar e desenvolver serviços e atividades de qualidade e com segurança para atender o segmento de turismo de aventura.

Proposta: Desenvolvimento de planejamento e execução do capacitação em turismo de aventura 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



É notório que a ilha possui um grande potencial para a prática de atividades de aventura baseadas na natureza. Os principais produtos atualmente comercializados giram em torno de trilhas das mais variadas intensidades e há diversas práticas que podem complementar a experiência do visitante, ligadas à aventura. O turismo de aventura busca o contato com a natureza e tem como premissa suplantar desafios individuais e coletivos, através de atividades que atuam com a emoção e, em alguns casos, com o desempenho físico dos participantes. Elas podem ser leves e mais intensas, de acordo com o perfil do visitante. De toda maneira, premissas fundamentais ligadas à conservação e proteção do patrimônio natural e cultural, bem como à segurança, estão presentes em todos os casos. Por muitas vezes as atividades serem realizadas em locais remotos, ou envolver algum tipo de risco, torna-se necessário ter planejamento e treinamento para lidar com estas situações.

Assim, sugere-se a realização de um curso voltado para a capacitação no turismo de aventura. 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: receptivo e transportes, 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: atividades de turismo de aventura; panorama de destinos que trabalham com o turismo de aventura e mapeamento de oportunidade na ilha; planejamento e condução no Turismo de Aventura; monitoramento das atividades de Turismo de Aventura (caminhadas, mergulho, rapel, ciclismo, entre outros); informações mínimas ao visitante; liderança; primeiros socorros; técnicas verticais – salvamento básico em altura rapel; condução de caminhada de curto, médio e longo percurso. Além disso, também é importante um módulo de empreendedorismo, voltado para a estruturação de negócios, com temas como Motivações pessoais e o perfil do empreendedor; Gerenciamento de riscos e de resultados – viabilidade estrutural do negócio; Implantação de um negócio ou uma atividade econômica ecoturística com sustentabilidade; tipos de empresa e organizações e sua estruturação legal; financiamentos; técnicas de planejamento, gestão e controle do negócio ecoturístico; plano de negócios.
- Metodologias sugeridas: além de aulas expositivas em sala de aula, é importante



Cartilha de orientações básicas em turismo de aventura produzida pelo Ministério do Turismo do Brasil em parceria com a Associação Brasileira de Ecoturismo e Turismo de Aventura e Cartilha de Noções de Planejamento e Gestão de Negócios em Ecoturismo do Ministério do Meio Ambiente do Brasil | Fonte: Mtur, 2006 e MMA, 2005

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. A carga horária sugerida é de 60 horas.

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; 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.



Atividade de definição das habilidades e competências de um condutor de turismo no Parque Nacional da ilha de Fernando de Noronha no Brasil. Curso de formação de guias e guarda parques do Instituto Chico Mendes de Biodiversidade, WWF Brasil e Associação Nacional de Guarda Parques do Brasil. | Foto: Luciana Sagi, 2017



Aula prática com gestores, técnicos, guias e empresários de segurança em atividades de turismo de aventura, no contexto do curso de capacitação em normas ABNT de Turismo de Aventura para a Fundação Florestal de São Paulo | Foto: Luciana Sagi, 2011



P.C3 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.C4

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.C5

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.C6 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.C7 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	CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
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	Curto	Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Patrimônio Cultural, Terceiro Setor
A.CI2	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.	Médio	Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Patrimônio Cultural, Associação de Turismo, Setor Privado, Terceiro Setor
Festividades					
A.CI3	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.	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
A.CI4	Incentivar o desenvolvimento do turismo religioso , junto às festas tradicionais. Podem ser desenvolvidos produtos turísticos e artesanatos específicos, tais como artesanatos, comidas típicas, decoração, entre outros.	Fortalecer as festividades da ilha; Diversificar os produtos turísticos	Médio	Câmaras Municipais	Instituto de Turismo de Cabo Verde, Associação de Turismo, Setor Privado, Terceiro Setor
Produtos Locais					
A.CI5	Criar selo para os produtos locais da ilha do tipo "made in Santo Antão" , 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.	Curto	Câmaras Municipais	Direção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Terceiro Setor
A.CI6	Incentivar a criação de indústrias para produção de produtos locais , tais como queijo, produtos derivados de pescados, geleias, frutas secas e outros.	Diversificar os produtos locais; Diminuir as perdas da produção; Fomentar a criação de novos empregos na ilha e incentivar a fixação da população local; Melhorar o desenvolvimento da economia local.	Médio	Câmaras Municipais	Ministério da Agricultura e Ambiente, DGTT, AAVT, IIEFP, EHTV, Pró-Empresa, Terceiro Setor, Setor Privado



P.CI1 FORTALECIMENTO DA CULTURA E IDENTIDADE E PROMOÇÃO DE EVENTOS E FESTIVIDADES

Grau de prioridade: Alta

Estimular e fomentar grupos e entidades locais de dança e música.
 Incentivar atividades de fortalecimento da cultura musical local.

Objetivo: Desenvolver produtos turísticos locais e autênticos.
 Valorizar e fortalecer eventos e festividades locais.
 Resgatar e valorizar sua história e monumentos.

Fortalecer o contato da música e dança com os jovens;
 Criação de oficinas turísticas de músicas e danças;
 Programas de subsídio a grupos de dança e música;
 Estruturação de calendário cultural turístico;
 Resgate e valorização da história e criação de circuito turístico histórico cultural.

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

A musicalidade cabo-verdiana possui importante identidade cultural, com ritmos próprios com destaque ao Tambaká, Batuque, Funaná, Morna e Coladeira e ainda tendo Praia, na ilha de Santiago, como uma das Cidades da Música elencada pela UNESCO. Na ilha de Santo Antão, entretanto, a musicalidade ainda é incipiente e pouco explorada, impedindo seu proveito enquanto produto e identidade do turismo local.

Com a perspectiva de reverter essa situação, este projeto é desenvolvido através de propostas que visam o fomento da música e dança em Santo Antão, a fim de tornar a cultura um diferencial do destino, tornando sua experiência mais atrativa e única, assim como promover eventos e festividades próprias que tragam notoriedade para a ilha.

A seguir, seguem as propostas a serem desenvolvidas:

FORTALECER O CONTATO DA MÚSICA E DANÇA COM OS JOVENS

O contato da criança com a cultura estimula seu aprendizado e potencializa seu desenvolvimento no médio e longo prazo. Para isso, propõe-se duas realizações a serem implantadas em Santo Antão visando a construção do aprendizado musical para a juventude: a incorporação de atividades musicais como disciplina escolar; criação e incentivo ao aprendizado da dança e música a crianças e adolescentes através de instituições especializadas.

Entende-se que a incorporação de atividades voltadas à musicalidade na grade de ensino das escolas do município é essencial para sua difusão pela importância da escola no primeiro contato dos jovens com conhecimentos gerais e cultura. Seu ensino pode ser feito através da contratação de especialistas ou por parceria com instituições da área. O intuito desse programa não é o ensino aprofundado às crianças, mas a difusão e afirmação da cultura local. Atividades complementares podem estar ligadas a este ensino como festivais escolares ou programas de interação entre países, como o projeto Olhares Cruzados Brasil-Cabo Verde, desenvolvido em 2014 pela ONG Imagem da Vida que levou a música como objeto de interação entre os países.

A criação e incentivo ao aprendizado da dança e música a crianças e adolescentes através de instituições especializadas proporciona aos jovens



Batucadeiras | Fonte: www.chaodeoliva.com/periferias/periferias-2019/175-outras-atividades/351-batucadeiras-exposicao



Cabo-verdianas dançando morna | Fonte: www.mundodanca.art.br/2013/06/dancas-africanas-cabo-verde-morna.html



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



Exemplo de festival escolar de dança de São Caetano do Sul (Brasil) | Fonte: www.abcdabc.com.br/sao-caetano/noticia/2-festival-escolar-danca-sao-caetano-reune-grande-publico-43345



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 Santo Antão.

PROGRAMA DE SUBSÍDIO A GRUPOS DE DANÇA E MÚSICA

Deve-se criar editais para fomentação através de subsídios a grupos de dança e música. Os editais podem ter apoio de entidades privadas para suporte de estrutura e financeira. A missão dessa proposta é o incentivo a grupos de qualquer natureza, seja entidades de ensino musicais, grupos de dança, 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.

CRIAÇÃO DE OFICINAS TURÍSTICAS DE MÚSICAS E DANÇAS

Os turistas cada vez mais procuram vivenciar e aprender culturas típicas dos destinos que visitam. A fim de captar essa tendência, é proposto a criação de oficinas de dança e música para os visitantes da ilha. Essa experiência pode ser realizada dentro por grupos musicais em suas sedes, centros culturais ou em locais públicos.



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>



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



Exemplo de oficina de dança típica para turistas em Tóquio | fonte: www.tokyo-tradition.jp/2018/eng/program/032

ESTRUTURAÇÃO DE CALENDÁRIO CULTURAL TURÍSTICO

Deve ser produzido uma agenda idealmente anual, ou eventualmente semestral, com eventos e festividades da ilha, que seja disponibilizando sempre ao fim do ano/semestre antecedente de modo que agências e turistas consigam organizar e promover viagens utilizando essa base de eventos, expandindo o potencial de oferta da ilha. Festas já existentes como a Festa de São João, assim como outros acontecimentos como romarias e eventos locais devem ser fortalecidas, complementados com novas apresentações e eventos, estruturando um circuito de festividades que contemple os visitantes de diversas épocas e promova atividades permanentes aos grupos e entidades de cultura local. Editais de dança e música, artesanato e gastronomia subsidiam eventos para o desenvolvimento do calendário.

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.

VALORIZAÇÃO DA CULTURA E HISTÓRIA RELIGIOSA

Deve-se explorar a cultura e eventos religiosos presentes em Santo Antão, incentivando a criação do turismo religioso na ilha. Podem ser desenvolvidos produtos específicos para as datas comemorativas dos santos, tais como artesanato temáticos, comidas típicas, decoração temática, entre outros.



Festival de São João em Porto Novo | fonte: <http://viajar.sapo.cv/noticias/forum-sobre-sao-joao-debate-elevacao-das-festas-a-patrimonio-imaterial>



Krioli Jazz Festival, maior evento promovido em Praia | fonte: expressodasilhas.cv/cultura/2019/04/12/palavras-de-ordem-ame-o-krioli-jazz-festival



Festa de Santo Antonio, realizada em Paul. Um dos eventos religiosos realizados em Santo Antão | fonte: <https://www.inforpress.cv/festa-do-municipio-do-paul-santo-antonio-era-um-homem-profundamente-crente-cardeal-d-arlindo-furtado/>



P.CI2 PROGRAMA DE FORTALECIMENTO DO ARTESANATO LOCAL

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Capacitar, aperfeiçoar e profissionalizar dos artesãos locais.
 Estimular e fortalecer o artesanato local para a criação de produtos e feiras para os turistas.
 Valorizar a produção local.

Proposta: Cursos e capacitação;
 Criação de programas de subsídio a centros de artesanatos;
 Criação de oficinas de artesanato para os turistas;
 Consolidação da política nacional de selo para produtos locais e formalização das identidades geográficas nos produtos;
 Mapeamento e plataforma de informações dos artesãos;
 Fomento a eventos e feiras de artesanato.

Responsável pela estruturação do projeto: Direcção Geral de Turismo e Transportes 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, Instituto do Emprego e da Formação Profissional, Escola de Hotelaria e Turismo

Estimativa orçamentária: Este item setá apresentado no Master Plan Final

Este projeto promove o fortalecimento e reconhecimento do artesanato local, desenvolvendo estratégias de apoio, estruturação e promoção que favoreça o produto como expressão cultural cabo-verdiana, impulsionando seu contato com os turistas e consolidando o empreendedorismo dos artesãos.

Ressalta-se o trabalho do Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design (CNAD) que desenvolve programas a diversas áreas culturais cabo-verdiana, assim como o Projeto Raízes que promove diversas estruturas do turismo local, tendo os dois projetos programas de fortalecimento do artesanato. As propostas de fomento do artesanato aqui desenvolvidas buscam trabalhar em conjunto com as duas entidades, fortalecendo seus programas, assim como incorporando novas propostas que consolide o artesanato como manifestação cultural e produto turístico em Santo Antão. A seguir, seguem as propostas que estruturam este projeto:

CURSOS E CAPACITAÇÃO

Deve-se promover a capacitação dos artesãos de São Nicolau para aperfeiçoamento e resgate do artesanato local e diversificação dos produtos. Junto à capacitação técnica, deve haver a profissionalização dos artesãos e a capacitação na gestão de pequenos negócios/empreendedorismo. A capacitação na gestão de pequenos negócios é fundamental para que as artesãs se profissionalizem, auxiliando, inclusive, na definição do preço de venda do artesanato, baseando-se nos custos da produção e análise do mercado. A capacitação pode contribuir não só para a gestão do negócio de forma individual, mas o associativismo, como a criação de uma associação de bordadeiras, e a criação ou participação em feiras e rodadas de negócios.



Projeto Raízes procura dar apoio aos artesões disponibilizando assistência técnica e consultoria. Práticas de capacitação, profissionalização e suporte deve ser estruturado e disponibilizado aos artesoes locais. | fonte: <https://pt-br.facebook.com/raizesdeSantoAntao/>

CRIAÇÃO DE PROGRAMAS DE SUBSÍDIO A CENTROS DE ARTESANATOS

Cria-se editais de subsídios para centros de artesanatos que promovam o desenvolvimento, ensino e pesquisa do artesanato cabo-verdiano. Os centros devem promover atividades voltados ao aprendizado e qualificação do artesanato para a população local.



Artesão contemplado pelo Programa Ponto de Cultura, programa brasileiro que subsidia centros que disseminam a cultura regional | Fonte: <https://fundacc.sp.gov.br/oficina-do-mestre-joca-e-reconhecida-por-ministerio-como-ponto-de-cultura>

CRIAÇÃO DE OFICINAS DE ARTESANATO PARA OS TURISTAS

Os turistas cada vez mais procuram vivencias e aprender culturas típicas dos destinos que visitam. A fim de captar essa tendência, é proposto a criação de oficinas de artesanato para os visitantes



da ilha. Essa experiência pode ser realizada em feiras, oficinas de trabalhos dos artesãos, espaços culturais, locais públicos ou mesmo dentro dos hotéis da ilha, este visando conseguir expandir a experiência dos turistas mais reclusos para além dos resorts.

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 a criação de marca de de identidades geográficas nos produtos desenvolvidos na ilha como forma de fortalecer a relação do território e de seus produtos.

MAPEAMENTO E PLATAFORMA DE INFORMAÇÕES DOS ARTESÃOS

Deve ser trabalhado em conjunto com o Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design e o Projeto Raízes o projeto de desenvolvimento de uma plataforma nacional dos artesãos cabo-verdianos. A 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.

FOMENTO A EVENTOS E FEIRAS DE ARTESANATO

Deve-se disponibilizar espaços e datas fixas semanais para a criação de feiras locais de artesanatos em pontos culturais e turísticos de Santo Antão facilitando o acesso e oferta dos artesãos aos turistas.



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



Exemplo da criação de etiqueta de identificação geográfica em produto artesanal realizada em São Vicente. 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 | Acervo próprio, 2019



Um exemplo de programa de fomento do artesanato é o Programa do Artesanato Brasileiro que tem a missão de coordenar e estruturar a atividade através de cursos de qualificação e capacitação, cadastramento, apoio a feiras e associações, prêmios, intercâmbios e outros instrumentos de incentivo. Exemplo é a feira de artesanato promovida pelo programa | Fonte: www.artesol.org.br/novo/rede/membro/programa_do_artesanato_brasileiro_pab

P.CI3

PROGRAMA DE FORTALECIMENTO DA GASTRONOMIA

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Estimular e fortalecer a gastronomia como identidade local;
 Profissionalizar e valorizar estabelecimentos locais;
 Desenvolver produtos turísticos ligados à gastronomia.

Proposta: Cursos e capacitação;
 Criação de selo de qualidade dos estabelecimentos;
 Criação de oficinas de gastronomia para os turistas;
 Criação de tour gastronômicas.

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

Modelo de implantação: Estado, Setor Privado, Tereiro 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, Instituto do Emprego e da Formação Profissional, Escola de Hotelaria e Turismo

Estimativa orçamentária: Este item setá apresentado no Master Plan Final



Este projeto prevê o fortalecimento da gastronomia típica do país, destacando as individualidades presentes na ilha de Santo Antão através de propostas que incentive a exploração de ingredientes e gastronomia local, instrumentos de promoção de estabelecimentos e fomento a atividades aos turistas.

CURSOS E CAPACITAÇÃO

Deve-se promover a capacitação de produtores de Santo Antão para aperfeiçoamento da gastronomia local e diversificação dos produtos. Junto à capacitação técnica, deve haver a profissionalização a capacitação na gestão de pequenos negócios/ empreendedorismo. A capacitação na gestão de pequenos negócios é fundamental para que os produtores se profissionalizem, auxiliando, inclusive, na definição do preço de venda dos 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 restaurantes, bares e cooperativas, e a criação ou participação em tours e feiras gastronômicas.

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.



Pontche típico de Santo Antão | Acervo próprio, 2019.



Cursos de aperfeiçoamento de pratos típicos em São Luís, Brasil | fonte: <http://www.agenciasaoluis.com.br/noticia/23901/>



Selo de qualidade sanitária presente nos estabelecimentos de Nova Iorque | fonte: www.nytimes.com/2018/06/05/dining/new-york-restaurant-inspections-by-the-numbers.html

CRIAÇÃO DE OFICINAS DE GASTRONOMIA PARA OS TURISTAS

Os turistas cada vez mais procuram vivências e aprender culturas típicas dos destinos que visitam. A fim de captar essa tendência, é proposto a criação de oficinas de gastronomia para os visitantes da ilha. As oficinas podem envolver o conhecimento e preparo em estabelecimentos de alimentos e bebidas, como também a experiência da produção de gastronomia local, como nas produtoras de grogues típicas da região, com visitas e aulas nas etapas de processos das bebidas, como colheita, produção, engarrafamento e degustação.



Oficina de culinária tailandesa para turistas | fonte: <https://thai-secret-cooking-school.blogspot.com/2018/09/thailand-tourism-at-its-finest-thai.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 Santo Antão através da gastronomia e de seus ingredientes. Os circuitos podem ser realizados em estabelecimentos de alimentação e bares, assim como em produtoras de grogues e pontche típicos da região.



Visita à produção de cachaça em Taubaté, São Paulo. Fonte: panrotas.com.br/noticia-turismo/hotelaria/2013/05/hotel-fazenda-mazzaropi-oferece-visitas-a-producao-de-cachaca_88806.html



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



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 Santo Antão 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	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
A.A2	Incentivar a criação de um Geoparque em Santo Antão 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.A3	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.A4	Desenvolver e estruturar um programa de proteção às tartarugas , principalmente junto às comunidades locais. Elaboração de um inventário de lugares de nidificação de aves marinhas no litoral.	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.A5	Articular e estudar meios para interdição da atividades de extração de areia nas praias próximas a Ribeira Grande. A atividade deve receber regulamentação, ordenamento e fiscalização, 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
A.A6	Articular e estudar meios para a regulamentação, ordenamento e fiscalização de atividades de suinocultura em vários locais da ilha.	Identificar o real impacto da prática atual e garantir a sustentabilidade do ambiente.	Curto	Câmaras Municipais	Direcção Geral de Turismo e Transportes, Ministério da Agricultura e Ambiente, Terceiro Setor, Instituto Marítimo Portuário
A.A7	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



P.A1

ESTRUTURAÇÃO E CONSERVAÇÃO DOS PARQUES NATURAIS COVA/PAÚL/RIBEIRA DA TORRE, MOROÇOS E TOPE DE COROA

Cenário de implantação:

Objetivo:

Estruturar as Áreas Protegidas dos Parques Naturais a fim de diversificar e fortalecer atividades de ecoturismo na ilha, que promovam a valorização e conservação dos seus recursos naturais. As Áreas Protegidas oferecem uma gama de bens de serviços ecológicos e ao mesmo tempo em que preservam o patrimônio natural e cultural, contribuem para o desenvolvimento socioeconômico na região.

Proposta:

- Elaborar e implementar o Plano de Gestão dos Parques Naturais de Moroços, Cova/Paúl/Ribeira da Torre e Tope de Coroa;
- 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 nos parques;
- Construir Centro de Visitantes com estruturação de serviços de apoio à visitação, tais como alimentação e exposição interpretativa;
- Incentivar adoção de técnicas em relação a agropecuária envolvendo menor degradação da vegetação nativa - por exemplo, com utilização de técnicas e sistemas agroflorestais, substituição dos tipos e produtos de cultura, delimitar áreas de pastoreio, etc.
- Realizar melhorias na sinalização indicativa e de acesso nas trilhas dos parques, bem como a implantação de novas caso haja necessidade.

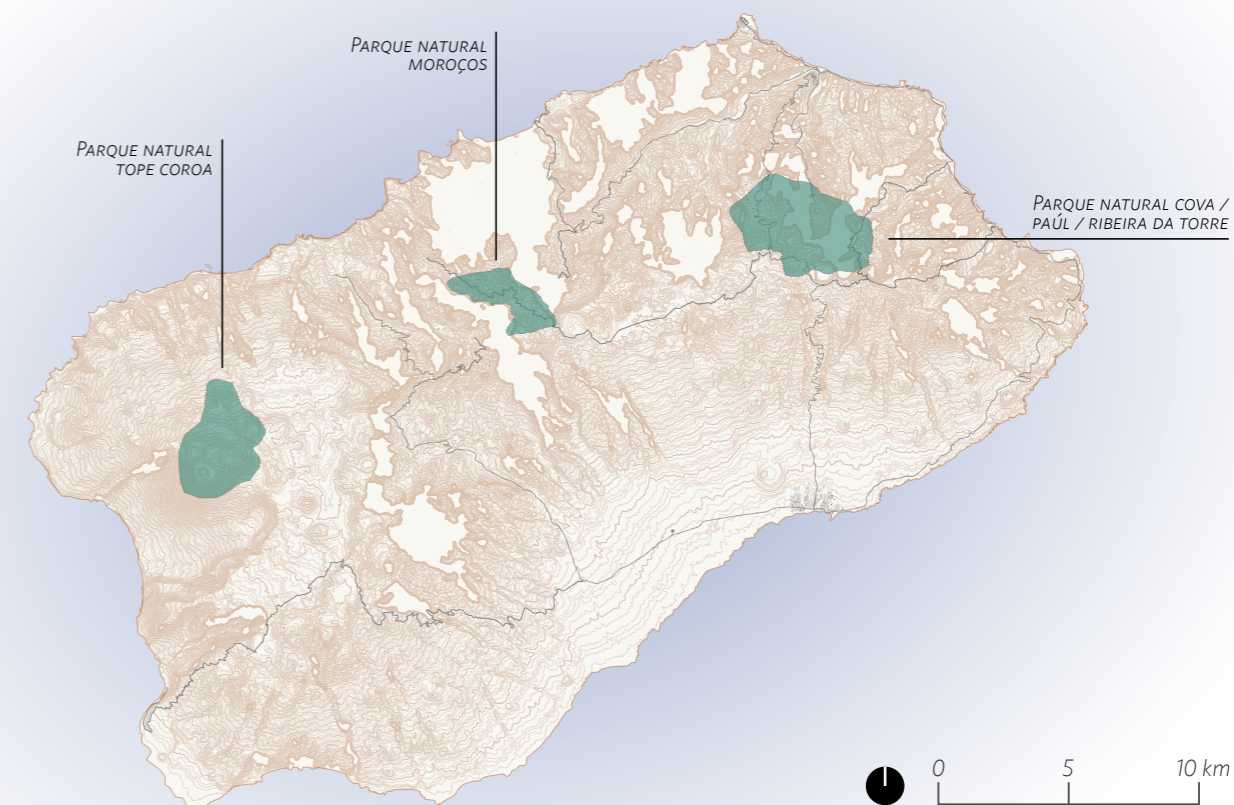
Responsável pela estruturação do projeto:

Modelo de implantação:

Modelo de gestão:

Entidades envolvidas:

Estimativa orçamentária:



Santo Antão caracteriza-se por ser uma das ilhas mais montanhosas do arquipélago de Cabo Verde. Dessa forma, o relevo da ilha, as elevadas altitudes presentes e a diversidade na incidência e orientação de ventos, influi diretamente sobre as diversas zonas da ilha. Consequentemente, propiciaram o surgimento de uma sequência de paisagens peculiares e diversificadas, estabelecendo a paisagem natural de Santo Antão como uma das mais atrativas de Cabo Verde.

Nesse contexto, propõe-se a estruturação das Áreas Protegidas dos Parques Naturais de Moroços, Cova/Paúl/Ribeira da Torre e Tope de Coroa, a fim de preservar o patrimônio natural e cultural existente, bem como, fomentar o desenvolvimento de atividades e uso público integradas a ações e programas de conservação da biodiversidade. Busca-se através da preservação dos espaços naturais construir o bem-estar e envolvimento da comunidade local a respeito dos valores ambientais, culturais e históricos, justificando estratégias

de conservação e preservação para uma gestão integrada e sustentável dos recursos.

Segundo o Sistema Nacional de Áreas Protegidas de Cabo Verde os Parques Naturais de Moroços, Cova/Paúl/Ribeira da Torre e Tope de Coroa possuem 818ha, 2.091ha e 8.491ha de área, respectivamente, sendo o Parque Natural de Tope de Coroa o maior das Áreas Protegidas Terrestres de Cabo Verde.

Situado na parte noroeste da ilha, o Parque Natural Tope de Coroa é caracterizado pela sua natureza vulcânica e representa a única amostra de cone vulcânico na ilha de Santo Antão. Fator este, que o torna umas das áreas potencialmente estratégicas para o desenvolvimento do turismo ecológico. A partir disso, propõe-se incentivar atividades de lazer integradas a paisagem e vegetação natural, seguindo um processo de conservação ambiental.

O Parque Natural de Cova, Paúl e Ribeira da Torre, a nordeste da ilha, constitui o maior centro de



Imagem: Parque Natural Cova/Paúl/Ribeira da Torre.
Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Parque Natural Moroços.
Fonte: Nações Unidas Cabo Verde.

diversidade de espécies endêmicas de Cabo Verde, e é considerado a amostra mais representativa do ecossistema úmido de montanha de Santo Antão. Portanto, revela-se uma área com melhores condições naturais para atividades turísticas de montanha, sobretudo as zonas escarpadas, sendo um dos atrativos mais relevantes da paisagem do parque, e com isso, uma das áreas mais visitadas pelos turistas na ilha. Além disso, no parque são reconhecidas importantes áreas de recursos fitogenéticos silvestres e agrícolas, tornando-se necessário garantir a regulação e controle a fim de preservar o ambiente natural ao mesmo tempo em que proporciona o desenvolvimento das comunidades locais.

O Parque Natural de Moroços, localizado na parte central da ilha, possui grande diversidade de flora autóctone, já que apresenta zonas climáticas variadas, com comunidades vegetais muito próximas da vegetação natural original. Tratam-se de zonas agroecológicas, que contemplam desde áreas mais áridas, nas elevações mais baixas, até áreas úmidas de encostas e montanhas. Com isso, Moroços é considerado um dos hotspots de



Imagem: Projeto de Centro de Visitantes para o Parque Nacional de Itatiaia, Projeto Natureza Urbana. Fonte: Acervo próprio, 2019.

biodiversidade mais importantes de Santo Antão. Entretanto, a área do parque sofre com ações antrópicas devido a sua potencialidade agrícola e atividades de pastoreio e pecuária.

PROPOSTA

Para o desenvolvimento da proposta, buscou-se integrar a mitigação dos impactos negativos, devido ao uso antrópico, a implantação e estruturação de atividades e produtos turísticos que sejam compatíveis com a sustentabilidade econômica, ecológica e ambiental das Áreas Protegidas.

Com isso, estrutura-se um circuito de visitação e trilhas, como apoio e acesso as atividades de ecoturismo, recreação e turismo rural. Também propõe-se a implantação de Centros de Visitantes em cada parque, que poderão estar associados a um museu/exposição interpretativa, bem como a um serviço de alimentação e loja para venda de produtos locais.

MUSEU / EXPOSIÇÃO INTERPRETATIVA

A criação de um museu etnográfico, com exposição interpretativa sobre os valores naturais, culturais e históricos das APs e região, é relevante para fortalecer a visitação nos parques. Assegurar seu papel como local fundamental de preservação e conservação, símbolo da riqueza de biodiversidade e resiliência, valorizando espécies endêmicas e outras características naturais, auxilia a consolidar a imagem dos parques como, de fato, atrativo turístico no país.



Imagem: Referência de Sinalização Indicativa e Exposição Interpretativa. Fonte: Environmental Campus Wayfinding, Charleston e Craig Thomas Discovery and Visitor Center, Wyoming.

ECOTURISMO

O fortalecimento de atividades de aventura vinculadas ao ecoturismo aproveita o potencial de cada parque para oferta de atividades do gênero. Poderão ser estruturadas atividades de diferentes níveis abrangendo um perfil de público diverso: trilhas e trekking, escalada, rapel, arborismo, dentre outros. As atividades poderão ser estruturadas por meio de parcerias e deverão acontecer nas zonas em conformidade com o Plano de Gestão de Áreas Protegidas dos Parques Naturais.

SINALIZAÇÃO

Implantação e melhorias na sinalização indicativa e interpretativa valorizam os recursos naturais, históricos e culturais, além de enriquecerem a experiência de visitação. Instalação de sinalização para acesso aos parques, considerando a posição de cada em relação ao fluxo principal turístico e proximidade aos núcleos urbanos.

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 regulamentar e controlar a ocupação destas nas áreas ambientalmente frágeis e que estejam de acordo com as estratégias de preservação das Áreas Protegidas.



P.A2

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

Grau de prioridade: Média

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 Santo Antão, definidas pelo EROT, bem como o desenvolvimento de ferramentas de gestão para estes locais, ou ainda atualização das ferramentas quando existentes, 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



PN: Parque Natural
 PP: Paisagem Protegida
 RN: Reserva Natural



Imagem: Exemplo da Paisagem Protegida das Pombas, cujo ordenamento das atividades e do território é fundamental para preservação desse ecossistema e de sua paisagem representativa.
 Fonte: iStock imagens.



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 e a elaboração dos Planos Especiais de Ordenamento do Território das ZDTIs , quando forem estabelecidas.	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	Desenvolver um Selo de Qualidade de Turismo para os estabelecimentos turísticos, focado em certificar a recepção e atendimento, a qualidade dos estabelecimentos, a implantação de soluções sustentáveis, instalações acessíveis, a capacitação dos funcionários, 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.14	Criar incentivos fiscais e econômicos para a implantação de infraestruturas e atividades turísticas. Priorizar os cabo verdianos que não conseguem competir com investidores estrangeiros. Criar 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; dinamizar a economia comunitária.	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	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.	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
A.16	Incentivar e criar as condições para o desenvolvimento da pesca como atividade turística (pesca submarina, esportiva e artesanal; mergulho, fotografia, lavas submarinas). Criar as normativas e os parâmetros de segurança para a atividade, além da regulamentação dos pontos de pesca e mergulho	Diversificar os atrativos turísticos; Promover uma segunda fonte de renda aos pescadores locais; Fortalecer o turismo náutico, que também é potencial na ilha.	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



COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
A.17	Incentivar e criar as condições para o desenvolvimento de Birdwatching , catalogando os pontos para a atividade.	
A.18	Criar incentivos fiscais, econômicos e de financiamento para que os emigrantes invistam na ilha em negócios atrelados ao turismo, comércio e/ou produção local.	Atrair investidores para promoção e desenvolvimento do turismo; Atrair cabo verdianos emigrantes de volta à ilha; Fomentar a criação de novos empregos e incentivar a fixação da população local; Desenvolvimento da economia local.

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
Curto	Cabo Verde Trade Invest	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

PROJETOS



P.11 FORTALECIMENTO DOS CENTROS INTERPRETATIVOS E DE ACOLHIMENTO DO VISITANTE E ESPAÇOS DE PROMOÇÃO AO TURISMO

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Fortalecer os Centros Interpretativos existentes; Divulgar e informar de maneira interativa os produtos turísticos e facilitar a sua comercialização.
 Implantação em Porto Novo, Ribeira Grande, Paul

Proposta: Dar continuidade ao trabalho que vem sendo executado, com a permanência das ações e atividades realizadas pelos Centros atuais, em Porto Novo, Ribeira Grande e Paul. O Projeto Raízes, atual estruturador dos Centros, tem abrangência inicial até 2020. É necessário o planeamento da continuidade das suas atividades.
 Estruturar o planeamento para pelo funcionamento do Centro Sete Sóis Sete Luas, para que o mesmo esteja ativo todo o ano e não apenas durante o verão.

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

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

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final

Sob direção do Projeto Raízes estão os dois Centros de Interpretação existentes em Santo Antão, um em Porto Novo e outro em Paul, onde é possível obter boa informação turística e também sobre o desenvolvimento do projeto, financiado pela União Europeia e coordenado pela Associação de Defesa do Património de Mértola - ADPM sediada em Portugal com apoio local. Até o fim de 2019, será inaugurado mais um Centro, em Ribeira das Patas, também como parte do projeto Raízes.

Há ainda a existência do Centro Sete Sóis e Sete Luas, em Ribeira Grande, que promove a cultura local, através de eventos, exposições, oficinas e comercialização de produtos artesanais locais.

Além destes, há a Aldeia Cultural Nôs Reiz, espaço que visa dinamizar o artesanato local, no quadro de um protocolo assinado com a câmara do Porto Novo.

O Masterplan de Santo Antão deverá fortalecer as atividades que vem sendo desenvolvidas nestes Centros, ampliando a sua atuação quando for o caso, oferecendo novos serviços, reforçando os aspectos culturais e turísticos da ilha.



Imagem: Centro Sete Sóis e Sete Luas, Em Ribeira Grande
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Centro de Interpretação em Paul, recém inaugurado.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Aldeia Cultural Nôs Reiz, em Porto Novo.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Exemplo de material exposto no Centro de Interpretação Turística, em Porto Novo.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



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

Grau de prioridade: Alta

Objetivo: Ampliar e fortalecer a execução das ações do Projeto Raízes voltadas à implementação da rede de trilhas; Garantir a segurança dos usuários; Valorizar os principais atrativos naturais da ilha.

Proposta: Apoiar a execução do Projeto Raízes, operacionalizado pela ADPM – Associação de Defesa do Património de Mértola e parceiros.
 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 e Câmaras Municipais

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

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final



Imagem: Trilha à caminho de Fontainhas.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Trecho da trilha Cova Paul
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

O projeto RAÍZES - Redes Locais para o Turismo Sustentável e Inclusivo em Santo Antão tem desenvolvido atividades de mapeamento e recuperação de vários caminhos vicinais, assim como a identificação, definição e sinalização das rotas.

Valorizar os percursos ecológicos de pedestres é um dos objetivos do programa que prevê a promoção de um turismo sustentável e diversificado em Santo Antão.

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: Sinalização indicativa de trilhas, instalada pelo Projeto Raízes.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



P.13 PROJETO DE SINALIZAÇÃO DIRECIONAL E INTERPRETATIVA

Grau de prioridade: Alta

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.

A ADPM - Associação de Defesa do Património de Mértola, através do projeto RAÍZES - Redes Locais para o Turismo Sustentável e Inclusivo em Santo Antão tem desenvolvido ações de identificação, definição e sinalização das rotas dos trilhos, que deve ser reforçada pelo projeto de sinalização da ilha.

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

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

Estimativa orçamentária: Este item setá 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.

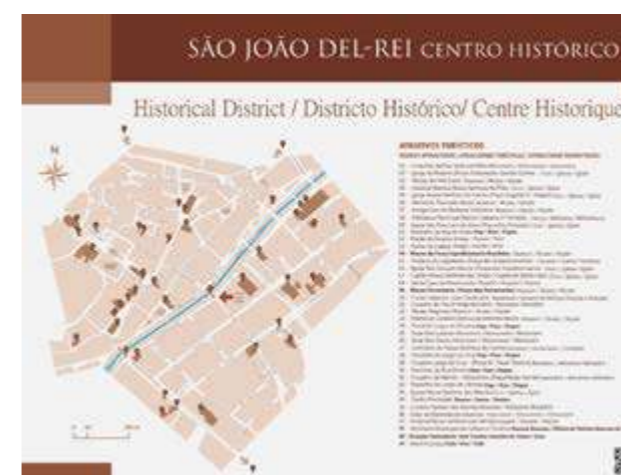


Imagem: Exemplos de sinalização turística no centro histórico de São João del-Rei, Minas Gerais, Brasil
 Fonte: www.moratoarquitectura.com.br

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 património.

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 e ao Projeto Raízes, que este ano iniciou a sinalização das seis rotas de pedestres na ilha de Santo Antão, pretendendo desta forma, divulgar, valorizar e criar atrativos turísticos com base no património natural e cultural. O Projeto de Sinalização direcional e interpretativa proposto deverá, pois, se relacionar e levar em consideração tais objetivos.



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

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.

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.

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.

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, a exemplo das encontradas no Parque Natural da Cova, Paul, Ribeira da Torre. Além de informações sobre paisagens e atrativos, as placas interpretativas podem prover informações sobre a fauna e a flora existente no local. Por fim, as placas interpretativas contribuem para a imersão dos visitantes no ambiente e a valorização do patrimônio.



Imagem: Placa base encontrada no miradouro do Campo Redondo.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



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



Imagem: Sinalização direcional encontrada em Ribeira Grande.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



P.14 ESTRUTURAÇÃO E AMPLIAÇÃO DA REDE DE MIRADOUROS

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Permitir a contemplação da paisagem e dos atrativos naturais e aumentar a atratividade da visitação; Diversificar as atividades turísticas.

Proposta:

- Melhorar os serviços de apoio nos miradouros existentes.
- Identificar outros pontos de alto interesse e valor paisagísticos para implantação de novas paragens.
- Os miradouros devem estar bem integrados à paisagem, conformando cenários únicos. A criação de uma rede de miradouros torna os pontos de parada e contemplação mais definidos e atrativos, criando um circuito tangível para os visitantes.
- Os pontos de parada devem proporcionar áreas de contemplação e descanso, sinalização interpretativa e serviços de apoio à visitação.
- É importante que a sinalização esteja bem integrada à paisagem e a intervenção. A sinalização deve apresentar um mapa da rede geral dos miradouros, para despertar o interesse dos turistas em visitar os demais pontos.

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

Modelo de implantação: Estado, PPP, Terceiro Setor

Modelo de gestão: Estado / Terceiro Setor

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

Estimativa orçamentária: Este item será apresentado no Master Plan Final



Imagem: Miradouro de Boca Covada, ponto de parada com boa estrutura, com necessidade de algumas melhorias para integração à nova rede.

Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Ponto de parada para apreciação da paisagem próximo à Fontainhas que deve ser inserido na rede de miradouros.

Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Projeto de Miradouro para o Parque Nacional de Aparados da Serra, Projeto Natureza Urbana

Fonte: Acervo próprio, 2018.

Para a estruturação de uma rede de miradouros em Santo Antão, foi feito o levantamento preliminar dos locais com maior relevância paisagística ou pontos já consolidados para a implantação dos mesmos, com base na visita técnica à ilha, na percepção da equipe de consultoria, nos documentos e propostas existentes e informações reportadas pelos principais atores locais.

Foram identificadas uma série de paradas existentes que já funcionam como miradouros bem estruturados, tanto nas áreas de montanha, nas estradas e também próximos ao mar. É possível perceber que há a intenção de estruturá-los em uma rede de pontos de parada para apreciação da paisagem da ilha. O projeto deverá, deste modo, fortalecer essa rede, apoiando sua efetiva implantação e propondo sua ampliação.

A rede de miradouros deverá oferecer a possibilidade de paradas ao longo dos circuitos turísticos, proporcionando diferentes perspectivas e paisagens da ilha. Esta deve contar com sinalização direcional e interpretativa, provendo informações sobre a paisagem, atrativos turísticos, fauna e flora, informações históricas, entre outras.

Propõe-se a utilização de materiais e técnicas locais na construção dessas estruturas, como a pedra, garantindo-se a sua integração com a paisagem, sendo este material já amplamente utilizado em construções vernáculas na ilha. O projeto de cada miradouro deve ser elaborado de acordo com cada situação específica, porém mantendo uma linguagem única que dê unidade à rede.

A sugestão da localização dos novos pontos de parada possui caráter preliminar e deverá ser revista para o desenvolvimento e implantação do projeto.



P.15 **ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO URBANO DE PORTO NOVO**

Grau de prioridade: Baixa

Objetivo: Fortalecer o núcleo urbano de Porto Novo, com diferentes estruturas e atividades de apoio aos turistas e culturais; Diversificar os atrativos turísticos, aumentando a sua atratividade e o tempo de permanência dos visitantes no local.

Proposta: Requalificação da orla de Porto Novo, dotando o espaço de novo calçado, passeios, área de mirante, mobiliário urbano adequado e novo desenho dos canteiros.
 Requalificação da Praça do Pescador, fazendo sua conexão com a área de praia e reordenando os fluxos de veículos no entorno.
 Implantação de equipamentos esportivos nas praias.
 Apoiar estudos que desenvolvam critérios para proteção do patrimônio arquitetônico, urbanístico e paisagístico da cidade.
 Desenvolvimento do Projeto de Sinalização direcional, interpretativa e de segurança em todo o núcleo de visitação, principalmente nos edifícios históricos e próximo às áreas balneares.

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

Modelo de implantação: Estado, Setor Privado, 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 setá apresentado no Master Plan Final

Situada na parte sul da ilha, logo em frente a Mindelo, Porto Novo constitui uma cidade vibrante e dinâmica. A presença do porto da ilha, por onde desembarcam os navios que chegam a Santo Antão e por onde saem todos os produtos agrícolas produzidos lhe confere uma movimentação que contrasta com a calma encontrada nas outras vilas da ilha.

Contando com pouco mais de 15 mil habitantes, a vila de Porto Novo respira ares bem urbanos, sendo a principal cidade deste que é concelho o mais extenso de Santo Antão. Uma de suas principais características é a grande riqueza cultural, manifestada através da música, da dança, da arte, do teatro e das festas de romaria. Estas alcançam sua máxima expressão na festa de São João em 24 de junho, que inclui uma grande diversidade de manifestações religiosas, culturais e desportivas.

A cidade possui relativa estrutura de acolhida ao visitante, com um Centro de Interpretação e a Aldeia Cultural Nôs Reiz. Mover-se pelo centro de Porto Novo não é difícil, podendo o passeio terminar em uma de suas praias de areia negra. Seguindo um pouco mais ao norte pelo litoral, chega-se à praia de Corraletes, recentemente requalificada, que agora conta com calçado na orla, mesas de apoio e sinalização.

Porto Novo divide com Tarrafal o posto de melhores áreas para mergulho em Santo Antão. A prática deverá ser incentivada, criando-se informações precisas e estruturas que facilitem a atividade.



Imagem: Aproximação a Porto Novo pelo mar.
 Fonte: Acervo próprio, 2019



Imagem: Avenida litorânea em Porto Novo.
 Fonte: Acervo próprio, 2019



Imagem: Aldeia Cultural Nôs Reiz
 Fonte: Acervo próprio, 2019



Imagem: Praia em Porto Novo.
 Fonte: Acervo próprio, 2019



PROPOSTA DE REVITALIZAÇÃO DA ORLA DE PORTO NOVO

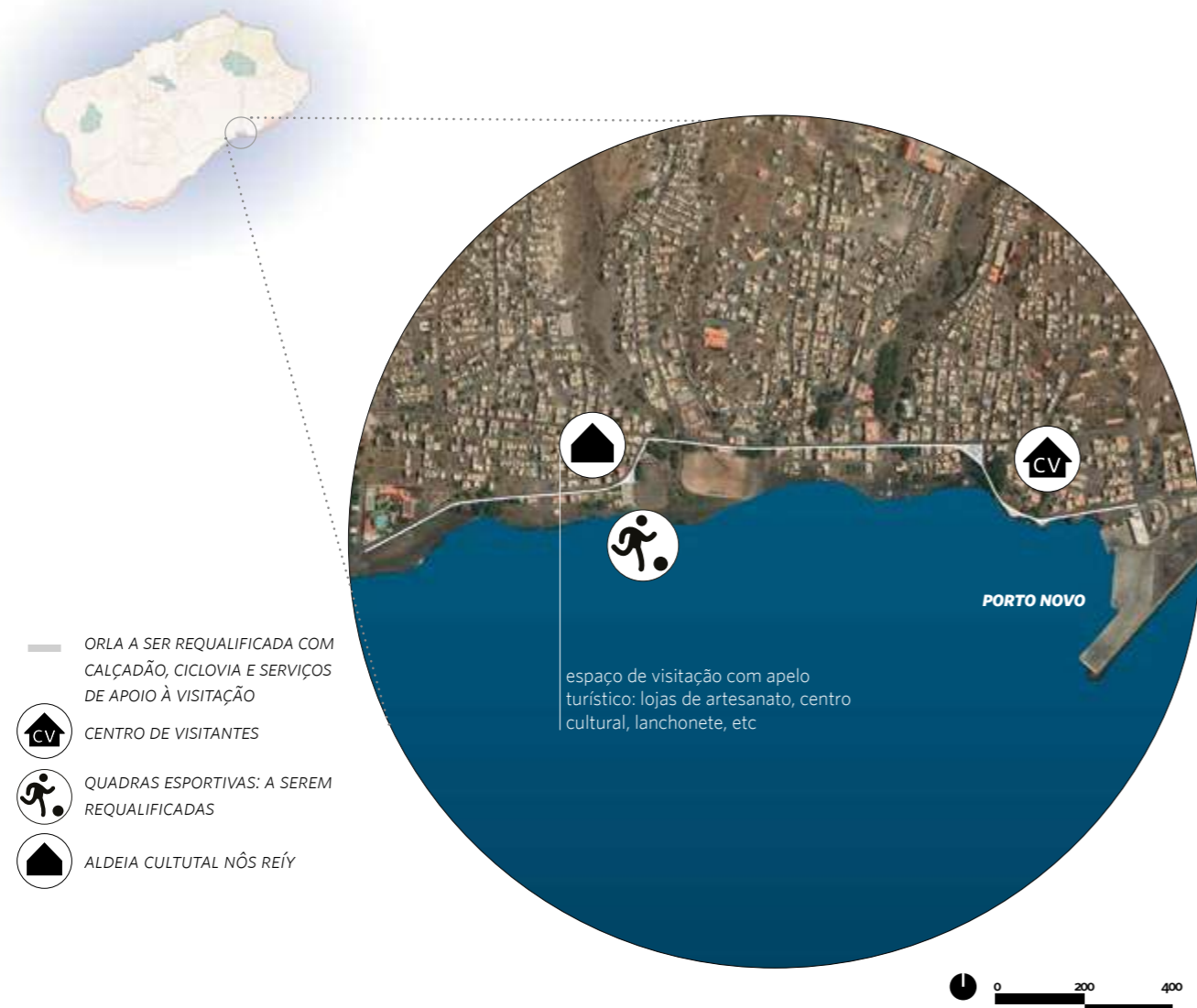


Imagem: Praia em Porto Novo.
 Fonte: Acervo próprio, 2019

As intervenções propostas para Porto Novo se concentram praticamente na sua faixa litorânea, que apesar de ter atualmente uma estrutura adequada, carece de melhorias visando o desenvolvimento da sua atratividade turística.



Assim sendo, propõe-se a requalificação de toda a orla urbana de Porto Novo, dotando o espaço de novo calçamento, passeios adequados, áreas de pausa que também se apresentam como mirantes, a implantação de mobiliário urbano coerente com os espaços e usos e novo desenho dos canteiros lindeiros existentes. Essa requalificação dará lugar a criação de novos espaços públicos, utilizando-se lugares muitas vezes já apropriados pela população, porém sem oferecer a devida estrutura. Deverão ser instalados equipamentos esportivos nas praias, reforçando e apoiando atividades já desenvolvidas no local.

A Praça do Pescador, apesar de não estar na franja da costa, também deverá passar por processo de requalificação, fazendo sua conexão com a orla, através de seu redesenho e da utilização da mesma leitura e escolha de materiais. É intenção do projeto que a orla 'absorva a praça', transformando-a em um grande espaço de estar unido à franja da praia. Para isso, além de seu redesenho, o projeto prevê estudos para o reordenamento dos fluxos viários no seu entorno, o que ajudará nessa conexão.

De maneira geral, deve-se incentivar estudos que desenvolvam critérios para proteção do patrimônio arquitetônico, urbanístico e paisagístico da cidade, salvaguardando parte da sua identidade e valorizando sua cultura e história.

Também em Porto Novo, deverá ser desenvolvido o Projeto de Sinalização direcional, interpretativa e de segurança em todo o núcleo de visitação, principalmente nos edifícios de importância histórica e próximo às áreas de praia.



P.16 **ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO URBANO DE PONTA DO SOL**

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Estruturar o núcleo urbano de Ponta do Sol, desenvolvendo um sistema de áreas livres qualificadas.

Proposta: Qualificação da orla da Rua de PAPASA e da praça da Câmara Municipal e estruturação da Via principal como via compartilhada de ligação das áreas livres. Proposição de cenários para a área do aeroporto desativado.

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

Esse projeto visa estruturar o núcleo urbano de Ponta do Sol, dado sua importância no acolhimento turístico da região na ilha de Santo Antão. As propostas para seu desenvolvimento têm foco no desenvolvimento de seus espaços públicos, através de requalificação de desenho urbano e proposição de novos espaços qualificados e novas atividades, criando uma rede convidativa de espaços livres; e o incentivo das edificações nos principais eixos de usos voltados aos turistas como comércio, serviço, hospedagem, entre outros. Complementarmente, cria-se um centro turístico para informações e apoio aos visitantes.

Devido às características de Ponta do Sol, seu perfil viário deve ser do tipo compartilhado, criando ruas que favoreçam os pedestres e criando passeios agradáveis. Deve ser fortalecida a importância como eixo estruturados da Via Principal, requalificando seu passeio com colocação de mobiliário urbano e canteiros, assim como fortalecendo a presença de serviços e comércio já presentes, e criando nela o centro turístico de Ponta do Sol. Esta via serve de conexão entre duas importantes áreas a serem requalificadas: a orla junto a Rua de PAPASA e a praça da Câmara Municipal.

A requalificação da orla noroeste, junto a da Rua de PAPASA, faz-se através da criação de calçada com espaços de estar que favoreça a apreciação da vista e do local, com o reordenamento do estacionamento de barcos de pescadores no local. Deve ser incentivado comércio e serviço em seu entorno, fomentando o mercado turístico, além da criação de ciclovias. A revitalização da praça da Câmara visa qualificar o espaço, criando maior vivacidade.

Ademais, a região apresenta um aeroporto de emergência atualmente desativado. Entende-se que o terreno possui interessante potencial de intervenção, entretanto, é programado sua reativação. Por esse motivo, apresenta-se dois cenários para o local, definidos individualmente a seguir:

Cenário 1: seguindo a definição do EROT da ilha de Santo Antão, mantém-se o espaço para a reestruturação e ativação do aeroporto. Em seu entorno, junto a Avenida Nossa Senhora do Livramento é requalificado o espaço livre público ali presente com criação de locais para atividades esportivas, infantis e de estar, expandindo a rede de espaços livres públicos.

Cenário 2: cria-se um parque linear por toda a orla da região com 80m de largura, respeitando e estruturando a faixa de proteção da costa, com o desenvolvimento de ciclovia, pista de corrida, paisagismo, quiosque urbano, mirantes e áreas de estar. Para a área interna fora dos 80m do perímetro de proteção, propõe-se a expansão do tecido urbano, possibilitando o desenvolvimento do núcleo urbano. É previsto espaço para heliponto de emergência para atender a segurança local.

Por fim, criadouros de porcos no início da trilha de Ponta do Sol-Cruzinha são identificados como atividades incompatíveis com o turismo, impactando na paisagem e desqualificando o potencial desta atividade. Para isso, é proposto reordenamento territorial dessas atividades para outros pontos do núcleo, consolidando o atrativo turístico e estruturando as atividades de criações de animais em outros setores territoriais.



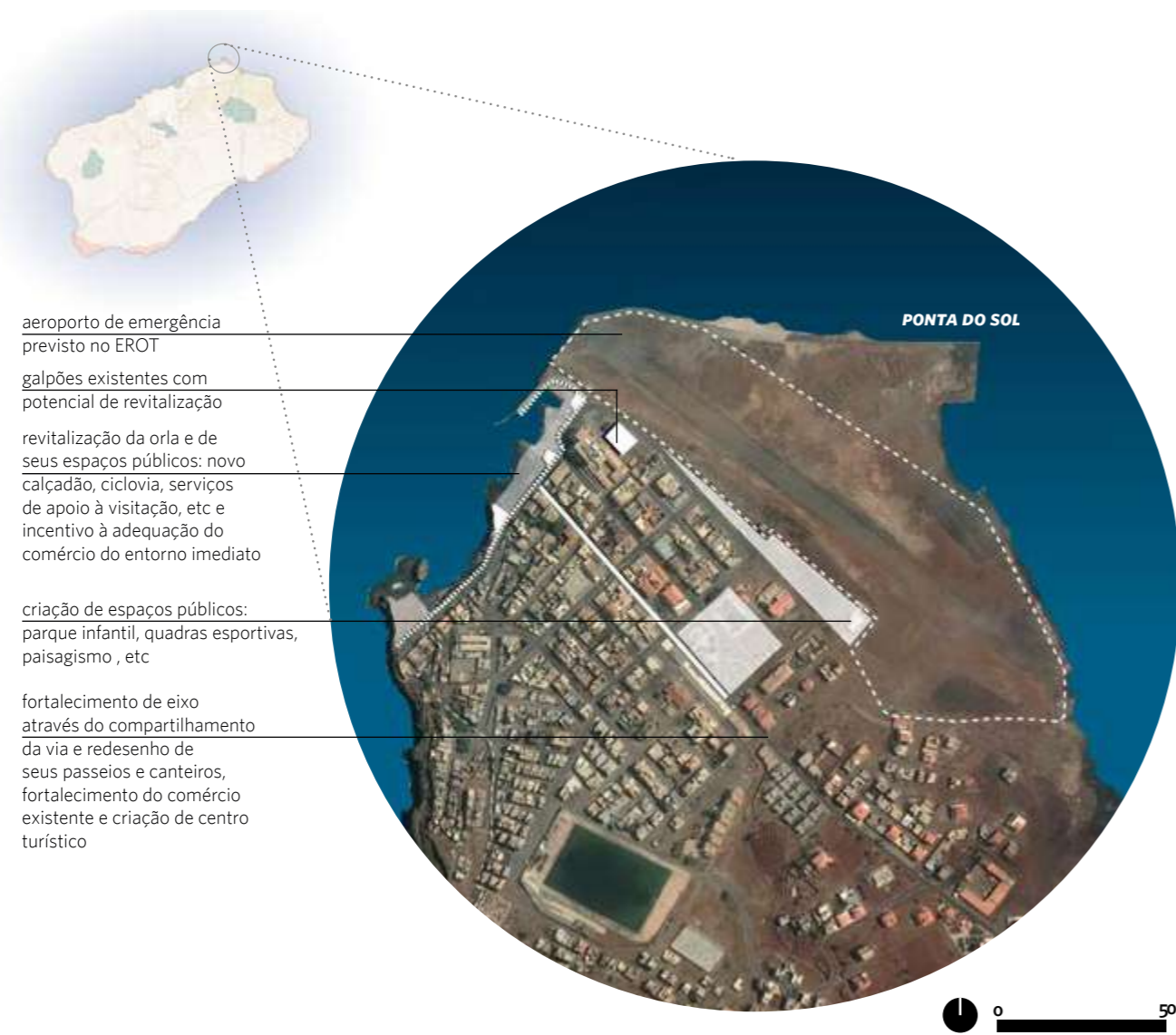
Orla noroeste junto a Rua do PAPASA
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Criadouro de porco na orla da trilha Ponta do Sol-Cruzinha impactando na paisagem natural
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



PROPOSTA DE REVITALIZAÇÃO DA ORLA DE PONTA DO SOL: CENÁRIO 01



PROPOSTA DE REVITALIZAÇÃO DA ORLA DE PONTA DO SOL: CENÁRIO 02





P.17 **ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO DE VISITAÇÃO DA PRAIA DA SINAGOGA**

Grau de prioridade: Média

Objetivo: Qualificar a experiência de visitação a área da antiga Sinagoga, proporcionando infraestrutura turística, informações e segurança; Valorizar os atrativos naturais e históricos da ilha garantindo a preservação da sua paisagem e do meio ambiente.

Proposta: Realizar estudos para o desenvolvimento de uma intervenção contemporânea nas ruínas da antiga Sinagoga.
 Estruturar área de miradouro próximo às ruínas.
 Adequação dos serviços de apoio à visitação e criação de área para estacionamento.
 Requalificar e ordenar o espaço de atracadouro dos botes.
 Desenvolvimento do Projeto de Sinalização direcional, interpretativa e de segurança em todo o núcleo de visitação, principalmente próximo às áreas de banho e das ruínas.

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 setá apresentado no Master Plan Final



Imagem: Infraestrutura de apoio à visitação existente, Antiga Sinagoga - Santo Antão
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Serviços de apoio à visitação, Antiga Sinagoga - Santo Antão
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Antiga Sinagoga, Santo Antão
 Fonte: Acervo próprio, 2019.

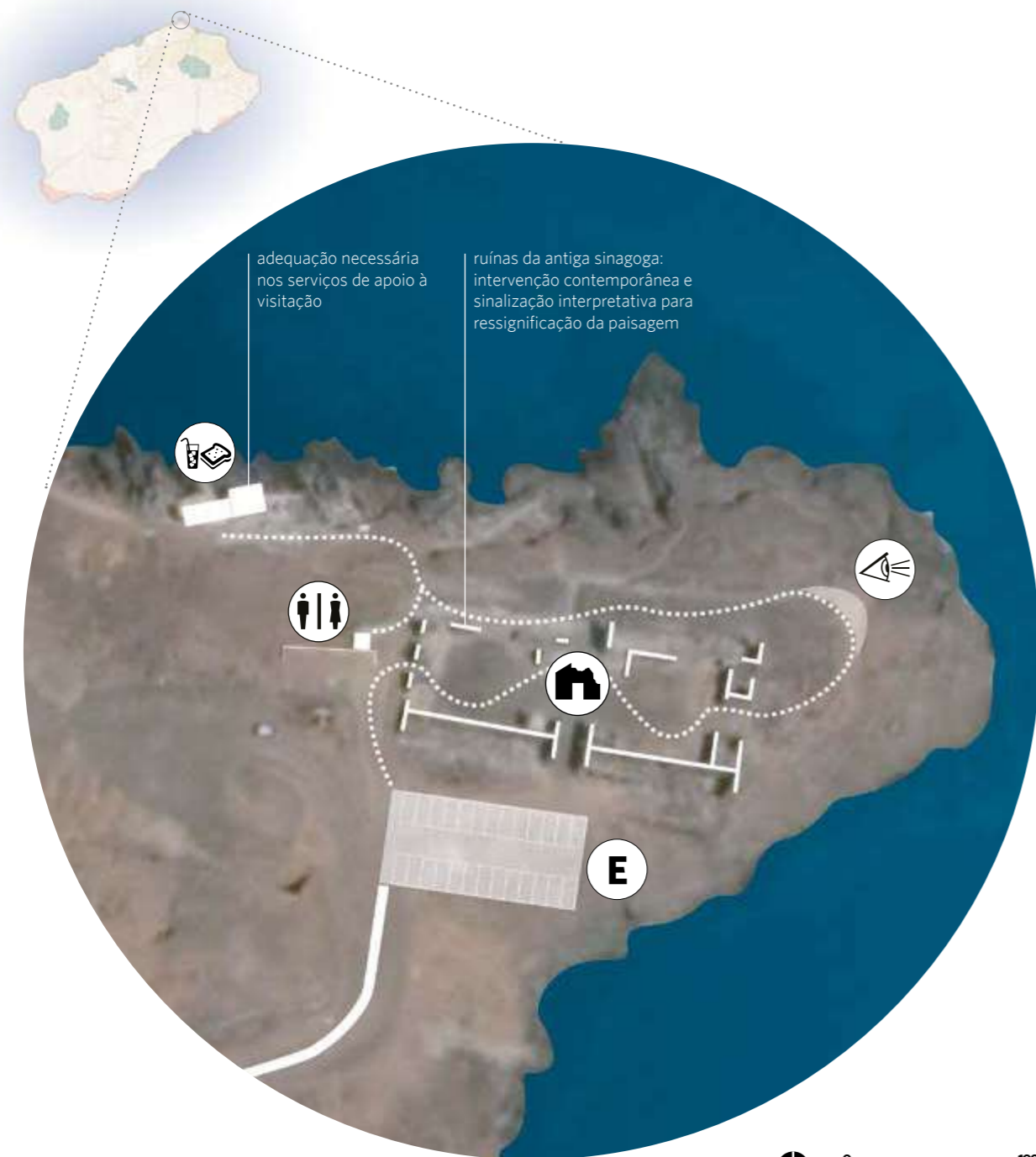
A área conhecida como Sinagoga consiste em um pequeno povoado de pescadores localizado na costa, há cerca de 5km de Ribeira Grande. No extremo norte da zona é possível ver as ruínas da antiga sinagoga que dão nome ao lugar, convertida depois em um hospital para leprosos e construída no século XVIII por colonos portugueses expulsos de Portugal. A paisagem que vai se descortinando por entre os muros das paredes de pedra da antiga construção complementa o espírito do lugar. A instalação dos judeus também pode ser notada em Ponta do Sol, onde há um cemitério.

Próximo a aldeia, é possível se deparar com os locais fabricando suas próprias embarcações de madeira.

A parte desses atrativos, descendo um pouco mais em direção à costa, Sinagoga conta com pequenas áreas de praia e um grande conjunto de piscinas naturais bem frequentado por turistas e locais. A área conta com alguma estrutura, como um deck com área de bar (Oasis), sanitários e alguma sinalização.

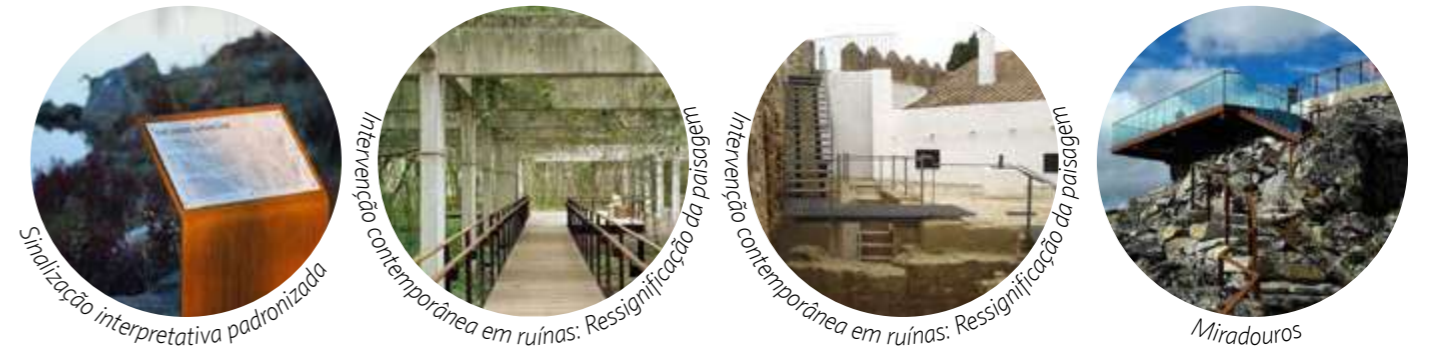


PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DA VISITAÇÃO DA ÁREA DA ANTIGA SINAGOGA



adequação necessária nos serviços de apoio à visitação

ruínas da antiga sinagoga: intervenção contemporânea e sinalização interpretativa para ressignificação da paisagem



Como intervenção na área das ruínas propõe-se que sejam desenvolvidos estudos para o melhor aproveitamento do espaço das ruínas, com uma intervenção contemporânea que respeite os signos do lugar ao mesmo tempo que ressignifique a paisagem. Sugere-se a criação de percurso de visitação saindo da parte alta, passando por entre os muros de pedra da ruína e chegando-se a um miradouro no extremo leste da zona. A visitação deverá ser guiada por placas interpretativas, informando as histórias do lugar, agregando valor ao passeio.

A área do novo miradouro também deverá oferecer informações relevantes, históricas e ambientais, além de mobiliário urbano adequado ao momento de pausa e contemplação da paisagem.

Os espaços que hoje funcionam com o oferecimento de serviços de apoio à visitação deverão ser adequados, buscando-se seu ordenamento, integração e leitura em consonância com o lugar. Uma nova área destinada a estacionamento deverá ser criada próxima ao lugar.

No povoado, deverá ser requalificado e ordenado o espaço de atracadouro dos botes, solicitação antiga dos moradores.

O projeto de sinalização direcional, interpretativa e de segurança deverá ser desenvolvido em todo o núcleo de visitação, principalmente próximo às áreas de banho e das ruínas.



Imagem: Piscinas naturais em Sinagoga.
 Fonte: Acervo próprio, 2019



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

Grau de prioridade: Alta

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

Proposta:

- Melhorar a estrada de acesso ao povoado.
- Criação de novos espaços públicos na orla, tanto para estar e contemplar a paisagem quanto para um maior aproveitamento da relação com o mar.
- Ordenamento dos usos e práticas indevidas identificadas no local, como a criação de porcos em área da praia e próxima a ponto de desova das tartarugas.
- Incentivar, fortalecer e promover o circuito ligado aos produtos agrícolas locais na aldeia.
- Fortalecimento e apoio à implementação da rede de trilhas da ilha, com urgente requalificação dos percursos e criação de mirante.
- Implantação do Projeto de Sinalização direcional, interpretativa e de segurança em todo o Núcleo de Visitação, principalmente próximo às áreas balneares.
- Fomentar a implantação de outras atividades recreativas, de aventura e de ecoturismo, além do apoio às práticas de mergulho e snorkel já existentes.

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 setá apresentado no Master Plan Final

Situado na parte sudoeste da ilha, o povoado pesqueiro e agrícola de Tarrafal parece à princípio haver sido esquecido da dinâmica das demais aldeias da ilha. Esta é apenas uma impressão que se esvai assim que aproxima-se da aldeia. A vila dista pouco mais de 2 horas de Porto Novo e seu difícil acesso não parece ser empecilho para sua visitação.

A via que leva a Tarrafal é complexa, com um primeiro trecho asfaltado assim que se sai de Porto Novo; após alguns quilômetros, torna-se apenas pavimentada para que finalmente desapareça qualquer tipo de pavimentação, dando lugar a uma pista de terra e pedras que parece mas deficiente conforme se avança ao litoral. As distâncias são longas e mesmo que vários trechos estejam em processo de pavimentação, ainda é necessário que a viagem seja feita com veículo 4x4.

Desde a estrada pode-se seguir diretamente para o centro da aldeia ou descer por uma das trilhas que saem do ponto conhecido como Garagem. Através da trilha, Tarrafal se descortina, dispondo-se escalonado pela topografia inclinada. A vegetação toma lugar ao cenário árido do entorno, com vários cultivos. Entre janeiro e março o mar é mais revolto, chocando contra a costa, estando mais calmo nas demais épocas do ano.

Algumas intervenções pontuais dinamizarão sobremaneira a ampliação da atratividade turística e também da qualidade de vida dos moradores da região. Um bom exemplo é a melhoria da estrada que dá acesso ao povoado (parte desta ação já vem sendo colocada em prática).

A requalificação das trilhas também merece certa urgência, com sua consequente manutenção. As trilhas que chegam a Tarrafal não são das mais difíceis de se fazer apesar de íngremes, mas o estado em que se encontram atualmente dificultam o trajeto. Há trechos sem muretas ou qualquer outra proteção, além de muitas pedras soltas pelo caminho. Em paralelo, deve-se fortalecer e apoiar o trabalho envolvendo a sinalização direcional que já vem sendo feito pelo Projeto Raízes, introduzindo também a sinalização interpretativa e de segurança nos circuitos, áreas balneares e no núcleo da vila.



Imagem: Uma das únicas sinalizações que indicam o caminho a Tarrafal.
 Fonte: Acervo próprio, 2019



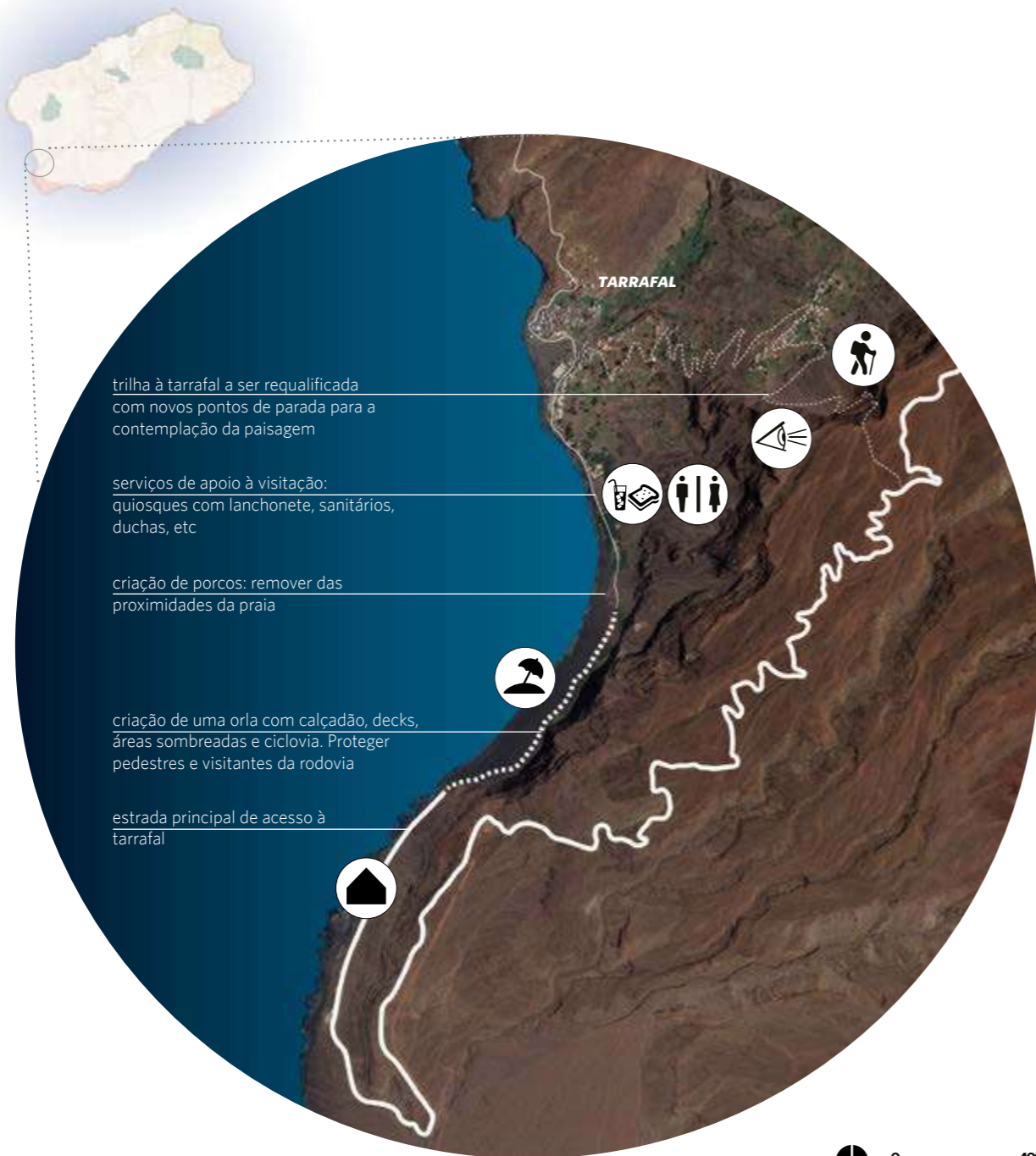
Imagem: Estrada para Tarrafal.
 Fonte: Acervo próprio, 2019



Imagem: Povoado de Tarrafal ao final da trilha.
 Fonte: Acervo próprio, 2019



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DE TARRAFAL



trilha à tarrafal a ser requalificada com novos pontos de parada para a contemplação da paisagem

serviços de apoio à visitação: quiosques com lanchonete, sanitários, duchas, etc

criação de porcos: remover das proximidades da praia

criação de uma orla com calçadão, decks, áreas sombreadas e ciclovia. Proteger pedestres e visitantes da rodovia

estrada principal de acesso à tarrafal

VIAS

ORLA COM ÁREAS SOMBREADAS, DECKS, E SERVIÇOS DE APOIO À VISITAÇÃO

TRILHA

TRILHA

PRAIA

SERVIÇOS DE APOIO

APOIO - READEQUAÇÃO DE EDIFICAÇÃO SEM USO

MIRADOUROS



Sinalização interpretativa padronizada

Criação de orla com calçadão, decks e áreas de estar sombreadas

Edificação de apoio: arquitetura integrada à natureza

Miradouros: paradas de contemplação da paisagem

Na faixa litorânea, deverão ser criados novos espaços públicos, com a requalificação da orla dotando o espaço de novo calçadão e serviços de apoio à visitação. Deve-se incentivar os passeios e a exploração de toda a Baía, chegando-se até às piscinas naturais mais ao sul. Ali, deverão ser colocados sinalização e equipamentos (escadas e decks) que proporcionem um banho mais seguro.

O projeto também prevê que seja incentivado e continuamente promovido o circuito ligado aos produtos agrícolas locais, estando diretamente relacionado ao fortalecimento da gastronomia local, notadamente à fabricação do grogue. Os projetos Rotas de Aldeias Rurais de Santo Antão e "Uma família, um turista", que têm sido exemplo de sucesso na ilha com hospedagem de caráter familiar, também devem ser estimulados.

Por haver sido identificada no local área de nidificação de tartarugas, sugere-se a inserção do núcleo em programa de proteção às tartarugas, com latente conscientização dos cidadãos e tomadores de decisão para a necessidade de proteção da espécie marinha e busca da diminuição da alta taxa de captura. Deve ser avaliada a relocação com certa urgência da criação de porcos na praia próxima ao espaço de desova das tartarugas, sob pena de causar impactos irreversíveis no desenvolvimento da espécie no local.

Conferindo experiências já identificadas e diversificando as práticas de lazer, incentiva-se a implantação de atividades recreativas, de aventura e de ecoturismo, notadamente o mergulho, apresentando a área de Tarrafal uma das mais ricas paisagens marítimas da ilha.



Imagem: Praia da Baía de Tarrafal dom o povoado ao fundo.
 Fonte: Acervo próprio, 2019



P.19 ESTRUTURAÇÃO E FORTALECIMENTO DO NÚCLEO DE VISITAÇÃO DE CRUZINHA

Grau de prioridade: Baixa

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

Proposta:

- Melhorar a estrada de acesso ao povoado, com especial atenção ao trecho pós Chã de Igreja.
- Revitalização dos acessos à praia e às piscinas naturais, com ordenamento do espaço de atracadouro.
- Criação de novos espaços públicos na orla, tanto para estar e contemplar a paisagem quanto para um maior aproveitamento da relação do povoado com o mar.
- Criação de incentivos para ordenamento e adequação dos pequenos pontos de comércio no entorno imediato à área de intervenção.
- Implantação do Projeto de Sinalização direcional, interpretativa e de segurança em todo o Núcleo de Visitação, principalmente próximo às áreas balneares.
- Fortalecimento das ações da Associação Comunitária Nova Experiência Marítima da Cruzinhas da Garça - ACNEMC no que diz respeito à proteção das tartarugas marinhas.

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

Modelo de implantação: Estado, 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 setá apresentado no Master Plan Final

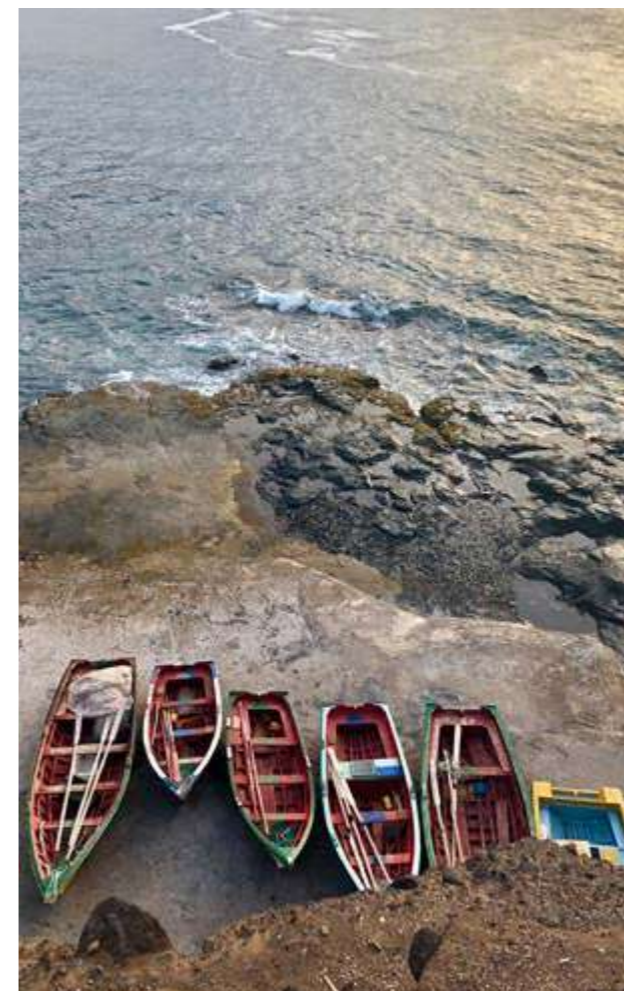


Foto: Pequenas embarcações em Cruzinha.
 Fonte: Acervo próprio, 2019.



Imagem: Um dos pontos de acesso ao mar em Cruzinha.
 Fonte: Acervo próprio, 2019

O povoado de Cruzinha da Garça se apresenta como uma zona tipicamente rural cuja principal atividade gira em torno à pesca. Tem entre seus atrativos pequenas praias de areia negra (com destaque para Ribeira da Garça) com um mar agitado entre os meses de outubro e fevereiro, quando a areia das praias dão lugar às pedras, e calmo nas demais épocas do ano. Oferece também, ainda que sem muita estrutura, a possibilidade de contemplar o pôr do sol desde seus balcões, em um momento para deixar-se o tempo passar sem pressa, como a própria dinâmica da rotina na aldeia.

É um povoado atualmente bastante tranquilo, com aproximadamente 300 habitantes, mas nem sempre foi assim. Antes de que fora aberta a atual Estrada de Manta Velha-Cruzinha, as ligações das zonas próximas como Chã de Igreja e Garça de Cima com Ribeira Grande e com outros pontos de escoamento de produtos agrícolas se fazia pelo mar. Nesta época, Cruzinha apresentou grande desenvolvimento, entrando em descenso quando da abertura da via, proporcionando meio mais rápido e seguro para o transporte de mercadorias.

Como herança desses tempos ficou a atividade comercial, atualmente a segunda atividade econômica dos moradores da aldeia.

Apesar de pacata, a região que tem alto potencial turístico, têm visto crescer nos últimos anos a oferta e construção de novos empreendimentos hoteleiros nas suas proximidades, surgindo propostas diferenciadas de estada entre de Chã de Igreja e Cruzinha.



Imagem: Construção de novos equipamentos hoteleiros.
 Fonte: Acervo próprio, 2019



É queixa antiga dos moradores da região o mal estado de conservação das estradas de acesso aos povoados. A equipe de campo fez o passeio até Cruzinha em carro e pode perceber vários pontos críticos, inclusive de insegurança na estrada, que deverá ser requalificada. Não há sinalização viária alguma e é constante o desabamento de pedras em trechos específicos e bem próximos aos limites com o mar. Como parte das ações propostas pelo Masterplan está a melhora e conservação da estrada de acesso ao povoado, com especial atenção ao trecho entre Chã de Igreja e Cruzinha.

A aldeia de Cruzinha marca o início (ou final) da trilha que chega à Ponta do Sol, passando pelas localidades de Aranhas, Formiguinhas, Corvo e Fontainhas. Considerado um dos mais bonitos da ilha, o percurso passa por caminhos sinuosos, estreitos, inacessível a automóveis, com direito a paisagens exuberantes e descobrimento de pequenas praias.

Além de todos os potenciais descritos, Cruzinha desponta como um dos mais importantes locais de nidificação de tartarugas marinhas em Cabo Verde. A partir dessa consciência, surge a Associação Comunitária Nova Experiência Marítima da Cruzinha da Garça (ACNEMC), estabelecida por membros da aldeia para combater a exploração insustentável da vida marinha, particularmente da tartaruga.

Em 2002 nasce o projeto que procura desenvolver formas alternativas do uso dos recursos marinhos locais para conservar a espécie, parte de uma iniciativa regional que envolve as comunidades de pesca na conservação das tartarugas marinhas e de seus habitats. A associação tem como objetivo principal a proteção da desova das tartarugas cabeçudas nos seus habitats naturais, através da monitoração das praias e proteção dos ninhos principalmente das ações de extração de areia.

O projeto beneficia cerca de 70 famílias locais, estando a população diretamente envolvida na recolha de dados sobre a espécie e no desenvolvimento do ecoturismo. O Masterplan busca inserir o programa em seus projetos, fortalecendo as ações já realizadas pela ACNEMC.



Imagem: Associação Comunitária Nova Experiência em Cruzinha.
Fonte: Acervo próprio, 2019



Imagem: Cruzinha, importante ponto de desova das tartarugas.
Fonte: ACNEMC

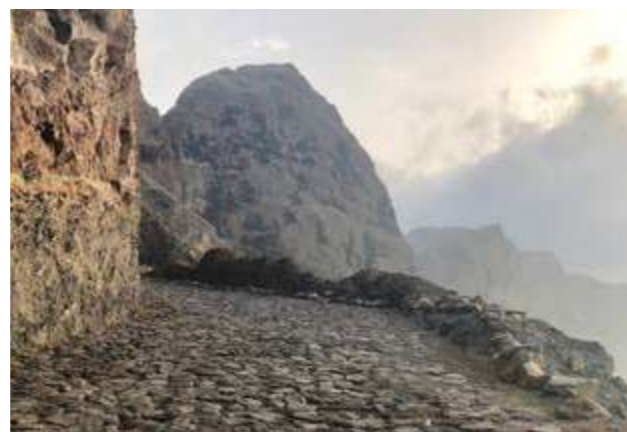
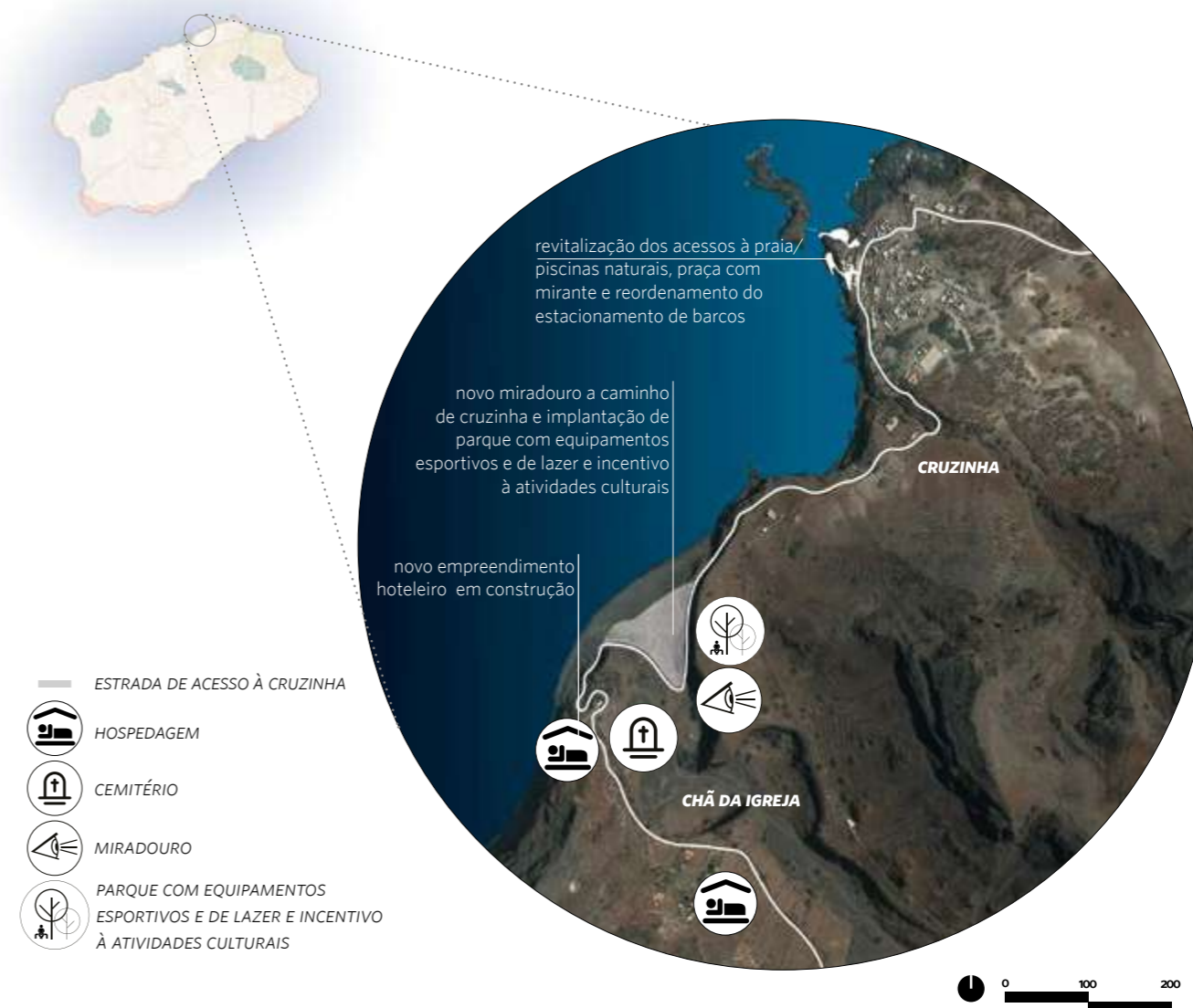


Imagem: Caminho de acesso a Cruzinha.
Fonte: Acervo próprio, 2019.

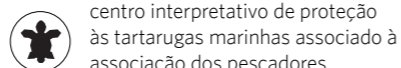
PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DE CRUZINHA COMO NÚCLEO DE VISITAÇÃO



Tendo em vista a importância da localidade formada por Chã da Igreja e Cruzinha para o turismo de Santo Antão, acredita-se que sejam necessárias melhorias pontuais no território e incentivos para implantação de novas atividades aos turistas voltadas ao lazer, esporte, contemplação da paisagem, observação de fauna e acesso à praia.



PROPOSTA DE ESTRUTURAÇÃO DE CRUZINHA COMO NÚCLEO DE VISITAÇÃO



Como intervenção na faixa limítrofe da aldeia com o mar, propõe-se estudo para a revitalização dos acessos às piscinas naturais e ao mar, proporcionando um acesso seguro desde a parte alta até o mar; deverão ser consideradas a implantação de decks elevados e equipamentos facilitadores nessa área, sob prévio estudo de viabilidade. O espaço hoje ocupado pelas embarcações e utilizado como atracadouro deverá ser ordenado em consonância com o zoneamento das atividades.

Deverão ainda ser criados novos espaços públicos na orla, tanto para estar e contemplar a paisagem quanto para um maior aproveitamento da relação do povoado com o mar, dando-se lugar a uma praça. Em paralelo, sugere-se a criação de incentivos para ordenamento e adequação dos pequenos pontos de comércio no entorno imediato à área de intervenção.

Assim como em outras partes da ilha, a implantação do Projeto de Sinalização direcional, interpretativa e de segurança em todo o Núcleo de Visitação se faz necessária. Também a ampliação e fortalecimento das trilhas existentes, através do apoio às ações do Projeto Raízes na identificação, sinalização e requalificação dos percursos.



Imagem: Vista de Ribeira da Garça desde Cruzinha.
 Fonte: Acervo próprio, 2019



Imagem: Povoado de Cruzinha visto desde a estrada de Ribeira da Garça.
 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	Requalificar o Porto de Porto Novo para abarcar o crescimento do turismo e melhorar a operação dos embarques e desembarques do transporte marítimo de passageiros. Deve ser prevista a expansão e modernização do Porto, se transformando em um porto de longo curso, que pode receber ou despachar navios de e para o exterior, particularmente para navios de cruzeiros, sendo implantados serviços de Fronteira, Alfândega e Saúde.	Melhorar a estrutura para recepção de passageiros.	Médio	ENAPOR	Instituto de Turismo de Cabo Verde, CVTI, CNT, CVFF, Instituto Marítimo Portuário, Setor Privado
A.T5	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. Revisar os critérios da licença de transporte de passageiros e pesca esportiva, além de Incentivar tipos alternativos de embarcação para o turismo.	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.T6	Apoiar os estudos de viabilidade de um novo aeroporto para a ilha na Casa de Meio. O EROT prevê implantação de um aeroporto internacional de médio porte, dependendo de estudos de viabilidade específicos e custo de oportunidade, desde o ponto de vista técnico, operacional e econômico.	" A construção visa complementar a rede de aeroportos insulares de Cabo Verde, com a implantação de rede viária que o conecte aos principais núcleos urbanos da ilha."	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
A.T7	Estudar viabilidade para implantação de Aeródromo de Serviços de Emergência e Proteção Civil em Ponta do Sol. Caso não seja possível, estudar a implantação de novos usos ligados ao desenvolvimento urbano e turístico.		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,
Transporte público					
A.T8	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 ; expandir experiências de sucesso da ilha.	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 .	Garantir solução de fornecimento mais eficaz e sustentável de abastecimento de água, garantindo o fornecimento de água para todos.
A.B3	Implantar técnicas de melhoria e monitoramento da qualidade da água .	Garantir o tratamento e o controle e vigilância da qualidade da água ofertada.
Saneamento		
A.B4	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.B5	Efetivar e monitorar a implantação do Plano Operacional de Gestão de Resíduos Sólidos .	Controlar os riscos potenciais ao território e aos habitantes; incentivar a coleta seletiva e a reciclagem do lixo; incentivar a criação de indústrias transformadoras e compostagem.
A.B6	Melhorar sistema de coleta de lixo e a limpeza nos núcleos urbanos e nos atrativos .	Garantir a qualidade dos atrativos, livres de lixo, preservando a paisagem; assegurar a preservação ambiental.
A.B7	Incentivar os estudos para instalação de aterro sanitário (longo prazo) ou aterro melhorado (curto/ médio prazos) na ilha .	Resolver a atual situação da lixeira intermunicipal, uma grande preocupação em termos ambientais.
A.B8	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

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
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
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, 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



COD.	AÇÃO	OBJETIVOS
Energia		
A.B9	Incentivar e fortalecer a ampliação de sistema de energia que contribua para um melhor desempenho da rede geral da ilha e que use fontes sustentáveis e renováveis , como a energia solar e a eólica.	Reduzir a dependência de combustíveis fósseis; atender a toda a demanda de energia de maneira sustentável; no futuro, tornar a ilha autossuficiente.
A.B10	Incentivar a ativação de estratégias de economia de energia e promoção de eficiência energética .	Desenvolver conscientização sobre economia de energia; Garantir a aplicação de soluções sustentáveis

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
Médio	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
Curto	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
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
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.

CENÁRIO DE IMPLANTAÇÃO	RESPONSÁVEL PELA IMPLEMENTAÇÃO	ENTIDADES ENVOLVIDAS
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
Médio	Direcção Geral de Turismo e Transportes	Instituto de Turismo de Cabo Verde, ASA S.A., CVTI, CNT, Instituto Marítimo Portuário, ENAPOR

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 planeamento que devem ser efetuadas para o bom desenvolvimento e gestão do turismo na ilha, sendo necessário, sempre que houver necessidade, sua revisão e complementação com as demandas que forem surgindo ao longo do tempo. Além disso, vale ressaltar a importância de apoiar os projetos e os programas voltados ao desenvolvimento do turismo na ilha, que têm gerado impactos positivos para a comunidade local.

Nos capítulos anteriores do Master Plan foram apresentadas propostas para o desenvolvimento do turismo na Ilha de Santo Antão, categorizadas entre Ações e Projetos, sendo este último item, a apresentação do detalhamento das atividades que devem nortear a execução deste Plano.

Este capítulo, denominado Plano de Implantação, trata do planeamento dos projetos propostos, a fim de que se tenha uma visão geral dos responsáveis por sua implementação, além da indicação de como e quando devem ser implantados na ilha. Sendo assim, primeiramente é abordada uma proposta para a estrutura de coordenação e execução do Master Plan, estabelecendo os responsáveis por sua implementação e acompanhamento; em seguida aborda-se os modelos de implantação, trazendo recomendações sobre fontes de recursos e possibilidade de parcerias entre distintos setores para a execução e gestão dos projetos; ao final apresenta-se uma matriz de priorização que sugere quando os projetos devem ser implantados, dado em função de uma série de critérios, como a urgência em se implantar, sua complexidade, viabilidade e sustentabilidade.

Estruturação do Plano de Implantação



5.1. RESPONSABILIDADE PELA COORDENAÇÃO DO MASTER PLAN

O Master Plan de Turismo apresenta uma natureza transversal e multidisciplinar 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 Santo Antão, 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 respetivas 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 Santo Antão 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.

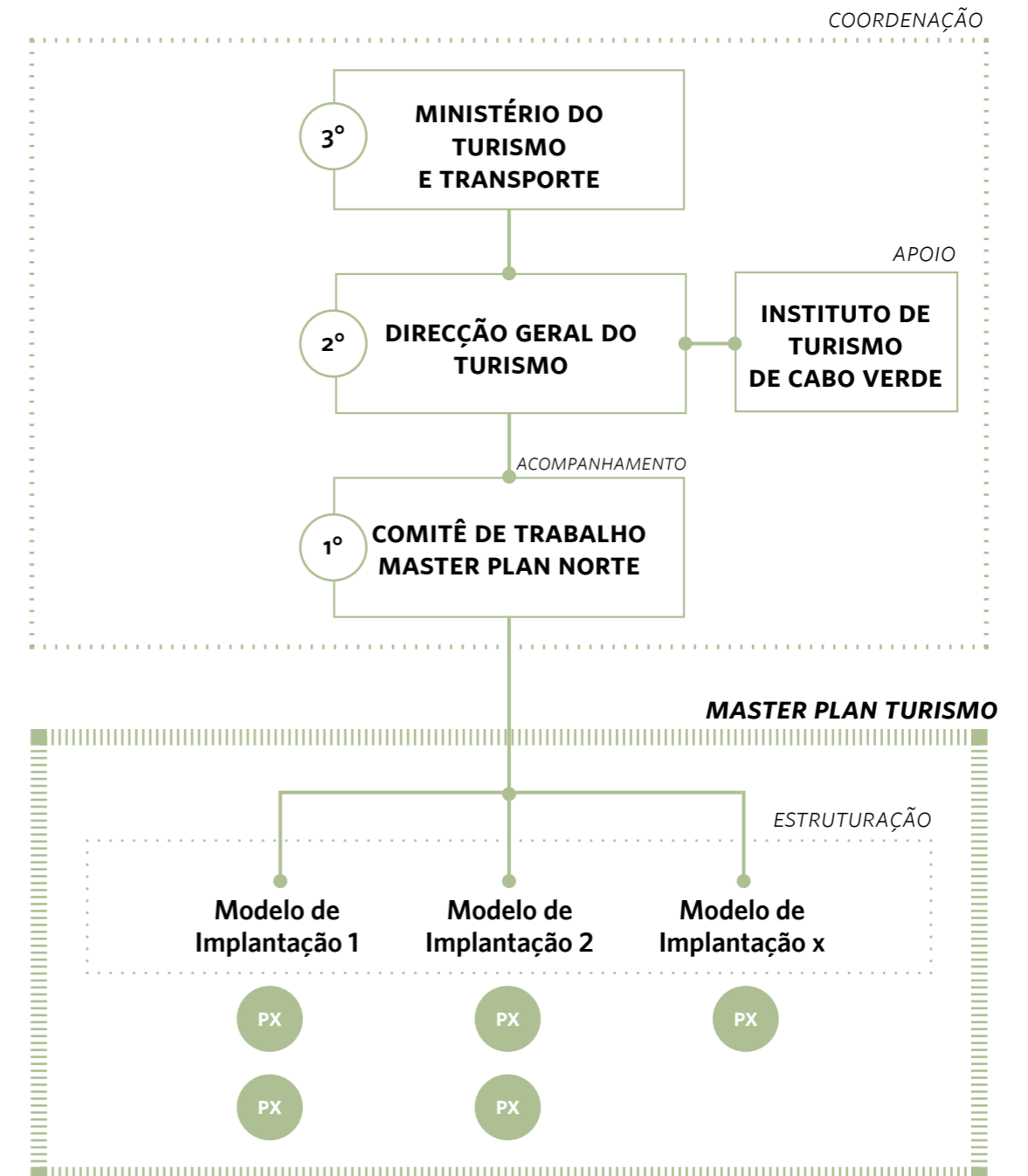
TERCEIRO NÍVEL

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 Santo Antão 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.
RAÍZES	Redes Locais para o Turismo Sustentável e Inclusivo em Santo Antão - Projeto que tem como objetivo promover o turismo sustentável como factor de geração de rendimentos e melhoria das condições socioeconómicas na Ilha de Santo Antão.
Associação de Turismo de Santo Antão	Associação dos operadores turísticos de Santo Antão, cuja missão é a promoção da actividade turística em Santo Antão e a defesa dos interesses dos seus associados. Está em fase de construção.
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	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.

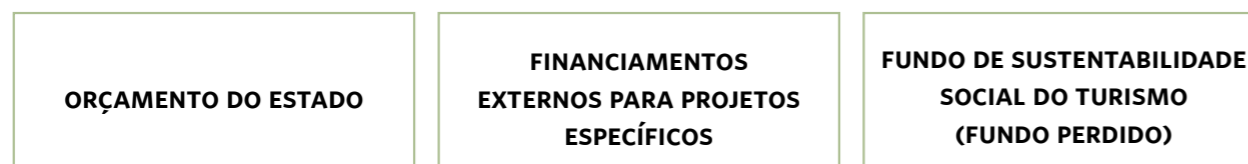
Vale ressaltar que um projeto pode ser implementado por mais de um tipo de Modelo de Implantação e que o Master Plan indica quais são eles de maneira sugestiva. Será fundamental, na fase de estruturação dos projetos, a realização de estudos de viabilidade económico e técnico a fim de se escolher o melhor 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 ciclovias e requalificação de frente marítima. Para Santo Antão é destinado apenas 4% do fundo (123.308.500 escudos) com projetos que envolvem requalificação de rotas turísticas, praias, implantação de museu, construção de miradouros, entre outros. O valor é baixo considerando a importância que a ilha apresenta 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 Santo Antão. 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 (Galileo, 2019).

Lista dos principais incentivos relacionados com o setor turístico

IR - crédito tributário de investimento	Para as entidades que desejam investir no turismo e na promoção do setor, existe um crédito tributário, correspondente a 50% do valor do investimento, desde que efetuado de acordo com a Lei do investimento.
Investimentos com critérios	São considerados elegíveis para crédito de investimento: a) novos ativos físicos fixos adquiridos para serem utilizados em projetos de investimento no território caboverdiano; b) aquisição de patentes e licenças de tecnologias devidamente certificadas.
Investimentos sem critérios	a) Edifícios e outras construções não diretamente relacionadas com o objetivo principal do investimento do projeto ou destinados à venda; b) Móveis, artigos de conforto e decoração, veículos de passageiros e equipamento administrativo.
Isenções do IUP	Na compra de propriedades, se devidamente autorizada pelo Município competente.
Isenção do Imposto de Selo (IS)	As operações financeiras contratuais para investimento de projetos, realizados nos termos da Lei de Investimentos, estão isentas do Imposto do Selo.
Isenção de direitos aduaneiros	Na importação de materiais e equipamentos relacionados com projetos de investimento, entre outros: 1. Móveis, equipamentos e utensílios utilizados para a instalação, ampliação e remodelação de projetos com estatuto de utilidade turística. 2. Materiais e equipamentos utilizados diretamente na construção, ampliação ou remodelação de projetos turísticos que não se destinam à venda, 3. Transporte de veículos destinados exclusivamente ao transporte de turistas e bagagem, iates e outros equipamentos para atividades desportivas e animação cultural. 4. Veículos e equipamentos importados não podem ter mais de 5 anos de uso.
Outros benefícios - criação de emprego	Para cada posto de trabalho criado, os contribuintes deverão deduzir dos seus impostos, os seguintes montantes: 1. CVE 26,000/EUR 236 por cada posto de trabalho criado nos Municípios da Boa Vista, Praia e Sal; 2. CVE 30,000/EUR 272 por cada posto de trabalho criado noutros Municípios; 3. CVE 35,000/EUR 317 por cada posto de trabalho criado para as pessoas com deficiência.
Práticas	Pode ser feita uma dedução adicional de 50% dos custos suportados com estágios e bolsas de estudo.
Benefícios tributários contratuais (contratos de investimento)	Investimentos que (i) excedam os 10 milhões de escudos (90 milhões de euros), (ii) que criem pelo menos 100 empregos diretos no período de três anos e (iii) que sejam considerados relevantes para o desenvolvimento da economia nacional na linha do Programa do Governo. Quando os investimentos são feitos fora das cidades de Praia, Sal e Boa Vista, os requisitos para a criação de emprego e o montante de investimento e criação de empregos são reduzidos para 50%.
Doações	Dedução adicional de 30% dos custos suportados com doações ao Estado ou às autoridades locais, entidades de direito público, bem como às entidades cuja atividade principal consista na execução de iniciativas no desenvolvimento social e cultural e áreas científicas ou tecnológicas.
Incentivos para a internacionalização	Os investidores nacionais que pretendam internacionalizar o seu projeto de investimento empresarial podem optar por solicitar certos incentivos fiscais mediante um contrato com o Governo de Cabo Verde
Centro Internacional de Negócios de Cabo Verde	Redução da taxa de imposto aplicável no Centro Industrial Internacional, atingindo entre 2,5% e 5% de redução, além de outros incentivos fiscais relacionados com o Imposto de Selo, IVA, IUP e impostos alfandegários.

* IR - Imposto sobre os rendimentos; IUP - Imposto único sobre o Patrimônio; IVA - Imposto sobre o valor acrescentado.

** Fonte - Relatório do Sector Turístico em Cabo Verde.

Fonte: Análise preliminar, cenários possíveis de um futuro - Plano de Desenvolvimento Turístico da ilha do Maio, Galileo. (Galileo, 2019)



5.2.3. PARCERIA PÚBLICO PRIVADA

O presente Modelo de Implantação sugere a criação de Parcerias Público Privadas, que podem estar relacionadas tanto a implementação de projetos que requerem grandes investimentos, quanto projetos que envolvem o desenvolvimento de atividades de uso público e turismo em áreas protegidas e espaços públicos das ilhas.

De acordo com a Cabo Verde 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 Santo Antão. 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 Santo Antão.

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					
		Estado			Privado	PPP	Terceiro Setor
		Orçamento	Fin. Externo	Fundo de Turismo			
Governança							
P.G1	Instituição e Fortalecimento da Governança Local	X	X	X			
P.G2	Monitoramento da sustentabilidade e da competitividade do turismo no destino turístico	X	X	X		X	
Promoção do Turismo							
P.P1	Confecção de material promocional - impresso e digital	X		X	X	X	
P.P2	Implantação e gestão de redes sociais	X		X	X	X	
P.P3	Realização de famtours, press trips	X		X	X	X	
P.P4	Realização de road shows em destinos prioritários	X		X	X	X	
Capacitação							
P.C1	Capacitação em Planeamento e Gestão do Turismo Sustentável e Competitivo		X	X	X	X	
P.C2	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo de Aventura		X	X	X	X	

RESPONSÁVEL PELA ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO	RESPONSÁVEL PELA GESTÃO	ATORES DE APOIO
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
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
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
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
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
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
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
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							
		Estado			Privado	PPP	Terceiro Setor		
		Orçamento	Fin. Externo	Fundo de Turismo					
P.C3	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo Histórico, Cultural e Etno		X	X	X			X	
P.C4	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Experiências Gastronômicas		X	X	X			X	
P.C5	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo de Pesca		X	X	X			X	
P.C6	Programa de Educação para o Turismo: identidade, valorização patrimonial e hospitalidade		X	X	X			X	
P.C7	Fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais ligado ao turismo		X	X	X			X	
Cultura & Identidade									
P.C11	Fortalecimento da cultura e identidade local (festivais, música, festividades)	X		X					x
P.C12	Fortalecimento da gastronomia	X		X	X				x
P.C13	Fortalecimento e promoção do artesanato local	X		X	X				x
Conservação Ambiental									
P.A1	Estruturação e conservação dos Parques Naturais Cova/ Paúl/ Ribeira da Torre, Moroços e Topo de Coroa	X		X			X		X

RESPONSÁVEL PELA ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO	RESPONSÁVEL PELA GESTÃO	ATORES DE APOIO
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
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
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
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
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
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais		Câmaras Municipais, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Património Cultural, Terceiro Setor, Associação de Turismo, Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais		Câmaras Municipais, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Património Cultural, Terceiro Setor, Associação de Turismo, Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design, Instituto do Emprego e da Formação Profissional, Escola de Hotelaria e Turismo
Direcção Geral de Turismo e Transportes e Câmaras Municipais		Câmaras Municipais, Instituto de Turismo de Cabo Verde, Instituto do Património Cultural, Terceiro Setor, Associação de Turismo, Centro Nacional de Arte, Artesanato e Design, Instituto do Emprego e da Formação Profissional, Escola de Hotelaria e Turismo
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



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.A2	Incentivo à criação de novas áreas protegidas na ilha	X	X	X		X	X
Infraestrutura Turística							
P.11	Centros Interpretativos e de acolhimento do visitante e espaços de promoção do turismo	X		X		X	X
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 ampliação da rede de miradouros	X		X		X	X
P.15	Estruturação e fortalecimento do núcleo urbano de Porto Novo	X	X	X	X	X	
P.16	Estruturação e fortalecimento do núcleo urbano de Ponta do Sol	X	X	X	X	X	
P.17	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação da área da Sinagoga	X		X	X	X	X
P.18	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação da Baía do Tarrafal	X		X		X	
P.19	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Cruzinha	X		X		X	

RESPONSÁVEL PELA ESTRUTURAÇÃO DO PROJETO	RESPONSÁVEL PELA GESTÃO	ATORES DE APOIO
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
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	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



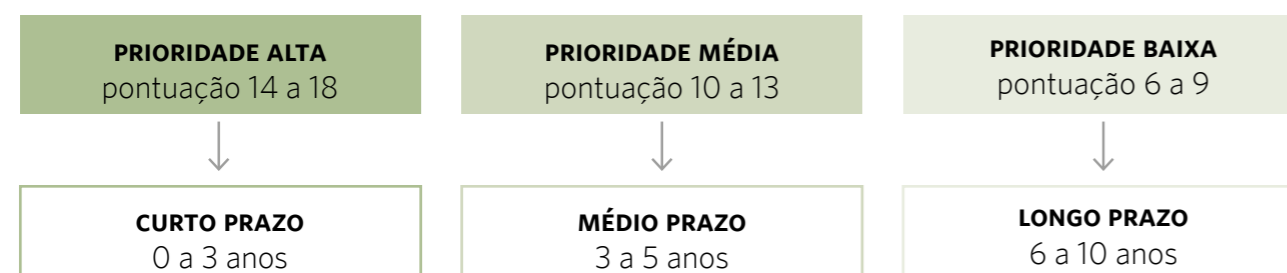
5.3. PRIORIZAÇÃO DOS PROJETOS

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
Governança			
P.G1	Instituição e Fortalecimento da Governança Local	Alta	15
P.G2	Monitoramento da sustentabilidade e da competitividade do turismo no destino turístico	Alta	15
Promoção do Turismo			
P.P1	Confecção de material promocional - impresso e digital	Média	11
P.P2	Implantação e gestão de redes sociais	Média	13
P.P3	Realização de famtours, press trips	Média	11
P.P4	Realização de road shows em destinos prioritários	Média	11
Capacitação			
P.C1	Capacitação em Planeamento e Gestão do Turismo Sustentável e Competitivo	Alta	17
P.C2	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo de Aventura	Alta	17
P.C3	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo Histórico, Cultural e Etno	Alta	17
P.C4	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Experiências Gastronômicas	Alta	17
P.C5	Programa de Empreendedorismo e Capacitação em Turismo de Pesca	Alta	17
P.C6	Programa de Educação para o Turismo: identidade, valorização patrimonial e hospitalidade	Alta	18
P.C7	Fortalecimento de Arranjos Produtivos Locais ligado ao turismo	Alta	18

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
2	2	2	3	3	3
2	2	2	3	3	3
1	1	1	3	2	3
1	1	2	3	3	3
1	1	2	3	2	2
1	1	2	3	2	2
3	2	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3
3	2	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3



Priorização dos projetos 2/2

COD	PROJETO	PRIORIZAÇÃO	PONTUAÇÃO TOTAL
Cultura & Identidade			
P.C11	Fortalecimento da cultura e identidade local (festivais, música, festividades)	Alta	15
P.C12	Fortalecimento da gastronomia	Média	10
P.C13	Fortalecimento e promoção do artesanato local	Média	12
Conservação Ambiental			
P.A1	Estruturação e conservação dos Parques Naturais Cova/ Paúl/ Ribeira da Torre, Moroços e Topo de Coroa	Alta	14
P.A2	Incentivo à criação de novas áreas protegidas na ilha	Média	13
Infraestrutura Turística			
P.I1	Centros Interpretativos e de acolhimento do visitante e espaços de promoção do turismo	Média	13
P.I2	Fortalecimento e apoio à implementação da rede de trilhas	Alta	14
P.I3	Sinalização interpretativa e de segurança	Alta	14
P.I4	Estruturação e ampliação da rede de miradouros	Média	10
P.I5	Estruturação e fortalecimento do núcleo urbano de Porto Novo	Baixa	9
P.I6	Estruturação e fortalecimento do núcleo urbano de Ponta do Sol	Média	12
P.I7	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação da área da Sinagoga	Média	10
P.I8	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação da Baía do Tarrafal	Alta	16
P.I9	Estruturação e fortalecimento do núcleo de visitação de Cruzinha	Baixa	9

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
3	3	2	3	1	3
2	2	2	1	1	2
2	2	2	3	1	2
3	2	2	3	2	2
3	2	2	3	2	1
2	2	2	2	2	3
3	2	1	3	2	3
3	2	1	3	3	2
2	1	1	2	1	3
1	2	2	2	1	1
2	2	2	3	2	1
2	1	1	2	1	3
3	3	2	3	3	2
2	1	1	2	1	2