

Introdução

Fruto do desafio lançado pela Direcção Nacional do Planeamento no Fórum Consultivo sobre a elaboração do DECRP III (realizado no dia 18 de Abril de 2012), foi formado um grupo temático com representantes de diversas entidades ligadas à actividade turística para reflexão do respectivo *cluster*. O grupo, sob coordenação do Vice-Presidente da Câmara de Turismo de Cabo Verde (Olavo Correia), agregou diversos *stakeholders* que participaram nas discussões durante as reuniões realizadas e também através de parecer e envio de documentação por via electrónica. Estiveram presentes representantes das seguintes instituições:

- o Cabo Verde Investimentos
- o Transportes Aéreos de Cabo Verde
- o Direcção Geral do Turismo
- o Câmara de Turismo de Cabo Verde
- o Chefia do Governo
- o Escola de Hotelaria e Turismo de Cabo Verde
- o Sociedade de Desenvolvimento Turístico da Boa Vista e Maio
- o Centro de Políticas Estratégicas
- o *Task Force* DECRP III
- o Operador Turístico – Sol Férias (Grupo Terra Sal)

Na sequência da metodologia de trabalho proposta pela DNP, o presente memorando procurará providenciar uma síntese dos principais *findings* do grupo. Especificamente, o documento procurará fornecer um resumo da identificação de constrangimentos actuais e inventário de propostas de acção, compatíveis com a visão acordada para o sector, que possam contribuir para no médio prazo – especificamente durante o período de vigência do DECRP III (2012-2016) - ultrapassar os constrangimentos identificados.

Enquadramento

1) Breve *overview* do estado actual e tendências no sector:

De acordo com o último boletim estatístico do INE relativo a estatísticas do turismo para 2011, é possível assinalar brevemente sobre as últimas tendências no sector:

- Sector mantém-se em crescimento com aumento de número de hóspedes (475.294 hóspedes - 24,5% aumento vs 2010) e dormidas (2,8 milhões de dormidas - 20,7% aumento vs 2010);

- Reino Unido mantém-se como principal país de origem de turistas (19% do total) cujos nacionais são também os que têm uma estadia média mais alta (8,4 noites). França (14% do total de entradas), Portugal (13,8%) e Alemanha (12,7%) completam o *ranking* de principais mercados emissores. O principal motivo da viagem é maioritariamente férias, sendo que no caso de Portugal e Espanha há também uma proporção importante de cidadãos que se deslocam ao arquipélago para efeitos de viagens de negócios e motivos profissionais (35,9% dos cidadãos espanhóis e cerca de 30,4% no caso de portugueses);
- A ilha da Boa Vista foi a mais procurada representando cerca de 38,9% das entradas nos estabelecimentos hoteleiros, seguida pela ilha do Sal com 35,4% e Santiago com 12,6%. A respeito de dormidas, o domínio pertence também à ilha da Boa Vista

A estimativa das receitas do turismo em proporção do PIB situa-se em cerca de 21.1% (para 2011). Quanto à infra-estrutura existente, denota-se a existência de:

- 195 estabelecimentos hoteleiros;
- 7901 quartos;
- 14076 camas;

No que toca à estrutura de gastos de turismo, aproximadamente 57% são efectuados em Cabo Verde e os restantes na origem. De acordo com o Inquérito aos Gastos e Satisfação dos Turistas de 2011 (INE), a avaliação geral de Cabo Verde pelos turistas foi positiva com cerca de 34,1% a classificar a estadia como muito boa, 48,9% a classificar como boa, 15,5% como razoável, 1,3% como má e 0,2% como muito má.

2) A visão para o sector

Os interlocutores do grupo acordaram a seguinte frase que reflecte as expectativas de médio-longo prazo para a actividade turística em Cabo Verde:

- “Um turismo competitivo e sustentável de alto valor acrescentado, centrado no segmento médio/alto, e ancorado nas indústrias e serviços produzidos localmente”.

Principais Conclusões e Recomendações

Revisitando a metodologia proposta, é possível organizar as conclusões e recomendações do grupo segundo os eixos da estratégia DECRP III e propondo as respectivas políticas e reformas para os próximos 5 anos também numa lógica de eixo.

Eixo Boa Governação

Diagnóstico Crítico

- a. O Grupo converge em concluir que o turismo não tem o aporte institucional no Governo de sector estratégico líder da economia de Cabo Verde – efectivamente a Direcção Geral de Turismo não tem os meios necessários para implementar e monitorar o plano de desenvolvimento sectorial e não consegue responder às atribuições que lhe competem na regulação técnica/fiscalização do sector. O planeamento e implementação de estratégias sectoriais são fragmentados entre diversos *stakeholders* - CVInvestimentos, Câmaras de Comércio, Direcção Geral de Turismo, Sociedade de Desenvolvimento Turístico da Boa Vista e do Maio - o que resulta em ineficiências. Não há uma devida articulação entre os sectores públicos e entre o público e o privado. O papel dos Municípios também não é devidamente tomado em conta;
- b. Gestão fragmentada e bicéfala (poder central e poder local) do destino turístico – e.g. o conceito de Zona de Desenvolvimento Turístico Integrado delimitada que prejudica a gestão integrada do produto turístico;
- c. A estratégia de promoção de Cabo Verde no exterior é ineficiente e a aposta na presença em feiras tem um impacto limitado; Excessiva concentração de mercado no que toca aos operadores turísticos (*Thomson* e *Tui* controlam mais de 70% do volume de turistas que Cabo Verde recebe).
- d. Inexistência ou fraco *enforcement* de critérios técnico-normativo de *standards* internacionais (e.g. regulamentação de higiene alimentar, qualidade de serviços, segurança, entre outros);
- e. Fraca capacidade estatística do sector – inexistência da conta satélite turismo (incluindo análise de impacto ambiental, social e económico). Estes dados são fundamentais enquanto *input* para o processo de decisões políticas sobre o sector;
- f. Inexistência de uma estratégia adequada de diversificação do produto turismo (e.g. rural, natureza, etc.) e fraca internalização da marca Cabo Verde. Necessidade de regulamentar devidamente outros segmentos de turismo de acordo com as melhores

- práticas e *standards* de qualidade. Tomar o exemplo de outras pequenas economias insulares;
- g. A gestão do ciclo de investimento estrangeiro no sector e respectivos trâmites é um processo arbitrário, lento e pouco transparente, resulta por isso num forte entrave à atracção de investimento externo. Destaca-se a arbitrariedade e lentidão na concessão de benefícios fiscais legislados – fraco *enforcement* da lei de benefícios em vigor.
- h. Fraca regulação e controlo de produtos Marca Cabo Verde – necessidade de certificar segundo padrões internacionais;
- i. Ausência de estratégias integradas de mitigação de fenómenos negativos gerados pelo turismo (e.g. criminalidade, falta de habitação, poluição e outros impactos ambientais negativos).

Directrizes para os próximos 5 anos

- **Reestruturação institucional:** Há necessidade de reestruturar a governação e regulação do sector por forma a superar o défice actual – mobilizando também o sector privado. A reestruturação deverá ser precedida de uma perícia especializada que possa diagnosticar quais as fraquezas do sistema actual e avançar uma proposta sólida para a remodelação em que conste um respectivo plano de implementação.
 - Na óptica do grupo, poderá ser privilegiada uma lógica de “gestor de negócio” que retire a fragmentação e unifique o maior número de competências numa só agência/instituto/autoridade que responda efectivamente por diversas responsabilidades (e.g. análise de mercado, regulação técnica do sector, monitoria estatística, etc.). De notar que a gestão política do turismo deverá permanecer no Ministério da tutela e deverá pautar-se por uma coordenação constante com outros níveis pertinentes à governação da actividade, nomeadamente os Municípios e sector privado;
 - Há necessidade de resolver a ambiguidade entre regulação técnica e fiscalização (e respectivos intervenientes) nomeadamente no que toca à gestão *ex post* da conformidade dos investimentos à luz do projecto proposto e aprovado. Algumas medidas associadas podem ser a implementação de um código de conduta e o necessário reforço da fiscalização.

- **Diversificar os mercados e qualificar a oferta** – Implementar uma estratégia assertiva de consolidação e diversificação do produto turístico, assente em premissas pragmáticas que activem os factores de vantagem comparativa e competitiva de Cabo

Verde e que tenha em conta a devida segmentação da procura de turismo em Cabo Verde. Podem identificar-se alguns dos seguintes segmentos da procura: i) jovens (tipicamente acompanhando as famílias, apresentam excelente potencial de regresso ao país no futuro); ii) as famílias (clientes tipo dos programas sol e mar nos resorts); iii) os seniores (apetência por produtos alternativos e com fortes requisitos a nível de serviços de saúde e acessibilidades); e iv) os turistas temáticos (turismo cultural, de natureza, desportivo, rural, etc.). Podem também propor-se três potenciais grandes eixos de intervenção da estratégia:

- Consolidação do actual turismo sol e praia: Aumento do valor acrescentado dos serviços actuais através da promoção através de actividades complementares (e.g. náuticas, desportivas);
- Reforço da componente cultural de Cabo Verde no produto turístico – Através de medidas como a definição clara do produto actual e potencial (aproveitando a cultura na sua máxima dimensão desde o património histórico e da humanidade até à música passando pelas manifestações populares), realização de grandes eventos culturais, criação de uma zona franca cultural, estímulos à realização de eventos culturais nacionais permanentes nos empreendimentos turísticos, certificação de artistas nacionais, envolvimento das Câmaras Municipais e demais agentes (artistas, tour operators, etc.), em concertação com o Governo, na construção de uma oferta cultural permanente e de alta qualidade (e.g. identificação e manutenção de roteiros, percursos pedestres, miradouros, melhoria das acessibilidades aos parques naturais, acervo de informação bibliográfica sobre os locais visitados, etc.). É necessário também apostar em mecanismos de verificação da qualidade e regularidade do produto turístico e na qualificação dos agentes envolvidos na oferta turística. Afigura-se importante uma agenda para a “empresarialização” da cultura e de um novo enquadramento para a lei do Mecenato.
- Diversificação para novos nichos: Especificamente através de uma abordagem pró-activa para mobilização de parcerias e investimentos em áreas de alto potencial de acordo com o perfil de segmentos de procura. Identificam-se como potenciais nichos a explorar (sem prejuízo de uma análise competitiva mais profunda):
 - Médio prazo - turismo de natureza, cultural, e de cruzeiro.
 - Longo prazo - turismo de saúde (e.g. oferta de talassoterapia para atletas de alta competição, turismo para seniores).
- **Reforço da regulamentação da actividade turística**: A ser implementada em diversos segmentos, desde o turismo de natureza, turismo de saúde, turismo

residencial, actividades de entretenimento, turismo cultural, turismo sol e praia, qualidade de serviço, direitos e deveres dos promotores, agentes e turistas, etc.

- **Criação de uma ponte com o sector privado** – Activar a CTCV como uma contraparte chave de consulta ao sector privado e manter a Câmara como um *stakeholder* no processo de definição de políticas – isto quer na actualização da legislação, quer também no controlo de qualidade e incentivo às PME's e iniciativa privada.
- **Agilizar o ciclo de gestão do investimento estrangeiro no sector** – Os trâmites que regem a gestão da aprovação de projecto de investimento estrangeiro devem ser transparentes, com incentivos e deveres claros, e devem também primar pela celeridade e uniformidade de resposta a nível nacional e local. A criação do Balcão Único de Investimento com o devido ênfase em tecnologias de informação e comunicação pode ser um passo firme nesse sentido. As TIC apresentam-se aliás como uma oportunidade para implementar um sistema que prime pela integração, transparência e celeridade.
- **Nova estratégia de promoção e comercialização do produto turístico** – A actual estratégia poderá beneficiar de uma revitalização com recurso às novas tecnologias de informação:
 - Privilegiar uma óptica de estratégias de baixo custo e alto impacto recorrendo às tecnologias de informação (e.g. showroom virtual de Cabo Verde);
 - Reflectir a promoção do produto turístico de uma forma integrada não dividindo entre mercado interno e externo entre entidades diferentes conforme sucede no *status quo* actual (CVInvestimentos – promoção externa e DGT – promoção interna);
 - Diversificar e diluir a concentração excessiva de domínio de mercado por poucos operadores. Isto poderá ser conseguido por exemplo através da promoção um *tour operator* endógeno referência em moldes de parceria público privada que consiga:
 - Providenciar um ponto de referência *online* de informação sobre Cabo Verde;
 - Contribuir para reforçar a cadeia de valor de turismo da oferta nacional através de um espaço de divulgação e reservas para operadores turísticos nacionais. Realce para um forte foco em tecnologias de informação (e.g. visualização virtual do quartos e instalações dos estabelecimentos);
 - Promover *linkages* com outros *clusters* nacionais (e.g. transporte, cultura, agricultura, pescas, desportos, artesanato, entretenimento,);

- Facilitar a função de regulador/fiscalizador por parte do Estado através de um mecanismo de reclamações *online*.
- **Desenvolvimento de um vasto programa de apoio à certificação de empresas e produtos de origem Cabo Verde e respectiva marca** – Tal programa poderia estar alicerçado no futuro Instituto de Gestão da Qualidade com forte participação de outros *stakeholders* como a ADEI. A Parceria Especial com a União Europeia, especificamente o *dossier* respeitante à convergência técnico-normativa, será um input fundamental para diagnóstico dos próximos passos;
- **Mitigação de fenómenos sociais negativos gerados pelo turismo** – Tal problemática deverá ser devidamente acautelada na estratégia sectorial do turismo e deverá ter a contribuição e aporte de diversos programas sectoriais (e.g. Programa Turismo Seguro; Programa Casa para Todos; promoção de estratégias de responsabilidade social junto dos grandes operadores turísticos).
- **Sustentabilidade Ambiental** – Implementar um programa transversal de governação ambiental que prime pela devida cautela na gestão dos equilíbrios ambientais e de biodiversidade de forma a promover a conversação da natureza e uma boa gestão dos recursos hídricos.

Eixo Sector Privado (Ambiente de Negócios)

Diagnóstico Crítico

- a. Dependência forte de poucos operadores turísticos estrangeiros fortemente integrados verticalmente;
- b. Fraca participação de pequenos operadores turísticos nacionais:
 - Dificuldade crónica no acesso ao financiamento – fragilidade do sistema financeiro;
 - Custo de factores proibitivo: energia, água, utilização de infra-estruturas de transporte;
- c. Fraca componente local e nacional no produto turístico actual;
- d. Cultura de prestação de serviços pouco desenvolvida;
- e. Funcionamento lento de determinados serviços públicos chave:
 - Notariado e registo;
 - Justiça fiscal;

- Controlo de fronteira;
- f. Mercado laboral rígido.

Directrizes para os próximos 5 anos

- **Nova estratégia de financiamento do sector** - O Estado deverá ter um papel decisivo e agressivo em facilitar e reduzir o custo de acesso ao capital para pequenas iniciativas ligadas ao sector do turismo:
 - o Cria o de veículos de financiamento, especificamente um Fundo, que procure criar uma massa crítica de todas as fontes possíveis de financiamento para projectos de turismo de PME's nacionais – bancos, fundos, institui es financeiras e funda es, fundos soberanos;
 - o Cria o de capacidade institucional (quicá no novo “gestor de negócio” fruto da reestrutura o institucional do sector) que consiga fazer a ponte entre os grandes “pools” financeiros institucionais internacionais para o sector privado (e.g. IFC, entre outros) e os projectos turísticos nacionais;
 - o Cria o de mecanismos de garantia para créditos (e.g. através da cria o de um potencial fundo de garantia de acesso ao investimento privado);
 - o Acomodar mecanismos de contingência que, dada a importância do sector para a economia, permitam às PME's do sector o acesso a mecanismos de emergência como linhas de crédito e/ou garantia para enfrentar eventuais choques (internos e externos).

- **Livre-trânsito para cidad es de determinados países (a serem determinados)** – O requerimento de visto   entrada deverá ser removido e substituído por um selo/taxa a ser paga no hotel e cuja receita seria 100% consignada ao orçamento da nova entidade responsável pelo sector. Uma frac o importante deste valor, até 50%, deveria ser afecto especificamente a actividades ligadas às estratégias de promo o. O grupo de países a serem abrangidos pela isen o carece de uma análise diferencial por forma a identificar quais os turistas mais interessantes de acordo com o perfil prioritário e desejável.

- **Reforma do código laboral** – A legisla o laboral poderá ser reformada de forma a reduzir a rigidez associada   contrata o e despedimento de trabalhadores e promover assim o aumento da produtividade. A interven o deverá no entanto ser equilibrada por forma a garantir os direitos mínimos de protec o social do trabalhador. Devem ser

revisitados os feriados e férias, as compensações por fim de contrato, a mobilidade geográfica, e a redução dos custos parafiscais do factor trabalho, em especial para a entidade empregadora (e.g. contribuições à segurança social e seguros obrigatórios de acidentes de trabalho).

- **Adopção de estratégias firmes que contribuam para aumentar a fiabilidade e reduzir o custo de serviços chave (ver eixo infra-estrutura).** Destacam-se serviços como o transporte inter-ilhas, a energia, água e saneamento. Algumas medidas adicionais para facilitar o ambiente de negócios:
 - Criação de uma empresa de logística e distribuição que facilite o armazenamento e distribuição em escala da produção de sectores como o agrícola, pesca e pecuário. Isto é, uma grande empresa de logística e distribuição que marque a participação inicial e efectiva do Estado em promover uma solução para a questão da falta de escala e alto custo de logística;
 - Programa de estímulos a produção local nomeadamente nos domínios agrícola, pesca, artesanato, alimentar, cultural e das indústrias criativas, etc.

Eixo Infra-estrutura

Diagnóstico Crítico

- a. Sistema de transportes pouco desenvolvido. O alto custo e pouca fiabilidade dos transportes intermodais entre todas as ilhas é um constrangimento chave ao aumento do valor acrescentado do produto turístico e também à ligação da cadeia de abastecimento especialmente com outros *clusters*.
- b. Serviços caros e pouco fiáveis no que respeita ao acesso a:
 - Água;
 - Energia;
 - Saneamento.
- c. Pouca capacidade de absorção para fenómenos de mobilidade social gerados pelo turismo (e.g. falta de habitação para a população migrante que trabalha no sector turismo).

Directrizes para os próximos 5 anos

- **Estratégia sólida e pragmática para superar o alto custo e falta de fiabilidade no transporte internacional e inter-ilhas.** Urge:
 - Aumentar a eficiência dos portos e promover um transporte marítimo inter-ilhas fiável e complementar às ligações aéreas;

- Melhorar o acesso internacional a Cabo Verde e implementar as condições para concorrência livre e total no mercado de transporte aéreo especialmente em determinadas rotas actualmente em lógica de duopólio; Trazer novos operadores aéreos a Cabo Verde que consigam dinamizar o tráfego internacional para os distintos aeroportos internacionais do país. Activar a companhia aérea nacional e ligar o respectivo *business plan* com as prioridades do plano de desenvolvimento sectorial do turismo – conseguir com que a TACV capte uma proporção maior do fluxo de turistas internacionais. Reduzir as taxas aeroportuárias e de trânsito na FIR de Cabo Verde.
- **Implementar as estratégias sectoriais, em devida articulação com todos os *stakeholders* intervenientes (especialmente Municípios), que aumentem o nível de serviço e reduzam os custos em:**
 - Fornecimento de Energia – através do investimento na sustentabilidade energética e aposta nas energias renováveis; incentivo para a eficiência energética nos edifícios;
 - Fornecimento de Água – através de serviços de saneamento; prevenir a produção de resíduos e promover o desenvolvimento de redes de saneamento básico.
- **Ligar os programas de matriz protecção social para mitigar fenómenos sociais negativos gerados pelo turismo** – O exemplo mais evidente será a promoção de empreendimentos de habitação social em ilhas cuja capacidade de absorção de novos trabalhadores para a indústria não é suficiente (Boa Vista). Poderá também engajar-se os operadores privados para que activem e implementem estratégias de responsabilidades social de intervenção activa na comunidade em colaboração com os Municípios.

Eixo Capital Humano

Diagnóstico Crítico

- a. Recursos humanos pouco qualificados. O sistema de ensino não está optimizado para as necessidades da indústria de serviços e especialmente indústria turística;
- b. Serviços de saúde não estão uniformizados por ilhas. As ilhas que têm o maior fluxo de turistas (Sal e Boa Vista) registam algum défice na oferta de cuidados de saúde primários;

Directrizes para os próximos 5 anos

- **Necessidade de reforçar a qualidade e diversidade da oferta educativa** – As carreiras do ensino convencional e profissionalizantes devem colocar maior ênfase na criação de competências:
 - Línguas: Afigura-se fundamental apostar em solidificar o inglês e francês nos currículos escolares;
 - TICs: O reforço de competências em tecnologias de informação é também uma condição necessária a uma mão-de-obra competitiva e versátil;
 - História: O aspecto do ensino da História merece um especial relevo uma vez que a qualificação e provimento de historiadores nacionais são fundamentais à vertente de qualificação da oferta cultural do país.

A via profissionalizante deve surgir como clara opção aos alunos e deverá existir uma atenção à sensibilização dos formandos quanto à realidade económica da ilha em que se encontram e oportunidades económicas associadas. Nesse sentido uma proposta associada é a de apostar na diferenciação de algumas partes do currículo escolar por ilha.

- **Campanha de formação para o Turismo** – Necessidade de transmitir à sociedade civil, através de campanhas publicitárias e/ou outros meios, a importância do turismo para a economia no sentido também de disseminar uma consciência cívica de boas práticas no serviços associados à indústria e no acolhimento aos visitantes.

- **Criação de mecanismos de equidade geográfica e social no acesso à via de formação técnico-profissional (e.g. EHTCV)** – Este objectivo poderia ser alcançado com a criação de um sistema de bolsas que permita aos formandos de outras ilhas e com condições socioeconómicas menos favoráveis a possibilidade de frequentar a EHTCV na Cidade da Praia. Outra via mais custosa seria a implementação de “pólos” da EHTCV no Sal e Boa Vista.

- **Reforço da oferta e melhorias de serviços de saúde primário nas ilhas “turísticas”**
 - Deverá ser reforçada a oferta de cuidados de saúde primários nas ilhas com significativa massa crítica de turismo, vulgo Sal e Boa Vista.

Eixo Nação Global

Diagnóstico Crítico

- a. Inoperância da rede diplomática na promoção do vector turismo;
- b. Burocracia excessiva na concessão de vistos;
- c. Poucos acordos de isenção de dupla tributação actualmente em vigor;
- d. Ligações à sub-região pouco exploradas no que toca ao potencial turístico.

Linhas orientadoras para os próximos 5 anos

- **Alavancar e utilizar a rede diplomática para ser um agente activo da estratégia de promoção e comunicação do turismo; “diplomacia económica”** - As embaixadas podem e devem ter um papel mais activo na promoção de parcerias chave com agentes internacionais públicos e/ou privados em estrita coordenação com o “gestor de negócio” do turismo e respectiva estratégia integrada.
- **Simplificação e desmaterialização do processo de concessão de visto turístico** (para os países que não tenham isenção – vide recomendação supramencionada de ausência de visto para determinados países);
- **Internacionalização das empresas cabo-verdianas** – Negociar acordos de isenção de dupla tributação e protecção recíproca de investimentos especialmente com países chave no que respeita à origem dos investimentos (Reino Unido, França Alemanha);
- **Explorar a integração na sub-região (CEDEAO) para obter fluxos turísticos de alto potencial de consumo.**

Objectivos a 5 anos

Fruto das acções acima mencionadas, o grupo entende que os seguintes objectivos poderiam ser atingíveis durante o período de vigência do DECRP III:

- 1) TOP 10 dos Pequenos Estados Insulares em termos de índice do turismo (2011 – posição 17^a);

- 2) 1.000.000 de turistas em 2016 (2011 – 475.000);
- 3) Contribuição das receitas do turismo no PIB no PIB – de 21,1 em 2011 para 25% em 2013 e 30% em 2016;
- 4) Participação nos serviços - acima dos 65% do PIB (2011 – 60,8%);
- 5) Cadeia de valor – aumentar os gastos no destino para 70% (2011 - 60,8%);
- 6) Participação activa do empresariado nacional na cadeia de valor – duplicar o número de empresas nacionais e a sua contribuição para o turismo;
- 7) Aumentar o IDE no sector – crescimento médio de 20% ao ano; o IDE total em 2011 (do qual cerca de 84,7% foi ligado a turismo e imobiliária turística) caiu cerca de 22% face a 2010;
- 8) Aumento da estadia média para um nível superior a 8 dias (2011 - 5,7);
- 9) Aumento do emprego directo - duplicar o número de emprego criados pelo sector gerado pela actividade turística de 2013 para 2016 (2011 - 5178);
- 10) Taxa de ocupação dos estabelecimentos hoteleiros superior a 70% (2011 – 58.2%).