

# CLUSTER DO TURISMO

**VICTOR FIDALGO**

Consultor na área do Desenvolvimento e  
Investimento Privado Externo

II Fórum Nacional de Transformação  
Cidade da Praia, 15 de Maio de 2014

Cidade da Praia  
14 a 16 de Maio de 2014

# DEFINIÇÃO

- **CLUSTER DO TURISMO SERIA UM CONJUNTO DE INFRAESTRUTURAS MATERIAIS, ORGANIZACIONAIS, POLÍTICAS, INSTITUCIONAIS, CULTURAIS, HISTÓRICAS, AMBIENTAIS E CLIMÁTICAS QUE GOVERNAM O SECTOR, VISANDO MOTIVAR O TURISTA A VISITAR O LOCAL EM QUESTÃO.**
- **ESTAMOS PERANTE ALGO INTEGRADO, TANTO NA VERTICAL COMO NA HORIZONTAL, INTERSECTORIAL E INTERDISCIPLINAR, DIRECIONADO AO CONSUMIDOR, AO TURISTA.**

# HISTÓRICO DO TURISMO EM CABO VERDE



- **NUNCA É DEMAIS REPETIR QUE O TURISMO, ENQUANTO PARADIGMA DE DESENVOLVIMENTO DE CABO VERDE, TEM POUCO MAIS DE 20 ANOS.**
- **CONTUDO NESTE MESMO PERÍODO TORNOU-SE NA PRINCIPAL LOCOMOTIVA DO CRESCIMENTO ECONÓMICO, DA TRANSFORMAÇÃO SOCIAL E CULTURAL DO PAÍS.**
- **DE ACORDO COM O BCV, SE EM 1998, O TURISMO REPRESENTAVA MENOS DE 3% DO PRODUTO INTERNO BRUTO DE CABO VERDE, HOJE REPRESENTA MAIS DE 21%. (UMA DINÂMICA IMPAR).**

# QUE VISÃO ESTRATÉGICA PARA O TURISMO?



- **QUALQUER QUE FOR A VISÃO OU ABORDAGEM DO TEMA, NÃO SE PODE FUGIR A CERTAS QUESTÕES:**
  - **QUE TEMOS PARA OFERECER?**
  - **DE ONDE VÊM OS TURISTAS (MERCADO EMISSOR)?**
  - **HAVERÁ ALTERNATIVAS NO MERCADO EMISSOR?**
  - **PRINCIPAIS MEIOS DE TRANSPORTES?**
  - **QUAL O IMPACTO DO TURISMO NA ECONOMIA NACIONAL, INCLUINDO O GRAU DE **INTEGRAÇÃO DA ECONOMIA NACIONAL NO TURISMO?****

# METODOLOGIA DA ABORDAGEM

- **SEM PRETENDER DIVAGAR, NÃO PODEMOS RESPONDER A ESTAS PERGUNTAS SEM ANALISAR O QUADRO GLOBAL DO TURISMO MUNDIAL, NA ÓPTICA DA PROCURA.**
- **PARA PREPARAR A NOSSA OFERTA, DEVEMOS IDENTIFICAR O QUE PROCURA O TURISTA QUE PODERÁ VISITAR-NOS. A OFERTA DEVERÁ CORRESPONDER E SUBORDINAR-SE À PROCURA.**

# PROCURA TURÍSTICA POR NICHOS

## OBJETIVOS DAS VIAGENS INTERNACIONAIS (2012)

➤ LAZER / FÉRIAS	52% (OPÇÃO CERTA)
➤ SAÚDE / RELIGIÃO	27% (???)
➤ NEGÓCIOS / CONFERÊNCIAS	14% (POSSIBILIDADES)
➤ OUTROS	7%

### DECISÃO IMPORTANTE:

- ❖ PARTINDO DO NOSSO POTENCIAL DE OFERTA, EM QUE NICHOS DA PROCURA MUNDIAL DEVEMOS FOCALIZAR-NOS?
- ❖ PARA ONDE ESTIMULAR OS INVESTIMENTOS PRIVADOS, COM VISTA A CONSTRUIR A NOSSA OFERTA?

# MERCADOS EMISSORES

- **SENDO QUE NO NICHOSOL & PRAIA É A PROCURA QUE PREVALECE SOBRE A OFERTA, DEVEMOS OBRIGATORIAMENTE TER UMA IDEIA CLARA DA ORIGEM E ESPECIFICIDADES DESSA PROCURA, PARA PODERMOS ADAPTAR A NOSSA OFERTA E GERÍ-LA;**
- **O CONHECIMENTO DO MERCADO EMISSOR É CRUCIAL PARA A GESTÃO DA OFERTA TURÍSTICA EM QUALQUER DESTINO, INCLUINDO CABO VERDE;**
- **COMO MOLDAR A NOSSA OFERTA, PARA COMPETIR NESSE NICHOS DO MERCADO?**

# PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES

- **EUROPA** 52.2%
- **ÁSIA & PACÍFICO** 22.8%
- **AMÉRICAS** 16.6%
- **ÁFRICA** 3.0%
- **MÉDIO ORIENTE** 3.0%
- **NÃO ESPECIFICADO** 2.4%
- **EM QUAL DESSES MERCADOS EMISSORES PODEMOS GANHAR TURISTAS NO SEGMENTO SOL & PRAIA?**



# PRINCIPAIS MERCADOS EMISSORES PARA CABO VERDE

• REINO UNIDO	17.2%
• ALEMANHA	13.4%
• FRANÇA	13.4%
• PORTUGAL	10.5%
• BELGICA-HOLANDA	8.4%
• ITÁLIA	5.6%
• ESPANHA	1.8%
• Outros	18.6%
• CABOVERDIANOS	8.5%

# RISCOS DO MERCADO EMISSOR???

- NÃO HÁ CONCENTRAÇÃO NUM ÚNICO MERCADO;
- 4 DOS MERCADOS EMISSORES - DOS PAÍSES MAIS RICOS DO MUNDO E 2 DELES - TURISTAS QUE MAIS GASTAM; **ESTAMOS NO BOM NICHU.**
- **NOS PAÍSES COM ALTO NÍVEL DE VIDA, O CONSUMO TURÍSTICO TORNOU-SE TAMBÉM NUM BEM DE 1ª NECESSIDADE. PORTANTO, A PROCURA É ESTÁVEL.**
- **CONCLUSÃO:**BAIXO RISCO DE COLAPSO DO MERCADO EMISSOR, ALTO POTENCIAL DE CRESCIMENTO (DESTINO NOVO, CRESCIMENTO NATURAL E PRIMAVERA ÁRABE).

# MEIOS DE TRANSPORTES USADOS PELOS TURISTAS

<b>AVIÃO</b>	<b>52%</b>
<b>VIATURAS</b>	<b>40%</b>
<b>COMBOIO</b>	<b>2%</b>
<b>BARCO</b>	<b>6%</b>

▪ EM QUAIS DESSES MEIOS DE TRANSPORTE, APOSTARÁ O INVESTIDOR OU OPERADOR HOTELEIRO PARA INVESTIR OU ORGANIZAR OS SEUS NEGÓCIOS EM CABO VERDE?

▪ QUE INFRAESTRUTURAS DE ACOLHIMENTO PREPARAR -INVESTIMENTOS PÚBLICOS?



## • PRINCIPAIS DESTINOS TURÍSTICOS (2012)

• EUROPA	51.6%
• ASIA / PACÍFICO	22.6%
• AMÉRICAS	15.8%
• ÁFRICA	5.0%
• MÉDIO ORIENTE	5.0%
• CABO VERDE /MUNDO	0.05%
• CABO VERDE / AFRICA	1.02%

# PODEMOS ALMEJAR AUMENTAR A NOSSA QUOTA?



- TURISMO DE NEGÓCIOS/CONFERÊNCIAS(NOVO)
- TURISMO DE CRUZEIRO (MODERADO)
- TURISMO SOL & PRAIA, ( **MAIORES PERSPECTIVAS**)
- TODAS ESTAS POSSIBILIDADES EXIGEM INVESTIMENTOS AVULTADOS E DE RISCO. E PARTICULARMENTE POLÍTICAS ESPECÍFICAS, DIFERENCIADAS E INOVADORAS.
- **O MENOS ARRISCADO PARA CABO VERDE É O NICHU “SOL & PRAIA”.**

# PERSPETIVAS DO FLUXO TURÍSTICO ATÉ 2020



II Fórum Nacional de Transformação  
CABO VERDE 2030

	<b>ENTRADAS</b>	<b>VAR. ANUAL</b>	<b>REC. ESTADO(€)</b>	<b>RECEITAS TURISMO(€)</b>
• 2012	533.877	12%	73.594.944	314.490.924
• 2013	552.144	3%	76.113.050	325.251.466
• 2014	588.019	6%	81.058.430	346.384.399
• 2015	663.459	17%	94.904.137	405.550.815
• 2016	744.336	8%	102.606.741	438.466.108
• 2017	874.403	17%	120.536.439	515.084.513
• 2018	979.256	12%	134.990.461	576.850.422
• 2019	1.045.145	7%	144.073.193	615.663.374
• 2020	1.116.160	7%	153.862.652	657.496.353

# AVALIAÇÃO DO ESTADO DO TURISMO (1)

- ABRANDAMENTO DO RITMO DE CRESCIMENTO DO SECTOR NÃO CORRESPONDE ÀS NOSSAS AMBIÇÕES;
- A GOVERNAÇÃO DO SECTOR TEM PRIMADO PELA MELHORIA. NECESSIDADE MAIOR PARTICIPAÇÃO DOS PRIVADOS NAS TOMADAS DE DECISÕES;
- INSUFICIÊNCIA DE INFRAESTRUTURAS BÁSICAS (Estado)
- AUSÊNCIA DE INFRAESTURAS PERIFÉRICAS (privados)
- FRACA LIGAÇÃO DA ECONOMIA NACIONAL AO TURISMO. FALTA DE OUSADIA NACIONAL.
- **FRACA COMPETITIVIDADE FISCAL, COM TENDÊNCIA PARA EROSÃO.**

# POTENCIAL DO CRESCIMENTO TURÍSTICO

- Zdti's - BASE JURÍDICO-MATERIAL DO AUMENTO DA OFERTA TURÍSTICA

	AREA (HA)	CAMAS PREV	CAMAS REAIS	%
• SANTIAGO – 4.006	115.962	0	0%	
• S. VICENTE – 6.165	151.531	0	0%	
• SAL - 3.386	109.175	4.729	4,33%	
• MAIO - 2.054	34.774	0	0%	
• BOAVISTA - 5.086	80.528	4.935	6,13%	
• <b>NOTA:</b> AS ZDTI'S DEVERIAM ESTAR “OF-SHORE”				



# PROFUNDAS MUDANÇAS POLÍTICAS



- A NÍVEL INSTITUCIONAL, HÁ QUE MUDAR O PARADIGMA, DANDO AO CRESCIMENTO ECONÓMICO O PRIMADO SOBRE A SIMPLES ARRECADAÇÃO DAS RECEITAS. (**DERRAPAGEM DESP. PUB.**)
- A POLÍTICA FISCAL DEVE SER UM INSTRUMENTO DE ESTÍMULO AO INVESTIMENTO, PORTANDO A ISSO SUBORDINADA:
  - INVESTIMENTO PRIVADO
  - EMPREGOS PERMANENTES
  - CRESCIMENTO ECONÓMICO
  - AUMENTO DA RIQUEZA NACIONAL
  - MELHORIA DO BEM ESTAR DAS POPULAÇÕES

**OBRIGADO**