

Como inovar no sector do turismo? – O caso do **ecoturismo** em Cabo Verde

MARGARIDA CLEMENTE * [margaridaclemente@ua.pt]

AMÉRICO LOPES ** [americolopes@ua.pt]

ANA MOTA *** [anacsmota@ua.pt]

CARLOS COSTA **** [ccosta@ua.pt]

Palavras-chave | Inovação, Ecoturismo, Ilhas, Cabo Verde.

Objectivos | O projecto de investigação tem como objectivo global o estudo do desenvolvimento da inovação no sector do turismo, especificamente, ao nível do produto ecoturismo e da sua aplicação ao território insular de Cabo Verde. Operacionalmente, pretende-se propor um conjunto de linhas orientadoras para a inovação no ecoturismo e apresentar medidas concretas da sua implementação no território em estudo.

Metodologia | Em termos metodológicos, o projecto tem por base a revisão da literatura relacionada com os conceitos de inovação de um modo global, de inovação em turismo, especificamente, e de ecoturismo. Recorreu-se ainda ao método qualitativo de recolha de dados, nomeadamente, através da análise de seis *case studies*, onde foram identificadas boas práticas de inovação em ecoturismo (de base comunitária), redes, informação, planeamento e sustentabilidade: Lisu Lodge, Tailândia; Il Ngwesi Tourism Lodge, Quênia; Rede Europeia de Turismo de Aldeia; Programa *Innovation for Sustainable Tourism & Services South Aegean*, Grécia; Projecto tecnológico *Peer-to-Peer*, Ilhas Baleares, Plano de Turismo Sustentável para as Ilhas Abrolhos, Austrália.

Principais resultados e contributos | A proposta de linhas orientadoras foi concebida tendo em mente territórios com características proeminentemente insulares e que, portanto, exibem uma série de condicionantes (tamanho reduzido, recursos limitados, dispersão geográfica e isolamento) e oportunidades (albergam uma importante porção da biodiversidade do planeta e são, em inúmeros casos, o berço de uma grande variedade de culturas ainda pouco alteradas) que necessitam ser reguladas e potencializadas, respectivamente.

A metodologia utilizada para a elaboração das linhas orientadoras tem, na sua base, modelos, abordagens e conceitos, de diversos autores nacionais e internacionais, que permitem pensar no desenvolvimento do turismo de forma inovadora

* **Licenciada em Planeamento Regional e Urbano** pela Universidade de Aveiro e **Mestranda em Gestão e Planeamento em Turismo** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

** **Licenciado em Planeamento em Turismo** pela Universidade Jean Piaget de Cabo Verde e **Mestrando em Gestão e Planeamento em Turismo** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

*** **Licenciada em Ecoturismo** pela Escola Superior Agrária do Instituto Politécnico de Coimbra e **Mestranda em Gestão e Planeamento em Turismo** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

**** **Doutorado em Turismo** pela Universidade de Surrey (Reino Unido) e **Professor Associado com Agregação** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

e transversal. Assim, a proposta apresentada divide-se em duas grandes perspectivas, o lado da oferta e o lado da procura. Cada uma é composta por domínios, dentro dos quais se definiram estratégias para a inovação em ecoturismo. Deste modo, o lado da oferta é composto pelo papel do governo, governância, população residente, equipamentos e infra-estruturas, produto e gestão de visitantes, sendo que o domínio que compõe a perspectiva da procura é o *marketing*. Várias estratégias foram delineadas para cada domínio, assim como definidas acções orientadoras para cada estratégia. Pretende-se, com esta abordagem articulada e global, proporcionar uma linha de pensamento e actuação que perspetive não só o planeamento integrado de destinos turísticos insulares, rumo ao desenvolvimento socioeconómico das comunidades residentes, mas também um esquema realista, fácil de interpretar e de aplicar.

A escolha de Cabo Verde prende-se com o facto de ser um território com grande potencial para o ecoturismo em que o estado de desenvolvimento deste produto se encontra numa fase embrionária e, como tal, propícia à implementação de estratégias que visem evitar alguns erros de planeamento num sector tão vulnerável. Assim, e de forma sucinta, sugere-se ao nível i) do papel do governo, a criação de legislação que obrigue os empreendimentos turísticos de determinada dimensão a possuírem os seus próprios sistemas de recolha e selecção dos resíduos, bem como o tratamento dos efluentes domésticos; ii) da governância, a criação de medidas de incentivo ao associativismo e cooperativismo; iii) da população residente, o *empowerment* para a tomada de decisão e o empreendedorismo; iv) dos equipamentos e infra-estruturas, o alargamento da rede de *wireless* a todos os locais das ilhas; v) do produto, o desenvolvimento de programas com base nos produtos-âncora das ilhas em modelo *all inclusive* ou à medida; vi) da gestão de visitantes, a disponibilização de informação digital e actualizada para GPS e PDA; vii) do *marketing*, a elaboração de estudos de *demarketing* geral, desincentivando a procura a áreas de maior sensibilidade ecológica.

Limitações | A principal limitação encontrada para a realização desta investigação prende-se com a dificuldade em encontrar mais *case studies* reveladores de inovação em ecoturismo, pelo que se optou pelo estudo de casos de inovação em turismo tendo por base os princípios da sustentabilidade.

Conclusões | O caso de Cabo Verde, que poderá vir a ser um destino de excelência ao nível do ecoturismo, deverá pautar-se por um processo de desenvolvimento com benefícios visíveis para a população local, elemento activo e integrante de todo o processo. Neste sentido, o Estado assume um papel importante na regulamentação das diversas actividades, bem como na disponibilização de financiamento e na promoção do destino, com estratégias de marketing direccionadas e planeadas de acordo com os segmentos mais interessantes. É necessário inovar nos processos de formação e comercialização de produtos visando, sobretudo, a qualificação da experiência do turista, proporcionando a sua máxima satisfação e consequente fidelização e/ou promoção positiva do destino, através do passa-palavra. Para além desses aspectos, dever-se-á desenvolver mecanismos de coordenação dos diferentes *stakeholders*, dotar as áreas turísticas de equipamentos e infra-estruturas de qualidade, criar sinergias entre as potencialidades dos diferentes produtos turísticos, e assegurar a correcta gestão de visitantes com base no equilíbrio entre três importantes pilares de desenvolvimento de destinos turísticos: a comunidade local, a área-destino e o turista.