

COLOCAR CABO VERDE NA ROTA DO TURISMO MUNDIAL





O turismo foi eleito, pelo Governo, como um dos pilares centrais, prioritário e com maior peso na economia Cabo-verdiana, representando por volta de 21% do PIB. Numa altura em que, o principal desafio para o sector, seria a sua recentragem para uma nova dimensão e qualidade que ultrapasse o conceito setorial, através de um conjunto de compromissos do Governo em: i) atingir 1.0 milhão de turistas estrangeiros por ano até 2021; ii) crescer em receitas por turista acima da média dos nossos principais concorrentes; iii) chegar a 2021 no top 30 dos países mais competitivos do mundo em matéria de turismo e top 5 em África; iv) eliminar as principais fraquezas do turismo cabo-verdiano em sede de segurança, requalificação urbana, saneamento, promoção internacional do destino, capacitação dos recursos humanos e unificação do mercado interno (*in PEDS*); o país e o mundo, foi fustigado pela pandemia do covid19, colocando Cabo Verde num estado de paralisação completa deste setor, acrescentando a esta lista de desafios, tantos mais.

Se há poucos meses a nossa ambição era de aumentar a fasquia e bater todos os recordes atingidos até então no setor turístico, hoje o nosso maior desafio, neste setor, é conseguir reabrir o destino Cabo Verde e colocar o país na rota do turismo mundial, com maior segurança e tranquilidade possível.

Para isso, temos fatores essenciais que nos favorecem, nomeadamente a existência de ilhas sem casos registados do novo Coronavírus. É o caso da

ilha do Sal, uma das mais turísticas do país e que servirá do ponto de partida para a nossa retoma, por apresentar elementos de confiança e fatores de influência na decisão de escolher o destino Cabo Verde, a saber: i) garantias de segurança (sem caso), ii) garantia de alguma infraestrutura médica capaz de dar resposta, iii) a breve abertura centro saúde de Santa Maria, devidamente preparada e equipada.

Uma peça chave para o relançamento do investimento privado neste sector é voltar a fazer de Cabo Verde um destino de referência mundial de turismo sustentável, conhecido dos cidadãos dos mercados emissores, com produtos diversificados, através da abertura da fronteira e retoma das ligações aéreas internas e internacionais (previstas para junho e julho, respetivamente) e, mais ainda, a adoção de medidas estruturantes, que garantam a eficiência e eficácia exigida, internacionalmente. Assim, uma das maiores apostas do Governo, segundo o Ministro que tutela este setor, é nos programas de segurança sanitária, que serão levados a cabo e que implica a certificação de operadores que integram o circuito turístico (hotéis, aeroportos, bares, restaurantes, etc), através de entidades nacionais competentes, mas também contando com *expertise* e *know how* internacional, capaz de alinhar os parâmetros de qualidade nacional, aos dos maiores mercados turísticos mundiais. Este programa visa garantir um conjunto de protocolos de proteção, que asseguram a segurança, através de procedimentos sanitários, regras

de higienização, regras de comportamento dos trabalhadores e dos clientes, como forma de prevenir e evitar contágio ao covid19, mas sobretudo, **conseguir conquistar a confiança dos operadores turísticos, garantir ao visitante, um ambiente seguro, tranquilo e demonstrar que Cabo Verde tem condições para se tornar num destino confiável, que reúne esses requisitos.**

Uma outra aposta relevante, poderá vir a ser no Turismo Interno. Este representa cerca de 7% do movimento de hóspedes nas nossas ilhas e, já é consensual o crescente interesse e a aposta das agências de viagens e turismo, na exploração deste nicho promissor, não obstante aos desafios ainda existente, nomeadamente os custos internos. Segundo o Ministro do Turismo – Dr. Carlos Santos, é certo que para que o turismo de residência/interno atinja o patamar desejado, é necessário analisar, atualizar e adaptar as legislações existentes, para haja maior sustentabilidade social e ambiental. Uma aposta promissora, poderá passar pela capacidade de criação e disponibilização ao cliente interno, pacotes atrativos e economicamente vantajoso, com a devida anuência e vontade mútua do operador marítimo e aéreo, em apostar neste nicho.

Todos os cenários em evidência e os procedimentos a serem implementados, têm como fim último, assegurar uma abertura gradual, com segurança e tranquilidade necessária e capaz de gerar confiança e credibilidade de todos os intervenientes desta cadeia turística (os operadores, os turistas, os colaboradores e o público em geral).



DO OUTRO LADO DA MOEDA

OS DESAFIOS ACRESCIDOS AOS INTERVENIENTES TURISTICOS

É sabido que a cadeia turística, registou um dos maiores impactos negativos desta pandemia. De uma forma abrupta, repentina e repleta de incertezas, foram obrigados a paralisar sem nenhum aviso prévio, que lhes permitissem o mínimo de preparação para lidar com esta situação. Se hoje falamos dos desafios na retoma gradual à “nova normalidade”, a estes intervenientes turísticos, acrescenta-se o desafio de preparar para a certificação, que será uma exigência indispensável para esta retoma.

Este processo de certificação, exigirá investimentos, para que se possam adaptar os padrões “normais” para esta nova realidade. Será necessária uma reestruturação de todo o processo produtivo e de prestação de serviço, cuja máxima deve passar pela segurança e qualidade, sobretudo. Para isto, é

também necessário, que do outro lado, sejam reforçadas as medidas de apoio empresarial e um conjunto de respostas para conseguir amparar, naquilo que for possível, o tecido empresarial, deste setor.

Que as entidades certificadoras terão um papel fundamental neste processo é indiscutível, mas também é imprescindível falar de todo o conjunto de medidas de suporte para que as empresas possam estar preparadas para este desafio acrescido ao cenário de incertezas e variáveis difíceis de controlar.

Para garantir melhor resposta aos operadores deste setor, é imperativo o reforço da intervenção da PROEMPRESA, com os programas estratégicos de assistência técnica especializada, junto a estes operadores. Assim, além dos vários programas de assistência técnica e financeira, enfatizamos aqui, o progra-

ma **PRÓ CRÉDITO**, que dispõe de uma **vertente específica destinada à “contratação de serviços para implementação ou melhoria dos processos de certificação”**. Este visa essencialmente garantir o financiamento de assistência técnica necessária para a melhoria da performance empresarial, em diversas vertentes, sendo a certificação uma delas. Assim, convidamos a todos os empresários deste setor, a conhecer melhor este programa aqui.

Sendo a ilha do Sal, o ponto de partida da retoma do turismo, a equipa local do instituto nesta ilha já se encontra reforçada com mais recursos humanos, devidamente preparados para melhor assistir os empresários.

A nossa garantia é de um apoio incondicional, para que juntos possamos garantir o maior suporte possível ao setor privado.

O Turismo também vai superar a crise!

O turismo foi profundamente impactado pelo COVID19 em todo o mundo. O setor terá que desenvolver uma nova perspectiva sobre destinos, crescimentos e engajamento local. Essa semana a Pró Empresa pesquisou dicas que o setor do turismo deve levar em consideração para dar a volta a crise.

1. Use o virtual para ter mais contato e ser lembrado

É importante estar sempre conectado e incentivar a equipa a compartilhar histórias interessantes sobre suas comunidades. Essas histórias dizem muito – agora mais do que nunca – e serão importantes para a motivação quando o setor começar a se recuperar.

2. Salve a sua marca pisando nos freios com o marketing

Faça comunicações sobre a importância da segurança de clientes e funcionários, considerando as sugestões dos líderes globais de saúde.

3. Relacionamento são mais importantes do que vendas

Reafirme que os negócios serão gradualmente retomados e que os destinos irão se recuperar, tendo em mente a máxima segurança de todos os clientes e funcionários.

4. Dê apoio aos stakeholders

As empresas parceiras são a principal razão pela qual os órgãos promotores de turismo existem. É uma oportunidade não apenas para parcerias, mas também para oferecer recursos conforme os clientes se adaptam nesse ambiente em mudança.

5. Faça sua voz ser ouvida

O Governo tem trabalhado muito e oferecido muitas oportunidades para que o setor privado não seja tão afetado pela crise. É recomendado preparar-se para o presente e para o futuro dividindo os planos em três categorias diferentes: (a) Recuperação, (b) Retoma e (c) Preparação.

A) Recuperação – Pense em ideias que impulsionarão os negócios do turismo em curto prazo. A recuperação desta crise provavelmente dependerá da mudança de atitude em relação às viagens, reuniões públicas e poder de compra.

B) Retoma – O foco deve estar em como superar os estigmas criados pelo distanciamento social forçado. Além de mudanças de atitudes, devemos educar e tranquilizar os clientes até que tudo isso termine.

C) Preparação – Paralisações e restrições em viagens provavelmente serão mais comuns e imediatas para combater as próximas pandemias. Pense em como minimizar o impacto para proteger o seu negócio diante de futuros incidentes.

6. Aprenda com os dados

Este é um ótimo momento para analisar seus recursos e determinar as necessidades futuras. Será preciso explorar o perfil do visitante e as oportunidades disponíveis conforme as etapas da recuperação começarem a acontecer.

7. Espere o inesperado

Planos estratégicos devem ser maleáveis por natureza. As estratégias devem ser adaptáveis, enquanto as táticas são rígidas e limitadoras. Faça revisões e adaptações aos planos estratégicos para atender às urgências dos próximos 18 meses. Divida as semanas e os meses em períodos de tempo gerenciáveis.

8. Seja positivo.



SILVA'S

EMPRESAS QUE INSPIRAM

Que o COVID-19 desorganizou a vida dos empresários, todos sabemos, mas o Diliano Silva do Bar e Restaurante Silva's Em Santa Maria foi surpreendido com uma dificuldade a mais, já que a pandemia veio justamente no momento em que ele se encontrava fora do país. Como gerir a empresa durante todo esse tempo, sem saber quando será possível o regresso a Cabo Verde?

O promotor contou com o engajamento de sua equipa para organizar, em tempo hábil, todas as medidas de segurança sanitárias impostas pelo Estado de Emergência decretado a nível nacional. Com a redução do horário de atendimento, o distanciamento e a pouca ou quase nenhuma afluência vieram as dúvidas de como manter a saúde da empresa e pagar as despesas fixas como salários, entre outros. O delivery foi a solução para manter suas contas em dia, contudo mesmo assim foi necessário suspender alguns contratos de trabalho e reduzir consideravelmente os custos fixos para que pudesse manter a empresa aberta.

Mesmo com a reabertura do comércio na ilha do Sal, o público não frequentou os restaurantes, e uma nova readaptação teve que ser feita, desta vez no menu, com a redução da variedade de pratos, alteração dos valores, e uma aposta forte no Take Way e com promoções para conquistar novos clientes e assegurar a fidelidade dos “clientes da casa”. Desistir e fechar as portas nunca esteve em seus planos e no momento, mesmo fora de Cabo Verde, já solicitou um empréstimo nas linhas de crédito implementadas pelo Governo para vencer a crise.

