



**INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E
EMPRESARIAIS**

01/04/2019

**OS IMPACTES DOS
EVENTOS NO
DESENVOLVIMENTO
DO TURISMO DA ILHA
DE SÃO VICENTE: CASO
KAVALA FRESK
FEASTIVAL**

**MÓNICA HELENA MARTINS CRUZ
LICENCIATURA EM GESTÃO E PLANEAMENTO EM TURISMO**



INSTITUTO SUPERIOR DE CIÊNCIAS ECONÓMICAS E EMPRESARIAIS

LICENCIATURA EM GESTÃO E PLANEAMENTO EM TURISMO

4º ANO

**OS IMPACTES DOS EVENTOS NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DA
ILHA DE SÃO VICENTE: CASO *KAVALA FRESK FEASTIVAL***

ORIENTADOR: AMÍLCAR MORAIS

MÓNICA HELENA MARTINS CRUZ

MINDELO, 2019

DEDICATÓRIA

A minha mãe,

Iolanda Joana Martins

AGRADECIMENTOS

Tendo em conta, que esta secção é limitada e não correndo o risco de deixar ninguém de fora, começarei por agradecer a todos quanto contribuíram para que esta etapa da minha vida fosse possível.

Envio um agradecimento muito especial, a minha mãe, o meu padrasto e ao meu tio Januário por todo o apoio e dedicação durante todo esse tempo.

Agradeço a FICASE, organização que me concedeu a bolsa de estudos, sem a qual seria muito difícil ter feito a minha licenciatura.

Ao ISCEE e todos os seus docentes pelos inúmeros conhecimentos que me transmitiram.

Agradeço ao meu mestre e coordenador de curso Américo Lopes, por toda a sua paciência e todos os conhecimentos transmitidos ao longo de todo esse tempo.

Envio um agradecimento especial ao meu orientador professor Amílcar Morais por todo o apoio durante a realização deste projeto.

Por fim, mas não menos importante agradeço, as minhas irmãs, ao meu namorado, e a todos os meus colegas e amigos, que de alguma forma me apoiaram no decorrer desta licenciatura.

RESUMO

No âmbito da conclusão da Licenciatura em Gestão e Planeamento em Turismo pressupõem-se a elaboração de um trabalho de fim de curso, que visa **compreender os impactes dos eventos no desenvolvimento do turismo da ilha de São Vicente**, tendo como **foco principal o evento *Kavala Fresk Feastival***.

Para compreender os impactes que o evento tem para o desenvolvimento da ilha, houve a necessidade de se proceder a uma abordagem metodológica do assunto de forma a clarificar alguns conceitos.

Definiu-se como metodologia de investigação, o inquérito por questionário, como forma de, junto da população, perceber a sua opinião em relação ao assunto em questão. Também houve a necessidade de aplicação de uma entrevista, juntamente com um responsável pela organização do evento, como forma de perceber o evento em si.

Houve a necessidade de abordar alguns casos de sucesso na promoção da gastronomia como produto turístico cultural, com o objetivo de perceber quais os pontos fulcrais que se deve utilizar para promover a gastronomia enquanto produto ligado ao turismo.

Da análise dos resultados obtidos com a aplicação dos questionários pode-se perceber que o referido evento contribui de forma positiva para o desenvolvimento do turismo da ilha de São Vicente.

Palavras Chaves: Eventos; Turismo; Evento Turístico; Produto Turístico; Impactes.

ABSTRACT

In the scope of the conclusion of the Degree in Tourism Management and Planning, it is assumed that an end-of-course work will be carried out, aiming at **understanding the impacts of the events in the tourism development of the island of São Vicente, with the main focus being the event *Kavala Fresk Festival*.**

In order to understand the impacts that the event has on the development of the island, it was necessary to proceed with a methodological approach of the subject in order to clarify some concepts.

The questionnaire survey was defined as a research methodology, as a means of understanding the opinion of the population in relation to the subject in question. There was also the need to apply an interview, together with a person in charge of organizing the event, as a way of perceiving the event itself.

There was a need to address some cases of success in the promotion of gastronomy as a cultural tourism product, with the aim of understanding which focal points should be used to promote gastronomy as a product linked to tourism.

From the analysis of the results obtained with the application of the questionnaires it can be seen that this event contributes in a positive way to the tourism development of the island of São Vicente.

Keywords Events; Tourism; Tourist Event; Turismo Product; Impacts.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO	1
CAPÍTULO 2. METODOLOGIA	4
2.1. Identificação do problema e definição das hipóteses.....	4
2.2. Técnicas e Métodos de Pesquisa	5
2.3. Identificação da população em estudo	6
2.4. Determinação da Amostra / Método de Selecção da Amostra	7
2.5. Instrumentos de Recolha de Dados.....	8
CAPÍTULO 3. ENQUADRAMENTO TEÓRICO	10
3.1. Turismo: principais conceitos e características	10
3.1.1. Breve Contextualização Do Surgimento Da Atividade Turística.....	10
3.1.2. Conceptualização da Atividade Turística	11
3.1.3. Procura Turística.....	13
3.1.4. Oferta Turística.....	15
3.1.5. Produto Turístico	17
3.2. Eventos e suas características	18
3.2.1. Tipologias De Eventos.....	20
3.3. Eventos turísticos e turismo de eventos	22
3.4. Impactes dos eventos para o desenvolvimento de um destino	24
3.5. Impactes dos eventos para o turismo	25
CAPÍTULO 4. CARACTERIZAÇÃO DA ILHA DE SÃO VICENTE ENQUANTO DESTINO TURÍSTICO	32
4.1. Caracterização Geral Da Ilha.....	32
4.1.1. Caracterização da ilha de São Vicente do ponto de vista cultural.....	33
4.2. O turismo da ilha de São Vicente	33

4.2.1. Oferta Turística Da Ilha São Vicente.....	34
4.2.2. Procura Turística Da Ilha De São Vicente	35
CAPÍTULO 5. CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO – O KAVALA FRESK FEASTIVAL.....	36
5.1. Caracterização do <i>Kavala Fresk</i> enquanto produto gastronómico-turístico	37
CAPÍTULO 6. BOAS PRÁTICAS NA PROMOÇÃO DA GASTRONOMIA COMO PRODUTO-TURÍSTICO LOCAL	38
CAPÍTULO 7. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS	40
7.1. Caracterização sócio-demográfica dos inquiridos.....	40
7.1.1. Género, Idade.....	40
7.1.2. Local Residência, Estado Civil.	41
7.1.3. Habilitações Literárias, Profissão e Rendimento	42
7.2. Percepção da contribuição do <i>kavala fresk</i> para o desenvolvimento de São Vicente.....	44
7.3. Satisfação em relação ao <i>kavala fresk festival</i>	45
7.4. Discussão dos resultados obtidos	46
CAPÍTULO 8. CONCLUSÃO.....	48
a) Limitações do trabalho:	49
b) Proposta de trabalho	50

Bibliografia

Apêndices

Anexos

GLOSSÁRIO

OMT- Organização Mundial do Turismo

CST- Conta Satélite do Turismo

INE – Instituto Nacional de Estatísticas

SDN- Sociedade Das Nações

DGT- Direção Geral do Turismo

INDP- Instituto Nacional do Desenvolvimento das Pescas

LISTA DE QUADROS / TABELAS

Quadro 1: Elementos do Produto turístico	18
Quadro 2 Tipologia de Eventos de Acordo com a temática.....	20
Quadro 3 Critérios de classificação de eventos	21
Quadro 4 Oferta turística da ilha de São Vicente	34
Quadro 5: Entradas, dormidas e taxa de ocupação nos estabelecimentos de S.Vicente 2014 -2018.....	35
Quadro 6: Avaliação da percepção da contribuição do <i>Kavala Fresk</i> para o desenvolvimento da ilha de São Vicente	44
Quadro 7: Avaliação da satisfação em relação ao <i>Kavala Fresk Festival</i>	45
Quadro 8: Impactes do <i>Kavala Fresk</i> para o desenvolvimento da ilha de São Vicente .	47

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Classificação dos viajantes	13
Figura 2: Classificação da oferta turística	16
Figura 3: Mapa da ilha de São Vicente	32

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 2: Idade dos inquiridos	40
Gráfico 1: Género dos inquiridos	40
Gráfico 3: Local residência dos inquiridos	41
Gráfico 4: Estado civil dos inquiridos.....	41
Gráfico 5: Habilitações literárias dos inquiridos	42
Gráfico 6: Profissão dos inquiridos	42
Gráfico 7: Rendimento líquido mensal dos inquiridos	43

CAPÍTULO 1. INTRODUÇÃO

O turismo é a atividade económica que mais tem vindo a crescer a nível mundial, sendo igualmente, um dos setores mais dinâmicos da economia moderna, não só pelas receitas e emprego que gera, mas, sobretudo pelos impactes diretos no domínio económico, social, cultural e político. Segundo a Organização Mundial do Turismo (OMT), uma fatia da economia do mercado turístico se relaciona com o setor de eventos.

O turismo e os eventos sempre tiveram uma relação muito intensa e, hoje em dia, esta tem vindo a ganhar uma excecional importância em diferentes vertentes (económica, social e cultural), resultando desta forma, no desenvolvimento e expansão dos eventos bem como, do fenómeno turístico e da cada vez mais íntima ligação entre eles.

O crescimento do turismo de eventos é notório, envolvendo cada vez mais os vários segmentos do turismo como o alojamento, a restauração, os transportes, entre outros. Pois, de facto, todos os dias, a nível mundial são realizados grandes números de eventos, que congregam milhões de participantes, boa parte deles turistas nacionais e internacionais que utilizam o transporte aéreo, ferroviário e rodoviário, a hotelaria, a restauração e outros serviços turísticos, contribuindo, assim, para a criação de emprego, para o desenvolvimento da economia em geral e, especialmente, para o desenvolvimento da economia do turismo e da economia dos eventos. (Vieira, 2015)

Cabo Verde, como um país de poucos recursos económicos, vem apostando no turismo como uma estratégia de promoção do desenvolvimento económico. Atualmente, “o turismo é a principal atividade económica de Cabo Verde e é encarado pelo governo como o sector estratégico do desenvolvimento do país.” (Santos M. d., 2009)

Como forma de assegurar a sustentabilidade do destino, o país precisa de uma estratégia de diversificação dos seus produtos, começando, por exemplo, a basear as suas estratégias noutros segmentos do turismo que têm vindo a crescer, como é o caso do segmento dos eventos que tem estado a desempenhar um papel muito

importante para a atividade turística e para a economia como um todo. (Neves J. d., 2012)

Os eventos são responsáveis por grande parte da movimentação turística no mundo, e esses têm funcionado igualmente como elemento atenuante da sazonalidade, característica intrínseca do turismo, tendo em conta que podem ser realizados em qualquer altura do ano e contribuem para criação de emprego e especialização de mão-de-obra.

Os eventos turísticos, especialmente aqueles que estão intercalados aos valores culturais, podem ser utilizados como um instrumento de apoio ao desenvolvimento de uma região. Esses eventos podem ser utilizados como uma estratégia para combater a sazonalidade de um destino e ajudar a revitalizar a cultura de uma cidade ou vila.

Assim, o projeto ora apresentado tendo como tema **Os impactes dos eventos no desenvolvimento do turismo da ilha de São Vicente: caso *Kavala Fresk Festival***, objetiva avaliar os impactes do evento para a ilha de São Vicente, compreendendo a sua importância para o desenvolvimento do turismo nesta ilha.

E, para dar resposta a este estudo, tornou-se fundamental definir um conjunto de objetivos específicos, como:

- Efetuar uma revisão bibliográfica sobre os principais conceitos ligados ao tema em estudo, recorrendo às nomenclaturas desenvolvidas pela Organização Mundial do Turismo, pela conta satélite do turismo, e estudos científicos realizados, publicados em livros, revistas e artigos;
- Caracterizar a ilha de São Vicente enquanto destino turístico;
- Desenvolver uma metodologia de estudo que permitirá perceber o impacto que o evento *Kavala Fresk Festival* tem no desenvolvimento do turismo desta ilha;
- Compreender a percepção da população residente, em relação aos impactes do evento para o desenvolvimento turístico da ilha;
- Compreender a satisfação da procura, relativamente ao evento e seu impacto sobre o turismo da ilha;
- Analisar as principais conclusões e recomendações ao estudo.

O tema deste trabalho surgiu da necessidade de se compreender até que ponto os eventos que se têm vindo a realizar na ilha de São Vicente, tem vindo a promover o desenvolvimento desta ilha enquanto destino turístico.

Espera-se que o presente estudo possa servir de base para o desenvolvimento de futuros trabalhos universitários relacionados com o tema, servindo-se como um instrumento de apoio a estes.

Da mesma forma que espera-se, que este contribua para fornecer informações necessárias as organizações e a sociedade em geral, sobre os impactes que a organização de eventos ligados ao turismo, possa gerar sobre a cultura, a sociedade, o ambiente, a economia e como esses impactes podem influenciar o desenvolvimento da atividade turística da ilha de São Vicente.

CAPÍTULO 2. – METODOLOGIA

Neste capítulo serão apresentados os passos percorridos para a realização do trabalho.

É nesta fase que se define o que será investigado e como esta investigação será feita, como forma de se justificar tudo o que será desenvolvido ao longo do trabalho.

Portanto, far-se-á uma descrição de todos os procedimentos metodológicos utilizados para a realização do trabalho, a fim de alcançar os objetivos pretendidos.

2.1. Identificação do problema e definição das hipóteses

O tema deste trabalho surgiu da necessidade de compreender até que ponto os eventos que se têm vindo a realizar na ilha de São Vicente têm, de facto, vindo a promover o desenvolvimento desta ilha enquanto destino turístico, uma vez que se reconhece a necessidade de dinamizar e desenvolver a ilha, em todas as suas vertentes: económica, cultural, social, turística.

Visto que ao longo do ano são vários os eventos que são realizados na ilha, é fundamental compreender quais são os seus reais benefícios. Daí surge a problemática de pesquisa, pois sendo o *Kavala Fresk Festival* um evento essencialmente novo, este ano conta com a sua sétima edição, pretende-se compreendê-lo no seu todo, analisando os seus reais impactes sobre a ilha, compreendendo até que ponto este constitui um atrativo e a sua capacidade de promover o turismo cultural da ilha de São Vicente, e visto que contrariamente aos outros eventos realizados nesta ilha, ainda não existem muitos estudos que abordam os impactes deste evento.

Uma vez que a ilha de São Vicente vem apostando na cultura como uma estratégia de desenvolver o seu turismo, e sendo o *Kavala Fresk* um evento gastronómico-cultural, é fulcral compreender esta relação entre o turismo e esse evento.

E com isso surgiram duas questões, para as quais se pretende encontrar a resposta com a realização do trabalho:

- 1) “Até que ponto o evento *Kavala Fresk Festival* influencia no desenvolvimento do turismo cultural da ilha de São Vicente?”
- 2) “Quais os impactes gerados com a realização do *Kavala Fresk Festival* sobre a ilha de São Vicente?”

E, como tentativa de dar resposta a estas questões colocaram-se três hipóteses que, com a realização do trabalho, poderão ser ou não confirmadas:

H1- O *Kavala Fresk Festival* já é considerado um verdadeiro produto turístico da ilha de São Vicente, pois, todos os anos, atrai muitos visitantes a ilha.

H2- O *Kavala Fresk Festival* contribui muito para o desenvolvimento do turismo na ilha de São Vicente, sobretudo do ponto de vista cultural.

H3- A realização do evento contribui para o desenvolvimento Geral da ilha de São Vicente.

Para a verificação dessas hipóteses, tornou-se necessário efetuar uma pesquisa de terreno recorrendo à aplicação de questionários, à realização de entrevista e análise de casos de sucesso.

2.2. Técnicas e Métodos de Pesquisa

Segundo Marconi e Lakatos (2003), Técnica é um conjunto de preceitos ou processos de que se serve uma ciência ou arte; é a habilidade para usar esses preceitos ou normas, a parte prática. Afirmam que todo o levantamento de dados de qualquer pesquisa científica é feito de duas formas, através de fontes primárias e fontes secundárias.

Relativamente às **fontes primárias** ou pesquisa documental, estas estão restritas a documentos escritos ou não. Estas podem ser feitas no momento em que o facto ou fenómeno ocorre, ou depois. No que concerne a esse tipo de fonte, este foi utilizado, a quando da consulta das publicações estatísticas, feitas, sobretudo, pelo INE, em relação ao turismo em Cabo Verde.

No que tange as **fontes secundárias** ou pesquisa bibliográfica, este consistiu num levantamento ou investigação sobre o tema, em literaturas especializadas em turismo,

mas também em bibliografias de outras áreas afins como Marketing, Estatísticas, Economia, Sociologia. De igual forma, foram efetuadas pesquisas em revistas, monografias, teses, websites e artigos científicos electrónicos em pdf. A finalidade desse tipo de pesquisa é colocar o pesquisador em contato direto com tudo o que foi escrito, dito ou filmado sobre determinado assunto, inclusive conferencias seguidas de debates que tenham sido transcritos por alguma forma, quer publicadas, quer gravadas.

Não obstante, utilizou-se também a técnica da observação direta, com a aplicação de entrevista a um agente que está diretamente ligado a realização do evento, bem como a aplicação de questionários.

Este trabalho consiste num estudo exploratório, que segundo Marconi e Lakatos (2003), são investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, com tripla finalidade: desenvolver hipóteses, aumentar a familiaridade do pesquisador com um ambiente, facto ou fenómeno, para a realização de uma pesquisa futura mais precisa ou modificar e clarificar conceitos.

Também utilizou-se a pesquisa descritiva que segundo Gil (2002) é o tipo de pesquisa que tem com objetivo descrever as características de determinado grupo de pessoas ou fenómenos com a utilização da técnica padronizada de coleta de dados por meio de questionário e de observação sistemática.

2.3. Identificação da população em estudo

Conforme Neves e Fernandes (p. 10), “a população ou universo estatístico é uma coleção de seres com qualquer característica comum”.

Neste caso pretende-se estudar o público, com idade superior a 18 anos, visto que nalguns estudos realizados noutros locais, utilizaram esta faixa etária, que tem ou já tenha tido contato direto com o evento, participando, organizando ou assistindo, residente ou não na ilha de São Vicente, a fim de perceber a sua opinião em relação ao mesmo.

Visto que nem sempre é possível abordar toda a população em estudo, tanto por razões económica, de tempo, de comodidade ou de inutilização dos elementos observados

(Neves & Fernandes, p. 10), é aconselhável, ou mesmo necessário que se recorra a uma amostra, que neste caso seria um subconjunto da população, obtido mediante critérios de escolha adequados por forma a refletir as características da população.

2.4.Determinação da Amostra / Método de Seleção da Amostra

Muitas vezes, a viabilidade dos resultados obtidos de um inquérito, depende da dimensão da amostra.

Segundo Hill e Hill (2005) a dimensão da amostra depende dos objetivos e da natureza da investigação, bem como dos recursos disponíveis, o que implica, normalmente, um universo com dimensão entre 100 e 500 casos.

Neste caso, tratando-se de uma investigação académica e como se pretende efetuar análise de dados quantitativos, considera-se 100 casos, uma opção provavelmente razoável.

De entre os diversos tipos de amostragem,

- Amostras não probabilísticas (amostras por conveniência; amostra por quotas; amostra por redes e amostra intencional),
- Amostras probabilísticas (amostra aleatória simples; amostra aleatória sistemática; amostra estratificada) Vilelas (2009).

Neste estudo, optou-se por utilizar a amostragem não probabilística por conveniência, pois se tratando de um tema específico, a que se recorrer a pessoas que têm certo conhecimento no assunto e que possam ter algum acesso a dados relacionados com o tema em questão.

Segundo Dencker (1998), pud Livramento (2012) a amostragem não probabilística é qualquer tipo de amostragem, onde a possibilidade de escolher um elemento do universo é desconhecida. Pode-se dizer que essa amostragem é feita por conveniência e os elementos que vão compor o universo são escolhidos de acordo com a conveniência do pesquisador.

Uma das desvantagens, talvez seja o facto de este tipo de amostragem possuir a limitação de os resultados encontrados não poderem ser generalizados à população,

porém fornecerá dados muito importantes que permitirão perceber quais os impactes do evento, percebidos pelo público, sobre o turismo da ilha.

2.5. Instrumentos de Recolha de Dados

Qualquer estudo empírico implica a recolha de dados, assim sendo, para este trabalho, optou-se primeiramente pela realização de uma entrevista, juntamente com um responsável pela realização do evento, a fim de se compreender todo o envolvente em que este foi desenvolvido, bem como as causas que levaram a sua realização.

Segundo Marconi e Lakatos (2005), a entrevista é um encontro entre duas pessoas, a fim de que uma delas obtenha informações a respeito de determinado assunto, mediante uma conversação de natureza profissional. Pendendo estas ser:

- a) Padronizada ou estruturada que se realiza de acordo com um formulário elaborado e é efetuada de preferência com pessoas selecionadas. O entrevistador segue um roteiro estabelecido previamente, as perguntas feitas são predeterminadas;
- b) Despadronizada ou não estruturada, o entrevistado tem liberdade para desenvolver cada situação em qualquer direção que considere adequada. É uma forma de poder explorar amplamente as questões. As perguntas são abertas e podem ser respondidas dentro de uma conversação informal;
- c) Painel que consiste na repetição de perguntas de tempo em tempo às mesmas pessoas, a fim de estudar a evolução das opiniões em períodos curtos. As perguntas devem ser formuladas de maneira diversa, para que o entrevistado não distorça as repostas com repetições.

Neste caso, optou-se pela realização de entrevista do tipo despadronizada ou não estruturada, pois, segundo Gil (2011) este tipo de entrevista é recomendado nos estudos exploratórios, que visam abordar realidades pouco conhecidas pelo pesquisador, ou oferecer uma visão aproximativa do problema pesquisado.

Optou-se também pela utilização do inquérito por questionário, uma vez que é o que mais se adapta aos objetivos de um estudo desta natureza.

Segundo Ghiglione e Matalon (1993), o recurso ao inquérito surge da necessidade de obter informação sobre uma grande variedade de comportamentos de um mesmo indivíduo, o que poderia ser difícil recorrendo, por exemplo, à observação, ou quando se procura compreender fenómenos como as atitudes, as opiniões, as preferências, entre outros.

Recorreu-se a questionários anónimos como forma de permitir maior liberdade e sinceridade nas respostas. Este foi dividido em três secções, sendo que, a primeira consistia em analisar a percepção da população em relação à contribuição do *Kavala Fresk* para o desenvolvimento de São Vicente, a segunda compreender a satisfação em relação ao *Kavala Fresk Festival* e a terceira sobre a caracterização sócio-demográfica dos inquiridos.

Foram aplicados 100 questionários, com questões maioritariamente fechadas, utilizando a escala de Likert de cinco pontos, que permite manifestar a satisfação ou insatisfação em relação a variáveis e atitudes relacionadas com o objeto de estudo.

Houve a necessidade de aplicar alguns questionários online, recorrendo-se a ferramenta de criação de questionários online, *SurveyMonkey*, como forma de facilitar o contacto com alguns inquiridos.

Entretanto, primeiramente foi realizado um pré-teste, como forma de corrigir algumas imperfeições, como substituições de alguns vocábulos e ordem das perguntas, imprimindo uma maior compreensão e clareza ao questionário.

A recolha dos dados teve início a quatro de Março de 2019 e terminou a vinte de Março do mesmo ano.

Foram inquiridas pessoas de vários setores de atividade económica, pois procurou-se abarcar uma diversidade de situações, obter uma opinião mais abrangente possível.

Para tratamento e análise dos dados obtidos, utilizou-se como suporte o software *SPSS* (*Statistical Package for de Social Science*) e o Excel.

CAPÍTULO 3. - ENQUADRAMENTO TEÓRICO

Este capítulo encontra-se estruturado em cinco secções, percorrendo a literatura mais relevante da temática em questão e percebendo os conceitos que melhor se adequam ao presente estudo. Na primeira seção intitulada “turismo: principais conceitos e características” faz-se uma contextualização da atividade turística ao longo dos tempos, apresentando os principais conceitos de turismo, procura turística e oferta turística, bem como de outros conceitos considerados relevantes para o trabalho; na segunda seção “eventos e suas características” abordam-se as principais definições de eventos, suas características fundamentais e os diferentes tipos de eventos; a terceira denominada “eventos turísticos e turismo de eventos” ressalta a importância dos eventos para o turismo, bem como o conceito de turismo de eventos; a quarta intitula-se “impactes dos eventos para o desenvolvimento de um destino” faz referência à importância que os eventos desempenham no desenvolvimento de um destino; e por fim, a quinta seção intitulada, “impactes dos eventos para o turismo” ressalta os principais impactes dos eventos sobre a atividade turística.

3.1.TURISMO: PRINCIPAIS CONCEITOS E CARACTERÍSTICAS

3.1.1. Breve Contextualização Do Surgimento Da Atividade Turística

Desde sempre o Homem vem realizando viagens, por diversos motivos, para atender á satisfação das necessidades vitais, como comércio, esportes, eventos, entre outros. (Vieira, 2015)

Muitos autores afirmam que a atividade turística teve o seu início na década de 1840 na Inglaterra, com Thomas Cook¹, quando este teve a visão de criar uma atividade que possibilitava as pessoas de se deslocarem para, basicamente conhecerem outros lugares. (Albuquerque, 2004)

¹ (1808-1892) foi um marceneiro, missionário batista e vendedor de bíblias, considerado o pai do turismo moderno.

As principais características do surgimento do Turismo assemelham-se às que encontramos nos nossos dias, pois *“tal como o concebemos na atualidade, o turismo resulta fundamentalmente do lazer”*. (Cunha, 2003)

Segundo a OMT, ao longo das décadas, o turismo tem experimentado um crescimento contínuo, um aprofundamento e uma diversificação tornando-se um dos setores económicos que mais cresce a nível mundial.

Atualmente, o turismo está intimamente ligado ao desenvolvimento, pois este constitui um fator-chave para o progresso socioeconómico de muitos destinos, na medida em que se tornou num dos principais agentes no comércio internacional, e representa, ao mesmo tempo, uma das principais fontes de rendimentos para muitos países em desenvolvimento. Este crescimento vai de mãos dadas com uma crescente diversificação e concorrência entre os destinos. (A.J.O.N.U., 2012)

Pode-se considerar a atividade turística como um **“agrupamento de setores”**, existindo entre eles uma complementaridade técnica, pois a área de atuação do turismo abrange organizações com atividades de várias naturezas, como a hospedagem, transportes, agenciamento, alimentação, entretenimento, eventos, etc. (Ansarah, 2001)

3.1.2. Conceptualização da Atividade Turística

A partir do momento em que começaram os estudos científicos do turismo, muitas definições têm sido dadas para o termo, pois por ser um fenómeno complexo, o turismo possui uma grande diversidade de definições, que sofreram alterações significativas ao longo dos tempos, dependendo sempre da área de atuação dos seus autores. (Barretto, 2008)

Foi no período de transição do século XIX para o século XX que surgiram as primeiras tentativas da sua definição.

De acordo com Fuster, citado por Cunha (2003), o conceito de turismo surgiu pela primeira vez em 1929 com Glucksmann, ao definir turismo como *“superação do espaço por pessoas que afluem a um lugar onde não possuem residência fixa”*.

Durante muito tempo os turistas eram os “viajantes ingleses que se deslocavam a França, Itália ou Suíça apenas por motivos de instrução, curiosidade e descontração” (Cunha, 2010)

Em 1937, no âmbito da Sociedade Das Nações (SDN), o termo “turista” passou a aplicar-se a todas as pessoas viajando por uma duração de 24 horas ou mais num país diferente daquele onde tem a sua residência habitual.

Considerando-se que estas duas definições sofreram várias alterações significativas ao longo dos anos houve a necessidade de se encontrar uma definição consensual.

A definição de turismo mais técnica e amplamente aceite foi àquela proposta pela OMT, em 1995, utilizada principalmente para propósitos estatísticos, realçando que,

O turismo compreende as atividades que realizam as pessoas durante suas viagens e estadas em lugares diferentes do seu entorno habitual por um período consecutivo inferior a um ano, com finalidade de lazer, negócio ou outras. (Sanalves, 2012)

Este conceito inclui o turismo entre países bem como no interior dos países e refere aos “turistas” e aos “visitantes do dia”. O termo turista passou a ser aplicado a todo o visitante que passa pelo menos uma noite num estabelecimento de alojamento coletivo ou num alojamento privado no local visitado.

Sendo assim,

- ❖ Viajante – termo que se aplica a qualquer pessoa que se desloca entre dois ou mais países (viajante internacional) ou entre duas ou mais localidades dentro do seu país de residência habitual (viajante doméstico);
- ❖ Visitante - qualquer pessoa que viaja para qualquer lugar fora do seu ambiente habitual por menos de 12 meses consecutivos cujo motivo principal de visita não seja o de exercer uma atividade remunerada no local visitado;
- ❖ Excursionista - visitante que não permanece uma noite no local visitado;
- ❖ Turista – visitante que pernoita no local visitado. (Cunha, 2003)

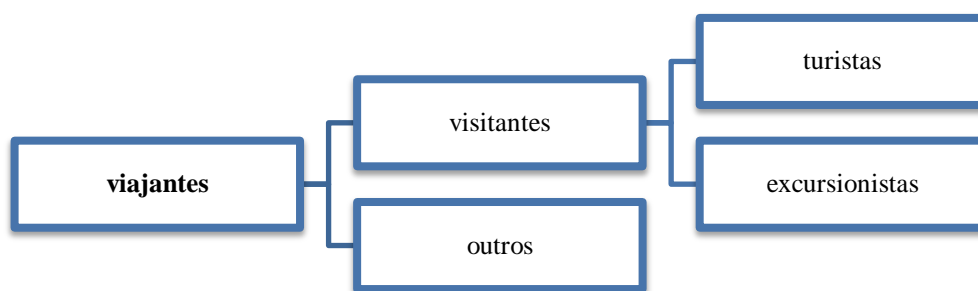


Figura 1: Classificação dos viajantes

Fonte: Cunha (2003)

Dada à diversidade de conceitos que existem para o turismo, pode-se afirmar que é praticamente impossível estabelecer uma única definição, pois sempre a sua definição dependerá da área em que o autor estiver atuando.

É neste sentido que Ansarah (2001), afirma que “Não podemos nos limitar a uma única definição de turismo (...)... A grande variedade de conceitos, todos eles válidos, circunscreve-se aos campos em que o turismo é estudado”.

Contudo, uma ideia relativamente consensual e transversal a todas as abordagens teóricas do turismo é a de que se trata de uma prática social, implica essencialmente uma viagem e envolve o corte com rotinas estabelecidas do dia-a-dia, ou seja, de uma forma geral o turismo compreende as deslocamentos das pessoas para fora do seu ambiente habitual por um período superior a vinte e quatro horas e inferior a um ano consecutivo, para fins de lazer, negócios, entre outros, cujo motivo principal de viagem não seja o de estabelecer uma atividade remunerada no local visitado.

Porém, para uma melhor compreensão do assunto em estudo, torna-se fulcral distinguir alguns conceitos, ligados ao tema.

3.1.3. Procura Turística

a) Definições e conceitos

Considera-se importante compreender a demanda turística, para dar resposta aos objetivos deste projeto.

A procura turística traduz o conjunto dos bens e serviços que as pessoas que se deslocam adquirem para realizar as suas viagens, expressos em termos de quantidade (Cunha, 2003).

Por consequente, Mathieson e Wall (1982) definem a procura turística como “o número total de pessoas que viajam, ou desejam viajar, usando as ‘*facilities*’ e os serviços turísticos em lugares fora dos seus locais de trabalho e de residência”.

Num sentido mais lato, a procura turística relaciona-se com a prosperidade e sustentabilidade de um dado destino turístico, remetendo, neste caso aos impactes desta procura. Pois, o número de turistas e seus gastos têm efeitos consideráveis no rendimento, emprego, balança de pagamento, receitas estatais, ambiente e cultura das áreas de destino (Henriques, 2003, p. 63)

De acordo com as nomenclaturas da Conta Satélite do Turismo, a procura turística traduz-se essencialmente em:

- Consumo Turístico Interior: Traduz-se no gasto realizado pelos visitantes residentes como resultado das suas viagens dentro do seu país habitual.
- Consumo Turístico Receptor: É o consumo efetuado pelos visitantes não residentes como resultado das suas viagens a, e dentro dos seus países.
- Consumo Turístico Emissor: É realizado pelos residentes fora dos seus países habituais.
- Formação Bruta de Capital Fixo: É a parte da formação bruta de capital fixo efetuada pelos ramos de atividades que são característicos do turismo.
- Consumo Turístico Coletivo das Administrações Publicas: Trata-se da parte de consumo destinado a fins turísticos e que, por definição, apenas é realizado pelas Administrações Públicas.

Em geral, a procura turística caracteriza-se pelo seu crescimento constante, pela sua heterogeneidade e pela sua concentração, e ela é influenciada por um conjunto de fatores, os determinantes da procura turística, que atuam positivo ou negativamente, provocando o seu aumento ou sua diminuição.

Procurando atingir os objetivos inicialmente propostos, com a realização deste trabalho, pretender-se-á analisar a satisfação da demanda da ilha de São Vicente, em relação ao

evento em estudo, neste caso, o *Kavala Fresk Festival*, procurando ao mesmo tempo compreender os impactes gerados com a realização do evento.

3.1.4. Oferta Turística

a) Definições e conceitos

A definição da oferta turística resulta da própria definição do turismo. Podendo ser definida como o conjunto de todas as facilidades, bens e serviços adquiridos ou utilizados pelos visitantes, bem como todos aqueles que foram criados com o fim de satisfazer as suas necessidades e postos a sua disposição, e ainda os elementos naturais ou culturais que concorrem para a sua deslocação. (Cunha, 2003, p.175)

Numa mesma linha de pensamento, este mesmo autor realça que o critério definidor da oferta é a utilização pelos visitantes, ou seja, tudo quanto faça parte dos seus consumos. Porém o próprio autor reconhece que não é fácil estabelecer fronteiras nítidas, entre a oferta que se pode considerar turística e aquela que não pode ser classificada como tal. Por isso, ele afirma que o que define a oferta turística é o consumo turístico².

Na sua definição, Dias (2008) também realça o consumo turístico como um definidor da oferta turística, ao considerar a oferta turística como sendo o conjunto de bens e serviços, públicos e privados destinados ao consumo turístico, onde incluem os recursos naturais, os eventos, as atividades recreativas, entre outros.

Por sua vez, Marques (2011) define oferta turística como o conjunto de atrações naturais e artificiais de uma região.

Sendo que todos os autores realçam o consumo turístico como o critério definidor da oferta turística, pode-se afirmar que a oferta turística pode ser entendida como o conjunto de bens e serviços colocados ao serviço dos visitantes, com o objetivo de satisfazer as suas necessidades, podendo estes, muitas vezes ser o próprio critério

² Segundo as nomenclaturas da Conta Satélite do turismo, traduz-se na “despesa total de consumo efetuada por um visitante ou por conta de um visitante para e durante a sua viagem e a sua permanência no local de destino”.

motivador da sua viagem, pois na maioria das vezes o que motiva os turistas a viajar para um determinado local são o conjunto de atrações que este possui.

b) Componentes da oferta turística

Uma vez que a oferta turística caracteriza-se essencialmente por um conjunto de bens e serviços postas a disposição dos visitantes, a OMT especificou quais são exatamente esses bens e serviços, caracterizando-os em bens e serviços específicos e não específicos do turismo.

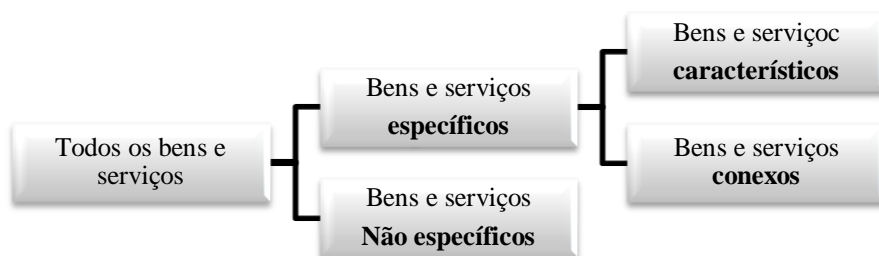


Figura 2: Classificação da oferta turística

Fonte: Conta Satélite do Turismo, p.40.

Sendo assim, os bens e serviços específicos do turismo são constituídos pelo conjunto dos produtos característicos do turismo, que segundo as nomenclaturas da CST, estes constituem o foco da actividade turística (Alojamento, Restauração e Bebidas, Transporte de Passageiros, Agências de Viagens, Operadores Turísticos e Guias Turísticos, Serviços Culturais, Recreação e Lazer, Outros Serviços de Turismo) e dos produtos conexos do turismo, que, apesar de não serem típicos do Turismo num contexto internacional, são alvo de Procura Turística (Artigos domésticos e de decoração, Artigos de pele).

Cunha (2003, pp.178-179), no seu livro “Introdução ao Turismo”, apresenta cinco componentes fundamentais da oferta turística:

- Recursos turísticos- que constituem os elementos fundamentais da oferta turística podendo estes ser naturais ou criados pelo homem. Em que os

elementos naturais podem ser o clima, a flora, as praias, paisagens e todos os elementos da natureza que poderão ser considerados motivos para viajar por parte dos turistas. Por outro lado existem os elementos criados pelo homem, como a arte, a história, os monumentos, os parques temáticos entre outros recursos criados pelo homem e que podem constituir numa motivação de viagem.

- Infraestruturas- considerados de extrema importância para a realização da atividade turística, consideradas as pré-condições para o desenvolvimento turístico de uma região. Podem ser os sistemas de abastecimento de água, a eletricidade, as marinas, as estradas, o saneamento, entre outras.
- Superestruturas- Alojamento, Restaurantes, Entretenimento e diversão, Estabelecimentos comerciais, Etc..
- Acessibilidade e transporte- Vias de acesso, Transporte.
- Hospitalidade e acolhimento- constituem um elemento muito importante que poderá modificar a oferta turística, e servir como um fator diferencial do destino sendo elas a cortesia, o bem servir, a hospitalidade, a limpeza, bem como as informações, as facilidades que irão melhorar as condições da visita ao destino.

Tendo em conta o foco deste trabalho, que é o de **analisar os impactes dos eventos no desenvolvimento do turismo da ilha de São Vicente**, neste caso ao analisar a definição de oferta turística apresentada por Dias (2008) nas alíneas anteriores, e tendo em conta os componentes da oferta turística apresentados por Cunha, leva-nos a refletir até que ponto o evento *Kavala Fresk Feastival*, poderá constituir por si só uma oferta turística, e procurar dar resposta a esta inquietação.

3.1.5. Produto Turístico

O conceito de produto turístico, segundo McIntosh, Goeldner e Ritchie (1995) e consubstanciado pela OMT (1999), implica a definição correta de bens e serviços que se consideram como específicos no turismo, que irão resultar em produtos específicos. (Abranja, Marques, & Alcantara, 2016)

Segundo Kotler (1997), o produto turístico poderá ser “qualquer coisa com a capacidade de satisfazer as necessidades humanas e passível de ser trocada por outra mercadoria, a um determinado preço”.

Produto turístico, de acordo com o Ministério do Turismo brasileiro, constitui-se pelo conjunto de atrativos, equipamentos e serviços turísticos acrescidos de facilidades, localizados em um ou mais municípios, ofertado de forma organizada por um determinado preço.

Os produtos turísticos são complexos e multifacetados (Cooper, 2011), proporcionando experiências benéficas para o consumidor. O produto turístico pode ser considerado todo o recurso capaz de atrair turistas a um determinado lugar, proporcionando-lhes todas as condições para vivenciarem a sua experiência. Para tal este tem de ser composto por um conjunto de elementos.

Quadro 1: Elementos do Produto turístico

Elementos Primários	atividades no lugar
	atributos do lugar
Elementos Secundários	infraestruturas/serviços hoteleiros e de catering
	infraestruturas de comércio
	mercados
Elementos Adicionais	acessibilidades e infraestruturas de estacionamento
	infraestruturas/serviços aos turistas

Fonte: Adaptado de Jansen-Verbeke

3.2.EVENTOS E SUAS CARACTERÍSTICAS

Os eventos são tão variados quanto à criatividade de quem os provoca. A atividade moderna, em sua múltipla diversidade, faz com que surjam eventos de todos os tipos e qualidades. (Ansarah, 2001)

Watt (1994) *pu*d Cardoso (2013) ³define evento como “algo que acontece, e não algo que simplesmente existe”.

Por sua vez Vieira (2015, p.18), define eventos como **acontecimentos efémeros** promovidos por qualquer tipo de empresas, organismos e instituições, organizados para comemorar uma data, para divertimento dos participantes ou por qualquer outra razão relacionada com a sua vida, a vida das empresas, a vida das cidades ou a vida de uma comunidade local, regional ou nacional. E estes são realizados todos os dias e em todo o lado com a mais diversa finalidade.

Por outro lado, a OMT defende que nem todos os acontecimentos podem ser considerados eventos. Apresentando neste sentido um **conjunto de características para se um acontecimento possa ser considerado um evento**: como

- ✓ Ter um número de mínimo de 10 participantes;
- ✓ Ter uma duração mínima de 4 horas,
- ✓ Realizar-se num espaço diferente do ocupado regularmente pelos participantes, podendo, este ser uma empresa ou fundação do mesmo grupo a que pertence a entidade promotora do evento,
- ✓ Ter um objetivo formativo, mas com exclusão dos eventos académicos ou um objetivo informativo incluindo os eventos de natureza comercial e nesta apenas os eventos de natureza promocional.

Contudo, Vieira (2015) contrapõem-se a esta definição apresentada pela OMT, pois considera-a demasiado redutora em termos de conceito, mesmo que esta define claramente o perímetro da atividade, o que acredita ser útil para a avaliação do contributo dos eventos para a economia, o emprego e o turismo. Ele acrescenta que todos os eventos produzem efeitos muito intensos, sobretudo durante a sua realização e para os que neles participam, mas só os de maior dimensão têm efeitos em todos os aspetos da vida coletiva, sociais, culturais e económicos, nomeadamente no turismo.

³ Margarida Lopes Cardoso: “*A Importância da Organização de Eventos no Turismo*”- Faculdade de letras universidade do Porto 2013

Assim, os eventos são um fenómeno crescente a nível global, aumentando em número e popularidade, e podem funcionar como produto turístico quer sejam mega eventos ou pequenos festivais comunitários (Small, 2007, p.21).

Contudo para que um evento possa ser considerado turístico, deve:

- Possuir um tema relacionado à cultura local;
- Ser elaborado de forma a atrair ou reter turistas;
- Servir como “ferramenta” de marketing, divulgando a cultura local e o destino;
- Minimizar problemas de ocupação

3.2.1. Tipologias De Eventos

Segundo Getz (2008), existem sete tipos de categorias de eventos planeados, essencialmente baseados nas diferenças da sua intenção, propósito e programa.

Na categoria de celebração pública incluem-se os festivais comunitários, que por norma contêm uma variada programação e têm como objetivo promover o orgulho cívico, enquanto outras estão previstas para fins de competição, diversão, entretenimento, negócio ou apenas socialização.

Quadro 2 Tipologia de Eventos de Acordo com a temática

Culturais	Educacionais / Científicos	Privados	Políticos	De negócios	Artísticos e de entretenimento	Competições desportivas
Carnavais Festivais Comemorações Eventos Religiosos	Conferências Seminários Ações de Formação	Casamento Festas Reuniões	Cimeiras Ocasões especiais Visitas de VIP`S	Convenções Feiras Exposições	Concertos Cerimónias de entrega de prémios	Atividades Recreativas

Fonte: Cardoso (2013) adaptado de Getz (2008)

Numa outra perspectiva, os eventos são caracterizados de acordo com a sua dimensão e escala. Nessa óptica aparecem os mega eventos, *hallmark*, e *major* eventos, porém as suas definições não são exatas e as suas distinções poderão ser destorcidas.

Os eventos podem ser classificados tendo em conta diferentes critérios, dependendo sempre do autor que está sendo referenciado.

Quadro 3 Critérios de classificação de eventos

<p>▪ Categoria</p> <p>Institucional Promocional ou de Marketing Animação</p>	<p>▪ Área de interesse</p> <p>Artística, Científica, Cultural, Educativa, Governamental, Empresarial, Lazer, Social, Religiosa Beneficiente, Turística,</p>	<p>▪ Localização</p> <p>Local Municipal Regional Nacionais Internacionais</p>
<p>▪ Características estruturais</p> <p>Pequeno Médio Grande</p>	<p>▪ Perfil Dos Participantes</p> <p>Geral Dirigido Específico</p>	<p>▪ Periodicidade</p> <p>Fixo Móvel Esporádico</p>

Fonte: Adaptado Neves (2012)

Tendo em conta o objeto deste estudo, que neste caso, é o evento *Kavala Fresk*, de acordo com a perspectiva de Cardoso (2013), nas definições de tipologias de eventos de

acordo com as temáticas, este é considerado um evento cultural, enquadrado na categoria de festivais.

Já de acordo com o critério de classificação de eventos, definido por Neves (2012), o evento em questão enquadra-se na categoria de animação, relativamente à área de interesse pode-se dizer que é cultural e turística, no que tange a localização é um evento local, dirigido ao público em geral, com periodicidade móvel.

3.3. EVENTOS TURÍSTICOS E TURISMO DE EVENTOS

A importância dos eventos no turismo pode-se verificar desde a sua origem, pois, como referido anteriormente, o turismo teve a sua origem com a realização de um evento. A participação do segmento de eventos no setor turístico vem se mostrando e se confirmando, a cada dia, como sendo um dos segmentos com a maior lógica de crescimento. (Viana, 2004)⁴

Cada evento turístico é único, na medida em que, apresenta uma duração, uma definição, uma gestão e um público próprio, é neste sentido que este pode ser utilizado como uma estratégia promocional de um destino, funcionando, ao mesmo tempo como um fator de diferenciação nos destinos. Estes podem funcionar como produto turístico, quer sejam megaeventos, ou pequenos festivais comunitários. (Cardoso, 2013)

Os eventos turísticos são acontecimentos planeados no tempo e no espaço, têm objetivos que pretendem atingir e envolvem um grupo de indivíduos que procuram integração. (Araújo, 2016)

O mesmo autor ainda afirma que, atualmente devido à diversidade de produtos e serviços que a sociedade contemporânea dispõe, existem eventos turísticos para todos os gostos, onde os mesmos podem ser dos mais variados possíveis de acordo a sua natureza (ex: empresariais; feiras; artísticos; desportivos; entre outros), podendo estes ser encarados como um complemento da oferta turística de uma localidade, promovendo o aumento de visitantes, dos gastos médios por turistas e dos períodos de permanência no destino, além de valorizam os recursos naturais e culturais presentes, acabando por

⁴ Professora Mestra do Curso de Turismo da Universidade de Santa Cruz do Sul – UNISC; coautoria do Bacharel em Turismo Ângela Dalprá Hollmann.

promover a nível regional ou nacional e/ou internacional outros tipos de turismo existentes no destino.

Por outro lado, para um lugar que não possui atrativos turísticos consolidados, os eventos podem desempenhar esta função, atraindo a atenção de pessoas interessadas em diferentes assuntos, conhecimentos, negócios, culturas, gastronomias, entre outros diversos tipos e classificações de eventos.

Estes podem ainda funcionar como elemento atenuante da sazonalidade, característica intrínseca do turismo, tendo em conta que podem ser realizados em qualquer altura do ano, equilibrando, deste modo a oferta e a demanda dos atrativos e serviços turísticos.

“Os eventos são imprescindíveis para a vida de uma cidade! Significam muitas vezes pessoas de fora circulando, consumindo produtos e serviços, gerando mais trabalho, renda, trazendo recursos e fazendo a comunidade e a economia local movimentarem.” (Correa, 2008)

O turismo de eventos pode ser considerado o conjunto de atividades exercidas por pessoas que viajam, a fim de participar dos diversos tipos de eventos que podem ser motivadas por interesses de ordem profissional, associativo, religião, desportivo, científico e outros. Neves (2012)⁵

Vieira (2015) vai muito mais além ao evidenciar a relação existente entre turismo e eventos, pois salienta que os eventos atraem turistas a um destino, cujos principais atos económicos praticados são atos turísticos, nomeadamente a compra de serviços fornecidos por empresas turísticas como o alojamento, a alimentação e o transporte, mas por outro lado, o facto de um evento se realizar num determinado destino retém nesse destino participante aí residente que, se o evento não se realizasse, iriam gastar noutro país ou fora da região onde se localiza o evento, parte do seu rendimento.

Ainda nesta mesma linha de pensamento, ele refere à importância que a atividade turística tem para o sucesso de um evento, pois esta pode contribuir para a divulgação de um evento e pode garantir o suporte institucional aos seus promotores e organizadores.

⁵ Janine do Rosário Oliveira Neves - Dissertação de Mestrado em Turismo: *“O Papel dos Eventos no Reforço da Atratividade Turística de Cabo Verde (O caso da cidade da Praia)”*

3.4. IMPACTES DOS EVENTOS PARA O DESENVOLVIMENTO DE UM DESTINO

O desenvolvimento de uma região não depende somente dos recursos e fatores de produção existentes, mas, sobretudo, da capacidade de fazer aflorar e mobilizar recursos e capacidades escondidas, dispersas ou mal utilizadas. (Ansarah, 2001)

Numa mesma linha de pensamento, a autora afirma que, além de investimentos físicos diretos, se houver a captação e oferta de eventos que atraiam uma quantidade considerável de turistas para uma localidade, ocorrerá com certeza um efeito multiplicador de investimentos indiretos e de investimentos induzidos.

Cunha (2003: p. 287) afirma que, embora os acontecimentos especiais (culturais, económicas, desportivos, religiosos, históricos) não sejam suficientes para criar destinos turísticos, geram importantes movimentos turísticos, embora de curta duração, ajudando a criar e a manter a imagem dos destinos.

“Um evento constitui um investimento e não só eventual lazer ou diversão” (Ansarah, 2001), pois quando bem planeados e organizados, podem influenciar positivamente a imagem de um destino turístico.

Não obstante as características de um evento, este deve ser considerado como um gerador de riquezas para uma localidade, pois permite um aumento de investimentos físicos, aumento do número de empregos, da renda local e da arrecadação de impostos, o que constituem fatores importantes para o desenvolvimento de uma região. Além de provocar benefícios sociais inerentes a localidade.

“Já é comprovado mundialmente por entidades internacionais e nacionais do setor que o turista de eventos é o que se pode chamar de turista de qualidade, que gasta até três vezes mais do que um turista de lazer e deixa nos seus destinos além de lucro financeiro uma inestimável contribuição intelectual, científica e cultural.” (Ansarah, 2001)

Consoante o evento e o território onde este ocorre os seus impactes diferem. (Andrade, 2017)

Segundo Kotler e Rein (1995), citados por Albuquerque (2004), o turismo baseado em eventos tornou-se numa componente fundamental dos programas de atração turística de várias regiões, sendo muitas vezes utilizado como um instrumento de apoio ao desenvolvimento de uma região, uma vez que constituem um gerador de demanda para o núcleo, incentivando o investimento privado, desenvolvendo a economia e, além disso, permitem enriquecer a vida cultural e social das regiões onde tais eventos são realizados.

3.5.IMPACTES DOS EVENTOS PARA O TURISMO

O turismo é um sistema que recebe *inputs* do contexto económico, social, político, cultural e ambiental em que se insere, proporcionando, ao mesmo tempo, muitos *outputs* para esse contexto, podendo contribuir desta forma para o desenvolvimento de muitas regiões. (Eusébio & Carneiro, 2012)

Os impactes gerados pelos eventos variam de acordo com as características, as particularidades do destino e o ambiente externo em que é realizado, podendo estes ser efeitos positivos ou negativos, dependendo da escala de análise e dos objetivos, metodologia, assim como dos responsáveis que procedem à análise e avaliação.

Quando bem planeados e organizados os eventos podem ser de grande importância para uma cidade, região ou país contribuindo para a atração de turistas e visitantes, estimulando a economia e melhorando a vida social e cultural da região onde decorrem.⁶

Os promotores de eventos devem realizar um metódico processo de avaliação e monitorização, quer ao longo de todo o processo, quer após a sua realização.

Watt (1998), citado por Alves (2014), estabeleceu dois tipos de critérios-chave:

- **Hard:** têm em conta os *outputs* e resultados, como os resultados líquidos, os custos financeiros, o cumprimento dos prazos e dos objetivos delineados ou o desempenho final do evento, tendendo a ser tangíveis e quantitativos;

⁶ (we talk about, 2016): <https://ipdtblog.wordpress.com/2016/06/28/impacto-dos-grandes-eventos-no-turismo/>

- *Soft*: consideram o processo, sendo geralmente de natureza intangível e qualitativa, reunindo conceitos como a notoriedade, imagem, orgulho, envolvimento e sentimento de pertença da comunidade local. (Alves, 2014)

De acordo com Hall (1992), os eventos são o resultado da sua integração num contexto específico, podendo provocar fortes e duradouros impactes no destino. Por sua vez, a gestão, o planeamento e o marketing dos eventos podem determinar a natureza e relevância dos diferentes impactes do evento, sendo, por isso, alvo de inevitável avaliação. (Alves, 2014)

Os impactes existentes na avaliação de grandes eventos dependem essencialmente de (Syme, Shaw, Fenton & Mueller, 1989):

- Características do destino e do local selecionado para acolher o evento;
- Objetivos previamente estabelecidos;
- Natureza, dimensão, escala e duração do próprio evento;
- Frequência do evento;
- Acessibilidades ao destino e da rede de transportes existente e projetada;
- Infraestruturas, equipamentos e facilidades existentes e projetadas;
- Capacidade organizativa dos promotores e da coordenação entre as diferentes entidades;
- Segmentos de mercado que o próprio evento proporciona e/ou pretende atingir.

Segundo Plummer & Humphreys (1999) os impactes podem ser analisados numa perspectiva de:

- Curto e médio prazo: os benefícios baseiam-se, essencialmente no desenvolvimento económico do destino, direto, indireto ou induzido e no acréscimo do emprego, efetivo e temporário, resultantes essencialmente do acréscimo de receitas derivadas da realização dos eventos; (Alves, 2014)

- Longo prazo: destaca-se a criação de equipamentos de qualidade, o reconhecimento internacional do destino, através da exposição e cobertura dos meios de comunicação social, e os benefícios comunitários, entendidos em nível do voluntariado, formação profissional, aquisição de *know-how* e atração de recursos para projetos de nível local, como culturais e sociais. (Alves, 2014)

Apesar dos impactes tenderem a serem, sobretudo positivos, alguns eventos têm gerado severos impactes negativos de longo prazo.

De uma forma genérica, a avaliação adoptada pelos diversos investigadores dos potenciais impactes da realização de grandes eventos, segue uma categorização proposta por Ritchie (1984), que considera que deverão ser alvo de análise “os aspetos económicos, comerciais/turismo, físicos, socioculturais, psicológicos e políticos”.

Económicos

Positivos

- Aumento das receitas turísticas;
- Criação de novos empregos (permanentes e temporários);
- Elemento potenciador de novos investimentos;
- Melhoria da qualidade de vida;
- Contribuição para a Balança de Pagamentos.

Negativos

- Inflação dos preços e especulação imobiliária;
- Inadequada estimativa dos custos do evento;
- Falhanço na atração das receitas estimadas;
- Grande necessidade de recursos financeiros;
- Distribuição não uniforme dos benefícios;

Turísticos e Comerciais

Positivos

- Acréscimo do reconhecimento e visibilidade da região enquanto destino turístico;
- *Upgrade* da imagem do destino;
- Acréscimo do potencial para a atração de novos investimentos turísticos e comerciais;
- Criação de novas estruturas (alojamento, restauração e serviços) e atrações turísticas;

- Redução/atenuação da sazonalidade.

Negativos

- Deterioração da qualidade dos serviços;
- Excessiva “turisficação” do destino;
- Possível contestação das empresas existentes à entrada de novos concorrentes no mercado;
- Efeito da deslocação;
- Falhanço na atração dos turistas estimados.

Físicos e Ambientais

Positivos

- Construção e melhoria de novos equipamentos, infraestruturas e acessibilidades;
- Estimulo para a preservação do património cultural e ambiental;
- Incentivo para a melhoria do ambiente, requalificação urbanística e limpeza urbana.

Negativos

- Problemas ecológicos e ambientais;
- Alterações prejudiciais do meio ambiente
- Acréscimo da poluição atmosférica, sonora, arquitetónica e visual;
- Deterioração de património construído;
- Excesso de visitantes e acréscimo do tráfego.

Socioculturais

Positivos

- Acréscimo da participação e interesse da população em atividades relacionadas com o evento;
- Reforço da coesão social e fortalecimento das tradições e dos valores regionais;
- Novas oportunidades sociais e culturais;

- Acréscimo da oferta de atividades de lazer e recreio, contribuindo para a melhoria da qualidade de vida, acréscimo da animação e revitalização social dos centros urbanos;
- Estabelecimento de intercâmbios culturais.

Negativos

- Comercialização de atividades e produtos que podem ser de natureza privada ou pessoal;
- Alteração da natureza do evento para acomodar a actividade turística;
- Aumento do potencial da insegurança e possibilidade de escândalos (corrupção) ou atentados;
- Alterações na estrutura social da comunidade;
- Possibilidade de choques culturais e conflitos entre os visitantes e a comunidade local.

Psicológicos

Positivos

- Aumento do sentimento de orgulho e do espírito comunitário;
- Acréscimo de reconhecimento e interesse sobre outras culturas e modos de vida;
- Reforço do otimismo e autoestima nacional.

Negativos

- Alteração dos estilos de vida, hábitos e costumes da população local;
- Hostilidade e/ou atitudes defensivas entre os visitantes e a comunidade local;
- Excessiva tolerância e flexibilidade das normas comunitárias e da legislação durante o evento;
- Possível sentimento de “fim de festa” após o encerramento do evento.

Políticos

Positivos

- Reconhecimento internacional do destino, cultura, modos de vida e valores;

- Desenvolvimento de *know-how* e competências entre os promotores e responsáveis;
- Projeção pública e mediática dos principais intervenientes no projeto.

Negativos

- Exploração económica da população para satisfação das ambições da elite política e dirigente;
- Distorção dos valores reais do evento para refletir os valores políticos;
- Acréscimo dos custos administrativos;
- Utilização do evento para legitimar decisões impopulares e controversas; ou uma ideologia.

Tendo em conta que o presente trabalho visa analisar, sobretudo os impactes sociais e culturais do evento sobre o desenvolvimento da ilha, é importante perceber que a avaliação dos impactes sociais é uma tarefa extremamente exigente e difícil, dada a complexidade do fenómeno turístico.

Deve-se entender por impactes sociais “as mudanças e alterações registadas no sistema de valores individual e coletivo, nas tendências comportamentais, estruturas comunitárias, estilos e qualidade de vida na população residente” (Hall, 1992, p.83). Neste sentido para se proceder à sua análise, deverão ser estudados alguns indicadores de carácter social, como:

- A taxa de desemprego,
- As condições urbanísticas e habitacionais,
- O tráfego urbano,
- A segurança (real e percebida),
- Parâmetros de saúde, higiene e ambientais ou
- As oportunidades de lazer e recreio existentes.

Vale realçar que os impactes dos eventos sobre estes indicadores far-se-ão sentir em quase todos os sectores de atividade, porém, ocorrem principalmente a nível da atividade turística e da projeção da imagem internacional do destino.

A aplicação de questionários permitir-nos-á perceber alguns impactes do evento sobre estes indicadores, ainda que seja de forma menos aprofundada, tal como as

oportunidades de lazer e recreio existentes, a segurança percebida pela população, seu impacto sobre o emprego/ desemprego.

Neste estudo pretendem-se analisar, sobretudo os impactes a curto e médio prazo do evento sobre a ilha.

CAPÍTULO 4. - CARACTERIZAÇÃO DA ILHA DE SÃO VICENTE ENQUANTO DESTINO TURÍSTICO

4.1. Caracterização Geral Da Ilha



Figura 3: Mapa da ilha de São Vicente

Fonte: Google maps

desabitada até meados do séc. XIX.

Os ingleses foram quem instalaram em 1838, um depósito de carvão para reabastecimento de navios em rotas atlânticas, criando as bases para o povoamento da ilha.

Desde então Mindelo tornou-se ponto de encontro de marinheiros de diversas raças, pois, o Porto Grande não foi apenas um ponto de escala, um lugar de reabastecimento, um mercado de carvão, mas, sobretudo um espaço de trocas culturais e de convivência entre os povos que por ali se cruzaram e devido ao seu excelente porto, a ilha de São Vicente era considerada a porta do arquipélago e durante muito tempo a economia dependeu do Porto Grande. (Mello, 2010)⁷

São Vicente, com 227 Km² de superfície é a segunda ilha mais populosa do arquipélago, está localizada no grupo da região de Barlavento, a noroeste do arquipélago. Foi descoberta no dia de São Vicente, a 22 de Janeiro de 1462, pelo navegador português Diogo Afonso, escudeiro do infante D. Fernando. Ela foi a última das ilhas de Cabo Verde a ser povoada, ficando praticamente

⁷ Maria da Luz Mello- “a cidade do Mindelo: identidade cultural e linguística (1850 – 1975)”: dissertação de mestrado em linguística, 2010.

São Vicente sempre foi uma ilha aberta ao contato com o mundo, devido às atividades do Porto Grande do Mindelo, permitindo-se assim o contato com realidades culturais de outros países.

4.1.1. Caracterização da ilha de São Vicente do ponto de vista cultural

Todas as manifestações culturais e a vivência do povo mindelense demonstram claramente uma fusão de culturas, um contato entre grupos humanos das mais diversas origens, mas foram principalmente os ingleses, com quem o povo mindelense se identificou em alguns aspetos culturais e sociais, que marcam a ilha, convertendo Mindelo na cidade mais cosmopolita de Cabo Verde. (Mello, 2010)

São Vicente foi sempre uma ilha fértil em termos culturais, facto este que leva Mindelo a ser, informalmente, considerada a capital cultural de Cabo Verde, pois a cultura sãovicentina destaca-se pela sua música, teatro, literatura e vários eventos anuais muito procurados como é o caso do Carnaval, as festividades de Fim de Ano, o Festival de Música da Baía das Gatas, entre outros. (Lopes, 2011)⁸

Os eventos mais expressivos desta ilha são o seu Carnaval, o Festival da Baía das Gatas, o mindelact, o final do ano, e recentemente o *Kavala Fresk Festival* que já ganhou o seu espaço nos eventos mais famosos da ilha.

4.2.O turismo da ilha de São Vicente

São Vicente é uma ilha que dispõe de várias potencialidades para a prática de diversos tipos de turismo, nomeadamente o turismo de Sol e Praia, turismo Cultural, turismo de Cruzeiros, Turismo de eventos, Turismo desportivo, entre outros. Este facto leva com que, de entre todas as ilhas, ela seja considerada a que oferece um pacote mais diferenciado e diversificado do arquipélago. (Delgado, 2012)

Ela é considerada, informalmente, a capital cultural de Cabo Verde, pois possui uma vertente cultural muito forte, tanto a nível do seu património como dos eventos culturais promovidos ao longo do ano.

⁸ Nérito José Monteiro Lopes- *Centro de Artes e Espetáculo do Mindelo*: Universidade Da Beira Interior - Dissertação apresentada para a obtenção do grau de Mestre de Arquitetura

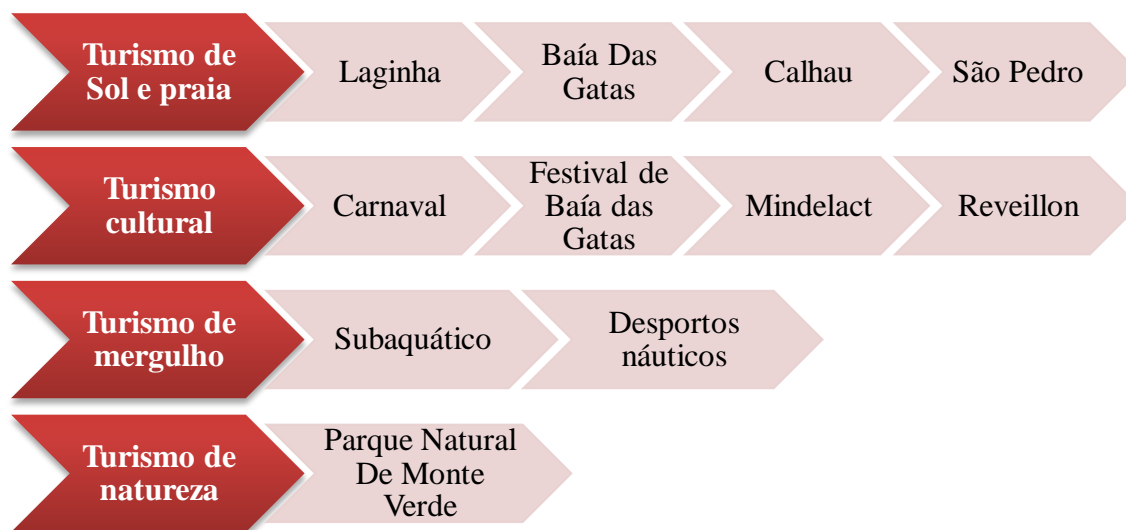
Mindelo é o resultado de duas grandes influências coloniais, a portuguesa e a britânica, que se anunciam ao virar de cada esquina nos seus arruamentos e na arquitetura dos seus edifícios, como é o caso do Palácio do Povo, a Câmara Municipal, a Pracinha da Igreja, a Igreja de Nossa Senhora da Luz, a réplica da Torre de Belém de Lisboa, o Fortim d'el-Rei que é a construção mais antiga existente em Mindelo, a Alfândega Velha, atual Centro Cultural do Mindelo, a Biblioteca Municipal, o Consulado Inglês, o Liceu Velho, entre vários outros.

No que tange aos eventos, destacam-se o carnaval mindelense, que é considerada uma das maiores atrações turísticas da ilha do Monte Cara, o festival da Baía das Gatas, o Mindelact, a festa de Fim de Ano e o *Kavala Fresk Festival*.

4.2.1. Oferta Turística Da Ilha São Vicente

Segundo o Inventário dos recursos turísticos do município de São Vicente, apresentado pela DGT, a ilha apresenta uma oferta turística bastante diversificada, onde se destacam:

Quadro 4 Oferta turística da ilha de São Vicente



Fonte: Criação própria

Segundo os dados do Instituto Nacional de Estatística, no final do ano 2017, a ilha de São Vicente possuía 45 estabelecimentos de alojamento turístico o que correspondia a

16,4% do total existente no país. Houve um aumento de quatro estabelecimentos, relativamente ao ano anterior. No que concerne ao número de camas, a ilha dispunha de 5,5% do total existente no país, ou seja, 1200 camas disponíveis.

No que concerne às estatísticas apresentadas pelo INE, relativamente ao ano 2018, o número de estabelecimento hoteleiros continua a aumentar, tendo registrado um aumento de 3 estabelecimento relativamente ao ano 2017, aumentando consequencialmente o número de quarto disponíveis, bem como a capacidade de alojamento. Ainda de acordo com estes dados, o número de camas existentes na ilha, representa 5,7% do total de camas existentes no país, o que corresponde a 1199 camas disponíveis na ilha.

4.2.2. Procura Turística Da Ilha De São Vicente

No que tange a procura turística de Cabo Verde, o principal mercado emissor de turistas, no ano 2018, continua sendo o Reino Unido com 22,7% do total das entradas, representando 30,2% do total das dormidas, e 8,3% da permanência média, segundo os dados do INE (2018).

No caso de São Vicente, o seu principal mercado emissor é a França, isto de acordo com Inquérito Mensal à Movimentação de Hóspedes, realizado pelo INE no ano de 2018.

No ano de 2018, a ilha recebeu 47017 hóspedes, representando 6,1% do total nacional, sendo que o principal país emissor foi a França, com um total de 11211 hóspedes.

Pode também observar que a taxa de ocupação dos estabelecimentos hoteleiros, têm-se mantido quase constante, ao longo dos anos, não oscilando muito de ano para ano, porém em algumas alturas do ano, muitos estabelecimentos atingem a taxa de ocupação de 100%, daí percebe-se a importância que a realização de eventos tem para a ilha.

Quadro 5: Entradas, dormidas e taxa de ocupação nos estabelecimentos de S.Vicente 2014 -2018

São Vicente	Ano				
	2014	2015	2016	2017	2018
Entradas	32.110	37.345	38.542	45.472	47.017
Dormidas	98.622	102.095	109.526	132.000	132.490

Fonte: Movimentação dos Hóspedes INE (2018)

CAPÍTULO 5. CARACTERIZAÇÃO DO OBJETO DE ESTUDO – O KAVALA FRESK FEASTIVAL

O *Kavala Fresk Feastival* é um evento que surgiu como forma de dar resposta a uma crise económica que se vivia na ilha de São Vicente no ano de 2013. A ilha estava estagnada, daí houve a necessidade de se fazer algo para dinamizar a economia e a própria ilha, surgindo, assim, a ideia de se criar algo que, fosse capaz de movimentar a ilha sem acarretar muitos custos.

O objetivo do evento é o de promover a gastronomia da ilha, ligado ao mar. Promovendo não só o cavala, mas também outros frutos do mar que fazem parte do quotidiano da ilha.

A ideia inicial do evento era que este fosse um produto interno, ou seja, que fosse exofruído tanto pela população local, como pelos turistas domésticos e pela diáspora, mas dado a grande adesão do público e a sua enorme expansão, as agências de viagens passaram a criar pacotes específicos para o “roteiro *Kavala Fresk*”.

Vale realçar que o período da realização do evento tem que ver com a época da desova da cavala, facto este que o leva a ser um evento móvel.

Para além da gastronomia, com a realização do evento, promove-se a cultura como um todo, pois ligado a este realizam-se ao mesmo tempo, exposições com artistas locais, desporto, como por exemplo corrida de botes, natação, aulas de surf, promove-se o teatro, a música, o carnaval que é um dos principais produtos turísticos da ilha, fazem-se workshops, palestras, de entre outras diversas atividades. Facto este que leva que o evento dure uma semana inteira, apesar de o seu ponto alto ser na Rua da Praia, com a degustação do cavala, onde se destaca, sem dúvida, a forte adesão do público.

O local de realização do Festival, a Rua da Praia, foi escolhido devendo-se ao facto de que o mercado de peixe encontra-se ali situado, mas não só, talvez, o motivo principal da sua escolha é que esta já foi, e continua a ser, um genuíno retrato da história da cidade do Mindelo.

O evento traz um roteiro que vai desde a Rua da Praia, em frente ao mercado de peixe, Praça D. Luís, Praça Nhô Roque e Avenida Marginal onde é possível degustar a cavala na sua forma mais criativa.

Este evento tem como objetivo consolidar São Vicente como destino turístico em Cabo Verde, promover o empreendedorismo jovem e mostrar a importância das atividades culturais no desenvolvimento e crescimento económico da ilha.

5.1. Caracterização do *Kavala Fresk* enquanto produto gastronómico-turístico

O *kavala Fresk Feastival* já é caracterizado por muitos como o melhor festival gastronómico do país, pois acarreta todos os anos milhares de participantes, além de levar as ruas da cidade do Mindelo chefes da culinária de vários países. Um dos pontos fortes deste evento é exatamente o facto de ter conseguido juntar, todos os anos, chefes de cozinha de vários países parceiros como os EUA, a China e Portugal.

O *kavala Fresk* é um evento que tem a capacidade de fazer uma ligação entre quase todas as atividades culturais da ilha de São Vicente, pois junta num só pacote música, teatro, gastronomia, carnaval, moda, degustação gastronómica, tours, etc.

Na sua 1ª edição, realizada em Julho de 2013, a organização estimou que mais de 10 mil pessoas passaram pelo roteiro gastronómico da Avenida Marginal, e consumiram cerca de 3000 quilogramas de cavala, altura em que o evento foi distinguido com o *Green Project Awards*, na categoria de Iniciativa de Mobilização.

Em Outubro de 2014, a Mar&ventos, organizadora do festival, marcou presença no *Slow Food International*, em Milão, Itália, e também já participou na mostra “Peixe em Lisboa”, da Doca pesca, Portos e Lotas, em Lisboa, Portugal.

CAPÍTULO 6. BOAS PRÁTICAS NA PROMOÇÃO DA GASTRONOMIA COMO PRODUTO-TURÍSTICO LOCAL

A OMT, de acordo com o 3º Fórum Mundial sobre Turismo Gastronómico, no seu relatório, salienta que em termos de motivações turísticas, a experiência gastronómica fica ao mesmo nível da visita ao museu, da fruição da música e da contemplação da arquitetura de um destino. Nesse sentido, o turismo gastronómico insere um forte potencial para melhorar a gestão dos destinos, para promover as culturas e contribuir para outros setores como a agricultura e o fabrico de alimentos.

Torna-se fundamental perceber quais planos ou estudos que alguns destinos utilizaram, para que a gastronomia se consolidasse como um importante atrativo turístico, como forma de dar resposta ao presente estudo.

Neste capítulo procedeu-se à revisão de cinco estudos (artigos científicos, planos de ação) sobre destinos que têm a gastronomia como um produto já desenvolvido. A escolha incidiu sobre um conjunto de trabalhos que abordam algumas das experiências mais relevantes ao nível internacional. Os destinos analisados no trabalho foram: **Mealhada (Portugal), Lyon (França), Tóquio (Japão), Spotorno (Itália) e Irlanda.**

A análise destes procedeu-se, basicamente, em quatro partes:

- ✓ Identificação das experiências gastronómicas ou produtos oferecidos,
- ✓ Análise das ações e estratégias utilizadas pelos destinos, para desenvolver a gastronomia como produto turístico-cultural,
- ✓ Identificação das formas de promoção usadas para desenvolver o respetivo produto gastronómico.

De uma forma geral existem características similares em todos os destinos, pois há sempre nestes locais a escolha de um produto-chave que se torna a marca de imagem local, como é o caso de Mealhada em Portugal, onde se destaca o leitão da mealhada, da mesma forma que todos procurem oferecer experiências únicas ou raras de serem encontradas, para manter a sua competitividade e o diferencial turístico.

Percebe-se ainda o envolvimento das entidades responsáveis pelo turismo, no desenvolvimento do produto gastronómico, facilitando a interação entre produtores, fornecedores, consumidores e comunidade local.

Da análise feita é possível destacar alguns aspetos fundamentais para o desenvolvimento da gastronomia como produto turístico-cultural:

- Autenticidade dos produtos, procurar oferecer experiências únicas ou raras de serem encontradas, sendo este um dos fatores fundamentais para manter a competitividade e o diferencial turístico;
- Desenvolver planos ou políticas alimentares de forma a garantir a qualidade do produto e serviço oferecidos;
- Procurar envolver todos os organismos responsáveis pelo turismo no desenvolvimento do produto gastronómico,
- Promover a interação entre produtores, fornecedores, consumidores e comunidade local, ou seja, promover a gastronomia local, através da interação entre comunidade local e turista;
- Criação de organizações responsáveis pelo produto turístico gastronómico, facilitando a ligação entre os envolvidos nesta atividade;
- Criação de certificações ou selos de denominações de origem dos produtos locais, como forma de promover a culinária típica, fortalecer a confiança do turista e estimular a manutenção de padrões de qualidade dos produtos.
- Apostar fortemente na divulgação e promoção do produto, utilizando sites da internet, criando guias gastronómicos explicativos, divulgando em programas de televisão, criando uma marca ou conceito próprio.
- Criar materiais turísticos explicativos para que os turistas saibam em que consiste a experiência gastronómica oferecida e a origem e modo de elaboração dos produtos;

De uma forma geral estes são os pontos fulcrais para qualquer destino que pretende apostar na gastronomia como forma de desenvolvimento do seu turismo, pois a partir destes é possível criar e desenvolver planos de ação para desenvolver a gastronomia como produto turístico-cultural.

CAPÍTULO 7. ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Pretende-se com este capítulo, apresentar e interpretar os resultados obtidos da investigação realizada junto aos 100 inquiridos, relativamente a sua percepção em relação aos impactes gerados pelo evento *Kavala Fresk* sobre o desenvolvimento da ilha de São Vicente.

O referido capítulo encontra-se dividido em quatro partes: caracterização sócio demográfica dos inquiridos, percepção da contribuição do *Kavala Fresk* para o desenvolvimento de São Vicente, percepção da satisfação em relação ao evento, confrontação da hipótese e apresentação de sugestões consideradas relevantes para o crescimento do evento e desenvolvimento do turismo na ilha.

7.1. CARACTERIZAÇÃO SÓCIO-DEMOGRÁFICA DOS INQUIRIDOS

7.1.1. Género, Idade

Relativamente ao género dos inquiridos, pode-se observar (gráfico 2) que 51% pertencem ao sexo masculino e 49% ao sexo feminino. Maior parte dos inqueridos tem uma idade compreendida entre 18 a 28 anos, representando 45% da totalidade, 26% uma idade compreendida entre 29 a 39 anos, 16% com uma idade compreendida entre 40 a 50 anos, 11% entre os 51 a 61 anos, e somente 2% com idade igual ou superior aos 62 anos, conforme consta.

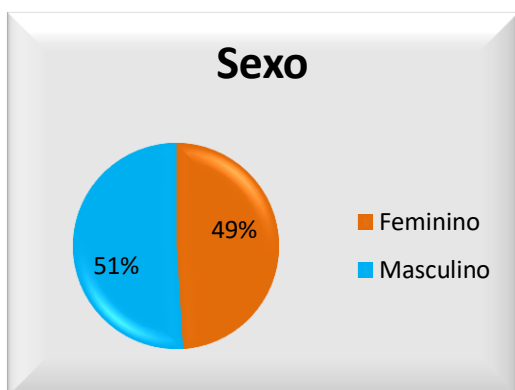


Gráfico 2: Género dos inquiridos

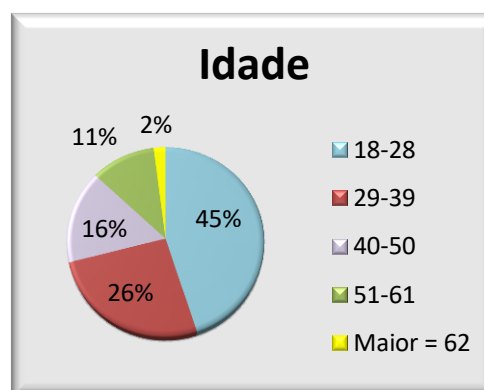


Gráfico 1: Idade dos inquiridos

7.1.2. Local Residência, Estado Civil.

Relativamente ao local de residência, esta foi categorizada em três vertentes, tal como se pode observar 70% dos inquiridos residem na ilha de São Vicente, 19% em outra ilha e somente 11% na diáspora. Relativamente as categorias “outra ilha” e “diáspora” as suas percentagem são reduzidas, explicando o facto de estas não serem especificadas qual a ilha, ou qual o país.

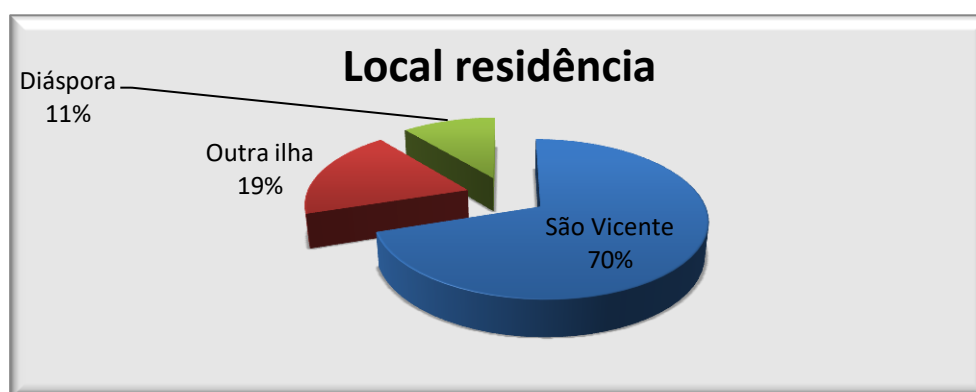


Gráfico 3: Local residência dos inquiridos

No que se refere ao estado civil, mais de metade, 73%, dos inquiridos pertencem à categoria de solteiros, somente 19% são casados, e dos restantes, 4% são divorciados, e os outros 4% vivem numa união de facto.

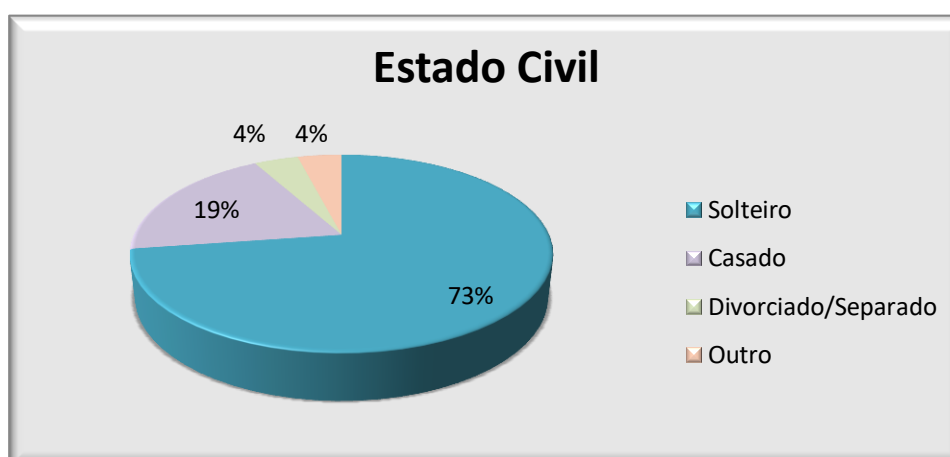


Gráfico 4: Estado civil dos inquiridos

7.1.3. Habilitações Literárias, Profissão e Rendimento

No que tange as habilitações literárias, 56% dos inquiridos possuem uma licenciatura, 37% o ensino secundário, e os graus de escolaridades menos representativas estão entre o mestrado com apenas 2% do total de inquiridos, e o doutoramento com apenas 1%, o grau primário representa 4% do total de inquiridos.

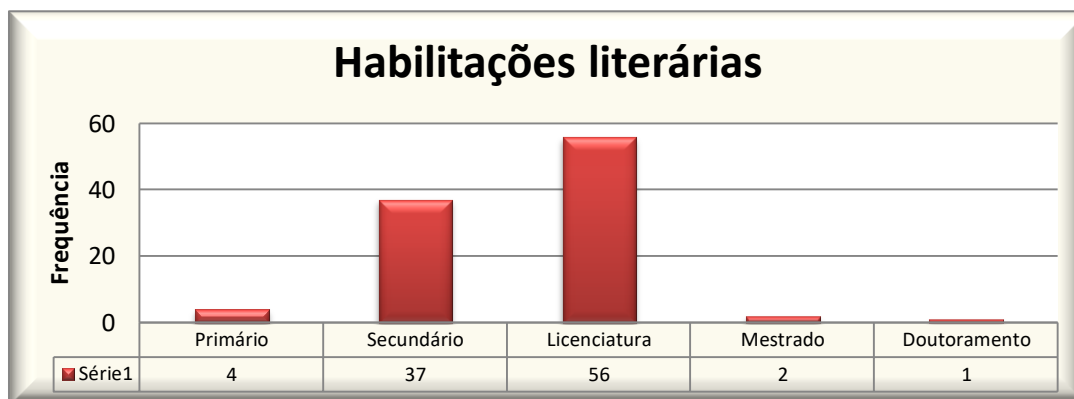


Gráfico 5: Habilitações literárias dos inquiridos

No que concerne à profissão, 40% da amostra estão inquiridas na categoria de outros (taxista, enfermeiras, balconista, garçom, advogado, peixeiras, cozinheiro), 14% na categoria de estudantes, os professores representam 11% do total da amostra, seguido dos recepcionistas representados por 9% do total da amostra.

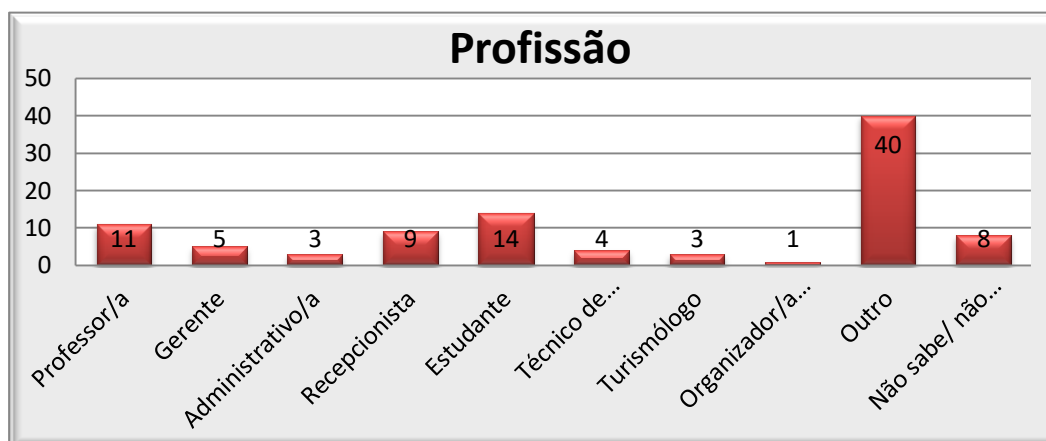


Gráfico 6: Profissão dos inquiridos

Esta pergunta teve uma grande abstenção nas respostas, ou seja, 8% dos inquiridos não responderam a esta pergunta.

A profissão de gerente representa 5% da amostra e a de técnico de viagens 4%. No que concerne às profissões de turismólogo e administrativo, estas representam 3% da amostra.

Apesar de este trabalho abordar o tema eventos, somente 1% dos inquiridos trabalham neste sector, facto este justificado primeiramente, pela falta de disponibilidade de responderem ao questionário e depois, pelo facto de que para muitos esta é apenas uma função secundária, ou seja, a sua profissão principal, não é o de organizar eventos.

No que se refere ao rendimento líquido, pode afirmar que esta foi a pergunta com maior número de abstenções, 16% do total dos inquiridos, não responderam a esta pergunta. O que pode levar a erro, ao tentar-se estabelecer qualquer comparação entre a profissão e o rendimento líquido, ou entre as habilitações literárias e o rendimento líquido.

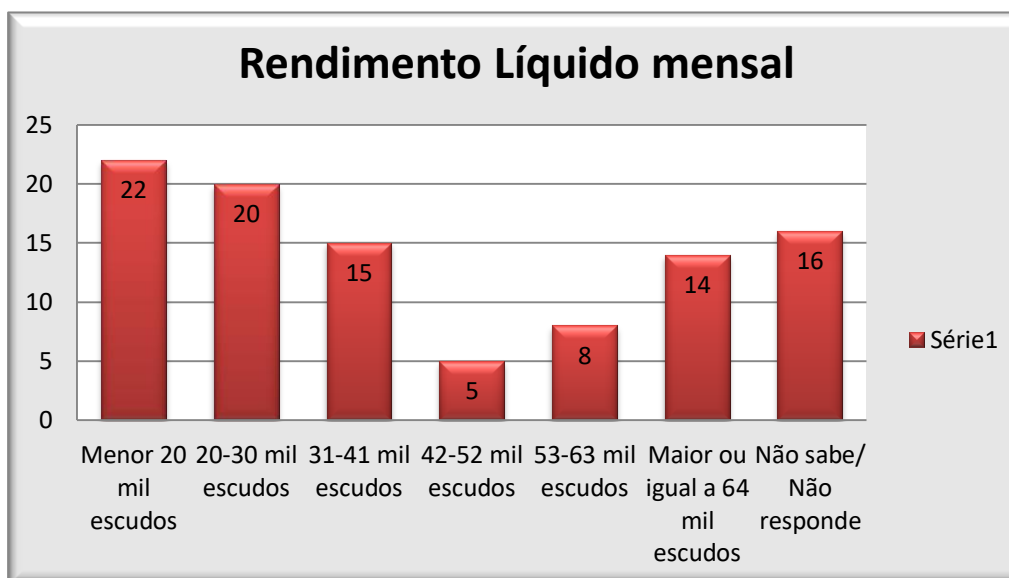


Gráfico 7: Rendimento líquido mensal dos inquiridos

Pode-se observar que 22% dos inquiridos, têm um rendimento líquido mensal menor de vinte mil escudos (20.000), 20% possuem um rendimento líquido mensal situado entre os vinte e os trinta mil escudos (20 – 30 mil escudos). Do total dos inquiridos, 15% tem um salário líquido situado entre os trinta e um e quarenta e um mil escudos, 14% com um salário maior que os sessenta e quatro mil escudos. As classes menos representativas

estão entre os quarenta e dois e cinquenta e dois mil escudos, com apenas 5% da totalidade e a entre cinquenta e três e sessenta e três mil escudos.

7.2. PERCEPÇÃO DA CONTRIBUIÇÃO DO KAVALA FRESK PARA O DESENVOLVIMENTO DE SÃO VICENTE

Quadro 6: Avaliação da percepção da contribuição do *Kavala Fresk* para o desenvolvimento da ilha de São Vicente

Contribuição do <i>Kavala Fresk</i> :	N	Média	Desvio padrão	Avaliação					
				Muito pouco	Pouco	Médio	Muito	Bastante	Não sabe/não responde
Aumento número visitantes	100	3,8	1,035	1%	12%	22%	37%	27%	1%
Criação de emprego	100	3,49	1,267	6%	16%	30%	23%	21%	4%
Valorização do património cultural	100	3,96	1,044	4%	3%	20%	42%	28%	3%
Redução da sazonalidade	100	3,67	1,035	0%	12%	34%	34%	15%	5%
Valorização da imagem da ilha	100	4,42	0,794	1%	0%	11%	34%	52%	2%
Criação de novas de oportunidades de lazer	100	4,25	0,857	0%	4%	13%	39%	42%	2%

No que tange a percepção da contribuição do *kavala Fresk* para o desenvolvimento da ilha, pode-se perceber que o critério com mais peso, é a valorização da imagem da ilha, com uma média de 4,42 no total das respostas, ou seja, 52% do total de inquiridos concordam que o evento contribui bastante para a valorização da imagem da ilha.

42% dos inquiridos concordam que o *kavala fresk* contribui bastante para a criação de novas oportunidades de lazer, com uma média de 4.25 em relação a sua avaliação.

Relativamente à contribuição do *kavala fresk* para a valorização do património, pode-se observar que 42% do total de inquiridos avaliaram positivamente esta questão, pois

acham que o kavala fresk contribui muito para a valorização do património cultural da ilha.

Uma boa parte dos inquiridos (37%) concorda que o evento *kavala fresk* contribui muito para o aumento do número de visitantes, com um desvio padrão de 1,035, e uma média de respostas de 3,8.

No que se refere à redução da sazonalidade na ilha justificada pela realização do evento, as maiores percentagens de respostas (34% cada) estão situadas entre os critérios, “médio” e “muito”, ou seja, a média de respostas para esta pergunta é de 3,67.

Em relação à contribuição do *Kavala fresk* para desenvolvimento da ilha, tendo em conta o critério criação de emprego, pode-se observar que este foi o critério que apresentou uma menor média (3,49) nas respostas, ou seja, 30% dos inquiridos acham que o evento contribui de forma moderada (médio) para a criação de emprego.

7.3. SATISFAÇÃO EM RELAÇÃO AO KAVALA FRESK FEASTIVAL

Quadro 7: Avaliação da satisfação em relação ao *Kavala Fresk Feastival*

Contribuição do <i>Kavala Fresk</i> :	N	Média	Desvio padrão	Avaliação					
				Muito mau	Mau	Razoável	Bom	Muito bom	Não sabe/não responde
Atratividade	100	4,18	0,716	0%	1%	14%	52%	32%	1%
Espaço realização	100	4,31	0,895	2%	3%	7%	39%	48%	1%
Acessibilidade	100	4,32	0,75	0%	0%	16%	37%	46%	1%
Preços	100	3,30	1,01	5%	11%	45%	29%	8%	2%
Atividades realizadas	100	3,98	0,91	1%	2%	28%	38%	29%	2%
Segurança	100	3,75	0,957	3%	4%	30%	42%	20%	1%
Valid N (listwise)	100								

Analisando a satisfação dos inquiridos, relativamente ao evento, pode-se constatar que maioria, ou seja, 52% dos inquiridos considera o evento muito atrativo, sendo que este é

o critério que apresentou uma média mais elevada (4,18), e um desvio padrão mais baixo.

Relativamente ao Espaço de realização do evento e a Acessibilidade, estes foram os critérios que obtiveram as escalas mais elevadas (muito bom), pois os restantes critérios a sua cotação mais elevada manteve-se no critério “Bom”.

Pode-se perceber que a satisfação em relação ao preço, é a que apresentou uma média mais baixa (3,3) com a maioria dos inquiridos (45%) a responderem que a sua satisfação em relação aos preços aplicados na realização do evento é razoável.

De uma forma geral pode-se afirmar que a satisfação dos inquiridos em relação ao Kavala Fresk festival é positiva, pois a média de respostas manteve-se sempre acima dos 3,3, ou seja, acima do critério “Razoável”.

7.4. Discussão dos resultados obtidos

De uma forma geral pode-se afirmar que todos os inquiridos têm uma percepção positiva, no que tange a contribuição do Kavala Fresk Festival para o desenvolvimento do turismo da ilha de São Vicente, sendo que a média de resposta mais baixa está situada nos 3,49, numa escala de 1 a 6.

Da mesma forma, em relação à satisfação relativamente ao evento, pode-se afirmar que esta é positiva, pois tal como consta no quadro acima (quadro 7), todas as respostas tiveram uma média acima dos 3,3, ou seja acima do critério “razoável”.

Tendo em conta os impactes que a realização de eventos pode gerar sobre um destino turístico, abordados na parte teórica, e de acordo com as respostas obtidas dos questionários, pode-se afirmar que de uma forma geral, o evento *Kavala Fresk* gera impactes positivos para o desenvolvimento da ilha de São Vicente.

Tendo em conta as hipóteses de estudo, inicialmente levantadas, a análise das respostas obtidas com aplicação dos questionários permite-nos, concluir que:

- ✓ **H1** (O *Kavala Fresk* Festival já é considerado um verdadeiro produto turístico da ilha de São Vicente, pois, todos os anos, atrai muitos visitantes à ilha), foi

confirmada, uma vez que já se criam roteiros exclusivamente relacionadas com o evento (de acordo com a entrevista realizada com o senhor Kleidir- membro do *Grupo mar&ventos*), e tal como dito anteriormente, este contribui para o aumento do número de visitantes.

- ✓ **H2** (O *Kavala Fresk Festival* contribui muito para o desenvolvimento do turismo na ilha de São Vicente, sobretudo do ponto de vista cultural), foi confirmada, uma vez que como se pode observar nas respostas obtidas do questionário, este contribui para o aumento do número de visitantes, para a valorização do património cultural, para a valorização da imagem da ilha e para a redução da sazonalidade (quadro. 6)
- ✓ **H3** (A realização do evento contribui para o desenvolvimento Geral da ilha de São Vicente), esta hipótese também foi confirmada, pois uma vez que contribui para o desenvolvimento do turismo da ilha, logo contribui para o seu desenvolvimento geral.

Quadro 8: Impactes do *Kavala Fresk* para o desenvolvimento da ilha de São Vicente

Impactes	Positivos	Perguntas do Questionário
Económicos	Novas oportunidades de emprego (permanente e temporário)	P.I: 2
	Aumento de receitas turísticas	P.I: 1
Turísticos	<i>Upgrade</i> da imagem do destino	P.I: 5
	Redução/ atenuação sazonalidade	P.I: 4
	Acréscimo do reconhecimento e visibilidade da região enquanto destino turístico	P.I: 3 - P.I: 5
Físicos e Ambientais	Estímulo para preservação do património cultural e ambiental	P.I: 3
Sócio-culturais	Acréscimo da participação e interesse em atividades relacionadas com o evento	P.II: 1 - P.II: 5
	Acréscimo da oferta de atividades de lazer e recreio	P.I: 6
	Acréscimo da animação	P.I: 6 - P.II: 5

CAPÍTULO 8. CONCLUSÃO

A realização deste estudo teve por base perceber a percussão que os eventos realizados na ilha de São Vicente têm sobre o seu desenvolvimento turístico, compreendendo os impactes que possam gerar sobre a ilha.

Para o desenvolvimento deste trabalho houve a necessidade de desenvolver uma metodologia de estudo, que possibilitou tirar uma série de conclusões, desde a fundamentação teórica realizada até à forma de avaliar os impactes percebidos pela população.

Portanto, a fundamentação teórica permitiu fazer uma abordagem do turismo em diferentes perspectivas, uma vez que esta é uma área de estudo muito vasta, multidisciplinar e muito dinâmica.

Por outro lado, vemos que a cada dia vão surgindo novas formas e modalidades de turismo, possibilitando o crescimento desta atividade a nível mundial, pelo que Cabo Verde não fica de fora desta realidade.

Dentro as diversas modalidades e formas de turismo, neste trabalho abordou-se o turismo de eventos, percebendo a relação existente entre o turismo e os eventos e a evolução desta relação. A fundamentação teórica permitiu perceber que os eventos podem gerar uma série de impactes (económicos, sociais, culturais, ambientais, etc.) sobre o desenvolvimento turístico de uma região, e que estes variam de acordo com o tamanho do evento, seu público-alvo, sua finalidade, sendo que estes podem ser percebidos tanto a curto, médio ou longo prazo.

Posteriormente procedeu-se a caracterização da ilha de São Vicente, analisando a evolução da sua oferta e sua procura, tendo em conta os dados oferecidos pelo Instituto Nacional de Estatística.

Da mesma forma considerou-se fulcral fazer uma caracterização geral do evento em estudo, como forma de se perceber todo o *Know-how* em que este está envolvido. Para

tal, houve a necessidade de fazer uma entrevista junto com um dos responsáveis pela organização do evento.

Houve a necessidade de analisar um conjunto de boas práticas para a promoção da gastronomia como produto-turístico cultural, como forma de perceber quais os pontos fulcrais que alguns destinos utilizaram para promover a sua gastronomia como um produto turístico ligado a cultura.

De uma forma geral, e respondendo as duas perguntas colocadas inicialmente: “Até que ponto o evento *Kavala Fresk Feastival* influencia no desenvolvimento do turismo cultural da ilha de São Vicente?” e “Quais os impactes gerados com a realização do *Kavala Fresk Feastival* sobre a ilha de São Vicente?”, pode-se afirmar que o evento *Kavala Fresk* contribui para o desenvolvimento do turismo cultural da ilha, na medida em que sendo este um evento gastronómico-cultural, tem contribuído para aumentar a procura da ilha, para valorizar o património cultural existente na ilha, uma vez que este evento tenta abordar um pouco de toda a cultura, desde a gastronomia, música, arte, moda, desportos, entre outros. No que refere aos impactes gerados com a realização do evento sobre a ilha, a aplicação dos questionários permitiu perceber que os impactes percebidos com a realização do evento, são praticamente todos positivos, não tendo sido possível, com a aplicação dos questionários, identificar nenhum impacte que poderia ser considerado negativo para o desenvolvimento do turismo na ilha São Vicente.

a) Limitações do trabalho:

Uma vez que na maior parte da realização do trabalho estava residida na ilha do Sal, por razões profissionais, uma das maiores dificuldades encontradas para a realização do trabalho foi a falta de bibliografia existente nesta ilha.

Este facto também prejudicou muito na hora de aplicação dos questionários, facto este que justifica o recurso à aplicação de alguns questionários online.

Outra dificuldade encontrada foi na hora de definição da amostra e seleção da técnica de amostragem, uma vez que a técnica escolhida para o presente trabalho foi o mais

conveniente dado a forma de aplicação de alguns questionários, porém não se pode generalizar os resultados para toda a população.

b) Proposta de investigação

Uma vez que se reconhece a necessidade de aprofundar alguns assuntos relacionados com o tema em questão, sugere-se, a seguir algumas propostas para realização de futuros projetos:

- Avaliar os impactes da realização de eventos sobre o meio ambiente, tendo como foco a ilha de São Vicente.
- Desenvolver uma metodologia de estudo que permita perceber de que forma as características de um evento podem influenciar os impactes por este causado.
- Desenvolver uma proposta de Marketing do evento, que permita melhorar a sua imagem e comercialização enquanto produto turístico.
- Desenvolver uma metodologia de estudo que permita analisar a sustentabilidade e desenvolvimento integrado do evento.
- Criar um plano de negócio tendo em conta os eventos e o turismo interno em Cabo Verde, apresentando um roteiro a este tipo de turismo.
- Perceber a contribuição do evento para o desenvolvimento da economia da ilha, enquanto produto turístico.
- Compreender a contribuição dos diferentes eventos turísticos da ilha, sobre a economia local.
- Reaplicar este estudo nos próximos anos, de forma a perceber a evolução das percepções em relação aos impactes causados pelo evento.

BIBLIOGRAFIA

- Abranja, N., Marques, A., & Alcantara, A. (2016). *Produtos, mercados e destinos turísticos*. Edições pedagogo, lda.
- Adir Ribeiro, L. M. (s.d.). *Gestão Estratégica do Franchising*. DVS Editora.
- Albuquerque, S. S. (Maio de 2004). Turismo de eventos: a importancia dos eventos para o Desenvolvimento do turismo. Brasília, Brasil.
- Alves, R. S. (Março de 2014). Impacto dos eventos naquela que é a representatividade de um destino turístico – EXPOFACIC, Cantanhede. Estoril.
- Andrade, C. S. (Outubro de 2017). Eventos de Turismo Desportivo e Desenvolvimento Local Sustentável: Avaliação dos Impactos da EDP Meia Maratona de Coimbra. Coimbra.
- Ansarah, M. G. (2001). *Turismo. Como Aprender, Como Ensinar, 2* (Vol. 2). São Paulo: SENAC.
- Araújo, J. (17 de Março de 2016). Eventos turísticos. Lisboa, Portugal.
- Barretto, M. (2008). *Manual de iniciação ao estudo do turismo*. São Paulo: Papyrus editora.
- Cardoso, M. L. (2013). A Importância da Organização de Eventos no Turismo. Porto, Portugal.
- Correa, O. P. (2008). *Uma Indústria Chamada Turismo*. Clube de Autores, 2008.
- Cunha, L. (2003). *Introdução ao Turismo*. Lisboa - São Paulo: Editorial Verbo.
- Cunha, L. (2010). A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário. In: L. Cunha, *A Definição e o Âmbito do Turismo: um aprofundamento necessário* (p. 23).

- Delgado, C. P. (2012). *O Marketing na organização de Eventos Turísticos*. Instituto Superior De Ciências Económicas E Empresariais, Mindelo.
- Eusébio, C., & Carneiro, M. J. (2012). Impactos socioculturais do turismo em destinos urbanos. *Revista portuguesa de estudos regionais*, 1-13.
- Henriques, C. (2003). *Turismo Cidade e Cultura- Planeamento e Gestão Sustentável*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.
- ISCEE. (s.d.). *Inventário aos recursos turísticos da ilha de São Vicente*. Mindelo.
- Jorge, A., Alves, C., Fonseca, G., & Barbedo, J. (1993). *Métodos Quantitativos 10*. Porto: Areal Editores.
- Juliane Dias, L. M. (s.d.). Turismo de eventos e o potencial dos eventos técnicos científicos. *Vii enppex-* , p. 9.
- LIVRAMENTO, L. S. (2012). A importância de transformar os eventos culturais da ilha. Mindelo.
- Lopes, N. J. (24 de Outubro de 2011). Centro de Artes e Espectáculo do Mindelo . Covilhã .
- MARCONI, M. D., & LAKATOS, E. M. (2003). *Fundamentos de metodologia científica* (5ª Edição ed.). São Paulo: Editora Atlas S.A. .
- MARCONI, M. D., & LAKATOS, E. M. (2003). *Fundamentos de Metodologia Científica*. São Paulo: Editora Atlas S.A. .
- Mello, M. d. (2010). A cidade do Mindelo: identidade cultural e linguística (1850 – 1975). Porto.
- Neves, J. d. (Junho de 2012). O Papel dos Eventos no Reforço da Atractividade Turística de Cabo Verde (O caso da cidade da Praia) . Estoril.
- Neves, M. F., & Fernandes, J. (s.d.). *Métodos Quantitativos*. Porto: Porto Editora.
- Oliveira, M. (Março de 2014). A influência dos eventos na taxa de ocupação. Estoril, Portugal.

- Prodano, C., & Freitas, E. (2013). *Metodologia do trabalho científico: Métodos e Técnicas de Pesquisa e do Trabalho Académico*. Rio Grande do Sul: Editora Feevale.
- Santos, G. E. (2005). Modelos teóricos aplicados al turismo. *Scyelo Analytics*.
- Santos, M. d. (2009). *Turismo em Cabo Verde: um estudo exploratório*. Lisboa.
- Turismo, D. G. (2010-2013). *Plano Estratégico para o Desenvolvimento do Turismo em Cabo Verde*. Praia.
- Viana, A. L. (11 de Setembro de 2004). Gestão de eventos no turismo: abordagens além da económica.
- Vieira, J. M. (2015). *Eventos e Turismo- Planeamento e Organização- Da teoria À Prática*. Lisboa: Edições Sílabo, Lda.

LINKS PESQUISADOS:

<https://ipdtblog.wordpress.com/2016/06/28/impacto-dos-grandes-eventos-no-turismo/>

<https://ajonu.org/2012/10/17/organizacao-mundial-do-turismo-omt/>

<http://mundodasmarcas.blogspot.com:http://mundodasmarcas.blogspot.com/2012/07/thomas-cook.html>

<http://espacodeturismo.blogspot.com/2011/07/mercado-turistico.html>

<http://hdl.handle.net/10400.8/3462>

<https://pt.slideshare.net/daysanalves/conceitos-e-definies-do-turismo>

APÊNDICES

1. Entrevista com o Senhor Kleidir Monteiro (membro Grupo mar&ventos) realizada a 25 de Junho, com duração de 30 minutos.

P: Como surgiu a ideia da criação do evento *Kavala Fresk*?

R: Tudo começou numa simples conversa de um grupo de amigos, sobre a situação económica da ilha de São Vicente na época, e de o que fazer para movimentar a ilha.

P: Porque a escolha do cavala?

R: Pensou-se em fazer algo mais voltado para o mar, pois além de ser mais económico, foi a forma encontrada para envolver toda a população, desde as peixeiras, pescadores, enfim toda a população da ilha.

P: Como e quando é que foi a primeira edição do evento?

R: A primeira edição aconteceu em 2013, fez-se uma grande campanha de Marketing a volta do evento, houve grande adesão do público, muito mais do que o esperado, podendo dizer que a primeira edição superou as expectativas, e serviu de forte motivação para a continuação da sua realização.

P: Qual foi o objetivo da criação do evento?

R: Para além de promover a economia de São Vicente, como já disse, foi também de criar um produto mais interno, tendo como público alvo principal a diáspora cabo-verdiana. Porém dado a forte adesão do público em geral, este tem-se caminhado para se tornar num evento turístico.

P: Porque a escolha da Rua da Praia para a sua realização?

R: Não poderia haver lugar melhor na ilha para a realização do Kavala Fresk Festival, pois fica de frente para o mar, perto do Mercado de peixe, além de ser acessível para todos da ilha.

P: Para além da cavala, pretendem promover mais alguma coisa, com a realização do evento?

R: Sim, apesar de ter a cavala como rainha do evento, pretende-se também promover a gastronomia, a música e a cultura da ilha.

P: Quais são as principais atividades realizadas no evento?

R: Promovem-se workshops culinários, corridas de botes, natação, exposição de artes, orquestras, teatro, carnaval, música com artistas nacionais, enfim são uma vasta gama de atividades, que têm por objetivo promover a ilha de São Vicente no seu todo.

P: Quais são vossas principais parcerias?

R: De momento temos parcerias com as agencias de viagens da ilha, com a Kits Landia, com a Câmara Municipal da ilha, o INDP, alguns restaurantes da ilha de São Vicente, enfim de momento não temos o que queixar em relação a parcerias.


P: Como fazer para fazer a promoção do evento?

R: temos a nossa página do facebook, a “Kavala Fresk Feastival”, onde fazemos publicações acerca do nosso evento, temos como parceiros a Rádio e Televisão de Cabo Verde, fazemos folhetos, enfim.

P: Normalmente qual é o horário de realização do evento:

R: Apesar de o evento ter o seu ponto alto aqui na Rua da Praia/ Avenida Marginal, este tem duração de uma semana, pois antes deste dia realizam-se workshops, encontros com os chefes de cozinha, visitas a INDP (por exemplo), são várias as atividades realizadas com o evento. Mas normalmente no dia em que o evento tem o seu ponto alto, normalmente este começa as 10/12H da manhã e vai até as 00H.

2. Questionário aplicado à população



QUESTIONÁRIO

Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais

Data ____ / ____ / ____

Este questionário enquadra-se num projecto de final de curso que está a ser realizado no Instituto Superior de Ciências Económicas e Empresariais- ISCEE (São Vicente) sobre: **OS impactes dos eventos para o desenvolvimento do turismo da ilha de São Vicente: caso Kavala Fresk Festival**. Os resultados deste estudo poderão servir como um instrumento de apoio à tomada de decisão por parte das entidades, públicas e privadas, com responsabilidade para o desenvolvimento do turismo de Cabo Verde.

A sua resposta é de extrema importância para este trabalho. Como tal, solicitamos que responda de forma sincera as seguintes questões, sendo que todos os dados que disponibilizar são de total confidencialidade.

Quem deverá preencher o questionário?

Pessoas com idade superior a 18 anos, que:

- São Agentes do setor do turismo residentes em São Vicente
- Já assistiram ou participaram do *Kavala Fresk Festival*

I Percepção da contribuição do Kavala Fresk para o desenvolvimento de São Vicente

(Deverá assinalar com um X a cada opção que melhor corresponde a sua opinião)

1. Acha que o Kavala Fresk contribui para o desenvolvimento dos seguintes aspectos?
1-Muito Pouco; 2-Pouco; 3-Médio; 4-Muito; 5-Bastante.

	Avaliação				
	1	2	3	4	5
Aumento do número de visitantes	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Criação de emprego	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valorização do património cultural	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Redução da sazonalidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Valorização da imagem da ilha	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Criação de novas oportunidades de lazer	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

1

II. Satisfação em relação ao Kavala Fresk Festival

1. Numa escala de 1 a 5 como classifica o Kavala Fresk em termos de:

1-muito mau; 2-mau; 3-razoável; 4-bom; 5-muito bom

	Avaliação				
	1	2	3	4	5
Atratividade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Espaço de realização	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Acessibilidade	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Preços	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atividades realizadas	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Segurança	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

III. Caracterização sócio-demográfica dos inquiridos

1.1. Sexo

Feminino Masculino

1.2. Idade

18 – 28 29 – 39 40 – 50 51 – 61 >= 62

1.3. Grau de escolaridade

Primário Secundário Licenciatura Mestrado Doutoramento

1.4. Local de residência _____

1.5. Estado civil

Solteiro Casado Divorciado/Separado Viúvo Outro

Qual? _____

1.6. Profissão _____

1.7. Rendimento líquido mensal

< 20 (Mil escudos) 20 - 30 (Mil escudos) 31 - 41 (Mil escudos)

42-52 (Mil escudos) 53 -63 (Mil escudos) >= 64 (Mil escudos)

Obrigada pela sua colaboração!

2

3. Link do questionário aplicado online

<https://pt.surveymonkey.com/r/TFPZJBR>

ANEXOS

1. Quadros sobre o turismo em Cabo verde apresentados pelo INE 2018

Quadro1: Evolução de estabelecimentos, quartos, camas, capacidade de alojamento e pessoal ao serviço, 2012 – 2018

	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	Evol. 2018/2017
Estabelecimentos	207	222	229	226	233	275	284	3,3
Nº de Quartos	8.522	9.058	10.839	10.626	11.435	12.463	13.187	5,8
Nº de Camas	14.999	15.995	18.188	18.055	18.382	20.421	21.046	3,1
Capacidade de Alojamento	18.194	19.428	23.171	22.954	24.376	26.987	27.860	3,2
Pessoal ao Serviço	5.385	5.755	6.282	6.426	7.742	8.825	9.417	6,7

Fonte: Inventário Anual de Estabelecimento Hoteleiro (INE)

Quadro 2: Estabelecimentos de alojamento disponíveis segundo o tipo, por Ilha, 2018

Ilha	Tipo de Estabelecimento												Total	
	Hotéis		Pensões		Pousadas		Hotéis-apartamentos		Aldeamentos Turísticos		Residenciais			
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
S. Antão	6	8	31	35	4	40	-	-	3	30	27	33	71	25,0
S. Vicente	9	12	9	10	1	10	3	14	-	-	26	32	48	16,9
S. Nicolau	-	-	6	7	-	-	1	5	-	-	1	1	8	2,8
Sal	15	21	7	8	-	-	4	19	3	30	1	1	30	10,6
Boavista	9	12	4	5	-	-	7	33	1	10	5	6	26	9,2
Maio	1	1	2	2	-	-	1	5	-	-	4	5	8	2,8
Santiago	27	37	10	11	2	20	4	19	2	20	8	10	53	18,7
Fogo	5	7	14	16	2	20	1	5	1	10	8	10	31	10,9
Brava	1	1	5	6	1	10	-	-	-	-	2	2	9	3,2
TOTAL	73	100	88	100	10	100	21	100	10	100	82	100	284	100,0
%	25,7		31,0		3,5		7,4		3,5		28,9		100,0	

Fonte: Inventário Anual de Estabelecimentos Hoteleiros 2018 (INE)

OS IMPACTES DOS EVENTOS NO DESENVOLVIMENTO DO TURISMO DA ILHA DE SÃO VICENTE:
CASO KAVALA FRESK FEASTIVAL

Quadro 4 - Hóspedes segundo Ilhas, por país de residência habitual dos hóspedes, 2018

Ano 2018

País de residência habitual	São Vicente	Sal	Boa Vista	Santiago	Restantes Ilhas	Total	%
Cabo Verde							
Caboverdianos	7.792	13.692	4.001	18.783	10.282	54.550	7,1
Estrangeiros	381	168	83	618	243	1.493	0,2
Estrangeiros							
Africa do Sul	27	66	3	739	6	841	0,1
Alemanha	5.637	36.233	31.260	9.276	7.751	90.157	11,8
Áustria	365	1.177	715	525	452	3.234	0,4
Bélgica + Holanda	6.190	41.867	20.861	4.287	3.593	76.798	10,0
Espanha	2.159	6.482	1.191	3.019	1.065	13.916	1,8
Estados Unidos	707	1.986	405	3.175	613	6.886	0,9
França	11.211	25.509	15.671	6.778	17.958	77.127	10,1
Reino Unido	1.316	101.302	69.437	1.206	817	174.078	22,7
Itália	799	16.593	11.637	1.292	648	30.969	4,0
Portugal	4.372	31.339	13.375	20.731	1.157	70.974	9,3
Suíça	1.617	4.246	1.277	1.923	1.229	10.292	1,3
Outros Países	4.444	98.426	36.320	13.478	1.713	154.381	20,2
Total	47.017	379.086	206.236	85.830	47.527	765.696	100,0
%	6,1	49,5	26,9	11,2	6,2	100,0	

Fonte: Inquérito Mensal à Movimentação de Hóspedes (INE)