



UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E CONTABILIDADE
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA
MESTRADO ACADÊMICO EM ADMINISTRAÇÃO E CONTROLADORIA

ILZE ENEIDA PARIS DA CONCEIÇÃO

POTENCIAL DO TURISMO INTERNACIONAL DE CABO VERDE

FORTALEZA

2014

ILZE ENEIDA PARIS DA CONCEIÇÃO

POTENCIAL DO TURISMO INTERNACIONAL DE CABO VERDE

Dissertação submetida à Coordenação do Curso de Pós-Graduação em Administração e Controladoria da Universidade Federal do Ceará, como requisito parcial para a obtenção do grau de Mestre em Administração e Controladoria.

Área de concentração: Organizações, Estratégia e Sustentabilidade.

Orientador: João Mário Santos de França, Dr.

FORTALEZA

2014

FOLHA DE APROVAÇÃO

Dissertação defendida e aprovada em ____ / ____ / ____, pela comissão julgadora:

Profa. Dr. João Mário Santos de França (orientador)
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Mônica Cavalcanti Sá de Abreu
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Sandra Maria dos Santos
Universidade Federal do Ceará (UFC)

Profa. Dra. Luzia Neide Coriolano
Universidade Estadual do Ceará (UECE)

“A persistência é o menor caminho do êxito”.

(Charles Chaplin)

AGRADECIMENTOS

A Deus, aos meus pais (Maria e Lourenço) e aos meus irmãos (Karina, Carmen, Stephanie, Ary e Yuran) por serem meus pilares e proporcionarem a força necessária para que eu chegasse aqui.

Aos meus amigos Erickson Monteiro e Thalita Calíope por me incentivarem a ingressar no mestrado.

Aos meus colegas e amigos do mestrado, em especial para Alan Gois, Glauber Santos, Paulo Parente, Talyta Oliveira e Thalita Calíope pelas horas de estudo, desespero e companheirismo.

Ao meu orientador, prof. João Mário, e a banca examinadora, prof. Mônica Abreu, prof. Sandra Santos e prof. Luzia Coriolano, cuja ajuda foi imprescindível na realização dessa dissertação.

Ao Ribamar por se mostrar sempre solícito e eficiente em resolver todas as minhas pendências relacionadas ao mestrado.

A todos que direta ou indiretamente me ajudaram nessa trajetória.

RESUMO

Ao longo dos anos, o turismo internacional vem crescendo rapidamente ao ponto de ser considerado a maior indústria do mundo, com contribuições significativas na economia e no desenvolvimento de pequenos países. Cabo Verde é um pequeno Estado insular, composto por dez ilhas, especializado na indústria do turismo, com forte ênfase na demanda turística internacional. Considerando que o turismo internacional tem grande participação no produto interno bruto e no setor de serviços de Cabo Verde, é essencial que o país continue a atrair e reter turistas para apoiar o desenvolvimento da economia e do país. Para isso, é necessário saber o que influencia a demanda turística internacional no país. Destarte, o objetivo da pesquisa é analisar o potencial do mercado turístico internacional de Cabo Verde, com destaque para a capacidade de atração da demanda internacional e a análise da competitividade turística das ilhas que compõem o arquipélago. Trata-se de uma pesquisa analítica, com enfoque quantitativo, utilizando dados secundários fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde e pelo Banco Central de Cabo Verde. Os dados foram analisados no software estatístico *Eviews7*[®], por meio de um modelo econométrico autorregressivo. Calcularam-se ainda índices de preferência e de saturação turística das ilhas de Cabo Verde, assim como suas quotas de mercado. Os resultados mostraram que a demanda turística internacional por Cabo Verde é influenciada positivamente pela oferta hoteleira, pelo fluxo turístico passado e pela taxa de câmbio. Os índices de preferência turística indicam que as ilhas do Sal e da Boavista são as que mais atraem turistas em Cabo Verde, mas também apresentam problemas de saturação turística, o que pode culminar em danos sociais e ambientais. Conclui-se que Cabo Verde reflete problemas de saturação turística, o que mostra a necessidade de planejamento integrado e detalhado no sentido de minimizar problemas sociais e ambientais, bem como direcionar investimentos para ilhas preteridas, inovando para torná-las atrativas de modo que possam contribuir para o desenvolvimento e a formulação de estratégias que promovam o turismo sustentável no país.

Palavras-chave: Turismo Internacional, Cabo Verde, Atração de Demanda, Análise da Quota de Mercado.

ABSTRACT

Over the years, international tourism has grown rapidly to the point of being considered the world's largest industry, with significant contributions to the economy and the development of small countries. Cape Verde is a small island state, composed of ten islands, specializing in the tourism industry, with strong emphasis on international tourist demand. Considering that international tourism has great share of gross domestic product and the service sector of Cape Verde, it is essential that the country continues to attract and retain tourists to support the development of the economy and the country. For this it is necessary to know what influences the international tourism demand in the country. Thus, the goal of research is to analyze the potential of the international tourism market of Cape Verde, highlighting the attractiveness of international demand and the analysis of the tourism competitiveness of the islands that make up the archipelago. It is an analytical research with quantitative approach, using data supplied by the National Statistical Institute of Cape Verde and the Central Bank of Cape Verde. The data were analyzed with the statistical software Eviews7® by means of an autoregressive econometric model. Still calculated preference index and saturation of the tourist islands of Cape Verde, as well as their market shares. The results showed that the international tourism demand for Cape Verde is influenced positively by the hotel industry, the last tourist flow and the exchange rate. The indices of tourist preference indicate that the islands of Sal and Boa Vista are the most attractive tourists in Cape Verde, but also feature tourist saturation problems, which may result in social and environmental damage. It is concluded that reflects Cape Verde tourist saturation problems, which shows the need for integrated planning and detailed to minimize social and environmental problems, as well as direct investments to crowded islands, innovating to make them attractive so that they can contribute for the development and formulation of strategies to promote sustainable tourism in the country.

Keywords: International Tourism, Cape Verde, Attraction Demand, Analysis of Market Share.

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Mapa de Cabo Verde.....	16
Figura 2: Modelo teórico da pesquisa.....	43
Figura 3: Tipos de mercado.....	47

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Demanda turística de Cabo Verde	55
Gráfico 2: Oferta Hoteleira de Cabo Verde	56
Gráfico 3: Taxa de Câmbio	56
Gráfico 4: Normalidade dos resíduos da demanda turística de Cabo Verde	57
Gráfico 5: Análise da quota de mercado de São Vicente - 2002	71
Gráfico 6: Análise da quota de mercado de São Vicente - 2013	71
Gráfico 7: Análise da quota de mercado do Sal - 2002	72
Gráfico 8: Análise da quota de mercado do Sal - 2013	73
Gráfico 9: Análise da quota de mercado da Boavista - 2002	73
Gráfico 10: Análise da quota de mercado da Boavista - 2013	74
Gráfico 11: Análise da quota de mercado de Santiago - 2002	75
Gráfico 12: Análise da quota de mercado de Santiago - 2013	75
Gráfico 13: Análise da quota de mercado das Restantes Ilhas - 2002	76
Gráfico 14: Análise da quota de mercado das Restantes Ilhas - 2013	77

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Principais indicadores do turismo em Cabo Verde	21
Tabela 2: Capacidade de alojamento	22
Tabela 3: Principais mercados emissores de turistas (continua)	22
Tabela 4: Principais mercados emissores de turistas (continuação)	23
Tabela 5: Avaliação qualitativa do turismo 2011	24
Tabela 6: Indicadores do turismo em São Vicente	27
Tabela 7: Indicadores do turismo no Sal	28
Tabela 8: Indicadores do turismo da Boavista	29
Tabela 9: Indicadores do turismo em Santiago	31
Tabela 10: Indicadores do turismo das Restantes Ilhas	34
Tabela 11: Estatística descritiva	55
Tabela 12: Matriz de correlações	57
Tabela 13: Modelo da regressão para Cabo Verde	58
Tabela 14: Índice de Saturação Turística de Cabo Verde	58
Tabela 15: Modelo de regressão para São Vicente	59
Tabela 16: Índice de Preferência e Saturação Turística de São Vicente	60
Tabela 17: Modelo de regressão para Sal	61
Tabela 18: Índice de Preferência e Saturação Turística de Sal	61
Tabela 19: Modelo de regressão para Boavista	62
Tabela 20: Índice de Preferência e Saturação Turística da Boavista	63
Tabela 21: Modelo de regressão para Santiago	64
Tabela 22: Índice de Preferência e Saturação Turística de Santiago	64
Tabela 23: Modelo de regressão para as Restantes Ilhas	65
Tabela 24: Índice de Preferência e Saturação Turística das Restantes Ilhas	66
Tabela 25: Índice de desvio da quota de mercado de 2002	67
Tabela 26: Índice de desvio da quota de mercado de 2013	67
Tabela 27: Índice de variação da quota de mercado 2002/2003	69
Tabela 28: Índice de variação da quota de mercado 2002/2013	69
Tabela 29: Índice de desvio e variação da quota de mercado de 2002	70

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Variáveis independentes da pesquisa	44
Quadro 2: Interpretação dos índices	47
Quadro 3: Dados da pesquisa	50
Quadro 4: Critérios de validade dos pressupostos	51
Quadro 5: Variáveis do modelo.....	52
Quadro 6: Variáveis do modelo das ilhas.....	53
Quadro 7: Variáveis e seus sinais	79

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

AQM Análise da Quota de Mercado

BCV Banco de Cabo Verde

DT Demanda Turística

DTCV Demanda Turística de Cabo Verde

ENAPOR Empresa Nacional de Administração dos Portos

INECV Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde

IP Índice de Preferência TurísticoA

IST Índice de Saturação Turística

OFH Oferta Hoteleira

OMT Organização Mundial do Turismo

PEI Pequeno Estado Insular

PIB Produto Interno Bruto

Saz Sazonalidade

Txcambio Taxa de Câmbio

UNWTO United Nation of World Tourism Organization

US Dólares Americanos

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
2 A REPÚBLICA DE CABO VERDE E O TURISMO.....	15
2.1 Turismo nos Pequenos Estados Insulares.....	17
2.2 Cabo Verde: um país e dez destinos turísticos.....	20
2.2.1 São Vicente: a ilha do Porto Grande.....	26
2.2.2 Sal: primeiro destino turístico do País.....	27
2.2.3 Boavista: balneário de maior potencial do país.....	29
2.2.4 Santiago: terra do batuque e da tabanka.....	30
2.2.5 Mais Ilhas para o Turismo.....	31
3 MODELOS DE ATRAÇÃO DE DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL.....	35
3.1 Modelos de séries temporais.....	35
3.2 Modelos causais ou econométricos.....	37
3.3 Modelo da pesquisa e suas variáveis.....	38
3.3.1 Variável dependente.....	39
3.3.2 Variáveis independentes e hipóteses de pesquisa.....	40
3.4 Competitividade de destinos turísticos.....	44
4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS.....	49
4.1 Base de dados.....	49
4.2 Análise dos dados.....	50
5 RESULTADOS EMPÍRICOS DA PESQUISA.....	55
5.1 Análise descritiva do turismo em Cabo Verde.....	55
5.2 Modelo de atração de demanda turística internacional de Cabo Verde.....	57
5.3 Análise comparativa das ilhas.....	59
5.3.1 São Vicente.....	59
5.3.2 Sal.....	60
5.3.3 Boavista.....	62

5.3.4 Santiago	63
5.3.5 Restantes Ilhas	65
5.4 Análise da quota de mercado.....	66
5.5 Discussão dos resultados	77
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	81
REFERÊNCIAS	84
APÊNDICES	91
APÊNDICE A – Índice de desvio da quota de mercado por ano	91
APÊNDICE B – Índice de variação da quota de mercado por período.....	95

1 INTRODUÇÃO

O turismo internacional é um fenômeno que se refere à saída dos visitantes para fora do país de referência. Ao longo das últimas décadas, este tipo de turismo cresceu expressivamente, passando de 278 milhões de turistas em 1980, para 528 milhões em 1995, 1,035 bilhões em 2012 e 1,087 bilhões em 2013 (UNWTO, 2013). A previsão é que até 2030, esse número chegue a 1,8 bilhões de turistas. Tanto é essa evolução que hoje se fala na indústria do turismo (embora seja um serviço), sendo considerado por Chu (2008) como uma das maiores indústrias do mundo e posicionado pela UNWTO (2010) como um setor estratégico da economia.

O setor turístico é assim definido como o conjunto de unidades de produção em diferentes indústrias que fornecem bens e serviços normalmente exigidos pelos visitantes e incluem atividades as quais, sem os visitantes/turistas, deixariam de existir em quantidade significativa (UNWTO, 2010). Fazem parte da indústria do turismo, atividades relacionadas a alojamentos para os visitantes/turistas, alimentação e bebidas, transporte, agências de viagens, atividades culturais, esportivas e recreativas, bem como outras atividades específicas que o local de destino possa oferecer (UNWTO, 2010). Em 2012 essas indústrias foram responsáveis por 9% do PIB mundial, US\$1,3 trilhões em exportação (6% das exportações mundiais) e por 1 em cada 11 trabalhos criados no mundo (UNWTO, 2013).

Vários são os autores que corroboram com a UNWTO (2010) no que tange a importância do turismo para o crescimento e desenvolvimento econômico de um país/região (COSHALL; CHARLESWORTH, 2011; CHEN, 2011; LIN; CHEN; LEE, 2011; SONG *et al.*, 2011; SHAREEF; MCALEER, 2005). Para que esse país/região consiga usufruir dos benefícios econômicos que o turismo internacional possa proporcionar, é necessário que este seja capacitado para atrair e aumentar a demanda turística (COSHALL; CHARLESWORTH, 2011). Cabe a cada destino turístico determinar quem e quantos são seus visitantes internacionais, bem como as receitas do turismo, a fim de estabelecer estratégias que ajudem na atração de turistas e harmonize o bem-estar econômico, social e ambiental (CHEN, 2011; OMT, 2008; WITT; WITT, 1995).

As informações também são úteis para todos os profissionais que trabalham com produtos turísticos, como companhias aéreas e de outros transportes, hotéis turísticos, restaurantes, parques de diversões, lojas de *souvenirs*, centros comerciais, entre outros (JACKMAN; GREENIDGE, 2010; LIN; CHEN, 2011; WITT; WITT, 1995). É essencial que haja um planejamento estratégico do turismo, o que não é fácil devido à perecibilidade do produto turístico (JACKMAN; GREENIDGE, 2010), principalmente quando se trata de países

mais pobres e países/estados insulares, que tanto dependem do turismo, considerando que este apresenta-se como uma forma de exploração de belezas naturais que são menos degradadas e não tão fortemente atingidas pela poluição (CORIOLANO; VASCONCELOS, 2013).

Para os Pequenos Estados Insulares (PEI), o turismo constitui um dos principais meios de sobrevivência. Conhecidos pelas vulnerabilidades econômicas e ambientais devido o tamanho e a população reduzida (SCHEYVENS; MOMSEN, 2008; SHAREEF; MCALEER, 2005), as ilhas veem o turismo como uma estratégia para impulsionar o desenvolvimento e compensar as limitações por elas enfrentadas, o que lhes confere atratividade aos turistas (SHARPLEY; USSI, 2014). Dessa forma, devem ser capazes de oferecer aos visitantes uma experiência turística superior à dos potenciais destinos alternativos, ou seja, de estabelecer um modelo de atração de demanda que lhes traga vantagem competitiva (DWYER; KIM, 2003).

No caso de Cabo Verde, objeto de estudo da pesquisa, que se classifica como um PEI, por sua população inferior a 1,5 milhão (CROES, 2013) não é diferente. Localizada a 455 km da costa Africana, Cabo Verde é constituído por dez ilhas, sendo um dos destinos que mais recebeu turistas na África em 2013 (CABO VERDE, 2013). A indústria do turismo em Cabo Verde encontra-se em desenvolvimento e assim como outros países insulares, Cabo Verde vê-se obrigado a especializar-se nessa indústria (CROES, 2013). O Banco de Cabo Verde (2012) estima que o turismo teve uma participação de 24,3% no PIB e de 65,8% no setor de serviços em 2012, sendo o 10º país a escala mundial a nível de importância do turismo para sua economia. Contudo, especializar-se no turismo requer muito da iniciativa pública e privada, exigindo planejamento cuidadoso e preciso, pois isso poderá refletir na demanda turística do país, bem como no seu bem-estar econômico, social e ambiental.

Segundo o Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (2014), houve um aumento de 3,4% no número de hóspedes (cerca de 552 mil hóspedes) e de 3,1% nas diárias (3.436.111) no ano de 2013 face ao ano de 2012 (3.334.275), sendo que cerca de 95% das diárias tem origem internacional. Dada a importância do turismo internacional para o arquipélago de Cabo Verde, é relevante que o país continue a atrair turistas, auxiliando no desenvolvimento da economia nacional e local, através da geração de empregos, criação de riquezas, entrada de divisas, redistribuição de rendas, bem como na valorização da cultura e atrações naturais. Dessa forma, elaborou-se a seguinte questão de pesquisa: Qual o potencial do turismo internacional em Cabo Verde? Tal questionamento é crucial, dado que sua resposta ajudará no desenvolvimento de estratégias bem planejadas, a saber para quais infraestruturas turísticas direcionar os

investimentos, quais ilhas demandam mais atenção e quais as suas necessidades e a apoiar o bem-estar geral do país.

Dessarte, o objetivo geral da pesquisa é analisar o potencial do mercado turístico internacional de Cabo Verde. Como objetivos específicos delimitou-se: verificar a capacidade de atração da demanda turística internacional de Cabo Verde; investigar a competitividade turística das ilhas de Cabo Verde; e avaliar a quota de mercado turística das ilhas separadamente. Foram estabelecidos quatro hipóteses de pesquisa, a saber: 1) O aumento da oferta hoteleira influencia positivamente a demanda turística internacional de Cabo Verde; 2) A sazonalidade influencia positivamente a demanda turística internacional de Cabo Verde; 3) A taxa de câmbio influencia positivamente a demanda turística internacional de Cabo Verde; e 4) O fluxo turístico passado influencia positivamente a demanda turística internacional de Cabo Verde.

A pesquisa é de cunho descritivo, com enfoque predominantemente quantitativo. Foram utilizados dados secundários obtidos junto ao INECV (Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde) e o BCV (Banco de Cabo Verde). Optou-se por um modelo causal autorregressivo para determinar os fatores que influenciam a atração da demanda turística de Cabo Verde, sendo os dados analisados no *software* estatístico *Eviews7*[®]. Foram também calculados os índices de preferência e saturação turística das ilhas de Cabo Verde, bem como a quota de mercado de cada uma.

O trabalho contempla cinco seções, além desta introdução. A segunda seção contextualiza o objeto de estudo, apresentando a importância do turismo para os pequenos estados insulares e dados sobre o turismo em Cabo Verde, finalizando com uma breve discussão sobre a competitividade de destinos turísticos. A terceira seção mostra a necessidade e relevância de uma modelagem econométrica com a melhor precisão possível, bem como as variáveis da pesquisa e formulação das hipóteses a serem testadas. A quarta seção elucida sobre a metodologia utilizada no trabalho, de forma a alcançar cada um dos objetivos propostos e responder aos questionamentos da pesquisa. A quinta seção apresenta os resultados obtidos e também a discussão dos mesmos. A última seção traz as considerações finais, com as implicações e limitações da pesquisa, sugerindo caminhos para trabalhos futuros.

2 A REPÚBLICA DE CABO VERDE E O TURISMO

A pesquisa tem como objeto de estudo o arquipélago de Cabo Verde. Cabo Verde é um país insular Africano com 4033 km², localizado no Oceano Atlântico, a 455 km da costa ocidental Africana (Senegal). Descoberto e colonizado em 1460 pelos portugueses Diogo Gomes e Antônio da Noli, Cabo Verde se tornou “República de Cabo Verde” em 5 de Julho de 1975 quando foi proclamada a independência nacional, e posteriormente tornando-se uma república democrática semipresidencialista, com regime multipartidário e quatro órgãos de poder: o Presidente da República, a Assembleia Nacional, o Governo e os Tribunais (NAÇÕES UNIDAS CABO VERDE, 2010).

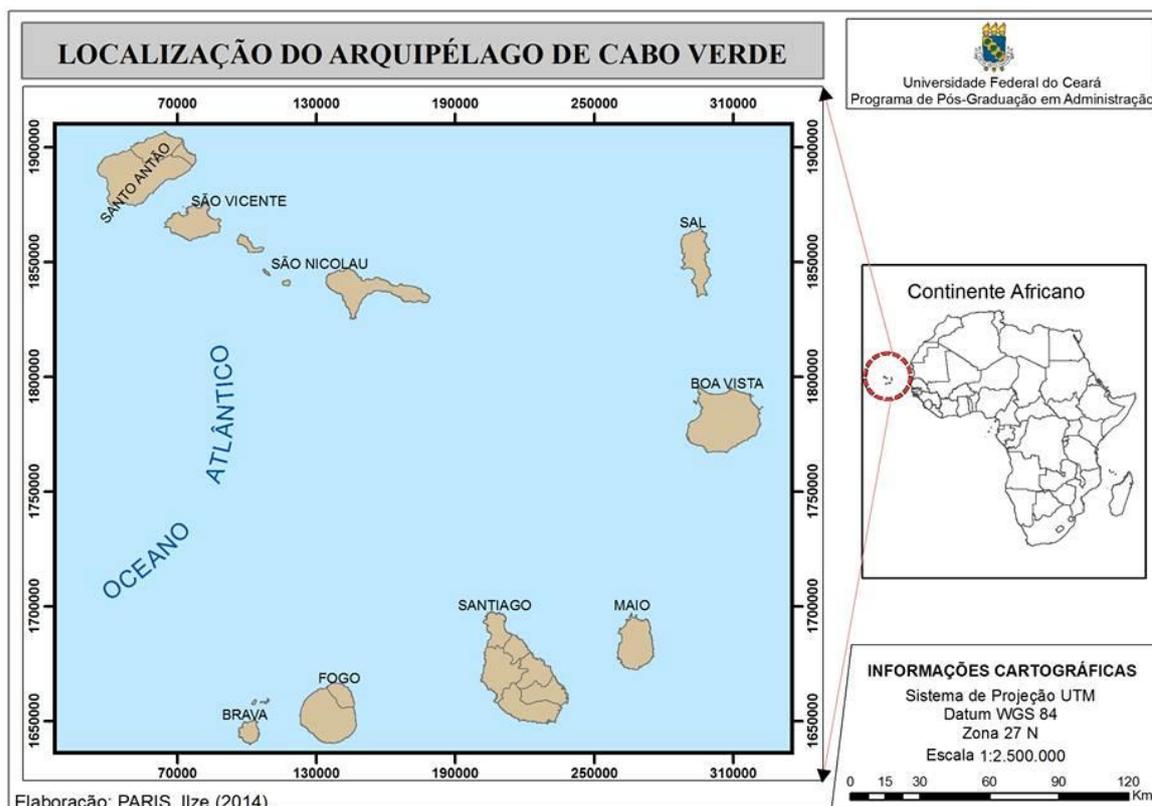
O país é composto por dez ilhas (ver figura 1) – Santo Antão, São Vicente, Santa Luzia (desabitada e reserva natural), São Nicolau, Sal, Boavista, Maio, Santiago, Fogo e Brava - e oito ilhéus, divididos em dois grupos conforme sua posição ao vento: Barlavento, da qual fazem parte as seis primeiras ilhas supracitadas, e Sotavento, constituída pelas quatro ilhas restantes. As ilhas de Cabo Verde são de origem vulcânica, sendo a maioria montanhosa. A língua oficial de Cabo Verde é o português e a língua nacional é o crioulo. A cidade capital do arquipélago é a Praia, localizada na ilha de Santiago e a moeda oficial é o Escudo Cabo-Verdiano (CABO VERDE, 2007).

Em virtude da posição geográfica, Cabo Verde faz parte dos países do Sahel, tendo assim um clima subtropical seco, árido ou semiárido. As estações do ano são duas: a época chuvosa, que compreende os meses de Agosto a Outubro, e a época seca, de Novembro a Julho. A temperatura é moderada pelos ventos alísios e pelo oceano, com média anual de 25°, possibilitando a prática do turismo durante todo o ano. A biodiversidade da flora e fauna marítima e terrestre também incentiva a prática do turismo, com aproximadamente uma centena de plantas endémicas, quatro dezenas de aves reprodutoras (dezenas são endémicas), mais de uma dezena de répteis endémicos, com paragens frequentes de baleias, golfinhos e tartarugas, que são grandes atrativos turísticos (CARVALHO, 2010).

Segundo os dados do Censo de 2010, realizado pelo Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde (INECV, 2010), o país tem população estimada em 491.875 habitantes residentes, sendo a população feminina quase igual a masculina (50,5% e 49,5% respectivamente). Trata-se de uma população jovem, com idade média igual a 26,8 anos e com esperança média de vida de 62 e 65 anos (homens e mulheres respectivamente). Da população total, 61,8% vivem nas cidades e 38,2% vivem nas áreas rurais, com um crescimento médio anual de 1,2%. A taxa de

alfabetização da população (15 anos ou mais) é de 82,8% e a taxa de desemprego é de 16,4%. Quanto a pobreza, os índices da incidência, gravidade e profundidade da pobreza são 26,6%, 3,4% e 8,1% respectivamente. O índice Gini é de 0,4719 e o índice de desenvolvimento humano é de 0,534 (INECV, 2012).

Figura 1: Mapa de Cabo Verde



A cultura cabo-verdiana é caracterizada pela mistura de elementos africanos e europeus, dando origem a uma nova cultura, cuja manifestação se faz presente nas festas cristãs (religião praticada pela maioria da população - catolicismo), no artesanato, na gastronomia, na dança, na música, com ritmos dolentes e sensuais (morna) e também alegres e ritmados (coladeiras, funana, batuque, mazurkas), na literatura e no teatro (CARVALHO, 2010). O povo cabo-verdiano é conhecido pela sua *morabeza* referindo-se a “palavra crioula que é a arte do bem receber do cabo-verdiano: atencioso, amável, acolhedor e festeiro” (CARVALHO, 2010, p. 47).

No âmbito econômico, Cabo Verde depende, principalmente, da agricultura e da riqueza marinha, sendo escassos os recursos naturais. No setor industrial destacam-se a fabricação de aguardente, vestuário, calçado, tintas, turismo, pesca e extração de sal (CABO VERDE, 2007). Dada sua posição estratégica entre os três continentes, Cabo Verde definiu o turismo e a prestação de serviços como a base de seu desenvolvimento (NAÇÕES UNIDAS CABO

VERDE, 2010). O país dispõe de quatro aeroportos internacionais nas ilhas de São Vicente, Sal, Boavista e Santiago e o Porto do Mindelo (São Vicente) que funciona como o terminal de cruzeiros em Cabo Verde. Segundo o Banco Espírito Santo (2013), a empresa responsável (ENAPOR) por construir e melhorar as infraestruturas necessárias do Porto do Mindelo estima que depois das obras, o número de turistas de cruzeiros em Cabo Verde poderá vir a duplicar até 2020. Cabo Verde depende fortemente das importações, das remessas dos emigrantes (cerca de 600.000 cabo-verdianos vivem no exterior) e da ajuda externa (NAÇÕES UNIDAS CABO VERDE, 2010).

O desenvolvimento de Cabo Verde trouxe melhorias significativas nas áreas da saúde, saneamento básico, abastecimento de água potável, implementação de energias renováveis e comunicações. Contudo a área de transportes marítimos ainda carece de melhorias, sendo que apenas as ilhas de Santiago e São Vicente possuem portos capazes de acolher o tráfego internacional (CARVALHO, 2010).

2.1 Turismo nos Pequenos Estados Insulares

O turismo é considerado estratégia e motor de desenvolvimento para pequenos países, principalmente para os insulares ou as ilhas (SHARPLEY; USSI, 2014). Não existe consenso sobre a definição de um pequeno estado, já que os autores utilizam diferentes critérios para definir o tamanho dos países, como a população, a área e a renda medida pelo PIB. Então um país pode ser considerado “pequeno” com base no tamanho da população, ser classificado como “grande” com base na área ou “médio” quanto ao seu PIB (CROWARDS, 2002).

O *World Bank* (2000), no *Report of the Commonwealth Secretariat-World Bank Joint Task Force on Small States*, define pequeno estado com base na população. Um país com uma população no limiar de 1,5 milhão é considerado como sendo um pequeno estado. Por essa definição, Cabo Verde é um pequeno estado, pois sua população é inferior a 1,5 milhão (434.263). Croes (2013) também classifica Cabo Verde como um pequeno estado baseado na sua população. Crowards (2002) argumenta que considerando apenas a população, Cabo Verde é um pequeno estado, mas se considerar também o PIB, Cabo Verde é um microestado.

No relatório da *World Bank* (2000), foram identificados 45 pequenos estados, dos quais 34 são ilhas. Shareef e Mcaleer (2005) explicam que as ilhas se diferem de outros países na medida em que são o lar de diferentes minorias étnicas, culturas, políticas, histórico de

experiências de intervenções externas, vulnerabilidade a desastres naturais, fragilidade ecológica e percepções da insularidade.

Muitas são as pesquisas que têm associado as fragilidades das ilhas ao seu pequeno tamanho e população reduzida (SHAREEF; MCALEER, 2005; SEETANAH, 2011). Para Croes (2013), a conotação negativa de tamanho pequeno tem como premissa a estrutura neoclássica, que tradicionalmente equiparou o tamanho pequeno com insuficiência em relação à população, ao trabalho, ao empreendedorismo, ao capital e aos recursos em geral. Scheyvens e Momsen (2008) destacam que além da área de terra dos estados insulares ser pequena e dispersa, e seus recursos serem escassos, sua base econômica é geralmente bastante limitada, contando com algumas exportações de produtos do setor primário e com o turismo. Sua vulnerabilidade econômica pode levar a deseconomias de escala. Trata-se de economias com forte dependência na importação de produtos básicos de uso diário, o que agrava mais ainda sua vulnerabilidade (SEETANAH, 2011).

Essas mesmas características que tornam os pequenos estados insulares frágeis, são aquelas que promovem o turismo, mas também garantem forte dependência nesse setor (SCHEYVENS; MOMSEN, 2008; SHAREEF; MCALEER, 2005; SHARPLEY; USSI, 2014). Para McElroy (2003), a história das pequenas ilhas tem sido marcada por dois fatores: a marcha pela descolonização, dado que após 1960 muitas ilhas tornaram-se politicamente independentes, e pela disseminação global de turismo internacional, que se tornou a maior indústria mundial e ajudou na reestruturação econômica de muitos países insulares.

Com tal característica, o turismo se torna o principal setor da economia desses pequenos estados (SCHUBERT; BRIDA, 2011; SHAREEF; MCALEER, 2005), requerendo um planejamento acurado que traga benefícios econômicos sustentáveis e que ajude a superar as limitações de um pequeno mercado (CROES, 2013). Especializar-se no turismo é uma estratégia de desenvolvimento dos pequenos estados insulares que promove o crescimento econômico. De acordo com Seetanah (2011), quanto menor for o país, menor o custo de oportunidade de especialização, levando a geração de empregos, geração de receita cambial, redução da pobreza e oportunidades de negócios (CROES, 2006; CROES, 2013). As despesas dos turistas, que são formas de exportação de serviços, contribuem para a balança de pagamentos através de ganhos e lucros gerados pelas receitas cambiais, que podem ser utilizados na importação de bens de capital para produção, levando ao crescimento econômico (SEETANAH, 2011).

Lejarraja e Walkenhorst (2007) constataram que, empreendedores de pequenos países em desenvolvimento consideram o turismo uma descoberta econômica atrativa, pois custa menos procurar novos produtos e as exportações através do mercado de turismo tem uma demanda multifacetada, pois é um mercado internacional dentro das suas fronteiras, que absorve ampla variedade de bens e serviços e contribuí para diversificar a economia. Portanto, a vantagem competitiva já não se encontra apenas nos recursos naturais, mas cada vez mais no nível de tecnologia, informação e inovação oferecido (PSILLAKIS; PANAGOPOULOS; KANELLOPOULOS, 2009).

Croes (2006) identifica três vantagens que o turismo oferece aos pequenos estados insulares. Primeiro, fornece o volume necessário para superar a demanda do mercado insuficiente, permitindo maior eficiência e proporcionando economias de escala por mais bens e serviços, o que diminui os custos unitários de produção. Segundo, aumenta a concorrência ao incentivar novos operadores no mercado, o que impacta positivamente no nível de preços dos bens e serviços. Por fim, o turismo, oferecendo escala e competição juntamente com uma maior escolha do consumidor e abertura comercial, pode elevar o padrão e qualidade de vida de um país pequeno (CROES, 2006).

Scheyvens e Momsen (2008) apontam mais alguns pontos fortes das ilhas em relação ao turismo. Argumentam que o fato de serem pequenos estados insulares lhes tornam destinos paradisíacos tropicais atrativos para os turistas, juntamente com suas particularidades culturais, sociais e naturais e pela importância que atribuem ao respeito pelo bem-estar cultural, espiritual, gestão ambiental e o bem-estar das gerações futuras. Sua dependência no turismo contribuí para que elas tenham um bom desempenho econômico, chegando, as vezes, a apresentar PIB per capita melhores que países considerados grandes economias (SCHEYVENS; MOMSEN, 2008).

Os mesmos autores continuam ainda destacando a força política das ilhas que muitas vezes lhes oferece poder de voto igual a países muito maiores nas Nações Unidas e a posições estratégicas em situações de conflito. Característico desses estados é sua forte ligação internacional tanto no comércio quanto no movimento de seus povos, cujos emigrantes muitas vezes fornecem grande apoio econômico ao povo de suas ilhas, através de remessas (SCHEYVENS; MOMSEN, 2008).

Seetanah (2011) apresenta também os impactos sociais do turismo nas economias insulares em termos de empregos diretos e indiretos e investimentos do governo e do setor privado em projetos de turismo que acabam por beneficiar a população local e a comunidade

em geral. O mesmo autor concluiu após os seus estudos que, o turismo desempenha um papel relativamente importante para explicar o crescimento das economias insulares e que é constantemente associado ao aumento do investimento privado, sugerindo que o aumento na demanda turística incentiva mais investimentos diretos estrangeiros na indústria do turismo. Finaliza explicando que as economias insulares podem melhorar o seu desempenho no crescimento econômico, não só através do investimento nas fontes tradicionais de crescimento, como o capital físico, humano e no comércio, mas também através da mobilização estratégica da indústria do turismo (SEETANAH, 2011).

2.2 Cabo Verde: um país e dez destinos turísticos

Como pequeno estado insular, Cabo Verde vê sua economia fortemente dependente do turismo. Croes (2013), em pesquisas, considerou Cabo Verde como um dos 35 países insulares altamente especializados em turismo.

Segundo o Banco Espírito Santo de Cabo Verde (2013), o turismo é o principal setor da economia de Cabo Verde, sendo o 10º país à escala global tratando-se da importância relativa do turismo para sua economia. O Banco Mundial (2013) destaca a grande participação do turismo na redução da pobreza em Cabo Verde, que entre 2002 e 2010, o índice nacional de pobreza passou de 37% para 27%, e a taxa de pobreza extrema de 21% para 12%. Cabo Verde faz parte do grupo de países avaliados pelo *Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI)*, índice este, que pondera fatores e políticas identificados como alavancas para melhorar a competitividade de viagens e turismo nos diferentes países, considerando três categorias: quadro regulamentar, ambiente de negócios e infraestruturas, e recursos humanos, culturais e naturais.

De acordo com o relatório anual do Banco Central de Cabo Verde, em 2010, o país ocupou a octogésima nona posição no ranking global do TTCI. Na primeira categoria Cabo Verde ocupou a 85ª posição, o que indica um esforço em priorizar o turismo como força motriz da economia; na segunda categoria ocupou o 73º lugar, próximo da média mundial (70ª posição), o que mostra que seu ambiente de negócios tem melhorado e aumentaram as infraestruturas que dão suporte à atividade turística no país; e na terceira categoria, Cabo Verde ficou entre os 25 piores do ranking, na 114ª posição, denotando limitações no capital humano, na oferta cultural e as fragilidades ambientais para o desenvolvimento do turismo (BANCO

CABO VERDE, 2010). Na África Subsaariana, Cabo Verde ocupou a quarta posição de um total de 30 países, perdendo apenas para as Ilhas Maurícias, África do Sul e Namíbia.

Em 2011, apesar da diminuição da procura turística a nível mundial (de 6,6% para 4,4%) e da estagnação no mercado africano, Cabo Verde registrou um aumento de 27,4% nas entradas de turistas, enquanto que os países do Magreb (nordeste da África) apontaram uma queda de 12%, que pode ser explicada pela crise política e social vivida nesses países em 2011 (BANCO DE CABO VERDE, 2011). Em 2012, de acordo com o TTCI, Cabo Verde ocupou o octogésimo sétimo lugar de um total de 140 países. Segundo o relatório do Banco Central de Cabo Verde de 2012, esse fraco desempenho competitivo aponta atrasos na implementação de medidas para potenciar o produto turístico, no que tange à preparação dos recursos humanos e à promoção da atratividade ambiental. Em 2013, Cabo Verde manteve sua posição em relação a 2012, segundo o índice TTCI (BANCO DE CABO VERDE, 2013).

Cabo Verde depende principalmente do turismo internacional, representando em 2012 mais de 95% das diárias (INECV, 2012), tendo um crescimento de quase 510% entre 2002 e 2012. Os produtos característicos do turismo em Cabo Verde são, em ordem de importância dos gastos realizados (%): alojamento (29,4), transporte internacional (21,8), alimentação e bebidas (20,3), outras despesas (17,6), atividades desportivas (14,1), *rent a car* (11,6), transporte aéreo interno (9,4), artesanato (9,1), produtos alimentares (6,9), agência de viagens (6,4), transporte público (5,8), comunicações (4,8), eventos culturais (4,3), combustível (4,0) e transporte marítimo interno (3,4) (INECV, 2011).

A tabela 1, mostra a evolução da importância do turismo na economia de Cabo Verde, com participação de 24,3% no PIB nacional e 65,8% no setor de serviços em 2012.

Tabela 1: Principais indicadores do turismo em Cabo Verde

Ano	Número de Hóspedes	Número de Diárias	Receitas do Turismo (milhões ECV)	Receitas do Turismo (% do PIB)	Particip. nos Serviços	Investimentos em hotéis e outros
2002	125.852	623.723	6.985,5	9,4	37,6	63,3
2003	150.048	819.726	8.152,0	10,1	41,6	82,1
2004	157.052	786.769	9.478,3	11,17	44,13	56,3
2005	197.844	850.297	10.770,9	11,8	42,6	92,8
2006	241.742	1.261.497	17.495,4	16,8	53,6	95
2007	267.188	1.307.558	23.495,5	20,4	59,7	97,2
2008	285.141	1.711.875	25.334,4	19,4	56,7	
2009	287.183	1.897.552	20.912,5	18,1	55,2	
2010	336.086	2.217.563	22.026,2	15,9	52,9	
2011	428.273	2.703.909	27.850,8	18,8	60,9	
2012	482.267	3.184.524	33.752,9	24,3	65,8	

Fonte: dados da pesquisa.

O número de hóspedes aumentou em 383% em 2012 face a 2002 e as receitas em 485%. Os investimentos em hotéis e outras infraestruturas turísticas é muito alto, chegando a 97% em 2007, conforme tabela 1.

A capacidade de alojamento do país é apresentada pela tabela 2 em termos do número de estabelecimentos hoteleiros ou oferta hoteleira, da taxa de ocupação-cama, da estadia média dos turistas em Cabo Verde e do pessoal ao serviço. Constata-se que o número de estabelecimentos e o número de camas aumentaram em 222% e 290%, respectivamente. A taxa média de ocupação-cama gira em torno dos 46%, com destaque para os anos de 2008 e 2010 a 2012. O tempo médio de permanência dos turistas em cabo Verde é de aproximadamente 5 dias, sendo que entre 2009 e 2011 esse valor é quase 6. Quanto ao pessoal empregado nesses estabelecimentos, percebe-se o crescimento ao longo de todos os anos, com exceção de 2010, onde se registrou um pequeno decréscimo.

Tabela 2: Capacidade de alojamento

Ano	Estabelecimentos hoteleiros	Número de camas	Taxa-ocupação cama	Estadia média	Pessoal ao serviço
2002	93	5 159	41,2	4,2	2 043
2003	105	5 715	44,2	4,7	2 281
2004	108	5 804	40,9	4,6	2 165
2005	132	8 278	39,9	3,9	3 199
2006	142	8 828	44,3	4,6	3 290
2007	150	9767	40,3	4,3	3 450
2008	158	11420	48,3	5,2	4081
2009	173	11720	45	5,9	4120
2010	178	11397	49,9	5,8	4058
2011	195	14076	58	5,8	5178
2012	207	14999	57	5	5385

Fonte: dados da pesquisa.

A tabela 3, indica quem são os mercados emissores de turistas de Cabo Verde. Percebe-se que entre 2002 e 2006, o principal mercado emissor de turistas de Cabo Verde foi a Itália, seguida de Portugal e Alemanha. Em 2007, a Itália continua sendo o principal mercado emissor, mas o Reino Unido passa a ser o segundo principal emissor, seguido de Portugal e Alemanha. Em 2008, o Reino Unido assume a liderança na emissão de turistas para Cabo Verde, seguido da Itália, Portugal e Alemanha.

Tabela 3: Principais mercados emissores de turistas (continua)

Mercado emissor	2002	2003	2004	2005	2006	2007
África do Sul	51991	31922	11110	10794	6196	619
Alemanha	75303	111107	70333	104397	169457	154239
Áustria	3176	3360	2177	3507	5288	3236
Bélgica + Holanda	10424	54231	20251	25526	54785	34942

Espanha	16234	36110	31707	29141	33782	26669
EUA	5313	5015	4693	7087	16474	15805
França	38131	40345	32494	47188	100456	77701
Reino Unido	3183	3565	3296	8039	21460	284691
Itália	245964	375566	387797	326554	469108	305609
Portugal	142279	122800	184571	235788	284194	232035
Suiça	6693	5672	4595	7621	11629	15169
Outros Países	25042	30033	33747	44655	88668	156843
Nacionais	69925	83147	78354	85208	106521	125188

Fonte: dados da pesquisa.

Entre 2009 e 2012, o Reino Unido mantém sua posição, sendo seguido pela Alemanha, com Portugal e Itália oscilando entre a terceira e a quarta posição como mercados emissores de turistas em Cabo Verde, seguidos pela França, que em 2012 é o quarto principal mercado emissor de turistas em Cabo Verde.

Tabela 4: Principais mercados emissores de turistas (continuação)

Mercado emissor	2008	2009	2010	2011	2012
África do Sul	543	606	663	14540	851
Alemanha	236739	307861	370359	426532	495341
Áustria	4841	5541	5397	13208	9282
Bélgica +Holanda	51305	161667	159061	171851	245814
Espanha	39733	22488	32450	61217	62873
EUA	12521	10632	10162	12988	12286
França	68612	102015	241527	293334	300622
Reino Unido	423350	517655	610465	766740	1057852
Itália	339693	290662	278261	397473	215113
Portugal	271595	242905	299228	335688	318099
Suiça	13107	12248	9604	41936	18060
Outros Países	249836	223293	200386	168402	448331
Nacionais	115321	124179	124719	123653	149751

Fonte: dados da pesquisa.

Em 2009 foi feita a primeira pesquisa de gastos e satisfação dos turistas pelo INECV. Constatou-se que a maioria dos turistas têm idade entre 25 e 54 anos (74%), trabalham (76%) e o motivo principal da viagem foi o lazer/recreação/férias (93%), seguido de trabalho/negócios (5%). As ilhas mais visitadas em 2009 foram Sal (35%), Santiago (27%), São Vicente (14%) e Santo Antão (10%). Do total de despesas realizadas, apenas 23% foi gasto em Cabo Verde. A avaliação feita pelos turistas da estadia em Cabo Verde em relação a expectativa, mostrou que 70% classificaram a estadia com boa e excelente, 25% como razoável e 6% como péssima.

Em 2011 o INECV realizou uma nova pesquisa de gastos e satisfação do turista que visita Cabo Verde. Segundo as informações coletadas, do total de gastos do turismo receptor, 57% é realizado em Cabo Verde, registrando um aumento de quase 248% em relação a 2009.

O motivo principal de viagem de 81,7% dos turistas foi férias/recreação/lazer, seguido de negócios/motivos profissionais (12,4%), outros motivos (3,4%) e visitar familiares (2,5%).

Tabela 5: Avaliação qualitativa do turismo 2011

Ítem	Muito má	Má	Razoável	Bom	Muito bom	Total
Estadia em Cabo Verde	0,2	1,3	15,5	48,9	34,1	100
Transportes aéreos	38,5	4,2	14,4	26,6	16,3	100
Transportes públicos	50,4	3,9	14,8	20,1	10,9	100

Fonte: adaptado do Inquérito de Gastos e Satisfação dos Turistas (2009).

A tabela 5 mostra a avaliação feita pelos turistas. Quanto à estadia em Cabo Verde, mais de 80% dos turistas consideram que os serviços turísticos prestados são bons ou muito bons. Em relação transportes aéreos, 38,5% os classificaram como muito maus e 26,6% como bons. Mais de 50% dos turistas consideraram os transportes públicos como muito maus e maus. Apesar disso, quando questionados sobre a intenção de regresso para Cabo Verde, 92,7% declararam que pretendem voltar ao destino.

No intuito de promover o país, em 2010 foi criada a marca turística de Cabo Verde, posicionando-o como um lugar com pessoas hospitaleiras, simples e alegres, de diversidade cultural e paisagística, de tranquilidade e relaxamento, de autenticidade, de sol, de magia e de fácil acesso (OBSERVATÓRIO TURISMO CABO VERDE, 2010). As ilhas de Cabo Verde foram divididas em três grupos: ilhas dos sentidos que são caracterizadas pela sua natureza insólita (Santo Antão, Santa Luzia, São Nicolau, Fogo e Brava); ilhas do sol destacando o sol e as praias (Sal, Boavista e Maio); e ilhas da essência definidos pelos negócios, lazer e cultura (São Vicente e Santiago). O *slogan* para promoção de Cabo Verde como destino turístico é: *One Country, Ten Destinations...ten key ingredients for a dream holiday* (Um País, Dez Destinos...dez ingredientes chave para umas férias de sonho) (OBSERVATÓRIO TURISMO CABO VERDE, 2010).

Algumas pesquisas foram realizadas sobre o turismo em Cabo Verde. Em seus estudos sobre o papel do turismo no desenvolvimento e combate à pobreza em Cabo Verde, Cabral (2005) afirma que o país não tem conseguido articular bem o setor turístico, que é um dos setores que mais cresce e atrai maior investimento direto estrangeiro, com as estratégias de combate à pobreza adotadas. Apesar disso, foram encontrados alguns indícios de que o turismo contribui para a redução da pobreza ao auxiliar no crescimento econômico do país, mas ressalta a importância de maiores investimentos nacionais.

Maia e Borges (2006) demonstraram em pesquisas, a importância de aeroportos no desenvolvimento do turismo, tendo como objeto de estudo o aeroporto internacional da Praia, localizado na ilha de Santiago (Cabo Verde). Constataram que Cabo Verde tem grande

potencial de desenvolvimento do turismo, e conseqüentemente da sua economia. A construção desse novo aeroporto, além de ser uma mais-valia para a população da ilha de Santiago em termos de minimização de custos e ganho de tempo, serve como uma forma de fomentar o turismo nessa ilha, que apesar de ser o centro dos negócios e onde fica a capital do país, ainda é pouco desenvolvido. As autoras sugerem ainda que Cabo Verde deve explorar melhor sua localização geográfica como ponte física e cultural entre a África e a Europa, desenvolvendo roteiros mais atraentes para os turistas, aproveitando por ser um destino próximo e fazendo dessas particularidades vantagens competitivas. Novamente, como ponto negativo, sugere-se a necessidade de aumentar investimentos por parte de empresários nacionais.

Carvalho (2010), procurou em seu trabalho, demonstrar a imagem de Cabo Verde como destino turístico no mercado do destino português e apontou alguns pontos positivos como o clima, as praias, a hospitalidade e simpatia do povo cabo-verdiano, alguns eventos e divertimentos realizados no país, mas também alguns pontos a serem melhorados, a saber, as infraestruturas e serviços turísticos, bem como promoção das outras ilhas que são pouco exploradas.

Brito (2010) em pesquisa, identificou alguns impactos culturais e ambientais negativos do turismo em Cabo Verde. Na parte cultural destacam-se a perda das tradições, a falta de dinamização de atividades culturais e artísticas, a degradação do património construído, a falta de identidade da cultura local e a falta de diálogo intercultural. Como impactos ambientais negativos ressaltam-se fornecimento de água potável, o acesso à energia, falta de programas de educação ambiental que contribuam para o estabelecimento de uma melhor relação entre as comunidades e o ambiente e a acumulação de lixos nas vias públicas e espaços comuns.

Soares (2011) realizou uma avaliação ambiental em Cabo Verde aplicada a atividade turística e verificou que, por ser um país insular com vulnerabilidades econômicas e escassez de recursos naturais, Cabo Verde deve adotar políticas e instrumentos de proteção ambiental bem articulados, diversificar a atividade turística, oferecendo outros tipos de turismo, como o ecoturismo, o turismo de montanha e assim diminuir a pressão sobre as zonas costeiras e conseqüentemente a fragilidade do país. O próprio turista deve ser informado e sensibilizado sobre as fragilidades locais e o impacto ambiental das suas atividades, e também devem ser estabelecidos limites do número de visitantes e educar a própria população local no desenvolvimento de tipos de turismo que não prejudiquem o meio ambiente (SOARES, 2011).

Para melhor entender a participação de cada uma das ilhas no turismo de Cabo Verde, a seguir apresentam-se alguns dos seus aspectos gerais. Optou-se por dividi-las em cinco, sendo

as quatro primeiras São Vicente, Sal, Boavista e Santiago, e as outras foram agregadas em um grupo com o nome Restantes Ilhas.

2.2.1 São Vicente: a ilha do Porto Grande

Descoberta em 22 de Janeiro de 1462, São Vicente é uma ilha semi-plana, seca, com área de 228 km² e população de 76140 (CENSO, 2010), que ficou desabitada até meados do século XIX. Em 1838, após um pacto entre os ingleses e o portugueses, foi instalado em São Vicente um depósito de carvão para o reabastecimento de navios, em virtude do seu excelente porto marítimo e o maior do país – Porto Grande – que transformou Mindelo, a cidade capital de São Vicente, no centro das principais rotas de navegação entre Cabo Verde e o mundo, conferindo a cidade um certo cosmopolitanismo, grande diversidade cultural, qualidades únicas e uma arquitetura colonial com fortes traços europeus (CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL, CABO VERDE, 2014). São Vicente ficou conhecida como a “ilha do Porto Grande”, devido a baía que leva o mesmo nome, considerada uma das dez baías mais belas do mundo (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010).

Os atrativos turísticos da ilha combinam a cultura, a praia e a animação, tendo assim uma oferta turística bem diversificada, segundo a Direção Geral do Turismo (2010), a saber: o turismo de praia conta com a Laginha, praia no centro da cidade, a Baía das Gatas, a praia do Calhau e a praia de São Pedro; o turismo cultural engloba o famoso Carnaval de São Vicente, o Festival de Música de Baía das Gatas (anual), o *Réveillon*, os festivais de teatro Mindelact e o Mês do Teatro (Setembro); o turismo de mergulho/subaquático e desportos náuticos e o turismo de natureza, não deixando de destacar o Parque Natural de Monte Verde (800ha) com vistas panorâmicas de quase toda a ilha.

A tabela 6 apresenta alguns indicadores do turismo na ilha de São Vicente. A ilha recebe mais turistas internacionais do que nacionais, com um aumento de 171% das diárias externas em 2012 em relação a 2002 e de 218% no número de hóspedes. Sua participação no turismo internacional de Cabo Verde em 2012 foi de 2%. Verifica-se ainda que o número de estabelecimentos hoteleiros cresce até 2007 (200%), e depois se constata uma queda a partir de 2009, refletindo também na diminuição em 92% no número de pessoas que os estabelecimentos hoteleiros da ilha empregam.

Tabela 6: Indicadores do turismo em São Vicente

	Entradas externas	Entradas internas	Diárias externas	Diárias internas	Oferta hoteleira	Nº de camas	Ocupação-cama	Pessoal ao serviço
2002	11737	4286	37915	11302	12	498	28,1	227
2003	13405	4971	44143	13391	14	531	26,7	238
2004	13098	4303	42131	10376	16	707	21,9	272
2005	14398	5267	46157	12883	21	655	21,1	326
2006	16322	5252	56495	19343	20	711	28,0	322
2007	18266	6052	54705	14872	24	809	23	366
2008	18033	7348	50261	15768	24	789	20	373
2009	14671	8654	38567	19688	28	865	17	400
2010	16078	9155	41385	18700	27	861	18	324
2011	18132	8897	49753	16897	32	967	19	365
2012	25645	9079	64974	21406	33	998		369

Fonte: dados da pesquisa.

A taxa de ocupação-cama diminuiu entre 2002 e 2005, e voltou a se recuperar em 2006, a partir do qual começou a diminuir de novo. Isso mostra que a ilha tem capacidade para receber mais turistas e assim precisa investir mais na sua oferta turística.

2.2.2 Sal: primeiro destino turístico do País

É a ilha mais plana do país, com uma área de 216 km² e população de 25779. A atividade econômica na ilha do Sal começou a ganhar expressão em meados do século XVI com a exploração das suas salinas excelentes em quantidade e qualidade, que viria a declinar em 1985 (CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL, CABO VERDE, 2014). Em 1949, através de uma parceria entre italianos e portugueses, foi construído o Aeroporto Internacional Amílcar Cabral, o primeiro do país e sendo assim o primeiro destino turístico de Cabo Verde, atraindo os olhares de muitos visitantes e investimentos estrangeiros, e conseqüente crescimento desenfreado de turistas e infraestruturas, o que acarretou problemas sociais e ambientais (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010).

Caracterizada por ser sempre ensolarado, com um clima temperado (considerado um dos melhores do mundo), com belas e extensas praias de areias douradas e finas e água cristalina, a ilha do Sal oferece atrativos turísticos como turismo balnear e desportos náuticos, com destaque para o *surf* e o *windsurf*, o mergulho, a pesca submarina e banhos rejuvenescentes nas salinas na Pedra do Lume e na Buracona. Todavia, devido ao frágil ecossistema da ilha, várias áreas foram declaradas áreas protegidas, que segundo a Direção Geral do Turismo (2010), podem aumentar a oferta turística da ilha com boa gestão.

A tabela 7 mostra a ilha do Sal como a grande receptora de turistas internacionais, com uma evolução de 303% nas diárias entre 2002 e 2012 e de 214% nas entradas externas. Sua participação no turismo ao nível do país em 2012 foi de 43%, fato esse que pode ser explicado por ser a primeira ilha a ter um aeroporto internacional e a receber maiores investimentos no setor turístico.

Tabela 7: Indicadores do turismo no Sal

	Entradas externas	Entradas internas	Diárias externas	Diárias internas	Oferta hoteleira	Nº de camas	Ocupação-cama	Pessoal ao serviço
2002	81949	11834	451045	27340	19	3 066	49,6	1 073
2003	103788	12531	649789	35722	23	3 405	55,6	1 258
2004	116758	12850	649119	36079	24	3 409	46	1 251
2005	147790	14835	685414	24568	32	4 600	50,6	1 721
2006	154616	12606	915218	30203	34	5 219	55,1	1 774
2007	176474	15564	1053879	47763	34	5 862	49	2038
2008	174958	15179	1308341	38735	34	5 838	59	1978
2009	137282	10698	1043650	29650	35	5 872	47	1922
2010	143807	10308	1069268	34736	27	5 205	50	1654
2011	143409	10555	1180452	33614	27	6 295	61	2027
2012	175920	12255	1368006	38537	30	6 917	57	2104

Fonte: dados da pesquisa.

O número de estabelecimentos hoteleiros cresceu 184% até 2009, a partir do qual começou a diminuir. É a ilha que mais emprega pessoas nos seus estabelecimentos hoteleiros e com taxa de ocupação cama quase sempre igual ou superior à 50%. A diminuição da demanda turística nessa ilha, apesar de continuar sendo umas das mais procuradas do país, deve-se ao aumento expressivo na demanda turística por Boavista.

Sendo uma das mais expressivas no turismo, a ilha do Sal foi alvo de algumas pesquisas. Em seus estudos sobre os impactos socioeconômicos do turismo na ilha do Sal, Barros (2007) verificou que cada vez mais o turismo vem se afirmando como o grande impulsionador econômico da ilha, trazendo benefícios não só para si, mas também para o país como um todo. Porém, deve-se atentar aos problemas sociais por ele trazidos (migrações, tráfico de droga, prostituição e criminalidade) e a necessidade de promover um crescimento turístico ordenado e controlado, preservando o ambiente natural e cultural.

Por seu turno, Santos (2011) concentrou sua pesquisa na percepção dos impactos do turismo pela comunidade local da ilha do Sal em Cabo Verde. O autor constatou impactos positivos e negativos do turismo dentro das categorias social, ambiental e econômica. Os impactos sociais negativos por ele destacados foram o aumento de problemas sociais (crimes, drogas, prostituição) e como impacto positivo tem-se a melhoria da posição socioeconômica das mulheres na família. Como impactos econômicos positivos, Santos (2011) evidencia o

aumento na oferta de empregos e o desenvolvimento da ilha, e como impacto negativo aponta a subida de preços em geral. O impacto ambiental considerado negativo pelas pessoas foi o agravamento da poluição sonora (SANTOS, 2011).

2.2.3 Boavista: balneário de maior potencial do país

É a terceira maior ilha do arquipélago com uma superfície plana de 620 km² e população de 9162 habitantes. Sendo a ilha mais próxima do continente africano, seu clima é influenciado pelos ventos secos e quentes do Saara, suas praias de águas cálidas e cristalinas azul-turquesa e areia branca se estendem por 50 km em torno da ilha (CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL, CABO VERDE, 2014). A Direção Geral do Turismo (2010) considera que a ilha possui maior potencial para o turismo balnear, com seu fundo marinho rico e diversificado, bancos de corais e restos de navios naufragados, alavancando assim o turismo de mergulho e pesca desportiva, além do ecoturismo com seus ilhéus e zonas de grande variedade e valor paisagístico, faunístico e botânico. Boavista dispõe de 14 áreas protegidas.

Tabela 8: Indicadores do turismo da Boavista

	Entradas externas	Entradas internas	Diárias externas	Diárias internas	Oferta hoteleira	Nº de camas	Ocupação -cama	Pessoal ao serviço
2002	8196	827	54700	3841	7	315	40,8	187
2003	6855	1063	43864	4331	7	366	47,1	163
2004	3037	812	17901	4228	6	194	39,3	49
2005	3372	1210	17838	6468	13	1 447	28,4	505
2006	19126	1842	162423	9443	14	1 168	36,2	459
2007	13397	2136	78702	12094	14	1 157	30	228
2008	30970	2165	229194	9526	19	2 692	45	895
2009	79673	2792	688463	16725	19	2 695	69	910
2010	121502	4073	982069	18202	19	3 071	79	1152
2011	157522	5367	1313445	20663	21	4 378	83	1776
2012	198645	4684	1563305	16107	22	4 377	82	1802

Fonte: dados da pesquisa.

Segundo a tabela 8, Boavista sempre foi mais expressiva no turismo internacional do que nacional. As diárias internacionais decresceram 32% entre 2002 e 2005 e depois cresceram em quase 297% em 2006. A partir de 2008, Boavista conhece um aumento expressivo na demanda turística internacional, chegando a 2400%. Isso se deve a construção do aeroporto internacional na ilha em 2007 e a construção de cinco estabelecimentos hoteleiros em 2008. Isso culminou no aumento da taxa de ocupação-cama, sendo de 83% em 2011 e também no número de pessoas empregadas que aumentou quase 950%. Boavista se tornou assim um forte

competidor da ilha do Sal que até então era a mais procurada do arquipélago de Cabo Verde e teve participação de 49% no turismo internacional do país em 2012.

Com o aumento do turismo nesta ilha, aumentaram também as preocupações em relação ao ambiente. Ao pesquisar sobre áreas protegidas e/ou zonas de desenvolvimento turístico na ilha de Boavista em Cabo Verde, Lima (2008) concluiu que devido ao número reduzido de habitantes da referida ilha, suas espécies e ecossistemas apresentam maior vulnerabilidade, situação essa que vem sendo agravada pelo desenvolvimento do turismo, comprometendo o ambiente natural e sociocultural, que por sua vez poderão comprometer a própria viabilidade do turismo. Considerando que a ilha da Boavista é hoje um dos destinos mais procurados de Cabo Verde, a autora recomenda uma melhor integração entre o turismo e a conservação da natureza, de forma a tornarem-se complementares. Lima (2008) recomenda o desenvolvimento de outros tipos de turismo em Cabo Verde, e não apenas o de sol e praia, levando em conta que o potencial turístico de Cabo Verde depende da conservação de seus atrativos naturais e culturais.

2.2.4 Santiago: terra do batuque e da tabanka

Santiago é a maior ilha de Cabo Verde e a primeira a ser povoada, com superfície de 991 km² e 274044 habitantes (mais de metade da população do país). É também onde fica a capital do país, a cidade da Praia. A ilha de Santiago foi um dos primeiros entrepostos no comércio de escravos entre a África e as Américas e onde foi fundada a primeira cidade colonial europeia, a Cidade de Ribeira Grande e hoje Cidade Velha (CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL, CABO VERDE, 2014). A Cidade Velha possui monumentos e símbolos históricos, como a Fortaleza de São Filipe, as ruínas da Sé Catedral, o Pelourinho, o antigo Convento de São Francisco, a Igreja de N^a Sra. do Rosário (a mais antiga igreja colonial do mundo construída em 1465) e assim foi reconhecida como Patrimônio da Humanidade pela UNESCO em 2009 (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010).

A ilha possui recifes negros, com pequenas praias de areias, fundos marinhos ricos, vegetação exuberante e clima ameno e húmido (CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL, CABO VERDE, 2014). Além do turismo cultural (destaque para manifestações tradicionais como *batuque* e *tabanka*), a ilha oferece potencial para o turismo balnear (enseada do Tarrafal), turismo de mergulho (riqueza da flora e fauna marinha e vestígios de naufrágios), turismo MICE (*Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions*) e o turismo

de natureza (Parques Naturais de Serra de Malagueta e Pico de Antônia) (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010).

Tabela 9: Indicadores do turismo em Santiago

	Entradas externas	Entradas internas	Diárias externas	Diárias internas	Oferta hoteleira	Nº de camas	Ocupação -cama	Pessoal ao serviço
2002	18401	6113	65400	18795	23	721	41,6	395
2003	21363	7058	69135	22902	25	782	32,9	421
2004	18409	6347	61937	18893	26	847	29,8	419
2005	23328	10173	77880	29489	27	873	32,6	436
2006	40856	14792	101755	37746	31	973	37,8	507
2007	45566	15220	95273	37825	33	1 028	30	549
2008	50297	16810	101645	35418	36	1 187	31	559
2009	42592	11081	90325	29888	38	1 261	26	591
2010	40073	12037	88802	26002	42	1 262	23	639
2011	44089	11648	106063	24569	43	1 346	25	643
2012	55067	14047	108152	37712	46	1 515		705

Fonte: dados da pesquisa.

Santiago teve participação de 3,4% no turismo internacional de Cabo Verde em 2012, conhecendo um aumento nas diárias de aproximadamente 162% em 2011, apesar da queda entre 2009 e 2010, conforme tabela 9. O número de hóspedes internacionais cresceu em 299% e os estabelecimentos hoteleiros da ilha aumentaram em 200% de 2002 a 2012, apesar da queda na taxa de ocupação-cama. O aumento no número de pessoas ao serviço dos estabelecimentos hoteleiros foi de 178% entre 2002 e 2012. É a terceira ilha mais importante de Cabo Verde em termos da sua participação no turismo.

2.2.5 Mais Ilhas para o Turismo

As restantes ilhas, que são as menos expressivas no turismo em Cabo Verde, incluem: Santo Antão, São Nicolau, Maio, Fogo e Brava.

A ilha de Santo Antão é a segunda maior do arquipélago, com superfície de 779 km² e população de 43915 habitantes. É a ilha mais montanhosa de Cabo Verde, com ribeiras profundas, picos e cumes, contrastando paisagens verdes e secas e com clima que oscila entre temperaturas amenas e áridas (CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL, CABO VERDE, 2014). As belas paisagens dos vales e das montanhas e parques naturais (a ilha possui 5 áreas protegidas) promovem uma oferta turística diversificada, como o ecoturismo, turismo de montanhas, *hicking*, *trekking*, *canyoning*, turismo de desportos subaquáticos e investigação marinha e o turismo gastronômico (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010).

A ilha de Santo Antão atraiu 1,4% das diárias dos turistas estrangeiros que visitaram Cabo Verde em 2011. De 2002 a 2009, houve um aumento de cerca de 400% nas diárias internacionais, com um ligeiro decréscimo em 2010 e posterior aumento de 177% em 2011. Os estabelecimentos hoteleiros aumentaram em quase 291% em 2012 em relação a 2012.

A ilha de São Nicolau ocupa posição central em relação as outras ilhas, sendo sua orografia montanhosa e com vales profundos, com uma superfície de 388 km² e 12817 habitantes. É considerada como o “berço da intelectualidade cabo-verdiana”, dado que ali foi construído o primeiro seminário-liceu de Cabo Verde em 1866 (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010). O Parque Natural do Monte Gordo (3500ha) que acolhe espécies botânicas endémicas e raras, a Reserva Natural de Alto do Monte das Cabaças, o Forte e o Porto de Preguiça (onde Pedro Álvares Cabral passou na viagem que resultaria na descoberta do Brasil) o Porto de Lapa, as ruínas da Diocese e o Orfanato de Caleijão, o Monte Cintinha e a Rocha *Scribida*, a praia de Baixo de Rocha, compõem a oferta turística diversificada oferecida pela ilha de São Nicolau, resultando na prática do turismo de mergulho, o turismo histórico-cultural, o ecoturismo/turismo de natureza e o turismo de saúde (CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL, CABO VERDE, 2014).

A supracitada ilha oscila entre o turismo doméstico e o turismo internacional, sendo sua participação no turismo internacional de Cabo Verde de apenas 0,08% em 2011. As diárias externas cresceram em 167% até 2007, a partir do qual começam a diminuir. A oferta hoteleira permanece mais ou menos constante ao longo do período de análise, tendo um ligeiro acréscimo em 2011.

A ilha do Maio com superfície de 269 km² e população de 6952 habitantes, é conhecida pela sua tranquilidade, por sua orografia plana, extensas praias desertas de areia branca e águas translúcidas e uma extensa salina natural (CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL, CABO VERDE, 2014). Entre os segmentos do turismo que a ilha pode ofertar estão o turismo balnear e de desportos náuticos, a pesca desportiva, o mergulho e o turismo de natureza (com seis áreas protegidas) e o turismo de saúde (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010).

Pouco expressiva no turismo internacional, em 2011, a ilha do Maio teve participação de 0,05% nas diárias externas dos turistas no país. Apesar de em 2011 se terem construídos dois dos maiores hotéis de Cabo Verde na ilha do Maio, as diárias externas não aumentaram. Por outro lado, as diárias internas tiveram um aumento de quase 184%. A taxa de ocupação-cama

vem aumentando, conhecendo seu pico em 2010, com um aumento de aproximadamente 468%. O número de pessoas empregadas pelos estabelecimentos hoteleiros diminuiu 56% em 2010.

Descoberta em 1 de Maio de 1460, a ilha do Fogo, é conhecida pelo grande e único vulcão ainda ativo em Cabo Verde e ponto mais alto de todo o país (última erupção foi em 1995), com uma população de 37071 habitantes e superfície de 476 km² (CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL, CABO VERDE, 2014). Com orografia cônica, suas praias de areias negras, biodiversidade marinha, o imponente vulcão e a Cratera de Chã das Caldeiras, Fogo oferece potencial de desenvolvimento do ecoturismo, do turismo de natureza e do turismo gastronómico (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010).

A ilha do Fogo teve uma pequena participação de 0,47% nas diárias externas dos turistas em Cabo Verde em 2011. As diárias externas aumentaram em 251% em 2011 em relação a 2002, sendo que a partir de 2009, as diárias internas vêm aumentando sua expressão no total das diárias a ilha do Fogo. Os estabelecimentos hoteleiros tiveram um aumento de 233% ao longo do período em análise, apesar desse aumento não ser acompanhado pela taxa de ocupação-cama.

Por fim, Brava, a ilha das flores, foi descoberta em 1462 e é a menor das ilhas habitadas do país (superfície de 67 km²), sendo quase toda ela uma montanha, com uma população de 5995 habitantes e clima bastante húmido e fresco (CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL, CABO VERDE, 2014). Sua beleza paisagística, sua costa recortada com pequenas baías, a arquitetura elegante das suas construções e sua cultura e tradição musical, oferecem potenciais para o desenvolvimento do turismo de natureza, o turismo histórico-cultural e o turismo de mergulho (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010).

A ilha se caracteriza mais pelas diárias internas, tendo assim pouca participação no turismo internacional em Cabo Verde (0,01% em 2011). A oferta hoteleira se mantém mais ou menos constante ao longo dos anos analisados, tendo um ligeiro aumento a partir de 2011. A taxa de ocupação-cama é baixa, atingindo seu ápice em 2010.

A tabela 10 apresenta os dados agregados das Restantes Ilhas. Em 2012, essas cinco ilhas juntas, tiveram participação de 2,5% no turismo internacional de Cabo Verde. Verifica-se um aumento de 546% nas diárias externas e de 416% nas diárias internas. As entradas externas registraram um crescimento de aproximadamente 485%. A oferta hoteleira cresceu em quase 238% e o pessoal empregado por estes estabelecimentos hoteleiros mais do que duplicou.

Tabela 10: Indicadores do turismo das Restantes Ilhas

	Entradas externas	Entradas internas	Diárias externas	Diárias internas	Oferta hoteleira	Nº de camas	Ocupação -cama	Pessoal ao serviço
2002	5569	3120	14673	8647	32	559	14,2	161
2003	4637	2705	12795	6801	36	631	13,8	201
2004	5750	3374	15683	8778	36	647	10,04	174
2005	8956	4219	23008	11800	39	703	11,8	211
2006	10822	4348	25606	9786	43	757	11,2	228
2007	13485	6720	24999	12634	45	911	13	269
2008	185526	21666	22434	16080	45	914	13,4	276
2009	12965	9680	36568	28228	53	1 027	14,6	297
2010	14626	10172	36039	27079	63	998	22	289
2011	19521	10554	54196	27910	72	1 090	18	367
2012	26990	11545	80087	35989	76	1 192	-	405

Fonte: dados da pesquisa.

Devido as pressões ambientais e culturais causadas pelo turismo, alternativas têm sido adotadas em algumas comunidades locais das ilhas de Cabo Verde. Brito (2010) identificou em Cabo Verde três projetos de turismo comunitário nas ilhas de Santo Antão, Maio e Fogo, que têm por finalidade principal favorecer a comunidade receptora no turismo, preservando o ambiente e a cultura local.

A ilha de Santo Antão, propícia para um turismo de contato com a natureza, tem um projeto de turismo solidário na comunidade de Lajedos iniciado em 2007 por uma Organização Não Governamental (CONCEIÇÃO; ABREU; FRANÇA, 2013). A ilha do Maio, ainda com fraca participação no turismo de Cabo Verde, conta com algumas iniciativas turísticas em construção, ligadas ao artesanato turístico (BRITO, 2010). A ilha do Fogo, com a importância do Parque Natural, desenvolve um projeto de base comunitária, chamado de “Projeto de Turismo Sustentável” (LÓPEZ-GUZMÁN; BORGES; CASTILLO-CANALEJO, 2011).

3 MODELOS DE ATRAÇÃO DE DEMANDA TURÍSTICA INTERNACIONAL

A demanda turística é tão complexa quanto a própria atividade turística. Conhecer a demanda de um país/região é importante. Contudo, determinar os fatores que influenciam essa demanda e projetá-la para o futuro é imprescindível para destinos que dependem muito do turismo, considerando que isso tem se tornado uma forma de descobrir para onde direcionar os devidos investimentos na infraestrutura turística (LIN; CHEN, 2011), de evitar custos financeiros do excesso de capacidade ou os custos de oportunidade de demanda insatisfeita (CHU, 2008) ou então minimizar as perdas causadas por divergências entre oferta e demanda de turismo (JACKMAN; GREENIDGE, 2010). Dessa forma, modelos e previsões precisas são importantes não só para o governo, mas também para os setores privados e o próprio turista (LIN; CHEN, 2011; SONG *et al.*, 2011).

Isso tem estimulado a busca por técnicas de modelagem de demanda apropriadas para o turismo (SONG; WITT; JENSEN, 2003). São várias as técnicas de modelagem da demanda turística. A escolha por uma ou outra depende do objetivo da pesquisa ou das variáveis que se quer utilizar ou que estão disponíveis. Alguns autores procuraram listar as técnicas e variáveis mais utilizadas, como é o caso de Witt e Witt (1995) e Song e Li (2008).

Song e Li (2008) analisaram 121 estudos sobre modelagem da demanda turística, dividindo os modelos em duas categorias: quantitativos e qualitativos. Mais utilizados, os modelos quantitativos, subdividem-se em duas subcategorias: modelos de séries temporais e as abordagens econométricas ou causais (COSHALL; CHARLESWORTH, 2011; LIN; CHEN, 2011; SONG; LI, 2008), cuja diferença se encontra na identificação de relações causais entre a demanda turística e seus fatores de influência por parte destes últimos. Cada um desses modelos – séries temporais e econométricos causais – apresentam vantagens e limitações e são abordados na seção seguinte.

3.1 Modelos de séries temporais

Os modelos de séries temporais são aqueles que se baseiam nas variações ocorridas ao longo de um período de tempo, procurando padrões de variação temporal (SANTOS, 2006) e utilizando dados históricos de uma única variável (CHEN, 2011). Ou seja, explica uma variável em relação a seu próprio passado (SONG; LI, 2008). Os dados históricos são recolhidos e analisados de forma a desenvolver um modelo que descreva uma relação subjacente e assim

projetar a série temporal para o futuro (CHEN, 2011), identificando tendências e padrões (SONG; LI, 2008). Os modelos de séries temporais mais utilizados são: modelo autorregressivo integrado de média móvel (ARIMA), com diferentes variações para um modelo sazonal – SARIMA e um modelo multivariado – MARIMA; modelos estruturais univariados e autorregressão (COSHALL; CHARLESWORTH, 2011; SONG; LI, 2008).

O ARIMA foi proposto por Box e Jenkins em 1976, sendo uma generalização do ARMA (modelo auto regressivo de média móvel) que reúne duas metodologias de modelagem de séries temporais: a auto-regressão e a média móvel (SANTOS, 2006). O modelo consiste em três partes: a auto-regressão, as médias móveis e a diferenciação, que retira a integração da série (LIN; CHEN; LEE, 2011). Esse modelo foi utilizado por Chen (2011) para estudar o turismo emissor em Taiwan, por Athanasopoulos *et al.* (2011) para avaliar o turismo em Austrália, Hong Kong e Nova Zelândia e também por Lin, Chen e Lee (2011) para estudar o fluxo turístico em Taiwan.

Os modelos estruturais univariados consistem em quatro componentes principais: a tendência (variação de comportamento regular durante longos períodos), o ciclo (comportamento em forma de onda com comprimento indeterminado), a sazonalidade (movimento em forma de onda com comprimento determinado) e a perturbação estocástica (SANTOS, 2006). Cada componente é analisado separadamente para depois fazer estimativas e previsões. Jackman e Greenidge (2010) utilizaram modelos univariados para estudar o fluxo turístico em Barbados.

Os modelos auto-regressivos utilizam a própria variável dependente defasada em um ou vários tempos para explicar a si própria (SANTOS, 2006). Um método utilizado por este modelo é o *naïve* que considera que a variável não sofre nenhum tipo de alteração ao longo do tempo, sendo utilizado nas pesquisas de Chen (2011) sobre o turismo em Taiwan.

Os modelos de séries temporais apresentam vantagens e desvantagens. Song e Li (2008) e Jackman e Greenidge (2010) argumentam que modelos baseados em séries temporais requerem observações históricas de apenas uma variável, então são menos onerosos em termos de coleta de dados e estimativa do modelo. Athanasopoulos *et al.* (2011), em suas pesquisas, concluíram que séries temporais são capazes de fornecer resultados mais precisos do que os modelos que utilizam variáveis explicativas. Isso porque consideram que essas variáveis são mais difíceis de prever do que a variável dependente diretamente. Ayeh e Lin (2011) apontam como desvantagem dos modelos de séries temporais a sua incapacidade de estabelecer relações causais.

3.2 Modelos causais ou econométricos

Os modelos causais ou econométricos analisam a influência de vários fatores, chamadas de variáveis explicativas ou independentes, em uma variável dependente (SONG, 2008). Envolvem calcular a relação quantitativa entre a variável dependente e seus fatores determinantes, usando dados históricos e gerando valores futuros através das previsões dos determinantes da variável dependente, oferecendo informações sobre as características da relação entre ela e suas variáveis explicativas (JACKMAN; GREENIDGE, 2010); WITT; WITT, 1995).

Modelos econométricos utilizam dados secundários em base mensal, trimestral ou anual. Segundo Song e Li (2008), dado que variáveis explicativas não são fáceis de encontrar em frequência mensal, é mais comum usar dados anuais ou trimestrais. Os modelos causais mais utilizados incluem: modelos causais univariados, modelos causais multivariados, modelos autorregressivos (COSHALL; CHARLESWORTH, 2011; SONG; LI, 2008).

Os modelos causais univariados são aqueles em que a variável dependente é analisada em função de apenas uma variável explicativa, sendo simples e de fácil operacionalidade, mas frágil quanto a aceitação teórica tendo em vista a ampla simplificação da realidade (SANTOS, 2006). Por sua vez, os modelos causais multivariados envolvem a utilização de duas ou mais variáveis explicativas, aproximando-se mais da complexidade da realidade e assim mais adequados ao estudo do turismo (SANTOS, 2006). Esses modelos, principalmente os últimos, são muito utilizados no estudo do turismo, como nas pesquisas de Jackman e Greenidge (2010) na modelagem do turismo de Barbados, de Ayeh e Lin (2011) sobre o turismo na China, Lin, Chen e Lee (2011) em Taiwan, de Song, Li, Witt e Athanasopoulos (2011) aplicado ao turismo de Hong Kong e em outros 48 estudos de modelagem e previsão de demanda turística identificados por Witt e Witt (1995).

Os modelos causais autorregressivos são aqueles em que a variável dependente defasada se torna uma das variáveis explicativas do modelo, que também podem ser defasadas, dando origem a novas variáveis e assim corrigindo possíveis erros que resultam do fato de se trabalharem com séries temporais (SANTOS, 2006). Estudos de Song e Witt (2006) em Macau aplicaram este modelo e Song e Li (2008) identificaram várias pesquisas que também utilizaram o mesmo modelo.

Da mesma forma que os modelos de séries temporais, modelos causais ou econométricos possuem vantagens e desvantagens. Ayeh e Lin (2011) defendem os modelos

econométricos devido a sua capacidade de examinar as relações causais entre a variável de demanda turística e seus fatores determinantes. Jackman e Greenidge (2010) apontam como principal limitação dos modelos econométricos a indisponibilidade de dados ou dados de baixa qualidade. Chu (2004) ressalta que uma grande maioria de estudos revelou que os modelos causais que incluem variáveis independentes como o PIB, a renda, a taxa de câmbio, preços relativos, e o custo de viagem tiveram um sucesso muito limitado quanto a sua capacidade explicativa. Chu (2008) argumenta que as abordagens causais costumam ser mais precisas do que as abordagens de julgamento, apesar de às vezes estes oferecerem resultados aceitáveis de baixo custo com benefícios razoáveis. Athanasopoulos *et al.* (2011) alegam ainda que esses modelos podem falhar devido a problemas de especificação do mesmo.

Narayan (2003), ao examinar estudos sobre modelagem econométrica de demanda turística, verificou que pesquisas feitas antes de 1995 não levavam em consideração testes estatísticos para diagnóstico de problemas nos dados. Assim, os resultados encontrados nessas pesquisas podem ser falhos, dado que apenas levavam em consideração se o modelo apresentava um alto poder explicativo (R^2) e apesar de apresentarem baixo Durbin-Watson (teste de autocorrelação serial), nada era feito para corrigir o problema.

Portanto, o autor recomenda que sejam feitos diagnósticos quanto à autocorrelação serial dos dados à normalidade dos resíduos, à heterocedasticidade dos dados e à multicolinearidade. Tratando-se de modelos de previsão, tais testes são importantes para validar os resultados obtidos.

Optar por um modelo de atração ou outro depende do objetivo da pesquisa, conforme mencionado acima. Coshall e Charlesworth (2011) argumentam que determinado modelo não domina consistentemente outro em termos de precisão e que combinações de modelos podem melhorar significativamente os resultados (CHEN, 2011).

3.3 Modelo da pesquisa e suas variáveis

De acordo com Ayeh e Lin (2011), a procura turística é um fenômeno complexo que pode ser influenciado por vários fatores exógenos, como a economia, desastres naturais, imagem de destino, situação política, entre outros, tornando-se uma variável de difícil modelagem e previsão.

Segundo Jackman e Greenidge (2010), a teoria econômica garante que qualquer função de demanda deve ser composto de pelo menos duas variáveis: uma variável de renda e uma

variável preço. Lin, Chen e Lee (2011) explicam que é relevante utilizar condições econômicas como variáveis para a modelagem da demanda turística. Eles sugerem a utilização da taxa de câmbio, o produto interno bruto (PIB), o preço do hotel ou alojamento, entre outros, para entender o efeito condições econômicas sobre o número de turistas.

Ayeh e Lin (2011), também utilizaram as mesmas variáveis supracitadas no modelo de atração de demanda por eles formulado. Witt e Witt (1995) apresentam como variáveis explicativas na modelagem da demanda turística, baseado no estudo de várias pesquisas, a população e renda do local de origem, preços (custo da viagem, custo de vida no destino, custos do transporte e de alojamento), preços substitutos, taxa de câmbio, marketing, questões étnicas, índice de clima, popularidade do destino, escoamento de investimentos diretos, distância, tempo (duração) da viagem, entre outros. Eugenio-Martin e Campos-Soria (2010) defendem a utilização do clima (temperatura e precipitação) como variável explicativa da modelagem econométrica, apesar de reconhecerem que isso é um desafio dado sua difícil mensuração pela falta de dados.

Lyons, Mayor e Tol (2009) alegam que características do destino, tais como a temperatura, o PIB e o comprimento do litoral (costa) são fatores atraentes que podem influenciar positivamente a probabilidade de escolher um determinado destino, enquanto que a instabilidade política, a densidade populacional, o patrimônio cultural e a distância do país de origem do destino podem influenciar negativamente na escolha de um destino. Portanto, os autores consideram tais variáveis adequadas para explicar a demanda turística.

Além das variáveis explicativas, são utilizadas também em modelos econométricos, variáveis *dummies*. Dentre elas podem-se destacar desastres naturais, crises financeiras e políticas, guerras, sazonalidade, atratividade do destino, eventos internacionais, restrições de moeda e políticas governamentais (AYEH; LIN, 2011; SONG; LI, 2008; WITT; WITT, 1995).

Considerando os objetivos da pesquisa, determinou-se que é mais apropriado utilizar um modelo econométrico autoregressivo, dado que se deseja incluir variáveis explicativas no modelo de atração de demanda turística de Cabo Verde e a própria variável dependente defasada como variável explicativa.

3.3.1 Variável dependente

Witt e Witt (1995) e Song e Li (2008), ao examinarem vários estudos econométricos sobre modelagem de demanda turística, sendo a demanda turística a variável dependente,

constatarem que essa variável é frequentemente medida em termos de número total de chegadas ou diárias dos visitantes a um determinado destino ou em termos de gastos *per capita* dos turistas. Lim (2006) complementa os autores supracitados ao afirmar que a demanda turística internacional pode ser medida através do número de chegadas dos turistas, gastos ou receitas dos turistas, duração da estadia no destino, diárias nos estabelecimentos hoteleiros, entre outros.

A autora argumenta ainda que a melhor escolha para a variável dependente são os gastos dos turistas, já que mudanças nestes gastos refletem flutuações nos padrões de consumo do turismo, os quais têm impacto direto na geração de renda e divisas num determinado destino. Estudos mais recentes também têm utilizado o número de visitantes/diárias e gastos dos turistas como forma de medir a variável dependente (AYEH; LIN, 2011; COSHALL; CHARLESWORTH, 2011; DENG; ATHANASOPOULOS, 2011). Destarte, a variável dependente da pesquisa é a demanda turística de Cabo Verde, comumente utilizada nos modelos econométricos (SONG; LI, 2008; WITT; WITT, 1995), sendo mensurada através das diárias dos turistas registradas nos estabelecimentos hoteleiros.

3.3.2 Variáveis independentes e hipóteses de pesquisa

A modelagem da demanda turística é importante na decisão para a concepção e planejamento de projetos de desenvolvimento ou expansão dos estabelecimentos hoteleiros de um determinado destino turístico (COSHALL; CHARLESWORTH, 2011). A oferta hoteleira de um destino são os estabelecimentos destinados a proporcionar alojamento aos turistas que o visitam, incluindo hotéis, pensões, pousadas, residenciais, aldeamentos turísticos e hotéis-apartamentos (INECV, 2014). A capacidade hoteleira considera o número máximo de indivíduos que os estabelecimentos podem alojar num certo período e é determinado pelo número de camas disponíveis (INECV, 2014). Conhecer a demanda de um destino é uma forma de evitar custos financeiros do excesso de capacidade ou os custos de oportunidade de demanda insatisfeita (CHU, 2008).

Previsões que indicam um alto giro na demanda pelo turismo podem ajudar os estabelecimentos hoteleiros a definir o que fazer para compensar o excesso de capacidade, enquanto que se a previsão for de baixo giro na demanda pelo turismo, as empresas poderão evitar perdas por falta de capacidade (CHU, 2004). Moura (2007, p. 79) argumenta que “é consenso no estudo do turismo como uma atividade econômica que o setor de hotelaria, nas suas diversas versões e expressões, é o núcleo do desenvolvimento turístico, pois sem hotéis

e/ou outros meios de hospedagem não há turistas”. O autor constatou uma relação positiva entre a demanda turística e o aumento da oferta hoteleira. Considera-se então que quanto maior a oferta hoteleira de um destino, mais turistas vai atrair para si. Dessa forma, assume-se a hipótese de pesquisa abaixo:

H1: O aumento da oferta hoteleira influencia positivamente a demanda turística internacional de Cabo Verde.

A sazonalidade é uma variável importante a ser analisada, pois o turismo em muitos países é dominado por ela (COSHALL; CHARLESWORTH, 2011). Pode ser definida como o período do ano no qual verifica-se mudanças nas atividades de uma indústria, sendo que no turismo, caracteriza-se por variações no fluxo turístico, com picos em períodos relativamente curtos, sendo uma espécie de padrão nas visitas que ocorrem a determinados destinos todos os anos (KOENIG-LEWIS; BISCHOFF, 2005). Para Webber (2001), a sazonalidade não inclui apenas a busca de sol e praia ou os campos de neve, mas também fatores como férias nas escolas e universidades, feriados públicos, eventos esportivos ou ainda distúrbios imprevisíveis como guerra e terrorismo. Kulendran e Wong (2005) ponderam que a variação sazonal é muito importante no turismo, pois tem um grande impacto econômico no destino, influenciando o preço dos bens e serviços relacionados ao turismo. Expõem ainda que a variação sazonal cria volatilidade na procura turística e, conseqüentemente, cria um risco.

A sazonalidade afeta o turismo de maneiras diferentes, sendo vista como uma característica dominante da indústria do turismo (SONG; LI, 2008) e é responsável por dificuldades de acesso ao capital, riscos elevados de investimento e de falências de empresas, utilização ineficaz dos recursos e instalações, e dificuldades em manter um serviço consistente de qualidade (SONG *et al.*, 2011). Pegg, Patterson e Gariddo (2012) complementam os autores acima explicando que flutuações na demanda podem levar a problemas devido ao excesso de capacidade, a não utilização de infraestrutura, reduções na força de trabalho e a não atração de investimentos durante este período de tempo.

Existem divergências na literatura quanto a considerar a sazonalidade como uma variável estocástica ou determinante. Song e Li (2008) argumentam que estudos são inconclusivos em relação a essa divergência, apesar de constatarem que a sazonalidade estocástica não melhora a precisão, enquanto que a determinística foi melhor na precisão em alguns trabalhos por eles examinados. Song *et al.*, (2011) explicam que devido a várias alterações, tais como condições climáticas e meteorológicas, a popularidade de atividades e destinos turísticos, tecnologia e política, a sazonalidade não é determinista. Para Webber

(2001), a sazonalidade é um dos determinantes mais importantes da demanda turística. Moura (2007) e Kulendran e Wong (2013) constataram uma relação positiva entre sazonalidade e a demanda turística. Para o trabalho a hipótese de pesquisa é:

H2: A sazonalidade influencia positivamente a demanda turística internacional em Cabo Verde.

A taxa de câmbio, variável explicativa em muitos modelos econométricos de atração de demanda turística internacional, às vezes é utilizada como uma representação do custo de vida dos turistas (WITT; WITT, 1995). Webber (2001) define taxa de câmbio entre A e B, como um aumento na moeda de A, irá desvalorizar a moeda de B, mostrando a relação entre duas moedas de lugares diferentes. Para Witt e Witt (1995), a principal razão para a utilização dessa variável é que os consumidores estão mais conscientes das taxas de câmbio do que dos custos de vida dos turistas no local de destino. Lim (2006) corrobora com Witt e Witt (1995) ao afirmar que turistas respondem as variações na taxa de câmbio, desconsiderando as variações na inflação, quando estão decidindo sobre o destino da viagem e que isso se deve a facilidade na obtenção das informações sobre a taxa de câmbio (LIM, 2006).

Webber (2001) explica que o turismo é um produto susceptível de ser afetado pela volatilidade da taxa de câmbio. Turistas com aversão ao risco preferem locais com taxas de câmbio mais estáveis, enquanto que outros podem preferir taxas de câmbio mais voláteis, vendo nisso a oportunidade de ganhar com a desvalorização da moeda local no destino. A volatilidade na taxa de câmbio pode indicar instabilidade política e agitação no país de destino, fazendo com que os turistas não queiram viajar para este destino (WEBBER, 2001).

De Vitta e Kyaw (2013) esclarecem que se a moeda do destino se desvalorizar, o turismo internacional se torna mais barato, resultando no aumento dos fluxos de viagens para aquele país. Argumentam ainda que a volatilidade da taxa de câmbio pode ser uma opção de variável adicional para explicar a demanda turística, considerando que este pode refletir a “aversão à incerteza” do turista na hora de escolher um destino de viagem, e não simplesmente como uma *proxy* do custo de vida.

A taxa de câmbio é uma das variáveis determinantes da demanda turística nas pesquisas examinadas por Song e Li (2008), confirmado também por De Vitta e Kyaw (2013), Webber (2001) e Witt e Witt (1995), tendo uma influência positiva. Então, se a moeda cabo-verdiana se desvalorizar, a tendência é o aumento da demanda turística de Cabo Verde. Assim, formula-se a seguinte hipótese de pesquisa:

H3: A taxa de câmbio influencia positivamente a demanda turística internacional de Cabo Verde.

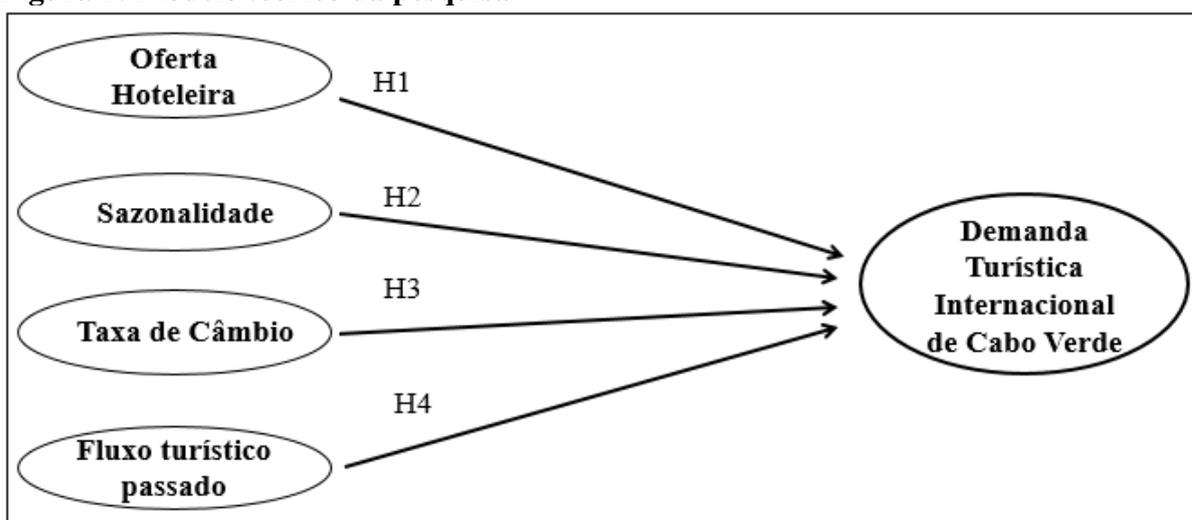
Morley (1998) alega que o número de turistas de um destino é fortemente influenciado pelo fluxo turístico passado, ou seja, fluxos turísticos atuais são determinados direta ou indiretamente por variáveis relacionadas ao fluxo turístico passado. Assim, ele acredita que se o impacto do fluxo turístico passado for negligenciado, o efeito de outras variáveis consideradas relevantes tenderá a ser superestimada, enfraquecendo a capacidade explicativa do modelo. Modelos de series temporais utilizam o fluxo passado para determinar tendências futuras da demanda (CHEN, 2011; JACKMAN; GREENIDGE, 2010; SONG; LI, 2008).

Witt e Witt (1995) acrescentam que as pessoas tendem a preferir viajar para lugares por elas já visitadas ou que pessoas conhecidas já visitaram, reduzindo assim a incerteza associada a viagem. Indicam ainda que a inclusão da variável de demanda turística defasada nas funções de demanda é importante, pois tomadores de decisão de atividades turísticas tendem a basear-se no fluxo turístico passado para determinar sua oferta. Ou seja, quanto mais turistas visitarem um destino no passado, mas chances esse destino tem de ser visitado por estes de novo e indicado a outros. Assim sugere-se a seguinte hipótese:

H4: O aumento do fluxo turístico passado influencia positivamente a demanda turística internacional de Cabo Verde.

Formuladas as hipóteses de pesquisa, construiu-se o seguinte modelo teórico.

Figura 2: Modelo teórico da pesquisa



Fonte: elaborado pelos autores.

O quadro 1 apresenta as variáveis independentes da pesquisa, sua definição e sua importância para a demanda turística.

Quadro 1: Variáveis independentes da pesquisa

Variável	Definição	Importância
Oferta hoteleira	Estabelecimentos destinados a proporcionar alojamento aos turistas que visitam determinado destino turístico.	Evitar custos financeiros do excesso de capacidade ou os custos de oportunidade de demanda insatisfeita. Mostra a disponibilidade da infraestrutura turística e serviços prestados.
Sazonalidade	Variações no fluxo turístico, com picos em períodos relativamente curtos todos os anos.	Característica dominante e determinante da atividade turística, criando riscos e volatilidade.
Taxa de câmbio	Relação entre duas moedas de destinos diferentes.	Forte determinante na hora de escolher um destino turístico, e assim afeta diretamente a demanda pelo turismo internacional. Reflete o poder de compra da moeda do turista no local de destino.
Fluxo turístico passado	Turistas que já visitaram determinado destino turístico.	Tomadores de decisão das atividades turísticas costumam basear-se no fluxo turístico passado para determinar sua oferta. Turistas tendem a regressar a destinos por eles já visitados e a indicá-los para outras pessoas.

Fonte: elaborado pelos autores.

Conforme quadro 1, considere-se que todas as variáveis utilizadas para explicar a demanda turística internacional de Cabo Verde são importantes na medida em que determinam e dominam grande parte das atividades que fazem parte do setor turístico, afetando de forma direta ou indireta a demanda turística de vários destinos estudados por autores supracitados.

3.4 Competitividade de destinos turísticos

Escolher um destino turístico depende de uma série de fatores que, segundo Hsu, Tsai e Wu (2009), podem ser internos ou externos à pessoa que está fazendo a escolha. Fatores internos incluem basicamente a motivação da viagem e a preferência do turista, enquanto que fatores externos estão relacionados aos atributos ou atrações que o destino possui, como por exemplo, transporte, acomodações, segurança, preço, recursos naturais e culturais e a própria imagem do destino. Lew (1987) argumenta que atrações turísticas podem ser tudo aquilo que atraem viajantes para longe das suas casas, incluindo não só lugares históricos, parques de diversões, paisagens espetaculares e experiências novas, mas também os serviços e instalações que atendem às necessidades diárias de turistas. Assim, com o intuito de atrair turistas, determinado destino deve ser capaz de melhorar e/ou preservar suas atrações, pois isso irá refletir na sua competitividade face a outros destinos turísticos.

Entender, definir e medir a competitividade de um destino turístico são tarefas complexas, levando em conta que cada autor apresenta sua forma de avaliar a competitividade de destinos turísticos.

Para Dwyer e Kim (2003), a competitividade de um destino turístico está relacionada com a capacidade deste em oferecer bens e serviços que proporcionem experiências turísticas melhores do que outros destinos. Ritchie e Crouch (2003) definem competitividade turística como a capacidade do destino em aumentar os gastos do turismo, atraindo cada vez mais visitantes, proporcionando-lhes satisfação e experiências memoráveis. Isso deve ser feito de uma forma rentável, melhorando o bem-estar dos residentes e preservando os atrativos naturais do destino para as gerações futuras. Enright e Newton (2004) corroboram com os autores supracitados ao alegarem que um destino é competitivo se pode atrair e satisfazer os potenciais turistas, sendo esta competitividade determinada tanto por fatores específicos do turismo quanto por uma gama muito maior de fatores que influenciam os prestadores de serviços turísticos.

A competitividade turística subdivide-se em vantagens comparativas e vantagens competitivas (DWYER; KIM, 2003). Vantagens comparativas estão relacionadas com os recursos herdados ou dotados (clima, paisagem, flora, fauna, etc), enquanto que vantagens competitivas se relacionam com itens criados como a infra-estrutura turística (hotéis, atrações, transporte), festas e eventos, a qualidade da gestão, qualificação dos trabalhadores, política do governo e entre outros (DWYER; KIM, 2003). Assim, aumentar o potencial turístico de qualquer destino dependerá em grande parte da sua capacidade de manter uma vantagem competitiva na entrega de bens e serviços aos visitantes, oferecendo diferenciais superiores a de potenciais destinos alternativos, seja quanto ao preço, como também quanto aos níveis de produtividade dos vários componentes da indústria turística e de fatores qualitativos que afetam ou não a atratividade de um destino (DWYER; FORSYTH; RAO, 2000).

Alguns autores veem a competitividade turística apenas do ponto de vista econômico, o que é um equívoco, pois segundo Ritchie e Crouch (2003), avaliar a competitividade de um destino turístico engloba dimensões econômicas, sociais, ambientais, culturais, tecnológicas e políticas. Dwyer e Kim (2003) defendem que o principal objetivo da competitividade no mercado de turismo internacional é promover a prosperidade econômica. Ritchie e Crouch (2003) apontam outros objetivos como: a oportunidade de promover o país como um bom lugar para viver, de fazer transações comerciais, investir, fazer negócios, fomentar competições desportivas, reforçar o orgulho nacional, apoiar uma gestão cuidadosa do turismo que ajude a preservar recursos naturais e culturais, entre outros, mas a longo prazo, o bem-estar econômico dos moradores é de preocupação central inerente à noção de competitividade de um destino turístico.

Dessa forma, medir a competitividade de destinos turísticos tende a contemplar variáveis como: número de visitantes, quota de mercado, despesas de turismo, emprego gerados, valor acrescentado pela indústria do turismo, riqueza do património cultural, qualidade da experiência turística, etc (DWYER E KIM, 2003). Alguns índices podem ser utilizados para avaliar a competitividade de um destino turístico através do número de turistas, como o índice de preferência, índice de saturação e a quota de mercado.

O índice de preferência (IP) de destinos turísticos mostra em que medida um destino turístico é mais preferido em relação a outro, bem como o comportamento destes em detrimento da evolução da procura turística (FERNANDES *et al.*, 2008). Este índice é determinado pela relação entre o número de chegadas de turistas/hóspedes em uma determinada região durante um período (T) e o número total de chegadas de turistas/hóspedes registrados em todos os estabelecimentos hoteleiros do país neste mesmo período (Tt).

Por sua vez, o índice de saturação turística (IST) calcula a importância relativa do turismo em cada região, bem como a capacidade deste em suportar acréscimos adicionais da demanda turística. Esse índice é obtido pela relação entre o número de turistas/hóspedes que vão a um determinado local e a população total do referido local (FERNANDES *et al.*, 2008).

A análise da quota de mercado (AQM) é um modelo desenvolvido por Faulker em 1997 que avalia o desempenho e a competitividade de destinos turísticos, considerando duas dimensões: índice de desvio da quota de mercado (D) e índice de variação da quota de mercado (V). O índice de desvio da quota de mercado (D) é estático e compara a quota de mercado do destino *i* do mercado emissor *j* com a quota de mercado média do destino *i* no conjunto de origens analisados num dado período de tempo (ÁGUAS; GRADE; SOUSA, 2003; FERNANDES *et al.*, 2008).

O índice de variação da quota de mercado (V) é dinâmico e mostra a relação num dado intervalo de referência entre a taxa de crescimento dos fluxos turísticos do mercado emissor *j* para o destino *i* e a taxa de crescimento dos fluxos turísticos do mercado emissor *j* para o conjunto dos destinos concorrentes analisados num dado período (ÁGUAS; GRADE; SOUSA, 2003; FERNANDES *et al.*, 2008).

Após o cálculo de cada um desses índices, é possível analisá-los considerando se os valores encontrados foram maiores, iguais ou inferiores a 0. O quadro 2 mostra como interpretar individualmente os índices.

Quadro 2: Interpretação dos índices

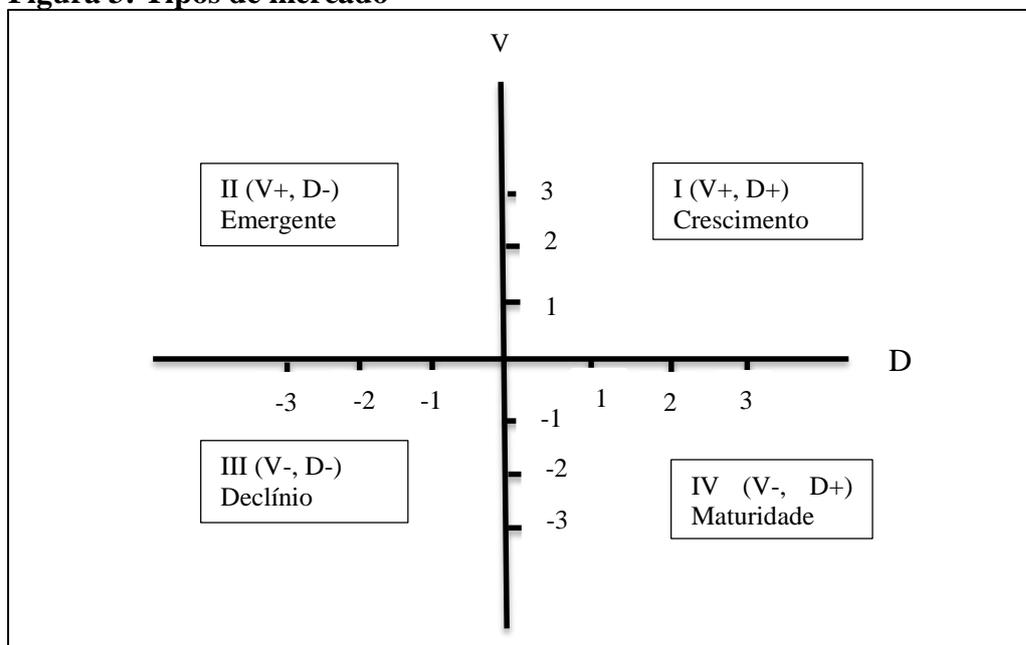
Índice de desvio da quota de mercado	Índice de variação da quota de mercado
> 0 – destino <i>i</i> tem valor de quota de mercado na origem <i>j</i> superior à sua quota média; competitividade superior à média.	> 0 – destino <i>i</i> está ganhando quota de mercado na origem <i>j</i> , pois a taxa de crescimento dos fluxos turísticos é superior à concorrência em análise.
= 0 – destino <i>i</i> tem valor de quota de mercado na origem <i>j</i> igual à sua quota média; competitividade igual à média.	= 0 – destino <i>i</i> está mantendo sua quota de mercado na origem <i>j</i> , pois a taxa de crescimento dos fluxos turísticos é igual à concorrência em análise.
< 0 – destino <i>i</i> tem valor de quota de mercado na origem <i>j</i> inferior à sua quota média; competitividade inferior à média.	< 0 – destino <i>i</i> está perdendo quota de mercado na origem <i>j</i> , pois a taxa de crescimento dos fluxos turísticos é inferior à concorrência em análise.

Fonte: adaptado de Águas, Grade e Sousa (2003).

Os valores de cada índice podem ser representados graficamente num sistema de eixos ortogonal, onde D ficará no eixo horizontal e V no eixo vertical (vide Figura 2), resultando em quatro quadrantes que representam quatro tipos de mercado, de acordo com Águas, Grade e Sousa (2003):

- I. Mercado em crescimento (sucesso) com quota de mercado acima da média;
- II. Mercado em maturidade (incerteza) que apesar da quota de mercado estar acima da média, está começando a diminuir;
- III. Mercado em declínio (insucesso) com quota de mercado abaixo da média e a decrescer;
- IV. Mercado emergente (entrada) com quota de mercado abaixo da média e em crescimento.

Figura 3: Tipos de mercado



Fonte: adaptado de Águas, Grade e Sousa (2003).

Croes (2011) ressalta que na avaliação da competitividade turística das ilhas devem-se levar em conta algumas ressalvas, como: desejar um número moderado de turistas é uma forma de não sobrecarregar a capacidade de carga do destino e tentar manter o equilíbrio ecológico; destinos limitados pelo tamanho também são penalizados quando o desempenho é baseado nos

valores médios de crescimento, como no caso das ilhas, a oferta turística é determinada pelo tamanho, pela estrutura e a qualidade das atrações turísticas, infra-estruturas e pela capacidade de gestão do destino; a quota de mercado, constitui uma medida incompleta por causa da parcela relativamente pequena do mercado global / regional de destinos como ilhas. Além disso, a quota de um mercado das ilhas parece variar pouco (CROES, 2011).

4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

A pesquisa é descritiva quanto aos fins, pois tem o intuito de identificar as características e propriedades do turismo em Cabo Verde (SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013), buscando informação necessária para a ação ou predição deste (ROESCH, 2006).

Quanto à natureza dos dados, trata-se de uma pesquisa quantitativa, visto que usa dados numéricos para medir a exatidão das informações coletadas e estabelecer relações causais das variáveis independentes com a variável dependente (ROESCH, 2006; SAMPIERI; COLLADO; LUCIO, 2013).

Quanto aos meios, a pesquisa é documental, por utilizar documentos oficiais. A fundamentação teórico-metodológica tem base em teóricos e conceitos estudados, recorrendo-se assim à livros, artigos, sites oficiais e outros. Foram utilizados apenas dados secundários.

Segundo Collis e Hussey (2005), a pesquisa se classifica ainda em analítica e *ex post facto*, dado que utiliza método estatístico para compreender determinantes de um fenômeno que já ocorreu. Analítica, considerando que não irá apenas descrever as características dos dados analisados, mas também explicar e mensurar as relações causais entre as variáveis.

4.1 Base de dados

Foram coletados dados secundários junto ao INECV e ao BCV. O INECV é o órgão responsável pelas informações estatísticas em Cabo Verde, podendo ser considerado o IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística) cabo-verdiano. Para a obtenção dos dados, foi contatado por e-mail, o responsável pela difusão das informações estatísticas no INECV. O período de coleta correspondeu aos meses de Fevereiro, Março e Abril de 2014, sendo ainda alguns dados apenas recebidos no mês de Maio do referido ano.

No site do Banco de Cabo Verde foram coletados os dados referentes à taxa de câmbio e relatórios econômicos e financeiros do país. O Quadro 3 apresenta os dados utilizados na pesquisa, sua fonte, período disponível e data de coleta dos mesmos. Para efeitos de padronização, o horizonte temporal de análise da pesquisa compreende a partir de Janeiro de 2002 até Setembro de 2012. Alguns dados referentes a 2012 e 2013 não se encontram disponíveis ainda para o público externo aos órgãos fornecedores das informações, em forma mensal. Todas as variáveis foram logaritmizadas devido as disparidades nos seus valores. Os dados foram analisados no *software* estatístico Eviews[®] e no Excel[®].

Quadro 3: Dados da pesquisa

Dados	Fonte	Período disponível	Data de coleta
Demanda Turística	INECV	2001 - 2011	Fev. / Mar 2014
Estadia média	INECV	2001 - 2011	Fev. / Mar 2014
Taxa de ocupação-cama	INECV	2001 - 2011	Fev. / Mar 2014
Oferta Hoteleira	INECV	1999 - 2013	Fev. / Mar 2014
Taxa de Câmbio	BCV	2002 - 2014	Fev. / Mar 2014
Satisfação e gastos dos turistas	INECV	2009 e 2011	Fev. / Mar 2014

Fonte: elaborado pelos autores.

Dados anuais da demanda turística de Cabo Verde, foram separados em fluxo interno e fluxo externo, com os principais países emissores do turismo. Dessa forma, é possível verificar o comportamento evolutivo do turismo em Cabo Verde no período analisado, identificar o principal mercado emissor do turismo, bem como constatar a importância do turismo internacional para o país.

A oferta hoteleira, tipos de estabelecimentos disponíveis, estadia média dos hóspedes no país e a taxa de ocupação-cama desses estabelecimentos também foram analisados, onde se pôde constatar a taxa de evolução destes ao longo período a ser analisado. Por fim apresentou-se alguns dados que fazem parte da pesquisa de gastos e satisfação dos turistas realizado pelo INECV, com destaque para o motivo da viagem, a estrutura dos gastos dos turistas e também a avaliação qualitativa do turismo em Cabo Verde. Devido à ausência de dados, esta última parte somente contemplou os anos de 2009 e 2011.

4.2 Análise dos dados

O modelo da pesquisa se enquadra na categoria de modelos econométricos causais, sendo utilizado o modelo autorregressivo, visto que a variável dependente é defasada em um período e utilizada como uma das variáveis independentes. Para tanto recorreu-se a regressão linear múltipla.

A regressão linear múltipla é uma técnica de análise multivariada de dados bastante utilizada com o objetivo de previsão. A finalidade é descrever o comportamento de uma determinada variável (dependente) em função dos valores de duas ou mais variáveis (independentes), estimando os valores da variável dependente (CUNHA; COELHO, 2009). Permite analisar a relação existente entre as variáveis independentes e a dependente, resultando

numa equação ou modelo de regressão que explique a variável dependente (CUNHA; COELHO, 2009).

Para estimar o modelo de regressão, é importante atender alguns pressupostos: ausência de multicolinearidade, ausência de autocorrelação serial, normalidade dos resíduos e homocedasticidade (CUNHA; COELHO, 2009). A ausência da multicolinearidade foi avaliada alternando as variáveis independentes como variável dependente. Se não ocorrer nenhum erro nas regressões, assume-se que não existem problemas de multicolinearidade. Para testar o segundo pressuposto foi calculada a estatística Durbin-Watson e no terceiro pressuposto utilizou-se o teste de Jarque-Bera. A homocedasticidade foi testada através do teste Breush-Pagan-Godfrey. O Quadro 4 mostra os critérios para que tais testes sejam considerados válidos.

Quadro 4: Critérios de validade dos pressupostos

Pressuposto	Validade
Normalidade dos resíduos	Significância acima de 5%
Ausência de Multicolinearidade	Alternância das variáveis independentes como dependentes
Ausência de auto correlação serial	Durbin-Watson superior ao valor tabelado ou próximo a 2
Homocedasticidade	Significância acima de 1%

Fonte: adaptado de Cunha e Coelho (2009).

Caso os pressupostos forem violados, podem-se fazer transformações nas variáveis, aplicar a correção de White (homocedasticidade), ou fazer uso do Teorema do Limite Central (grandes amostras – >100 – aproximam-se da distribuição normal), no caso do pressuposto da normalidade (CUNHA; COELHO, 2009).

Para atender cada objetivo específico, procedimentos diferentes foram adotados. Quanto ao primeiro objetivo específico, verificar a capacidade de atração da demanda turística internacional de Cabo Verde, foi feita uma análise de regressão múltipla, tomando por base o modelo teórico apresentado no referencial teórico. Têm-se assim a variável dependente, demanda turística internacional de Cabo Verde, em função das variáveis explicativas oferta hoteleira, sazonalidade, taxa de câmbio e fluxo turístico passado. O modelo econométrico para a atração de demanda turística internacional de Cabo Verde, encontra-se abaixo:

$$DT_{CV} = \beta_0 + \beta_2 OFH + \beta_1 \text{ Sazonalidade} + \beta_3 \text{ TXCambio} + \beta_4 DT_{CV_{t-1}} + \varepsilon \quad (1)$$

Onde:

DT_{CV} = Demanda Turística Internacional de Cabo Verde

OFH = Oferta Hoteleira de Cabo Verde

Sazonalidade = Efeito da Sazonalidade no Turismo

TXCambio = Taxa de Câmbio (Base: Dólar Americano)

$DT_{CV_{t-1}}$ = Demanda Turística Internacional Defasada de Cabo Verde

A demanda turística foi mensurada através do número de diárias do turista em um determinado estabelecimento hoteleiro no período de 2002 a 2012, totalizando 129 observações mensais. A oferta hoteleira foi medida em termos de camas disponíveis, pois segundo Moura (2007, p. 81) “o número de meios de hospedagem e a disponibilidade de unidades habitacionais pouco expressam em termos quantitativos a oferta hoteleira”. Considerando que em Cabo Verde o inventário sobre os estabelecimentos hoteleiros acontece em periodicidade anual, dados de um ano foram utilizados nos doze meses desse mesmo ano.

A taxa de câmbio foi mensurada através do câmbio médio mensal do dólar face ao escudo (moeda cabo-verdiana), totalizando 129 observações. A sazonalidade, foi utilizada como variável *dummy* no modelo. Atribuiu-se 1 para os meses da alta estação (Fevereiro, Março, Julho, Agosto, Setembro e Dezembro) e 0 para os meses da baixa estação (Janeiro, Abril, Maio, Junho, Outubro e Novembro). O Quadro 5 faz uma síntese das variáveis de estudo.

Quadro 5: Variáveis do modelo

Variável	Tipo	Forma de mensuração	Sinal esperado
Demanda Turística de Cabo Verde	Dependente	Número de diárias dos turistas	-
Demanda Turística de Cabo Verde defasada	Independente	Número de diárias dos turistas defasada em um período	Positivo
Oferta Hoteleira	Independente	Número de camas disponíveis	Positivo
Taxa de Câmbio	Independente	Câmbio do dólar face ao escudo	Positivo
Sazonalidade	<i>Dummy</i>	Alta estação - 1 Baixa estação - 0	Positivo

Fonte: elaborado pelos autores.

O segundo objetivo específico investigou a competitividade turística das ilhas de Cabo Verde e compará-las entre si. Conforme mencionado antes, em Cabo Verde, quatro ilhas se destacam na recepção de turistas estrangeiros (Sal, Boavista, Santiago e São Vicente). Considerou-se que as mesmas variáveis que afetam a demanda turística internacional de Cabo Verde, também afetam a demanda turística internacional das ilhas quando analisadas individualmente. Assim sendo, adaptou-se o modelo de regressão utilizado para Cabo Verde para determinar a capacidade de atração de demanda dessas quatro ilhas e as outras cinco ilhas (Santo Antão, São Nicolau, Maio, Fogo e Brava) foram analisadas juntamente em um único modelo, dada sua baixa expressividade no turismo internacional.

No modelo para as ilhas, utilizou-se demanda turística de Cabo Verde como variável independente, pois segundo Moura (2007), a demanda por um país/destino influencia a demanda turística por determinada região/local desse mesmo destino. Entende-se assim, que a demanda turística por Cabo Verde afeta a demanda turística por cada uma das ilhas. Para evitar

problemas de multicolinearidade dos dados, excluiu-se a parcela da demanda de cada uma dessas ilhas da demanda total de Cabo Verde. O modelo de regressão das ilhas segue o mesmo padrão do modelo para Cabo Verde, apenas com mais uma variável independente.

$$DT_{ilha} = \beta_0 + \beta_1 OFH_{ilha} + \beta_2 Saz + \beta_3 TXCambio + \beta_4 DT_{CV} + \beta_5 DT_{ilha,t-1} + \varepsilon \quad (2)$$

Onde:

DT_{ilha} = Demanda Turística da ilha pelo Fluxo Turístico Externo

OFH_{ilha} = Oferta Hoteleira da ilha

Saz = Efeito da Sazonalidade no Turismo

TXCambio = Taxa de Câmbio (Base: Dólar Americano)

DT_{CV} = Demanda Turística do Cabo Verde pelo Fluxo Turístico Externo

$DT_{ilha,t-1}$ = Demanda Turística da ilha i defasada

O quadro 6 sintetiza as variáveis contemplada no modelo.

Quadro 6: Variáveis do modelo das ilhas

Variável	Tipo	Forma de mensuração	Sinal esperado
Demanda turística da ilha	Dependente	Número de diárias dos turistas na ilha	-
Demanda Turística de Cabo Verde	Independente	Número de diárias dos turistas em Cabo Verde	Positivo
Oferta Hoteleira	Independente	Número de camas disponíveis	Positivo
Taxa de Câmbio	Independente	Câmbio do dólar face ao escudo	Positivo
Sazonalidade	<i>Dummy</i>	Alta estação - 1 Baixa estação - 0	Positivo
Demanda Turística da ilha defasada	Independente	Número de diárias dos turistas na ilha defasada em um período	Positivo

Fonte: dados da pesquisa.

Ainda comparando as ilhas, calculou-se o índice de preferência e o índice de saturação turística de cada uma delas.

As expressões que traduzem o índice de preferência e o de saturação estão representadas pelas equações (3) e (4).

$$IP = \frac{T}{Tt} \quad (3)$$

$$IST = \frac{N.^{\circ} Turistas}{População Total} \quad (4)$$

Para o último objetivo específico, avaliar a quota de mercado turística de Cabo Verde e das ilhas separadamente, foram utilizadas as seguintes expressões para calcular o índice de desvio da quota de mercado e o índice de variação da quota de mercado:

$$Dijk = \frac{(Xijk / \sum_{i=1}^n Xijk) - 1}{(\sum_{j=1}^n Xij(k)n / \sum_{i=j}^n \sum_{j=i}^n Xij(k)n)} \quad (5)$$

Onde,

D_{ijk} , índice de desvio da quota de mercado para o destino i no ano k ;

X_{ijk} , número de visitantes para o destino i da origem/mercado emissor j , no ano k ;

n , número de mercados emissores/origens e destinos.

$$V_{ijk} = [(X_{ijk}/X_{ij1}) - 1] - [(X_{jk}/X_{j1}) - 1] \quad (6)$$

Onde,

V_{ijk} , índice de variação da quota de mercado;

X_{ijk} , número de visitantes para o destino i da origem/mercado emissor j , no ano k ;

X_{jk} , total número de visitantes do mercado emissor/origem j no ano k ;

1_k , do ano 1 ao ano k .

Os índices de cada ilha foram representados em um gráfico de quatro quadrantes, onde pode-se ver os tipos de mercados anteriormente citados e verificar o comportamento de cada destino em relação a determinada origem.

5 RESULTADOS EMPÍRICOS DA PESQUISA

Nesta seção, apresentam-se os resultados da pesquisa, a saber, a estatística descritiva, o modelo econométrico estimado para Cabo Verde, a comparação entre as ilhas e a análise da quota de mercado.

5.1 Análise descritiva do turismo em Cabo Verde

Com o intuito de melhor entender os dados utilizados, é necessário conhecer algumas das suas medidas de tendência central e de dispersão: média, mediana, desvio-padrão, variância, coeficiente de variação, assimetria, máximo e mínimo.

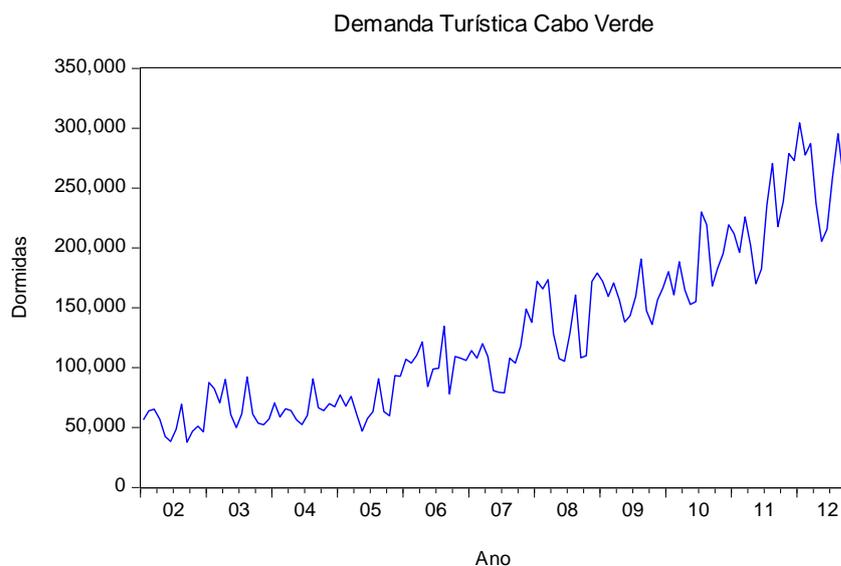
Tabela 11: Estatística descritiva

Variáveis	Média	Mediana	Máximo	Mínimo	Desvio-padrão	Coef. de variação	Assimetria	N
DTCV	128 056	108 353	304 318	37 692	67 921,00	0,53	0,72	129
OFH	9 619,8	9 767,0	14 999	5 159	3 130,37	0,33	0,06	129
TXCAMBIO	87,71	85,43	126,82	69,90	11,88	0,14	1,45	129

Nota: DTCV – Demanda Turística de Cabo Verde; OFH – Oferta Hoteleira; TXCAMBIO – Taxa de Câmbio.
Fonte: dados da pesquisa.

A tabela 11 apresenta os resultados da estatística descritiva das variáveis utilizadas no modelo. Não se achou necessário colocar a variável *dummy* (sazonalidade) dado que não existem muitas variações na sua distribuição.

Gráfico 1: Demanda turística de Cabo Verde

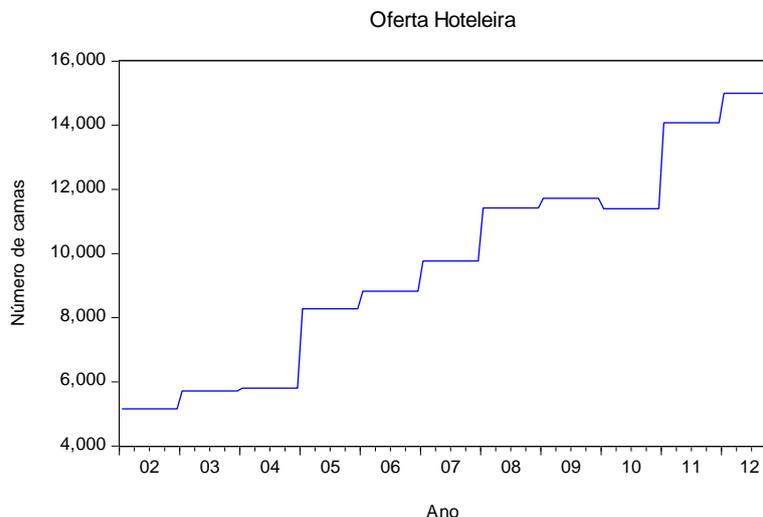


Fonte: dados da pesquisa.

A variável demanda turística de Cabo Verde tem uma distribuição assimétrica à direita (positiva). Pelo coeficiente de variação (0,53) pode-se afirmar que se trata de uma distribuição heterogênea, indicando que a dispersão dos dados em relação à média é muito grande. Isso pode

mostrar que a demanda turística variou muito entre os anos 2002 e 2012. O gráfico 1 mostra a distribuição da supracitada variável.

Gráfico 2: Oferta Hoteleira de Cabo Verde

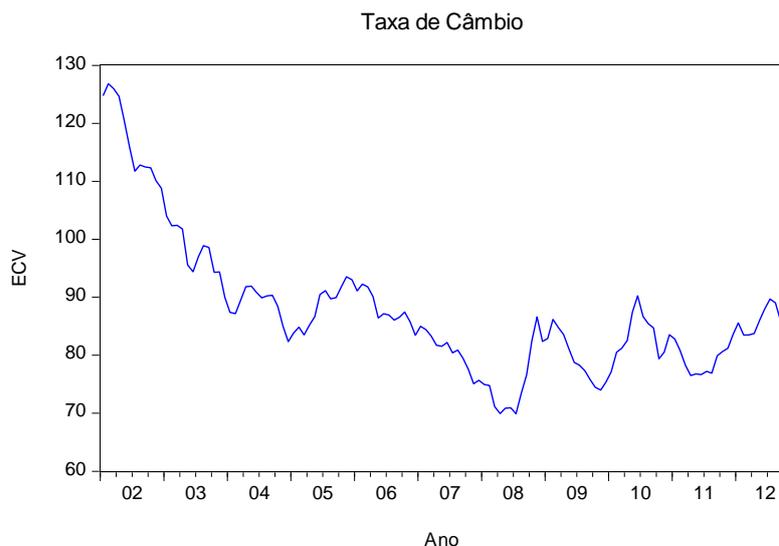


Fonte: dados da pesquisa.

A variável oferta hoteleira também apresenta uma distribuição assimétrica à direita (positiva), mas com menor coeficiente de variação (0,33). Entende-se assim que tal distribuição é menos heterogênea, acusando alguma dispersão dos dados em relação à média. Consta-se assim podem existir algumas diferenças entre as ilhas no número de camas ofertadas, sendo as maiores variações registradas nos anos 2004 e 2010, conforme se pode notar pelo gráfico 2.

O gráfico 3 mostra a distribuição da variável taxa de câmbio.

Gráfico 3: Taxa de Câmbio



Fonte: dados da pesquisa.

A taxa de câmbio possui uma distribuição assimétrica à esquerda com baixo coeficiente de variação (0,14), mostrando homogeneidade nos dados, pouca dispersão e variabilidade. Nota-se também a desvalorização do dólar face ao escudo cabo-verdiano.

5.2 Modelo de atração de demanda turística internacional de Cabo Verde

Nesta seção é apresentado o modelo econométrico estimado para a demanda turística de Cabo Verde. Inicialmente apresenta-se a tabela 12 com as correlações entre as variáveis do modelo. A variável demanda turística de Cabo Verde está fortemente relacionada com a oferta hoteleira, sendo esta correlação positiva, e negativamente relacionada com a sazonalidade. A oferta hoteleira está negativamente relacionada com a sazonalidade e com a taxa de câmbio. Os valores encontrados e seus respectivos sinais estão na tabela 12.

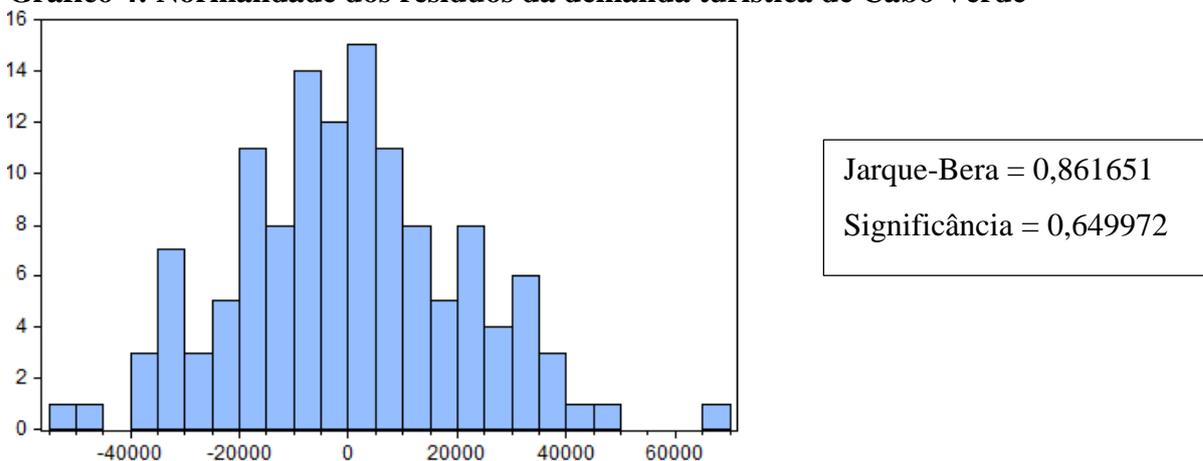
Tabela 12: Matriz de correlações

	DTCV	OFH	SAZ	Txcambio
DTCV	1,0000	0,907759	-0,505546	0,109568
OFH	0,907759	1,0000	-0,678895	0,013373
SAZ	0,109568	0,013373	-0,0048	1,0000
Txcambio	-0,505546	-0,678895	1,0000	-0,0048

Fonte: dados da pesquisa.

Antes de analisar os dados através do modelo de regressão, testou-se os quatro pressupostos da regressão. O teste da normalidade de resíduos apresentou significância acima de 5%, mostrando que os dados atendem ao pressuposto da normalidade, conforme gráfico 4. Alternando as variáveis independentes como variável dependente, verificou-se que não existem problemas de multicolinearidade, pois não houve erros para gerar os modelos alternativos.

Gráfico 4: Normalidade dos resíduos da demanda turística de Cabo Verde



Fonte: dados da pesquisa.

O teste para a homocedasticidade mostrou que os resíduos eram homocedásticos (Prob. $F = 0,0222$), pois a significância foi acima de 1%. Pela estatística Durbin-Watson (1,977), atende-se ao pressuposto da ausência de autocorrelação serial, considerando que foi maior que o limite superior tabelado (1,625). A tabela 13 apresenta os resultados da regressão.

Tabela 13: Modelo da regressão para Cabo Verde

Variáveis independentes	Coefficiente	Erro padrão	Teste T	Prob.
Constante	-2.763107	1.196533	-2.309261	0.0226
Oferta Hoteleira	0.744675	0.133992	5.557610	0.0000***
Sazonalidade	0.050958	0.031408	1.622463	0.1073
Taxa de câmbio	0.307877	0.177129	1.738148	0.0847*
DTCV (-1)	0.533650	0.077871	6.852982	0.0000***
R ²	0.889362	R ² ajustado		0.885764
Teste F	247.1841	Teste Durbin-Watson		2.059365
Prob (Teste F)	0.000000	N		129

Nota: *** significante a 1%; ** significante a 5%, * significante a 10%.

Fonte: dados da pesquisa.

O modelo possui poder explicativo de 88,57% (R² ajustado) e é significativo a 1% (Prob. = 0,00000). Percebe-se que a oferta hoteleira e a demanda turística de Cabo Verde defasada são significativas a 1%, e a taxa de câmbio é significativa a 10%. Assim, a equação estimada é:

$$DTCV = -2.763107 + 0.744675 OFH + 0.307877 TXcambio + 0.533650 DTCV (-1) + \varepsilon$$

Dessa forma, pode-se constatar que a cada aumento de uma unidade (uma cama) na oferta hoteleira, há um aumento de 0,745 na demanda turística de Cabo Verde. A variável demanda turística defasada também tem um impacto positivo na variável dependente, mostrando que a cada turista que visita Cabo Verde, há um aumento de 0,534 na demanda turística atual. Quanto à taxa de câmbio, nota-se que a desvalorização da moeda cabo-verdiana em uma unidade, aumenta a demanda turística de Cabo Verde em 0,308. Assim, não se rejeitam as hipóteses 1, 3 e 4.

Tabela 14: Índice de Saturação Turística de Cabo Verde

Ano	Nº hóspedes Cabo Verde	População Cabo Verde	Índice de saturação
2002	125852	434625	0,29
2003	150048	434625	0,35
2004	157052	434625	0,36
2005	197844	434625	0,46
2006	241742	434625	0,56
2007	267188	434625	0,61
2008	285141	491 875	0,58
2009	287183	491 875	0,58
2010	336086	491 875	0,68
2011	428273	491 875	0,87
2012	482267	491875	0,98
2013	502874	491875	1,02

Fonte: dados da pesquisa.

Pela tabela 14, percebe-se que o índice de saturação turística de Cabo Verde aumentou ao longo dos anos, chegando a ultrapassar o limite de 1 em 2013. Isso pode indicar que existe um impacto negativo ao nível socioambiental. Esses índices também indicam que a importância relativa do turismo para Cabo Verde é alta, confirmando a forte dependência do país no setor turístico.

5.3 Análise comparativa das ilhas

5.3.1 São Vicente

Ao testar os pressupostos da regressão para a ilha de São Vicente, notou-se que: a normalidade dos resíduos apresentou significância acima de 5% (0,6811), sendo assim confirmado o referido pressuposto. O teste da homocedasticidade apresentou significância acima de 1% (0,6231) e a ausência da autocorrelação serial também foi comprovada através do teste Durbin-Watson (1,92). Não foram constatados problemas de multicolinearidade entre as variáveis.

Testados os pressupostos, pôde-se estimar o modelo de regressão para a ilha de São Vicente, que possui poder explicativo de 26,57% (R^2 ajustado), sendo significativa a 1%, com três variáveis significativas a 1%: oferta hoteleira, demanda turística de Cabo Verde e demanda turística de São Vicente defasada. Os resultados podem ser vistos na tabela 15. Tem-se assim a seguinte equação:

$$DT \text{ São Vicente} = 3.520612 - 0.719728 \text{ OFH} + 0.300740 \text{ DTCV} + 0.394913 \text{ DT São Vicente} (-1) + \varepsilon$$

Tabela 15: Modelo de regressão para São Vicente

Variáveis independentes	Coefficiente	Erro padrão	Teste T	Prob.
Constante	3.520612	1.003151	3.509555	0.0006
Oferta Hoteleira	-0.719728	0.267010	-2.695505	0.0080***
Sazonalidade	0.006573	0.018522	0.354901	0.7233
Taxa de câmbio	-0.415731	0.276165	-1.505370	0.1348
DT Cabo Verde	0.300740	0.081123	3.707209	0.0003***
DTSão Vicente (-1)	0.394913	0.079045	4.996078	0.0000***
R^2	0.297471	R^2 ajustado		0.268678
Teste F	10.33164	Teste Durbin-Watson		1.922054
Prob (Teste F)	0.000000	N		129

Nota: *** significante a 1%; ** significante a 5%, * significante a 10%.

Fonte: dados da pesquisa.

Verifica-se que a diminuição de uma unidade (uma cama) na oferta hoteleira de São Vicente, aumenta a demanda turística de São Vicente em 0,72. O aumento de uma unidade na demanda turística de Cabo Verde, aumenta a demanda turística de São Vicente em 0,30. Se o fluxo turístico passado de São Vicente aumentar em uma unidade, isso impacta positivamente em 0,394 na variável dependente.

A tabela 16 mostra os índices de preferência e saturação turística de São Vicente. A preferência turística por São Vicente é baixa, sendo decrescente no período analisado, mostrando que São Vicente não é um dos destinos preferidos dos turistas que visitam Cabo Verde.

Tabela 16: Índice de Preferência e Saturação Turística de São Vicente

Ano	Nº hóspedes São Vicente	Nº hóspedes Cabo Verde	População São Vicente	Índice de preferência	Índice de saturação
2002	11737	125852	67163	0,09	0,17
2003	13405	150048	67163	0,09	0,20
2004	13098	157052	67163	0,08	0,20
2005	14398	197844	67163	0,07	0,21
2006	16322	241742	67163	0,07	0,24
2007	18266	267188	67163	0,07	0,27
2008	18033	285141	76140	0,06	0,24
2009	14671	287183	76140	0,05	0,19
2010	16078	336086	76140	0,05	0,21
2011	18132	428273	76140	0,04	0,24
2012	25645	482267	76140	0,05	0,34
2013	24672	502874	76140	0,05	0,32

Fonte: dados da pesquisa.

Quanto a saturação turística, verifica-se que São Vicente apresenta valores inferiores a 1, sendo o valor máximo registrado em 2012, o que significa que a ilha é capaz de suportar acréscimos adicionais de turistas. Constata-se ainda que o turismo é uma atividade com importância relativa para a ilha de São Vicente.

5.3.2 Sal

Os pressupostos da regressão foram todos atendidos ao analisar os dados da ilha do Sal. Os resíduos revelaram ser normais, com significância igual a 0,5056 (acima de 5%); a homocedasticidade foi acima de 1% (0,0134); o teste Durbin-Watson apresentou valor igual a 2,01 e as variáveis não mostraram problemas de multicolinearidade.

Com um poder explicativo de 76,20% (R^2 ajustado), o modelo de regressão para a ilha do Sal foi significativo a 1%, apresentado todas as variáveis significativas: oferta hoteleira,

sazonalidade, taxa de câmbio e a demanda turística de Cabo Verde (5%) e a demanda turística da ilha do Sal defasada (1%), conforme tabela 17.

Tabela 17: Modelo de regressão para Sal

Variáveis independentes	Coefficiente	Erro padrão	Teste T	Prob.
Constante	5.176679	1.971877	2.625254	0.0098
Oferta Hoteleira	0.339543	0.149990	2.263764	0.0254**
Sazonalidade	0.067711	0.033370	2.029125	0.0446**
Taxa de câmbio	-0.487604	0.229334	-2.126174	0.0355**
DT Cabo Verde	0.070657	0.028731	2.459216	0.0153**
DT Sal (-1)	0.405906	0.079582	5.100458	0.0000***
R ²	0.771283	R ² ajustado		0.761909
Teste F	82.28202	Teste Durbin-Watson		1.943294
Prob (Teste F)	0.000000	N		129

Nota: *** significante a 1%; ** significante a 5%, * significante a 10%.

Fonte: dados da pesquisa.

Têm-se assim a seguinte equação estimada:

$$DT\ Sal = 5.176679 + 0.339543\ OFH + 0.067711\ Sazonalidade - 0.487604\ TXcambio + 0.070657\ DTCV + 0.405906\ DT\ Sal\ (-1) + \varepsilon$$

Infere-se que o aumento de uma unidade na oferta hoteleira, leva a um aumento de 0,34 na demanda turística de Sal. A demanda turística de Sal aumentará em 0,07 em períodos de alta estação. Se o escudo cabo-verdiano se valorizar frente ao dólar, a demanda turística de ilha do Sal aumentará em 0,49. Por sua vez, a demanda turística de Sal defasada tem um impacto positivo de 0,41 na variável dependente.

A tabela 18 apresenta os índices de preferência e saturação turística da ilha do Sal.

Tabela 18: Índice de Preferência e Saturação Turística de Sal

Ano	Nº hóspedes Sal	Nº hóspedes Cabo Verde	População Sal	Índice de preferência	Índice de saturação
2002	81949	125852	14816	0,65	5,53
2003	103788	150048	14816	0,69	7,01
2004	116758	157052	14816	0,74	7,88
2005	147790	197844	14816	0,75	9,98
2006	154616	241742	14816	0,64	10,44
2007	176474	267188	14816	0,66	11,91
2008	174958	285141	25779	0,61	6,79
2009	137282	287183	25779	0,48	5,33
2010	143807	336086	25779	0,43	5,58
2011	143409	428273	25779	0,33	5,56
2012	175920	482267	25779	0,36	6,82
2013	197429	502874	25779	0,39	7,66

Fonte: dados da pesquisa.

Verifica-se a preferência turística pela ilha do Sal é alta entre 2002 e 2008, a partir do qual começa a diminuir, com seu valor mais baixo em 2011, mostrando que os turistas estão preferindo outro destino turístico em Cabo Verde. Pode-se dizer que a ilha do Sal encontra-se

em uma situação crítica quanto a saturação turística, apresentando índices muito superiores a 1 em todo o período analisado, com valor máximo em 2007 (11,91), a partir do qual começa a diminuir. Portanto, a ilha excedeu consideravelmente sua capacidade de receber turistas, não sendo capaz de suportar nenhum acréscimo adicional, sem que isto acarrete em impactos sociais e ambientais negativos. Esses elevados índices também mostram a grande importância que o turismo tem para a ilha do Sal.

5.3.3 Boavista

Os pressupostos de multicolinearidade e ausência de auto correlação foram atendidos, com o valor do teste Durbin-Watson de 1,98. O teste Breusch-Pagan-Godfrey mostrou que o pressuposto de homocedasticidade foi violado (0,0014). Deste modo, aplicou-se a correção de White. Os resíduos não foram normais, aquando das transformações feitas nas variáveis. Pelo Teorema do Limite Central, considera-se que a distribuição dos resíduos é normal, dado que a amostra é superior a 100. Os resultados podem ser visualizados na tabela 19.

A ilha da Boavista apresentou um modelo com poder explicativo de 94,54% (R^2 ajustado), sendo todas as variáveis significativas até 5%. A equação estimada é:
 $DT\ Boavista = -16.03548 + 0.325012\ Oferta\ Hoteleira + -0.164991\ Sazonalidade + 3.607904\ Taxa\ de\ câmbio + 1.951197\ DTCV + 0.841758\ DT\ Boavista\ (-1) + \epsilon$

Tabela 19: Modelo de regressão para Boavista

Variáveis independentes	Coefficiente	Erro padrão	Teste T	Prob.
Constante	-16.03548	3.501060	-4.580179	0.0000
Oferta Hoteleira	0.325012	0.162193	2.003865	0.0473**
Sazonalidade	-0.164991	0.073164	-2.255085	0.0259**
Taxa de câmbio	3.607904	1.001986	3.600753	0.0005***
DTCV	1.951197	0.443296	4.401564	0.0000***
DTBoavista (-1)	0.841758	0.040243	20.91693	0.0000***
R^2	0.947541	R^2 ajustado	0.945391	
Teste F	440.7268	Teste Durbin-Watson		2.129564
Prob (Teste F)	0.000000	N		129

Nota: *** significante a 1%; ** significante a 5%, * significante a 10%.

Fonte: dados da pesquisa.

A demanda turística da ilha da Boavista aumentará em 0,325 a cada acréscimo de uma unidade na oferta hoteleira. Se por sua vez a demanda turística de Boavista defasada aumentar em uma unidade, isso resultará num aumento de 0,841 na variável dependente. A desvalorização da moeda cabo-verdiana, aumentará a demanda turística de Boavista em 3,607.

Períodos de baixa estação aumentam a demanda turística de Boavista em 0,165. Se a demanda por Cabo Verde aumentar em uma unidade, a demanda por Boavista aumentará em 1,95.

A tabela 20 mostra a evolução da preferência e saturação turística de Boavista.

Tabela 20: Índice de Preferência e Saturação Turística da Boavista

Ano	Nº hóspedes Boavista	Nº hóspedes Cabo Verde	População Boavista	Índice de preferência	Índice de saturação
2002	8196	125852	4209	0,07	1,95
2003	6855	150048	4209	0,05	1,63
2004	3037	157052	4209	0,02	0,72
2005	3372	197844	4209	0,02	0,80
2006	19126	241742	4209	0,08	4,54
2007	13397	267188	4209	0,05	3,18
2008	30970	285141	9162	0,11	3,38
2009	79673	287183	9162	0,28	8,70
2010	121502	336086	9162	0,36	13,26
2011	157522	428273	9162	0,37	17,19
2012	198645	482267	9162	0,41	21,68
2013	204050	502874	9162	0,41	22,27

Fonte: dados da pesquisa.

Boavista é uma ilha cuja preferência aumentou muito no período de análise, mostrando que os turistas estão preferindo mais essa ilha, registrando valor mínimo de 0,02 em 2004 e 2005 e valor máximo de 0,41 em 2012 e 2013. No entanto, esta preferência tem impacto negativo nos índices de saturação da ilha da Boavista. Se em 2002, a ilha já apresentava um índice de saturação superior a 1 (1,95), em 2013 esse índice aumentou para 22,27, o que pode indicar sérios danos sociais e ambientais. Destaca-se que Boavista apresentou saturação turística abaixo de 1 em 2004 e 2005. A análise desses índices permite ainda verificar que a importância do turismo para a ilha da Boavista aumentou consideravelmente entre 2009 e 2013.

5.3.4 Santiago

O modelo de regressão para a ilha de Santiago foi significativo a 1%, com poder explicativo de 48,13% (R^2 ajustado) e quatro variáveis significativas: oferta hoteleira, sazonalidade, demanda turística de Cabo Verde e demanda turística de Santiago defasada.

Ao fazer a análise dos pressupostos, constatou-se que não existem problemas de autocorrelação serial, pois a estatística Durbin-Watson foi de 1,96 e nem problemas de multicolinearidade. O teste Breusch-Pagan-Godfrey mostrou que o pressuposto de homocedasticidade foi violado (0,0002), pelo que foi aplicada a correção de White. Os resíduos não se revelaram normais, apesar das transformações feitas nas variáveis para corrigi-los. Mas,

pelo Teorema do Limite Central, considera-se que a distribuição dos resíduos é normal, dado que a amostra é maior que 100.

Tabela 21: Modelo de regressão para Santiago

Variáveis independentes	Coefficiente	Erro padrão	Teste T	Prob.
Constante	2.919351	0.733621	3.979371	0.0001
Oferta Hoteleira	-0.488793	0.249402	-1.959864	0.0523*
Sazonalidade	-0.029242	0.014653	-1.995588	0.0482**
Taxa de câmbio	-0.215878	0.195987	-1.101492	0.2729
DTCV	0.408203	0.089168	4.577892	0.0000***
DTSantiago (-1)	0.204843	0.081624	2.509595	0.0134**
R ²	0.501725	R ² ajustado	0.481304	
Teste F	24.56897	Teste Durbin-Watson		1.962068
Prob (Teste F)	0.000000	N		129

Nota: *** significante a 1%; ** significante a 5%, * significante a 10%.

Fonte: dados da pesquisa.

Com os resultados da tabela 21, estimou-se a seguinte equação:

$$DT \text{ Boavista} = 2.919351 - 0.488793 \text{ OFH} - 0.029242 \text{ Sazonalidade} + 0.408203 \text{ DTCV} + 0.204843 \text{ DTSantiago} (-1) + \varepsilon$$

Verifica-se assim que quando a oferta hoteleira diminui em uma unidade, a demanda turística de Boavista aumenta em 0,489. A demanda turística de Santiago aumenta em 0,029 em períodos de baixa estação. A cada acréscimo de uma unidade na demanda turística de Cabo Verde, há um aumento de 0,408 na demanda de Santiago. Se por sua vez, a demanda de Santiago defasada aumentar em uma unidade, a variável dependente aumentará em 0,205.

Tabela 22: Índice de Preferência e Saturação Turística de Santiago

Ano	Nº hóspedes Santiago	Nº hóspedes Cabo Verde	População Santiago	Índice de preferência	Índice de saturação
2002	18401	125852	236627	0,15	0,08
2003	21363	150048	236627	0,14	0,09
2004	18409	157052	236627	0,12	0,08
2005	23328	197844	236627	0,12	0,10
2006	40856	241742	236627	0,17	0,17
2007	45566	267188	236627	0,17	0,19
2008	50297	285141	274044	0,18	0,18
2009	42592	287183	274044	0,15	0,16
2010	40073	336086	274044	0,12	0,15
2011	44089	428273	274044	0,10	0,16
2012	55067	482267	274044	0,11	0,20
2013	50705	502874	274044	0,10	0,19

Fonte: dados da pesquisa.

O índice de preferência da ilha de Santiago apresentou seu ápice em 2008, a partir do qual diminuiu com valor mínimo de 0,10 em 2011 e 2013, ou seja, os turistas estão escolhendo outras ilhas para visitarem ao invés de Santiago. A evolução desse índice pode ser visualizada na tabela 22.

Por sua vez, os índices de saturação turística da ilha de Santiago são inferiores a 1, sendo o maior valor registrado em 2012, mas ainda assim muito abaixo de 1 (0,20). Isso significa que a ilha é capaz de suportar acréscimos adicionais de turistas, sem que isto prejudique o ambiente. O turismo apresenta-se como uma atividade com importância relativa para a ilha de Santiago.

5.3.5 Restantes Ilhas

As restantes ilhas a serem analisadas são: Santo Antão, São Nicolau, Maio, Fogo e Brava. Dada a fraca participação delas no turismo de Cabo Verde, seus dados foram somados e analisados conjuntamente. O teste de normalidade dos resíduos apresentou significância acima de 5% (0,05755). O pressuposto da homocedasticidade foi violado, com significância abaixo de 1% (0,00). Destarte, utilizou-se a correção de White. A ausência da autocorrelação serial foi comprovada a partir do teste Durbin-Watson, pois este possui valor acima do limite superior tabelado (1,65). Da mesma forma não se constataram problemas de multicolinearidade.

O modelo de regressão mostrou ser significativo a 1%, com poder explicativo de 75,9% (R^2 ajustado) e duas variáveis significativas a 1%: demanda turística de Cabo Verde e demanda turística das Restantes Ilhas defasada. Dessa forma, estimou-se a seguinte equação:

$$DT \text{ Restantes Ilhas} = 0.666028 \text{ DTCV} + 0.467674 \text{ DT Restantes Ilhas} (-1) + \varepsilon$$

Tabela 23: Modelo de regressão para as Restantes Ilhas

Variáveis independentes	Coefficiente	Erro padrão	Teste T	Prob.
Constante	-1.744661	1.187687	-1.468957	0.1444
Oferta Hoteleira	-0.232582	0.385181	-0.603825	0.5471
Sazonalidade	-0.033764	0.023140	-1.459133	0.1471
Taxa de câmbio	0.439472	0.340627	1.290184	0.1994
DT Cabo Verde	0.666028	0.135990	4.897620	0.0000***
DT Restantes Ilhas (-1)	0.467674	0.073056	6.401605	0.0000***
R^2	0.768409	R^2 ajustado		0.758918
Teste F	80.95820	Teste Durbin-Watson		1.775614
Prob (Teste F)	0.000000	N		129

Nota: *** significante a 1%; ** significante a 5%, * significante a 10%.

Fonte: dados da pesquisa.

O aumento em uma unidade na demanda turística de Cabo Verde, aumenta em 0,66 a demanda turística das Restantes Ilhas. Por sua vez, o aumento do fluxo passado da demanda turística das Restantes Ilhas aumenta em 0,47 a variável dependente.

Os índices de preferência e saturação turística das Restantes Ilhas encontram-se na tabela 24.

Tabela 24: Índice de Preferência e Saturação Turística das Restantes Ilhas

Ano	Nº hóspedes Restantes Ilhas	Nº hóspedes Cabo Verde	População Restantes Ilhas	Índice de preferência	Índice de saturação
2002	5569	125852	111810	0,04	0,05
2003	4637	150048	111810	0,03	0,04
2004	5750	157052	111810	0,04	0,05
2005	8956	197844	111810	0,05	0,08
2006	10822	241742	111810	0,04	0,10
2007	13485	267188	111810	0,05	0,12
2008	185526	285141	107650	0,65	1,72
2009	12965	287183	107650	0,05	0,12
2010	14626	336086	107650	0,04	0,14
2011	19521	428273	107650	0,05	0,18
2012	26990	482267	107650	0,06	0,25
2013	26018	502874	107650	0,05	0,24

Fonte: dados da pesquisa.

Conforme tabela 24, o índice de preferência dessas ilhas permaneceu quase constante ao longo do período analisado, sendo sempre muito baixo, indicando que essas ilhas são preteridas em relação as outras. Quanto a saturação turística, constata-se ao longo dos anos que esses índices são inferiores a 1, sendo muito alto apenas em 2008 (1,72), ano esse em que as Restantes Ilhas apresentaram alto índice de preferência turística. Essas ilhas são capazes de suportar acréscimos adicionais de turistas. Ressalta-se ainda que importância do turismo para essas ilhas vem aumentando gradativamente.

5.4 Análise da quota de mercado

Para analisar a quota de mercado é necessário que sejam calculados o desvio da quota de mercado e a variação da quota de mercado.

Conforme discutido anteriormente, o índice de desvio da quota de mercado compara a quota de um destino a partir de determinada origem em relação à média desse destino no conjunto das origens. Em 2002, o destino São Vicente apresenta desvio de quota negativo nas origens África do Sul, Áustria, Bélgica+Holanda, Estados Unidos, Reino Unido e Suíça. Isso mostra que sua quota é inferior à média e por isso sua competitividade também é inferior à média no conjunto das origens. Para as origens Alemanha, Espanha, França, Itália, Portugal e Outros Países, o desvio da quota de mercado é positivo, mostrando que tais origens têm quota superior à média, e portanto, competitividade acima dos outros países emissores.

A ilha do Sal assinala desvio da quota de mercado negativo para Áustria, Bélgica+Holanda, Espanha, Estados Unidos, França, Reino Unido, Suíça e Outros Países, o que indica quota e competitividade abaixo da média do conjunto das origens. África do Sul,

Alemanha, Itália e Portugal apontam desvio da quota de mercado e competitividade acima da média. O destino Boavista sinaliza apenas Alemanha, França e Itália com desvio acima da média e consequentemente competitividade superior as outras origens. Por sua vez, Santiago especifica sinal positivo para as origens França, Portugal e Outros Países. As demais origens estão abaixo da média. Por fim, as Restantes Ilhas denotam Alemanha, França, Itália e Portugal com desvio da quota de mercado e competitividade acima da média das demais, de acordo com a tabela 25.

Tabela 25: Índice de desvio da quota de mercado de 2002

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9724	0,4371	-0,9985	-0,9074	-0,9591
Alemanha	0,2770	0,3557	0,2958	-0,1692	1,4349
Austria	-0,8344	-0,9818	-0,9429	-0,8604	-0,7350
Belgica+Holanda	-0,5368	-0,8367	-0,8697	-0,4600	-0,3256
Espanha	0,0766	-0,7140	-0,7862	-0,2735	-0,0174
Estados Unidos	-0,7291	-0,9149	-0,9722	-0,5324	-0,8212
França	1,1982	-0,2282	0,0381	0,4732	2,0684
Reino Unido	-0,8006	-0,9597	-0,9385	-0,8435	-0,8255
Italia	0,4631	2,8985	6,8990	-0,3479	0,3597
Portugal	2,2666	2,2955	-0,1083	3,8278	0,2498
Suíça	-0,6667	-0,9186	-0,7657	-0,7476	-0,2135
Outros Países	0,2586	-0,4327	-0,8507	0,8410	-0,2157

Fonte: dados da pesquisa.

Em 2002, a Alemanha e a Itália foram as únicas origens com desvio positivo em quase todos os destinos (negativo apenas em Santiago), enquanto que a Áustria, a Belgica+Holanda, os Estados Unidos, o Reino Unido e a Suíça permaneceram com competitividade abaixo da média em todos os destinos, conforme pode-se constatar na tabela 25.

Tabela 26: Índice de desvio da quota de mercado de 2013

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9557	-0,9987	-0,9996	-0,7233	-0,9843
Alemanha	0,3983	0,6822	1,0925	-0,2207	1,2198
Austria	-0,8920	-0,9572	-0,9713	-0,9352	-0,8653
Belgica+Holanda	-0,5589	0,1296	0,4561	-0,7366	-0,4498
Espanha	-0,3779	-0,7322	-0,9521	-0,4001	-0,6739
Estados Unidos	-0,6936	-0,9607	-0,9884	-0,4240	-0,8607
França	4,4052	0,3310	0,2655	0,2491	5,6563
Reino Unido	-0,5710	0,8801	2,6450	-0,8500	-0,8704
Italia	-0,8103	0,0418	-0,3166	-0,7704	-0,7007
Portugal	0,3638	0,1443	0,0997	2,9774	-0,5692
Suíça	-0,6911	-0,8857	-0,9682	-0,8807	-0,7348
Outros Países	0,3833	2,3257	0,6377	2,7144	-0,1670

Fonte: dados da pesquisa.

Pela tabela 26, percebe-se que em 2013, São Vicente apresentou desvio de quota positivo para as origens Alemanha, França, Portugal e Outros Países, com competitividade acima da média. Duas origens que tiveram desvio de quota de mercado acima da média em

2002, Espanha e Itália, diminuíram sua competitividade em 2013, que ficou abaixo da média do conjunto das origens.

A ilha do Sal exibiu melhorias no conjunto das origens, nomeadamente a Bélgica+Holanda, França, Reino Unido e Outros Países, além da Alemanha, Itália e Portugal, que já tinham apresentado competitividade acima da média em 2002. No entanto, a África do Sul perdeu sua competitividade em relação a 2002, como mostra a tabela 26.

A ilha da Boavista também melhorou seu conjunto de origens com desvio de quota de mercado acima da média. As origens Alemanha, Bélgica+Holanda, Reino Unido, França, Portugal e Outros Países apresentaram competitividade acima da média. As demais origens continuaram com desvio abaixo da média. O destino Santiago diminuiu seu conjunto de origens com competitividade acima da média. Apenas França, Portugal e Outros Países continuaram com desvio de quota de mercado positivo. Para as Restantes Ilhas, somente a Alemanha e a França mantiveram o desvio de mercado acima da média. As outras origens mostraram competitividade abaixo da média, segundo tabela 26.

Em 2013, unicamente a França indicou desvio da quota de mercado acima da média em todos os destinos, enquanto que a África do Sul, a Áustria, a Espanha, os Estados Unidos e a Suíça tiveram competitividade abaixo da média do conjunto das origens em todos os destinos analisados. A Alemanha, Portugal e os Outros Países apontaram competitividade abaixo da média em apenas um destino, a saber, Santiago para a primeira origem e Restantes Ilhas, para as últimas, de acordo com tabela 26. Para ver as tabelas que mostram os índices dos anos 2003 à 2012, consultar apêndice A.

Quanto ao índice de variação da quota de mercado, este mostra a relação num dado intervalo de referência entre a taxa de crescimento dos fluxos turísticos de determinado mercado emissor para certo destino e a taxa de crescimento dos fluxos turísticos deste mercado emissor para o conjunto dos destinos que estão sendo analisados neste período. A tabela 27 apresenta os índices de variação da quota de mercado de 2003 em relação a 2002. Verifica-se que São Vicente tem cinco origens (África do Sul, Alemanha, França, Portugal e Outros Países) com taxa de crescimento inferior à média. As restantes origens apresentaram quota de variação positiva, o que indica que estão ganhando quota de mercado. A ilha do Sal apresentou apenas três origens com quota de variação superior a 0 (África do Sul, França, Portugal), com taxa de crescimento superior à das restantes origens. Boavista exibiu três origens com variação negativa, e as demais (Alemanha, Áustria, Bélgica+Holanda, França, Reino Unido, Itália, Portugal, Suíça e Outros Países) apresentaram variação positiva, o que resulta em crescimento

da quota de mercado. Quanto ao destino Santiago, as origens África do Sul, Alemanha, França, Portugal e Outros Países indicaram que estão perdendo quota de mercado por seu índice negativo. Se tratando das Restantes Ilhas, todas as origens ganharam quota de mercado, com exceção dos Estados Unidos.

Tabela 27: Índice de variação da quota de mercado 2002/2003

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-1,0707	0,0110	-1,6644	-0,3540	17,0856
Alemanha	-0,1351	-0,0204	0,4983	-0,1394	0,5202
Austria	0,1706	-0,3988	0,2210	0,2235	0,3661
Belgica+Holanda	0,0854	-0,1177	1,4916	0,2549	0,5246
Espanha	0,3655	-0,2093	-0,0681	0,3479	0,6310
Estados Unidos	0,1292	-0,1770	-0,2783	0,2381	-0,2821
França	-0,0747	0,0517	0,0171	-0,1227	0,1904
Reino Unido	0,1437	-0,2195	0,0471	0,1144	1,2449
Italia	0,4028	-0,0793	0,5962	0,3448	0,3950
Portugal	-0,1488	0,1817	0,2627	-0,3283	0,4997
Suiça	0,0367	-0,2464	0,4142	-0,1952	1,2004
Outros Países	-0,0064	-0,0309	0,1137	0,0387	0,0448

Fonte: dados da pesquisa.

Em 2013, conforme análise da tabela 28, apenas a África do Sul perdeu quota de mercado no destino São Vicente. Na ilha do Sal, as origens África do Sul, Alemanha, Estados Unidos, Reino Unido, França, Itália, Portugal ganharam quota de mercado, enquanto que a Áustria, Bélgica+Holanda, Espanha, Suíça e Outros Países perderam quota de mercado.

Tabela 28: Índice de variação da quota de mercado 2002/2013

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-7,2756	459,7610	-7,4056	-7,4508	-7,0135
Alemanha	0,2486	0,1487	-0,1610	0,2010	0,0489
Austria	0,3954	-0,1582	-0,2544	0,4467	0,0869
Belgica+Holanda	0,4393	-0,0001	-0,0565	0,6838	0,2023
Espanha	0,3385	-0,0415	-0,3054	-0,0453	0,1602
Estados Unidos	0,0251	0,5038	-0,2991	-0,1010	-0,1207
França	0,0343	0,0816	-0,1262	0,2689	-0,0605
Reino Unido	0,2123	0,0001	-0,0081	0,3698	0,2795
Italia	2,5291	0,4132	-0,6758	-0,1092	-0,1678
Portugal	0,5489	0,6048	-0,5580	-0,1500	0,0305
Suiça	0,0794	-0,1382	-0,1377	0,3339	0,2008
Outros Países	0,3513	-0,0108	-0,0779	0,0983	0,1200

Fonte: dados da pesquisa.

Por seu turno, todas as origens para o destino Boavista perderam quota de mercado por apresentarem índice de variação negativo. Em Santiago, a África do Sul, a Espanha, os Estados Unidos, a Itália e Portugal perderam quota de mercado. As demais origens acusaram taxa de crescimento acima da média. Quanto as Restantes Ilhas, as origens África do Sul, Estados Unidos, França e Itália perderam quota de mercado, sendo que em 2002 apenas os Estados

Unidos apresentou variação negativa. Para visualizar as tabelas que mostram os índices dos anos 2004 à 2012, consultar apêndice B.

Depois de analisar separadamente os índices de desvio (D) e variação (V) da quota de mercado, estes podem ser analisados em conjunto de forma a determinar o tipo de mercado de cada uma das origens, a partir da tabela 29.

Tabela 29: Índice de desvio e variação da quota de mercado de 2002

Destino	São Vicente		Sal		Boavista		Santiago		Restantes Ilhas	
	D	V	D	V	D	V	D	V	D	V
Índice										
Africa do Sul	-0,97	-1,07	0,44	0,01	-1,00	-1,66	-0,91	-0,35	-0,96	17,09
Alemanha	0,28	-0,14	0,36	-0,02	0,30	0,50	-0,17	-0,14	1,43	0,52
Austria	-0,83	0,17	-0,98	-0,40	-0,94	0,22	-0,86	0,22	-0,73	0,37
Belgica+Holanda	-0,54	0,09	-0,84	-0,12	-0,87	1,49	-0,46	0,25	-0,33	0,52
Espanha	0,08	0,37	-0,71	-0,21	-0,79	-0,07	-0,27	0,35	-0,02	0,63
Estados Unidos	-0,73	0,13	-0,91	-0,18	-0,97	-0,28	-0,53	0,24	-0,82	-0,28
França	1,20	-0,07	-0,23	0,05	0,04	0,02	0,47	-0,12	2,07	0,19
Reino Unido	-0,80	0,14	-0,96	-0,22	-0,94	0,05	-0,84	0,11	-0,83	1,24
Italia	0,46	0,40	2,90	-0,08	6,90	0,60	-0,35	0,34	0,36	0,39
Portugal	2,27	-0,15	2,30	0,18	-0,11	0,26	3,83	-0,33	0,25	0,50
Suiça	-0,67	0,04	-0,92	-0,25	-0,77	0,41	-0,75	-0,20	-0,21	1,20
Outros Países	0,26	-0,01	-0,43	-0,03	-0,85	0,11	0,84	0,04	-0,22	0,04

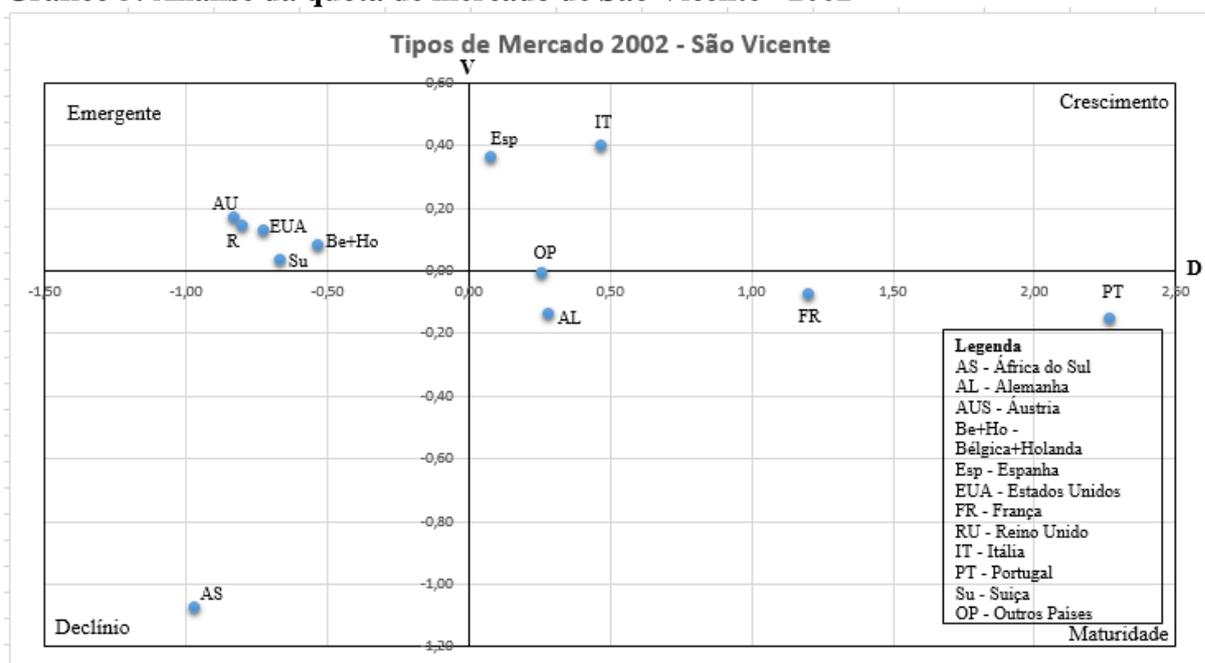
Fonte: dados da pesquisa.

Através dos sinais obtidos nos índices, o tipo de mercado de determinada origem para cada um dos destinos pode ser definido, de acordo com o que foi explicado anteriormente. Se os dois índices forem positivos têm-se um mercado em crescimento; se o índice de desvio for positivo e o de variação for negativo, o mercado encontra-se em maturidade; se ambos os índices forem negativos o mercado classifica-se como estando em declínio; e se o índice de desvio for negativo e o de variação for positivo, trata-se de um mercado emergente.

Pela tabela 29, pôde-se analisar os índices e construir os gráficos para cada destino, que classifica os mercados de cada mercado emissor a cada destino. A África do Sul é um mercado em declínio para todos os destinos com quota de mercado abaixo da média, com exceção da ilha do Sal, onde este é um mercado em crescimento. A Áustria, a Bélgica+Holanda e a Suiça, são mercados emergentes em quase todos os destinos, menos no Sal, onde se classificam como mercados em declínio, com quota de mercado abaixo da média.

O gráfico 5 mostra o comportamento das origens no destino São Vicente. Em 2002 São Vicente apresentou um mercado em declínio (África do Sul), dois mercados em crescimento (Espanha e Itália), cinco mercados emergentes (Áustria, Bélgica+Holanda, Estados Unidos, Reino Unido e Suiça) e quatro mercados em maturidade (Alemanha, França, Portugal e Outros Países).

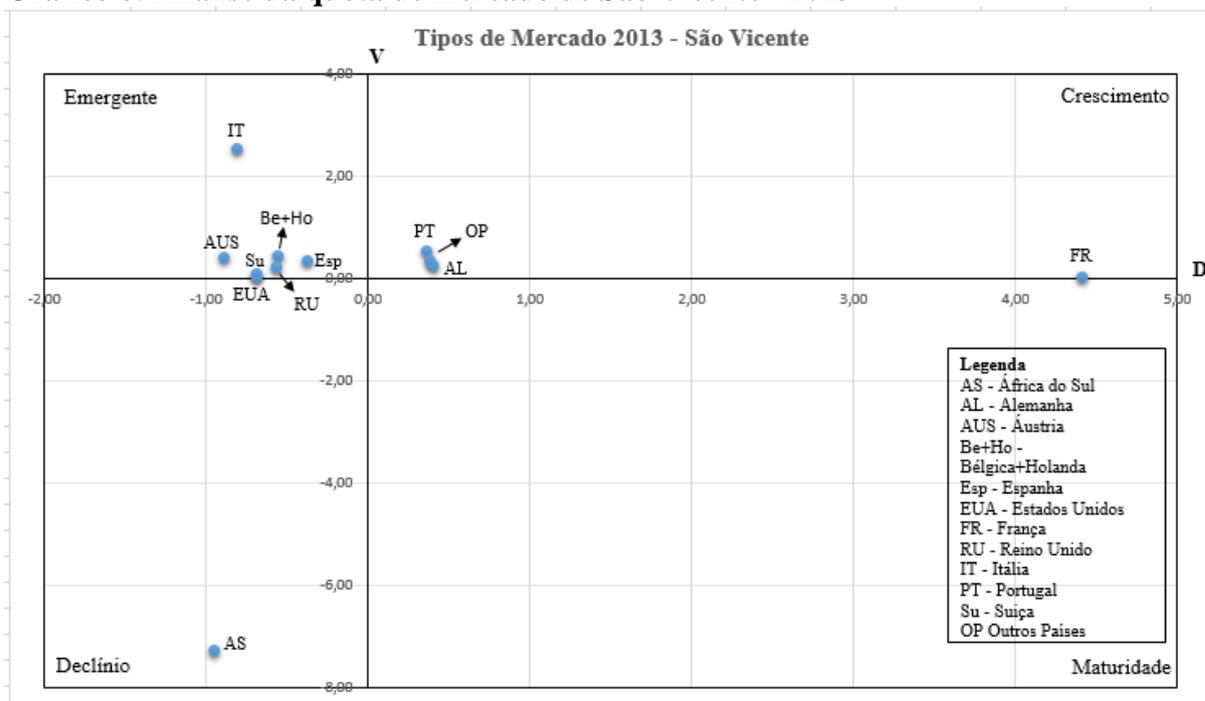
Gráfico 5: Análise da quota de mercado de São Vicente - 2002



Fonte: dados da pesquisa.

Em 2013, a África do Sul continua sendo o único mercado em declínio no destino São Vicente. As origens Alemanha, França, Portugal e Outros Países, que outrora eram mercados maduros, agora são mercados em crescimento. As restantes origens são mercados emergentes, conforme gráfico 6.

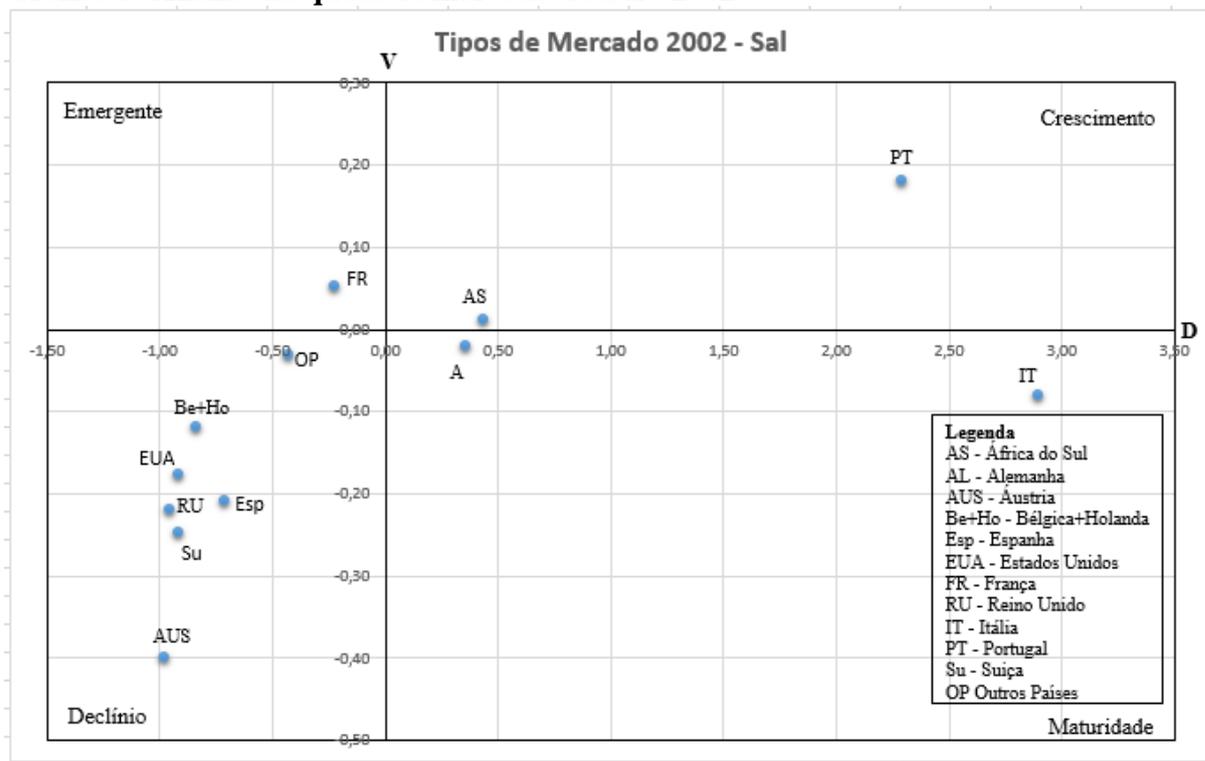
Gráfico 6: Análise da quota de mercado de São Vicente - 2013



Fonte: dados da pesquisa.

A ilha do Sal, em 2002, apresentou sete mercados em declínio (Áustria, Bélgica+Holanda, Espanha, Estados Unidos, Reino Unido, Suíça e Outros Países), dois mercados em crescimento (África do Sul e Portugal), um mercado emergente (França) e dois mercados em maturidade (Alemanha e Itália), de acordo com gráfico 7.

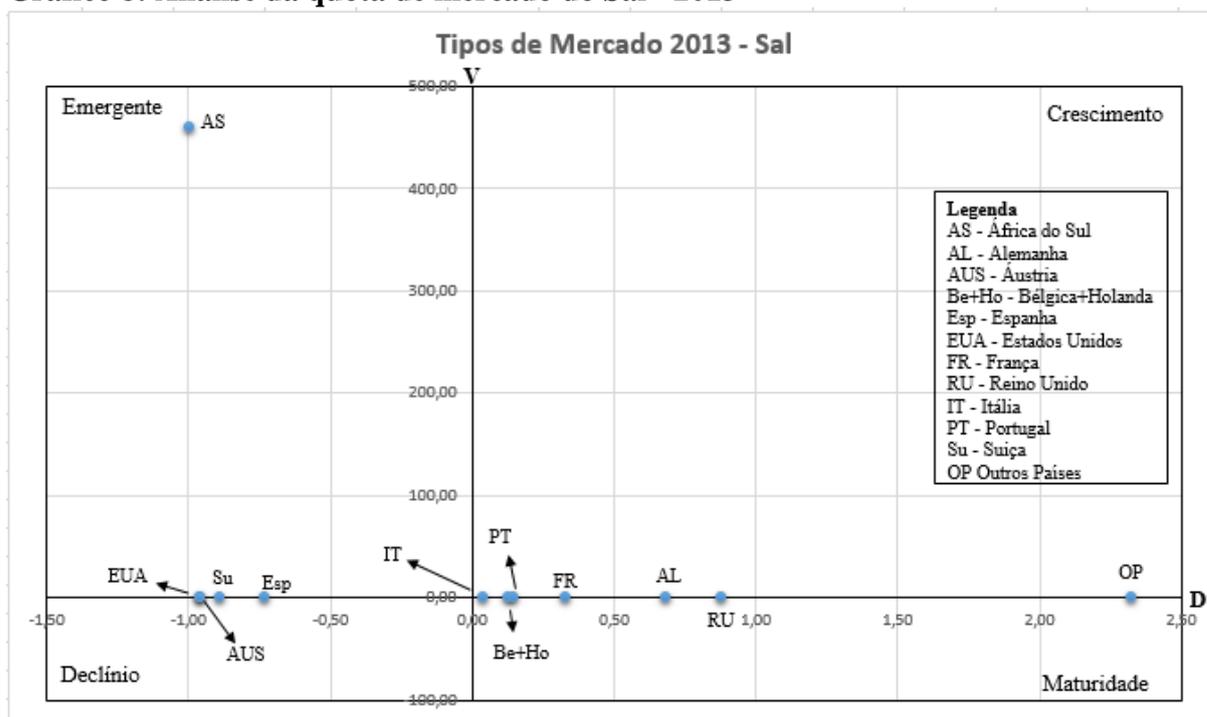
Gráfico 7: Análise da quota de mercado do Sal - 2002



Fonte: dados da pesquisa.

Pelo gráfico 8, percebe-se que a ilha do Sal que antes apresentava sete mercados em declínio, agora apresenta apenas três (Áustria, Espanha e Suíça) no ano de 2013. Constatou-se a ilha agora possui seis mercados em crescimento (Alemanha, Bélgica+Holanda, França, Reino Unido, Itália e Portugal), dois mercados emergentes (África do Sul e Estados Unidos) e um mercado maduro (Outros Países).

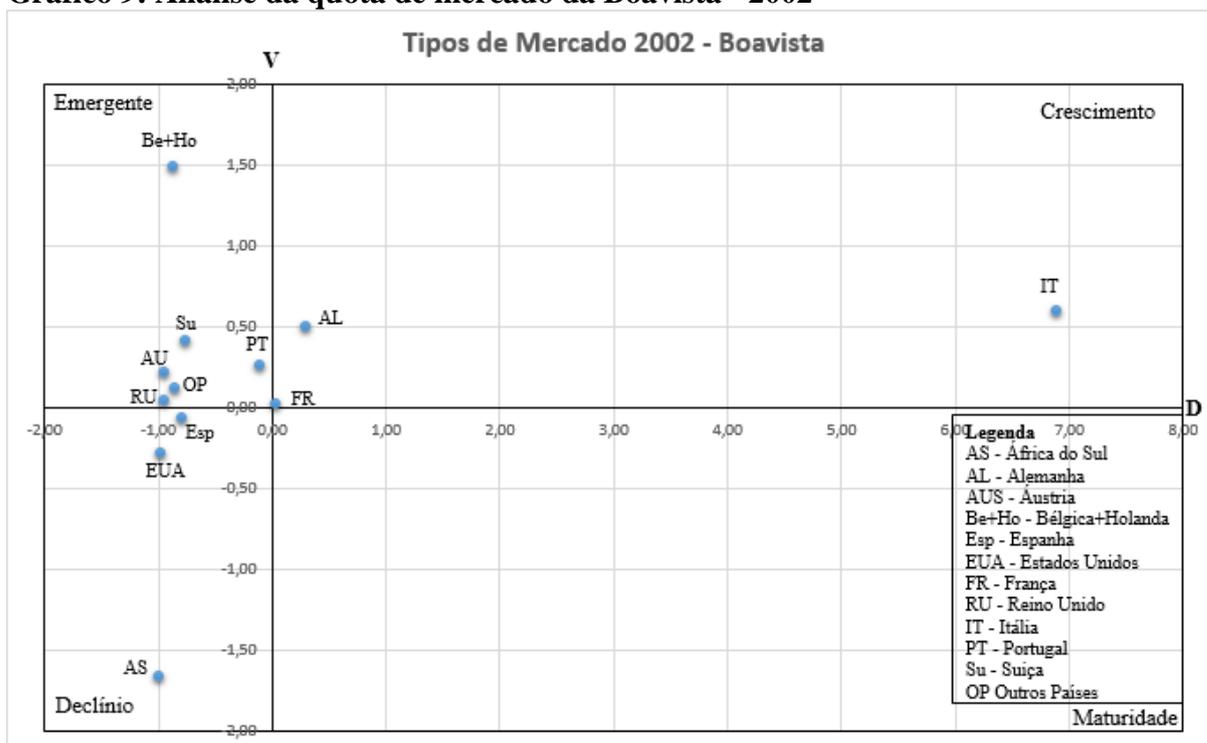
Gráfico 8: Análise da quota de mercado do Sal - 2013



Fonte: dados da pesquisa.

No destino Boavista verificam-se seis mercados emergentes (Áustria, Bélgica+Holanda, Reino Unido, Portugal, Suíça e Outros Países), três mercados em crescimento (Alemanha, França e Itália), sendo que as demais origens encontram-se em declínio, segundo gráfico 9.

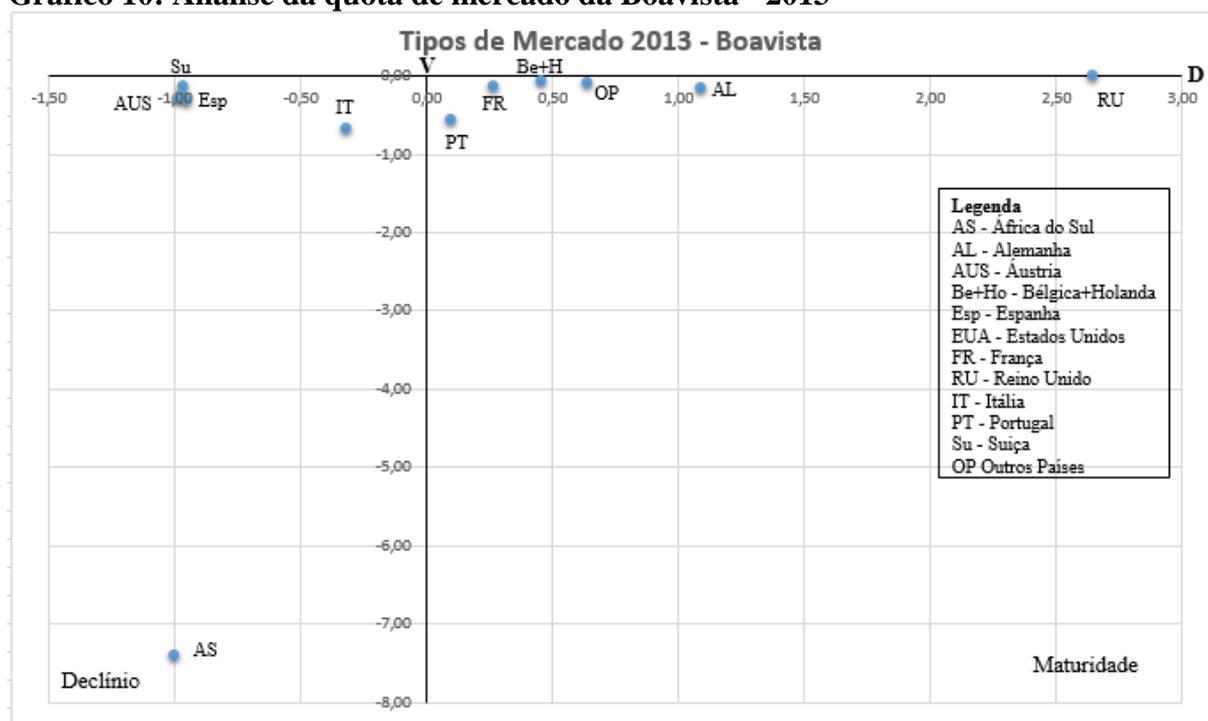
Gráfico 9: Análise da quota de mercado da Boavista - 2002



Fonte: dados da pesquisa.

Pelo gráfico 10, constata-se que em 2013, África do Sul, Espanha e Estados Unidos continuam em declínio no destino Boavista, e a Áustria que antes era um mercado emergente, agora está em declínio. Alemanha e França são mercados em maturidade (anteriormente estavam em crescimento) e Itália está em declínio. Boavista não apresentou nenhum mercado emergente em 2013.

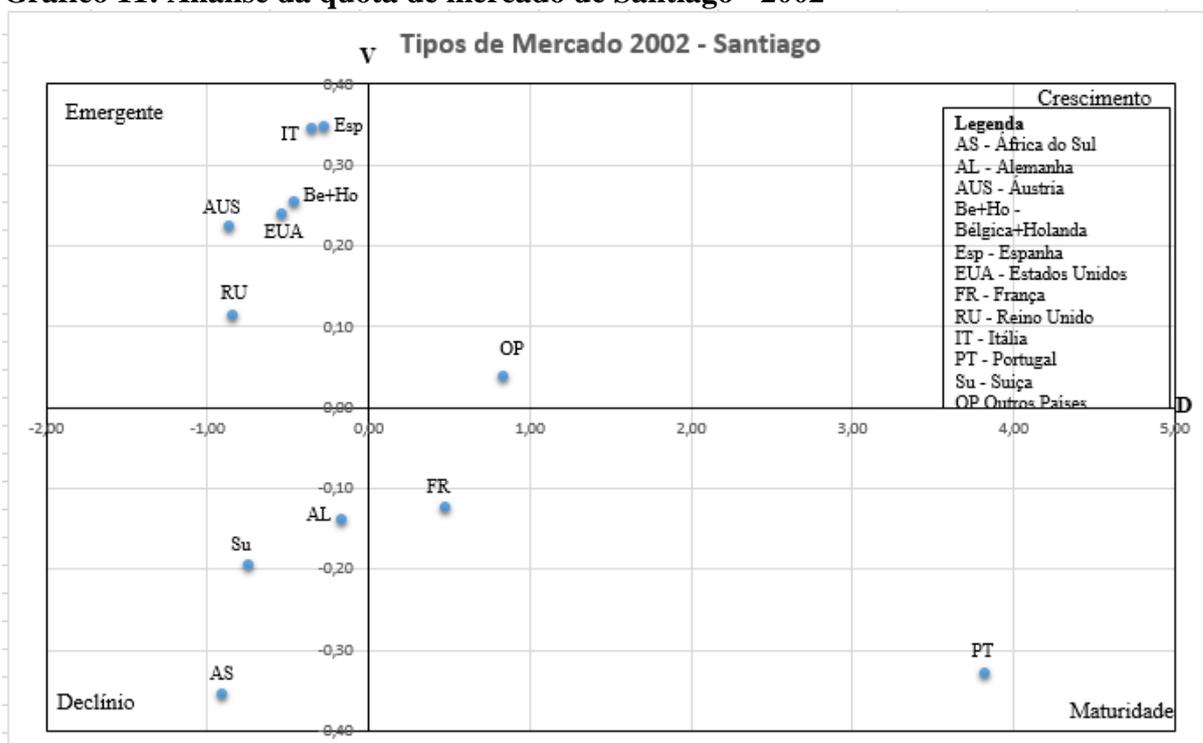
Gráfico 10: Análise da quota de mercado da Boavista - 2013



Fonte: dados da pesquisa.

O destino Santiago, em 2002 possuía três mercados em declínio (África do Sul, Alemanha e Suíça), um mercado em crescimento (Outros Países), dois em fase de maturidade (França e Portugal) e os restantes eram mercados emergentes, conforme gráfico 11.

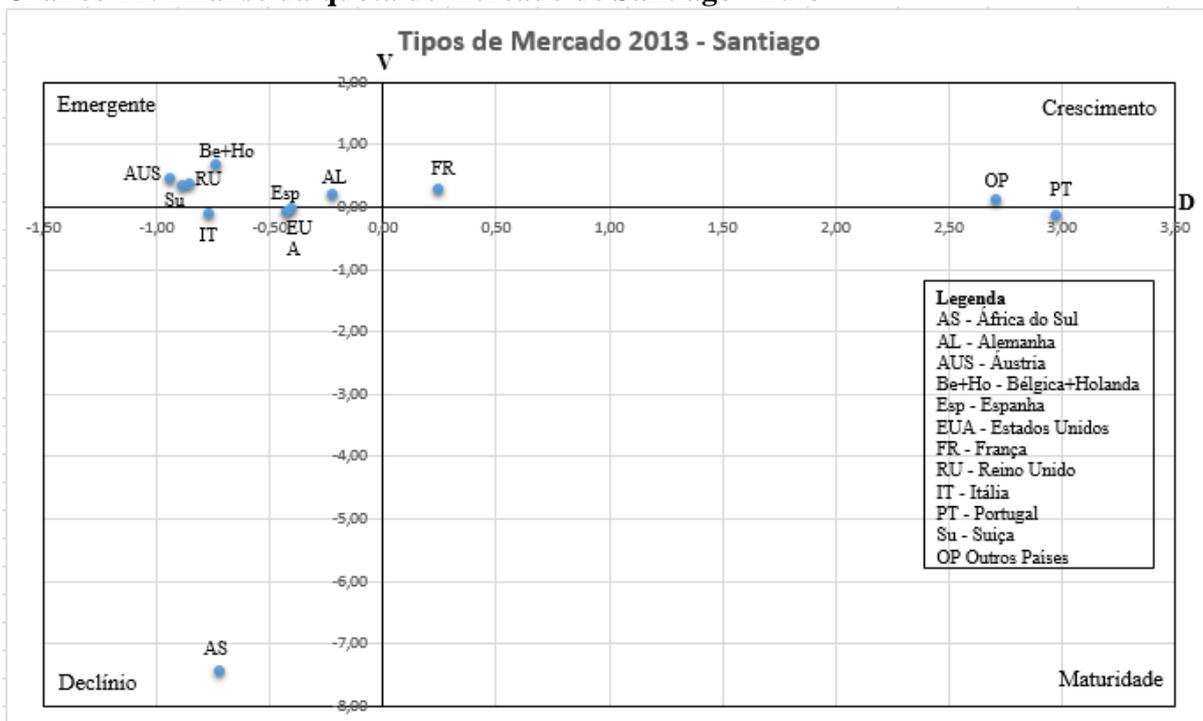
Gráfico 11: Análise da quota de mercado de Santiago - 2002



Fonte: dados da pesquisa.

Em 2013, Santiago agora apresentou quatro mercados em declínio (um a mais do que em 2002), sendo que a Alemanha e a Suíça se recuperaram e agora são mercados emergentes, segundo gráfico 12.

Gráfico 12: Análise da quota de mercado de Santiago - 2013

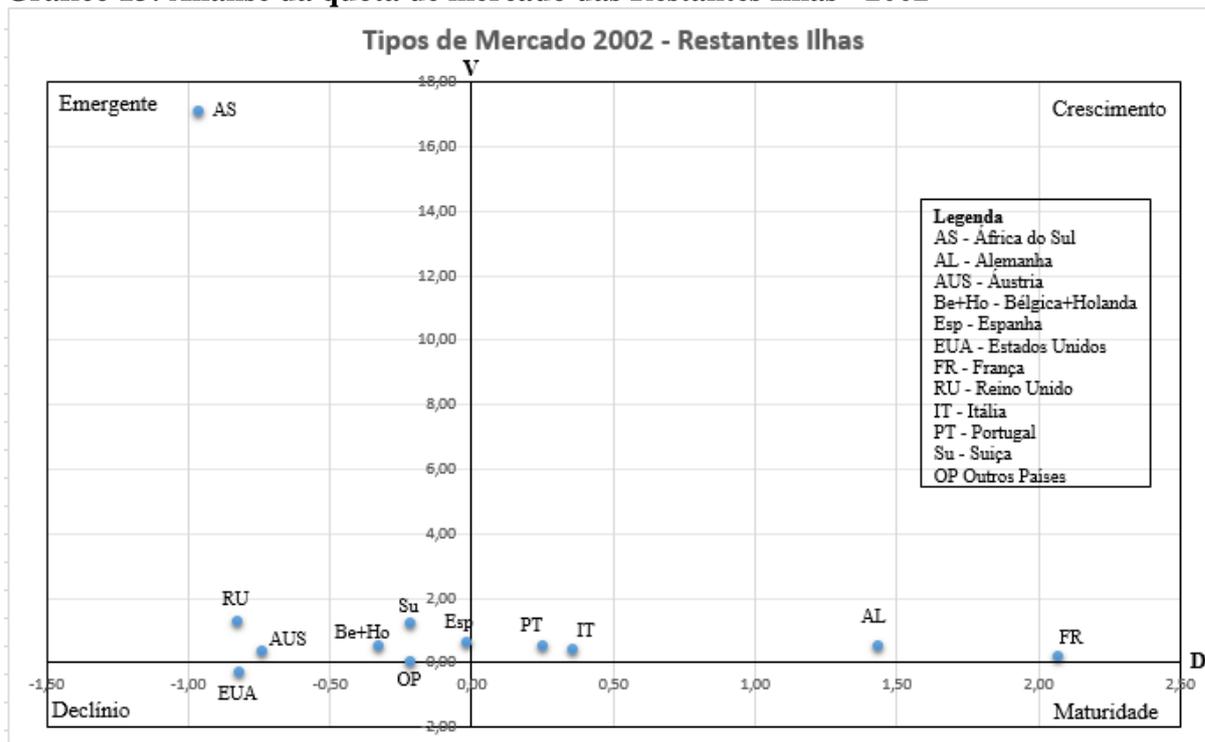


Fonte: dados da pesquisa.

Os Outros Países continuam em crescimento, juntamente com a França, e Portugal continua sendo um mercado em maturidade, ainda de acordo com gráfico 12.

Por fim, as Restantes Ilhas revelaram, em 2002, quatro mercados em crescimento (Alemanha, França, Itália e Portugal), um mercado em declínio (Estados Unidos) e os restantes são mercados emergentes. O gráfico 13 mostra a distribuição das origens nos diferentes tipos de mercado nas Restantes Ilhas.

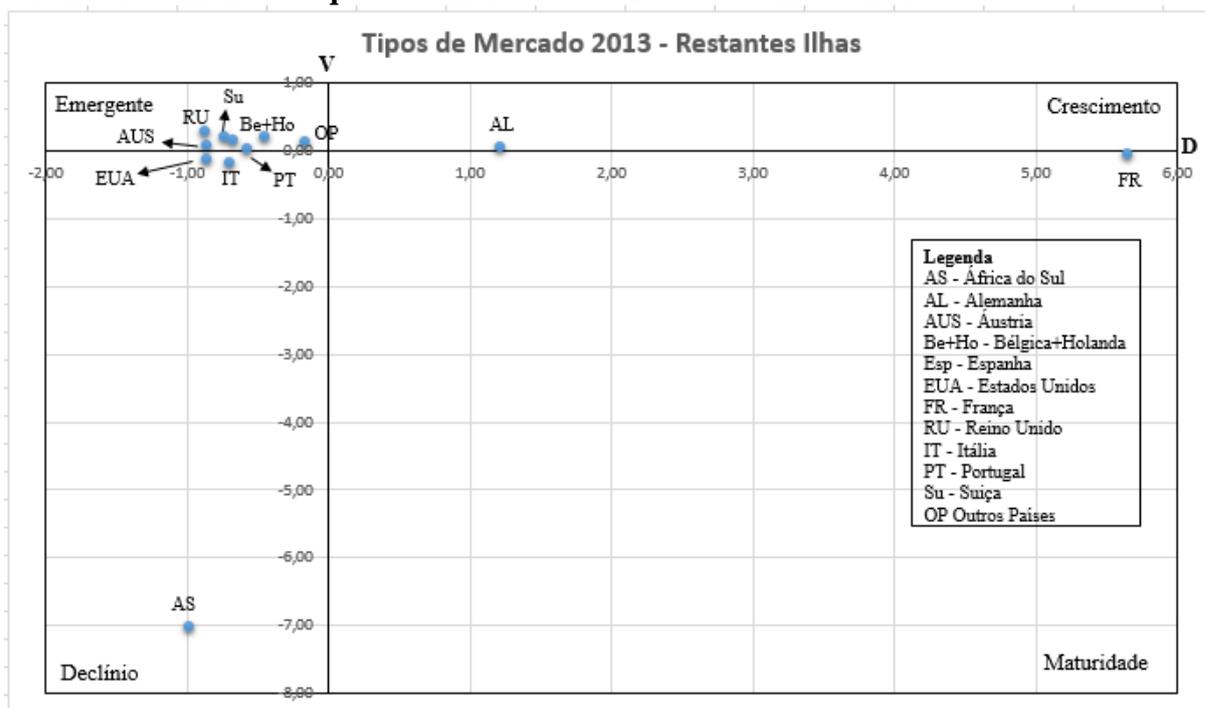
Gráfico 13: Análise da quota de mercado das Restantes Ilhas - 2002



Fonte: dados da pesquisa.

Em 2013, as Restantes Ilhas apresentaram mais dois mercados em declínio em comparação com 2002 (além dos Estados Unidos, a África do Sul e a Itália) e a Alemanha ainda é um mercado em crescimento. França agora é um mercado maduro e as restantes origens são mercados emergentes, conforme ilustra o gráfico 14.

Gráfico 14: Análise da quota de mercado das Restantes Ilhas - 2013



Fonte: dados da pesquisa.

5.5 Discussão dos resultados

Ao longo da análise do turismo em Cabo Verde e das ilhas separadamente, percebe-se que no geral, o turismo em Cabo Verde cresceu 510% entre 2002 e 2012, sendo que 95% corresponde ao turismo internacional. O país vem tentando melhorar suas infraestruturas, de modo a atrair mais turistas internacionais. Destacam-se a construção de mais três aeroportos internacionais (São Vicente, Boavista e Santiago) e estabelecimentos hoteleiros de grande porte. Apesar disso, o país em 2013 ocupou a 87ª posição num *ranking* de 140 países, devido a deficiências nos recursos humanos e na falta de promoção de Cabo Verde como destino turístico. Por sua vez, os turistas identificaram problemas em relação aos transportes aéreos e públicos. Além disso, o arquipélago enfrenta problemas de saturação turística, corroborando com Brito (2010) que identificou alguns constrangimentos do país em relação a poluição ambiental, degradação do patrimônio cultural e recursos naturais.

Pela análise de regressão, constatou-se que o fluxo turístico passado, a oferta hoteleira e a taxa de câmbio influenciam a demanda turística de Cabo Verde. A hipótese 1, que apresentava o aumento da oferta hoteleira influenciando positivamente a demanda turística internacional de Cabo Verde foi confirmada, mostrando que investimentos na oferta hoteleira, principalmente em ilhas menos turísticas, podem alavancar mais o turismo em Cabo Verde. A

segunda hipótese, que se referia a influência positiva da sazonalidade na demanda turística internacional de Cabo Verde, foi rejeitada, ou seja, períodos de alta ou baixa estação não afetam a procura internacional por Cabo Verde.

A hipótese de número três procurou atestar a influência positiva da taxa de câmbio na demanda turística internacional de Cabo Verde. Essa hipótese foi parcialmente confirmada, o que indica que flutuações na taxa de câmbio afeta a demanda turística internacional de Cabo Verde. Uma possível razão para isso é que a moeda base utilizada foi o dólar Americano, e com a pesquisa foi constatada a predominância do mercado Europeu como principal emissor de turistas para Cabo Verde. A quarta e última hipótese, o aumento do fluxo turístico passado influencia positivamente a demanda turística internacional de Cabo Verde, também foi confirmada. Isso mostra que quanto mais turistas o país atrair para si, maior a probabilidade destes voltarem e divulgarem o destino para outras pessoas.

As ilhas do Sal e da Boavista são as mais procuradas, somando 92% das diárias dos turistas internacionais em 2012. No entanto, essas ilhas apresentam deficiências quanto à mão-de-obra qualificada, as infraestruturas gerais (saúde, segurança, energia e água) e a falta de planejamento turístico adequado (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010). Também são as ilhas que apresentam problemas em termos de saturação turística, podendo levar a danos sociais e ambientais, já identificados por Barros (2007), Lima (2008) e Santos (2011) como tráfico de drogas, aumento da criminalidade, prostituição, poluição sonora, deterioramento do ecossistema e espécies naturais, entre outros.

A terceira ilha que mais se destaca no turismo internacional é Santiago, que também sofre pela falta de mão-de-obra qualificada, infraestruturas turísticas desadequadas e promoção deficiente (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010). A ilha de São Vicente é a quarta em ordem de participação no turismo internacional, mas segundo a Direção Geral do Turismo, enfrenta constrangimentos quanto à promoção e falta de planejamento integrado. Por fim, as Restantes Ilhas, que juntas somaram 2,4% do turismo internacional de Cabo Verde em 2012 e cujos principais problemas estão relacionados ao acesso e ligação com as outras ilhas deficiente, infraestruturas gerais e turísticas, ausência de mão-de-obra qualificada e falta de promoção (DIREÇÃO GERAL DO TURISMO, 2010), vem ganhando expressão no turismo gradativamente.

Para resolver esses problemas, o país precisa articular bem o turismo (CABRAL, 2005), incentivando outros tipos de turismo que não o de sol e praia (LIMA, 2008; SOARES, 2011), com destaque para práticas mais sustentáveis (BARROS, 2007), bem como atrair turistas para

as outras ilhas, investindo mais nelas e também promovendo a educação ambiental para a população local e para os próprios turistas. Apesar de ter sido construído um hotel de grande porte na ilha do Maio em 2011, isso não elevou sua demanda turística. Considerando que as ilhas do Maio, Boavista e Sal são consideradas as ilhas do sol, Maio não consegue acompanhar as outras duas na atração da demanda turística internacional. Isso denota falta de planejamento e promoção da ilha como destino turístico tão atrativo para a prática do turismo de sol e praia quanto Sal e Boavista. Deslocar turistas dessas duas ilhas para a ilha do Maio, pode ajudar a diminuir os problemas de saturação que elas enfrentam.

Quando se analisa os fatores que influenciam a demanda turística internacional de cada ilha, destaca-se o papel fundamental do fluxo turístico passado como influenciando positivamente a demanda turística para todas as ilhas, mostrando que os turistas que as visitam tendem a voltar e a fazer propaganda das ilhas de Cabo Verde como destino turístico atrativo. A oferta hoteleira é uma variável significativa para Sal, Boavista, São Vicente e Santiago, sendo seu sinal positivo para as duas primeiras e negativo para as duas últimas. Isso pode ser explicado pelo fato de que por Sal e Boavista serem as ilhas que mais recebem turistas em Cabo Verde, então quando se aumenta a oferta hoteleira, isso tende a atrair mais turistas. Por outro lado, São Vicente e Santiago possuem baixa preferência turística em Cabo Verde e são ilhas caracterizadas como ilhas dos negócios e cultura, daí o aumento da oferta hoteleira não atrair tanto os turistas.

O aumento da demanda turística por Cabo Verde não obstante influencia a demanda para as todas as ilhas, corroborando com Moura (2007), que argumentou que a demanda por um país influencia a demanda por uma região desse mesmo país. A sazonalidade influencia positivamente a ilha do Sal e negativamente a ilha da Boavista. Para as outras ilhas analisadas, ela não foi uma variável significativa. A taxa de câmbio apresentou relação negativa com a ilha do Sal e positiva com a ilha da Boavista. O quadro 7 apresenta uma síntese das variáveis e seus sinais encontrados em cada um dos destinos analisados.

Quadro 7: Variáveis e seus sinais

Destino	OFH	DTCV	SAZ	Txcambio	Variável defasada
São Vicente	-	+	X	X	+
Sal	+	+	+	-	+
Boavista	+	+	-	+	+
Santiago	-	+	-	X	+
Restantes Ilhas	X	+	X	X	+
Cabo Verde	+	O	X	+	+

Nota: x (não significativo); o (não faz parte do modelo); - (sinal negativo); + (sinal positivo)
 Fonte: elaborado pelos autores.

Todas as ilhas de Cabo Verde oferecem excelentes atrativos naturais, ou seja, vantagens comparativas, mas precisam criar vantagens competitivas para melhor potenciar o desenvolvimento do turismo. Falta no entanto planejamento adequado e integrado para aproveitar e explorar corretamente as características únicas de cada ilha. Verificou-se que cada ilha possui mercados diferentes. Analisando os destinos conjuntamente, em 2002 Cabo Verde possuía 15 mercados em declínio e em 2013 passou para 17. Os mercados emergentes somaram 25 em 2002, que caiu para 21 em 2013. São Vicente deve continuar a apostar nas suas estratégias, já que a ilha possui apenas um mercado em declínio e os outros são emergentes e em crescimento. A ilha do Sal melhorou seus mercados de 2002 para 2013, considerando que agora tem somente três mercados em declínio e um mercado maduro, o que mostra que a ilha tem a oportunidade de trabalhar suas estratégias de modo que seus mercados continuem a crescer.

O destino Boavista precisa melhorar suas estratégias, dado que a maioria dos seus mercados estão em declínio ou em maturidade. Santiago precisa melhorar suas táticas para atrair turistas, pois a ilha tem quatro mercados em declínio e então é necessário direcionar seus esforços em mercados emergentes o que estão em crescimento. As Restantes Ilhas também precisam atentar aos seus mercados emergentes e tentar recuperar aqueles que estão em declínio.

Cada ilha deve analisar bem seus mercados e definir o que fazer para conquistar e/ou recuperar seus mercados. Para isso é preciso conhecê-los bem e estabelecer estratégias que promovam se sejam capazes de atrair os turistas.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A pesquisa teve como objetivo analisar o potencial do mercado turístico internacional de Cabo Verde. Através dos dados analisados, constatou-se que o turismo internacional é de extrema importância para Cabo Verde, sendo uma das atividades que mais contribui para o PIB do país. Para melhor atingir o objetivo geral, este foi desdobrado em três objetivos específicos. O primeiro objetivo específico, verificar a capacidade de atração da demanda turística internacional de Cabo Verde, foi alcançado através do teste de variáveis que se consideraram importantes para atrair turistas.

Verificou-se que o fluxo turístico passado, a oferta hoteleira e a taxa de câmbio são variáveis determinantes na demanda turística internacional de Cabo Verde. Apurou-se que apesar do turismo internacional ter grande relevância para Cabo Verde, daí ser importante estudar o que influencia essa demanda. É essencial atentar ao fato de que o aumento desenfreado e sem correto planejamento do turismo poderá estar impactando negativamente no ambiente natural e social do país, atestado pelos altos índices de saturação turística calculados.

O segundo objetivo específico, investigar a competitividade turística das ilhas de Cabo Verde e compará-las entre si, comprovou que as ilhas do Sal e da Boavista são aquelas com maior preferência turística, mas também com maiores índices de saturação. As outras ilhas são preteridas em relação as duas ilhas supracitadas, mas isso acaba por lhes conferir índices de saturação baixos, ou seja, inferiores a 1. Destarte, é necessário maior planejamento, tanto para diminuir e controlar os danos sociais e ambientais nas ilhas saturadas, como também ações que ajudem na promoção e investimentos nas outras ilhas, não se esquecendo que estas também precisam de planejamento e coordenação integrada.

Quanto aos fatores que determinam a demanda turística por cada ilha, observou-se que as variáveis analisadas têm impactos diferentes nas ilhas. Enquanto que para Sal e Boavista todas as variáveis analisadas foram determinantes, para a ilha d Santiago a única que não impactou foi a demanda turística de Cabo Verde. Em São Vicente concluiu-se que a oferta hoteleira, a demanda turística de Cabo Verde e o fluxo turístico passados foram as que influenciaram a demanda pela ilha, o que não acontece com as Restantes Ilhas, que tiveram como fatores determinantes apenas o fluxo turístico passado e a demanda turística de Cabo Verde. Destaca-se ainda que não obstante essas diferenças, essas ilhas encontram duas variáveis significativa em comum: o fluxo turístico passado de cada uma delas e a demanda turística de Cabo Verde. Isso reforça a utilidade de continuar a explorar de forma controlada as vantagens

comparativas de cada uma, bem como estruturar melhor as vantagens competitivas, pois são estas que vão garantir a competitividade e elevar o potencial turístico das ilhas, e consequentemente do país como um todo.

O terceiro e último objetivo específico, avaliar a quota de mercado turística das ilhas separadamente, ratificou-se que elas possuem mercados diferentes, nos quais são necessários investir de forma distinta. Dessarte, será possível que cada uma mantenha sua quota de mercado no conjunto das origens analisadas, mas também expandir essas quotas, o que remete aos objetivos anteriores, no que tange a desenvolver formas de atrair e reter os turistas que visitam as ilhas de Cabo Verde. De igual modo, é um imperativo que essa expansão da quota de mercado seja feita de modo comedido, pois isto irá ajudar a minimizar os danos causados pela saturação turística verificado no arquipélago.

Entende-se assim que a pesquisa conseguiu responder ao questionamento formulado previamente, ponderando que se certificou que Cabo Verde possui grande potencial turístico internacional. Ao longo dos anos verificou-se que o número de turistas internacionais tem aumentado muito, foram construídos novos aeroportos internacionais e grandes estabelecimentos hoteleiros, além de eventos culturais que ajudam a fomentar a procura turística de Cabo Verde. Contudo, outras infraestruturas no país ainda precisam ser melhoradas, o que pode auxiliar na intensificação do turismo internacional, desde que isso seja cuidadosamente calculado, levando em consideração a necessidade e a particularidade de cada ilha.

A pesquisa também pode ajudar a direcionar os órgãos competentes na formulação e desenvolvimento de estratégias turísticas corretamente delineadas, na decisão de onde aplicar futuros investimentos, para que mercados concentram a promoção de Cabo Verde como destino turístico, o que faz para manter as vantagens competitivas já estabelecidas e os mercados já conquistados, o que resultará no melhor desempenho econômico do turismo neste pequeno Estado. É de grande valia ressaltar que não se deve esquecer que apesar de ser um país, este é formado por ilhas que são idênticas e ao mesmo tempo díspares. Com tal característica, todo e qualquer planejamento ou ação que for feito em relação ao turismo em Cabo Verde, deve contemplar essa unidade dentro da diversidade, atendendo de tal forma a necessidade de cada ilha.

Algumas limitações foram encontradas na realização do trabalho. Inicialmente teve-se dificuldades em conseguir os dados necessários utilizados na pesquisa. Além disso, alguns dados não foram conseguidos na periodicidade essencial para que se obtivessem resultados mais

precisos. Questiona-se ainda a qualidade dos dados, apesar de que este é um problema comum quando se trabalha com dados sobre o turismo, sobretudo, dados mensais.

Estudos futuros podem incluir outras variáveis na análise, principalmente variáveis econômicas. Também podem ser estudados outras formas de turismo que sejam mais sustentáveis para o país. Ainda podem ser estudados os impactos econômicos diretos do turismo na economia de Cabo Verde e o que fazer para direcionar os benefícios do turismo para as comunidades locais. Comparar Cabo Verde com outros estados insulares também poderia ser objetivo de uma nova pesquisa.

O turismo internacional tem trazido grandes benefícios para o país, mas é fundamental que se pratiquem alternativas de turismo mais sustentáveis e que os investidores locais sejam estimulados a se interessar mais por esta atividade, visto que a maioria dos investimentos são internacionais, o que acaba por não beneficiar maioritariamente a população de Cabo Verde.

REFERÊNCIAS

ÁGUAS, Paulo; GRADE, Ana; SOUSA, Peter. Competitividade turística regional: avaliação nos principais mercados, 1991-2001. **Revista Portuguesa de Estudos Regionais**, n.1, p. 29-52, 2003.

ATHANASOPOULOS, George; HYNDMANB, Rob J.; SONG, Haiyan; WU, Doris C. The tourism forecasting competition. **International Journal of Forecasting**, v. 27, p. 822-844, 2011.

AYEH, Julian K; LIN, Shanshan. 'Estimating tomorrow's tourist arrivals': forecasting the demand for China's tourism using the general-to-specific approach. **Tourism and Hospitality Research**, v. 11, n. 3, p. 197-206, 2011.

BANCO DE CABO VERDE. Relações internacionais, 2010. Disponível em: <http://www.bcv.cv/vPT/O%20Banco/Relacoes%20Internacionais/Paginas/RelacoesInternacionais.aspx>. Acesso em: 23 junho 2014.

_____. **Relatório anual de 2010**. Cabo Verde, 2011. Disponível em: <http://www.bcv.cv/SiteCollectionDocuments/RCA%20-%20202010.pdf>. Acesso em: 20 junho 2014.

_____. **Relatório anual de 2011**. Cabo Verde, 2012. Disponível em: <http://www.bcv.cv/SiteCollectionDocuments/RCA%20-%20202011.pdf>. Acesso em: 20 junho 2014.

_____. **Relatório anual de 2012**. Cabo Verde, 2013. Disponível em: <http://www.bcv.cv/SiteCollectionDocuments/RCA2012.pdf>. Acesso em: 20 junho 2014.

BANCO MUNDIAL. **Cabo Verde – Aspectos Gerais**. Disponível em: <http://www.worldbank.org/pt/country/caboverde/overview>. Acesso em: Abril 2014.

BANCO ESPÍRITO SANTO DE CABO VERDE. **Banco Espírito Santo Research: international support kit of opportunities**. Cabo Verde, novembro 2013.

BARRETO, Margarida. **Manual de iniciação ao estudo do turismo**. 17 ed., São Paulo: Papyrus Editora, 2003.

BARROS, José M. V. **Impacte do Turismo no Desenvolvimento Socioeconómico: o caso da ilha do Sal**, 2007, 212f. Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Gestão e Desenvolvimento em Turismo.

BENI, Mário Carlos. **Análise estrutural do turismo**. 13 ed., São Paulo: Editora Senac São Paulo, 2008.

BRITO, Brígida. Turismo em meio insular africano: análise comparativa de impactos. Centro de Estudos Africanos-ISCTE-IUL (Portugal). **Revista AmbientaMENTEsustentable**, v. 1 n. 9-10, p. 157-177, 2010.

CABO VERDE. **Breve apresentação:** dados gerais, 2007. Disponível em: <<http://www.governo.cv/>>. Acesso em: 20 junho 2014.

CABRAL, José Carlos. **O papel do turismo no desenvolvimento de Cabo Verde turismo e combate à pobreza: nu djunta-mô**, 2005, 221f. Dissertação submetida ao Curso de Desenvolvimento e Cooperação Internacional da Universidade Técnica de Lisboa.

CÂMARA DE COMÉRCIO, INDÚSTRIA E TURISMO PORTUGAL CABO VERDE. **Cabo Verde turístico – as ilhas**. Disponível em: http://www.portugalcaboverde.com/item2.php?lang=1&id_channel=24&id_page=130. Acesso em: 21 junho 2014.

CARVALHO, Ana M. D. **A Imagem de Cabo Verde como destino turístico no mercado do destino português**, 2010, 140f. Dissertação de Mestrado em Gestão e Desenvolvimento em Turismo, apresentada ao Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial da Universidade de Aveiro.

CHEN, Kuan-Yu. Combining linear and nonlinear model in forecasting tourism demand. **Elsevier: Expert Systems with Applications**, v. 38, p. 10368–10376, 2011.

CHU, Fong-Lin. A fractionally integrated autoregressive moving average approach to forecasting tourism demand. **Tourism Management**, v. 29, p. 79–88, 2008.

_____. Forecasting tourism demand: a cubic polynomial approach. **Tourism Management**, v. 25, p. 209–218, 2004.

COLLIS, Jill; HUSSEY, Roger. **Pesquisa em administração:** um guia prático para alunos de graduação e pós-graduação. 2 ed. Porto alegre: Bookman, 2005.

CONCEIÇÃO, Ilze; ABREU, Mônica; FRANÇA, João Mário. Benefícios do turismo comunitário em Cabo Verde: o caso da comunidade de Lajedos. In: **Tourism & Management Studies International Conference**, 2013, Algarve. TMS Algarve 2013 Tourism & Management Studies International Conference, 2013.

CORIOLOANO, Luzia Neide; VASCONCELOS, Fábio Perdigão. Região, desenvolvimento regional e turismo comunitário. **Revista Brasileira de Desenvolvimento Regional**, Blumenau, v. 1, n. 1, p. 95-111, outono de 2013.

COSHALL, John T., CHARLESWORTH, Richard. A management orientated approach to combination forecasting of tourism demand. **Tourism Management**, v. 32, p. 759-769, 2011.

CROES, Robertico. A paradigm shift to a new strategy for small island economies: embracing demand side economics for value enhancement and long term economic stability. **Tourism Management**, v. 27, p. 453–465, 2006.

_____. Measuring and explaining competitiveness in the context of small island destinations. **Journal of Travel Research**, n. 50, v. 4, p. 431-442, 2011.

_____. Tourism specialization and economic output in small islands. **Tourism Review**, v. 68, n. 4, p. 34-48, 2013.

CROWARDS, Tom. Defining the category of ‘small’ states. **Journal of International Development**, v. 14, p. 143–179, 2002.

CUNHA, Jacqueline V. A. da; COELHO, Antônio Carlos. Regressão linear múltipla. In: CORRAR, Luiz J.; PAULO, Edilson; DIAS FILHO, José Maria. **Análise multivariada**. São Paulo: Editora Atlas S.A, p. 131-231, 2009.

DENG, Minfeng; ATHANASOPOULOS, George. Modelling Australian domestic and international inbound travel: a spatial-temporal approach. **Tourism Management**, v. 32 p. 1075-1084, 2011.

DE VITA, Glauco; KYAW, Khine S. Role of the exchange rate in tourism demand. **Annals of Tourism Research**, v. 43, p. 624–627, 2013.

DIREÇÃO GERAL DO TURISMO. **Plano estratégico para o desenvolvimento do turismo em Cabo Verde (2010-2015)**. Disponível em: www.mistur.cv. Acesso em: 21 junho 2014.

DWYER, Larry; FORSYTH, Peter; RAO, Prasada. The price competitiveness of travel and tourism: a comparison of 19 destinations. **Tourism Management**, n. 21, p.9-22, 2000.

DWYER, Larry; KIM, Chulwon. Destination competitiveness: determinants and indicators. **Current Issues in Tourism**, v. 6, n. 5, p. 369-414, 2003.

EMBAIXADA DA REPÚBLICA DE CABO VERDE NO BRASIL. **As relações Ceará - Cabo Verde e as questões em pauta**. Disponível em: http://www.embcv.org.br/portal/modules/mastop_publish/?tac=As_rela%E7%F5es_Cear%E1-Cabo_Verde. Acesso em: 23 junho 2014.

ENRIGHT, Michael J.; NEWTON, James. Tourism destination competitiveness: a quantitative approach. **Tourism Management**, n. 25, p. 777-788, 2004.

EUGENIO-MARTIN, Juan L., CAMPOS-SORIA, Juan A. Climate in the region of origin and destination choice in outbound tourism demand. **Tourism Management**, v. 31, p. 744–753, 2010.

FERNANDES, Paula Odete; TEIXEIRA, João Paulo; FERREIRA, João José; AZEVEDO, Susana Garrido. **Modelação da Procura Turística**: Um estudo comparativo entre Redes Neurais Artificiais e a Metodologia de Box-Jenkins. XII CONGRESO INTERNACIONAL DE INVESTIGACIÓN EN CIENCIAS ADMINISTRATIVAS (ACACIA), Universidad de Baja California, 2008.

FURTADO, Cláudio Alves. Cooperação para o desenvolvimento entre o Brasil e Cabo Verde: possibilidades e limites. **Revista Olhares Sociais**, v. 2, n. 1, p. 221-245, 2013.

HSU, Tzu-Kuang; TSAI, Yi-Fan; WU, Herg-Huey. The preference analysis for tourist choice of destination: A case study of Taiwan. **Tourism Management**, n. 30, p. 288–297, 2009.

INECV – Instituto Nacional de Estatística de Cabo Verde. **Estatísticas do turismo do ano de 2013**. Disponível em: <www.ine.cv> Acesso em 28 março de 2014.

_____. **Censo de 2010**. Cabo Verde, 2011.
Disponível em: <http://www.ine.cv/censo/censo2010.aspx>. Acesso em: 28 junho 2014.

JACKMAN, Mahalia; GREENIDGE, Kevin. Modelling and forecasting tourist flows to Barbados using structural time series models. **Tourism and Hospitality Research**, v. 10, n. 1, p. 1–13, 2010.

KOENIG-LEWIS, Nicole; BISCHOFF, Eberhard E. Seasonality Research: The State of the Art. **International Journal of Tourism Research**, v. 7, p. 201–219, 2005.

KULENDRAN, Nada; WONG, Kevin K. F. Modeling seasonality in tourism forecasting. **Journal of Travel Research**, v. 44, p. 163-170, 2005.

LEJARAJA, I.; WALKENHORST, P. **Diversification by deepening linkages with tourism**, 2007, World Bank, Washington, DC, Disponível em:
http://siteresources.worldbank.org/INTEXPCOMNET/Resources/Lejarraja_Diversification_by_Deepening_Linkages_with_Tourism.pdf. Acesso em: 28 Abril 2014.

LEW, Alan A. A framework of tourist attraction research. **Annals of tourism research**, v. 14, p. 553-575, 1987.

LIM, Christine. A meta-analyses of international tourism demand. **Journal of Travel Research**, v. 37, n. 2, p. 273–284, 1999.

LIM, Christine. A survey of tourism demand modelling practice: issues and implications. In: DWYER, Larry; FORSYTH, Peter. **International handbook on the economies of tourism**. Edward Elgar Publishing, Inc., p. 89-113, 2006.

LIMA, Liza H. A. **Áreas protegidas e/ou zonas de desenvolvimento turístico em cabo verde? o caso da Boa Vista**, 2008, 145f. Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Ciências das Zonas Costeiras, da Universidade de Aveiro.

LIN, Chang-Jui; CHEN, Hsueh-Fang; LEE, Tian-Shyug. Forecasting tourism demand using time series, artificial neural networks and multivariate adaptive regression splines: evidence from Taiwan. **International Journal of Business Administration**, v. 2, n. 2, 2011.

LÓPEZ-GUZMÁN, Tomás; BORGES, Osvaldo; CASTILLO-CANALEJO, Ana María. Community-based tourism in Cape Verde – a case study. **Tourism and Hospitality Management**, v. 17, n. 1, p. 35-44, 2011.

LYONS, Sean; MAYOR, Karen; TOL, Richard S.J. Holiday destinations: understanding the travel choices of Irish tourists. **Tourism Management**, v. 30, p. 683–692, 2009.

MAIA, Ana Isabel Wahnnon; BORGES, Marta Poggi. Turismo em Cabo Verde: perspectivas de crescimento com o aeroporto internacional da Praia, Ilha de Santiago. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 6, n. 2, p. 25-32, 2006.

MCELROY, Jerome. L. Tourism development in small islands across the world, **Geogr. Ann.**, v. 85, n. 4, p. 231–242, 2003.

MORLEY, Clive L. A dynamic international demand model. **Annals of Tourism Research**, v. 25, n. 1, pp. 71-84, 1998.

MOURA, Francisco Carlos Abreu. **A economia do turismo e o seu impacto no produto interno bruto do Ceará**, 2007, 144f. Dissertação submetida ao Curso Mestrado Profissional em Economia - CAEN, da Universidade Federal do Ceará.

NAÇÕES UNIDAS CABO VERDE. **Sobre Cabo Verde** (2010). Disponível em: <http://www.un.cv/sobrecv.php>. Acesso em: 20 junho 2014.

NARAYAN, Paresh Kumar. Tourism demand modelling: some issues regarding unit roots, co-integration and diagnostic tests. **International Journal of Tourism Research**, v. 5, p. 369–380, 2003.

OBSERVATÓRIO TURISMO CABO VERDE. Revista n. 3, 2010.

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DO TURISMO. **Understanding tourism: basic glossary**. Disponível em: http://www.unwto.org/pdf/Understanding_TourismBasicGlossary_EN.pdf, 2008. Acesso em: 20 de Março 2014.

PEGG, Shane; PATTERSON, Ian; GARIDDO, Pablo Vila. The impact of seasonality on tourism and hospitality operations in the alpine region of New South Wales, Australia. **International Journal of Hospitality Management**, v. 31, p. 659-666, 2012.

PEREIRA, Daniel A. **Das relações históricas Cabo Verde/Brasil**. Editora Funag, 2011.

PSILLAKIS, Zaharias; PANAGOPOULOS, Alkiviadis; KANELLOPOULOS, Dimitris. Low cost inferential forecasting and tourism demand in accommodation industry. **Tourism: An International Multidisciplinary Journal of Tourism**, v. 4, n. 2, p. 47-68, 2009.

RITCHIE, J. R Brent; CROUCH, Geoffrey. **The competitive destination: a sustainable tourism perspective**. Wallingford, UK: CABI, 2003.

ROESCH, Sylvia Maria Azevedo. **Projetos de estágio e de pesquisa em administração: guia para estágios, trabalhos de conclusão, dissertações e estudos de caso**. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

SAMPIERI, Roberto H.; COLLADO, Carlos. F.; LUCIO, Pilar. B. **Metodologia de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill, 2013.

SANTOS, Antónia B. M. **O turismo e a percepção dos seus impactes pela comunidade local – o caso da ilha do Sal, Cabo Verde**, 2011, 237f. Dissertação de mestrado em Cidadania Ambiental e Participação apresentada a Universidade Alberta.

SANTOS, Glauber E. O. Modelos estatísticos no estudo do turismo: revisão dos principais métodos aplicados. **Caderno Virtual de Turismo**, v. 6, n. 4, p. 70-93, 2006.

SCHEYVENS, Regina; MOMSEN, Janet. Tourism in small island states: from vulnerability to strengths. **Journal of Sustainable Tourism**, v. 16, n. 5, p. 491 – 510, 2008.

SCHUBERT, Stefan Franz; BRIDA, Juan Gabriel; RISSO, Wiston Adrián. The impacts of international tourism demand on economic growth of small economies dependent on tourism. **Tourism Management**, v. 32, p. 377-385, 2011.

SEETANAH, Boopen. Assessing the dynamic economic impact of tourism for island economies. **Annals of Tourism Research**, v. 38, n. 1, p. 291–308, 2011.

SHAREEF, Riaz; MCALEER, Michael. Modelling international tourism demand and volatility in small island tourism economies. **International Journal of Tourism Research**, v. 7, p. 313–333, 2005.

SHARPLEY, Richard; USSI, Miraji. Tourism and governance in small island developing states (SIDS): the case of Zanzibar. **International Journal of Tourism Research**, v. 16, p. 87–96, 2014.

SOARES, Maria R. S. B. **Avaliação ambiental em Cabo Verde – aplicação à actividade turística**, 2011, 147f. Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Engenharia do Ambiente.

SONG, Haiyan; LI, Gang. Tourism demand modelling and forecasting - a review of recent research. **Tourism Management**, v. 29 p. 203–220, 2008.

SONG, Haiyan; WITT, Stephen F. Forecasting international tourist flows to Macau. **Tourism Management**, v. 27, p. 214–224, 2006.

SONG, Haiyan; LI, Gang; WITT, Stephen F.; ATHANASOPOUL, George. Forecasting tourist arrivals using time-varying parameter structuraltime series models. **International Journal of Forecasting**, v. 27, p. 855–869, 2011.

SONG, Haiyan; WITT, Stephen F.; JENSEN, Thomas C. Tourism forecasting: accuracy of alternative econometric models. **International Journal of Forecasting**, v. 19, p. 123–141, 2003.

UNITED NATIONS WORLD TOURISM ORGANIZATION. **Positioning tourism in economy policy**: evidence and some proposals. 2010.

_____. **Tourism highlights**: 2013 edition. 2013.

WEBBER, Anthony G. Exchange rate volatility and cointegration in tourism demand. **Journal of Travel Research**, v. 39, p. 398-405, 2001.

WITT, Stephen F.; WITT, Christine A. Forecasting tourism demand: a review of empirical research. **International Journal of Forecasting**, v. 11, p. 447-475, 1995.

WORLD BANK. Small states: meeting challenges in the global economy. Report of the Commonwealth Secretariat-World Bank Joint Task Force on Small States, **Commonwealth Secretariat and World Bank**, 142f. 2000.

APÊNDICES

APÊNDICE A – Índice de desvio da quota de mercado por ano

2003

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9714	-0,4107	-0,9930	-0,9489	-0,9974
Alemanha	0,7823	0,4425	0,2289	0,1487	1,2799
Autria	-0,8514	-0,9647	-0,9335	-0,8832	-0,7283
Belgica+Holanda	0,0850	-0,2449	-0,9125	-0,1439	-0,0037
Espanha	-0,0386	-0,4433	-0,5326	-0,3501	-0,0528
Estados Unidos	-0,7816	-0,9139	-0,9510	-0,6630	-0,6817
França	1,2783	-0,3725	0,3252	0,5925	2,3203
Reino Unido	-0,8004	-0,9378	-0,9055	-0,8405	-0,8939
Italia	0,2210	4,4292	6,6009	-0,4332	0,5683
Portugal	1,7178	0,8816	-0,2718	3,7639	-0,1175
Suiça	-0,7422	-0,9243	-0,8144	-0,7585	-0,5885
Outros Países	0,1011	-0,5412	-0,8407	0,5161	-0,1046

2004

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9689	0,0142	-0,9921	-0,9257	-0,9666
Alemanha	0,8076	-0,0922	0,8413	0,1264	1,9906
Autria	-0,8543	-0,9792	-0,9447	-0,8709	-0,7287
Belgica+Holanda	-0,4595	-0,8004	-0,7076	-0,4153	0,3690
Espanha	-0,1947	-0,1829	-0,2848	-0,3990	-0,2717
Estados Unidos	-0,8012	-0,9422	-0,9644	-0,6174	-0,7976
França	0,6913	-0,5150	1,1811	0,6616	2,1179
Reino Unido	-0,7435	-0,9725	-0,9447	-0,8722	-0,8623
Italia	0,5749	4,2125	3,8047	-0,3488	0,1457
Portugal	2,5529	1,7587	0,0629	3,3857	-0,1402
Suiça	-0,7077	-0,9512	-0,6760	-0,8044	-0,5012
Outros Países	0,1031	-0,5498	-0,3757	1,0801	-0,3551

2005

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9167	-0,2611	-0,9751	-0,9002	-0,9585
Alemanha	0,6611	0,1095	0,9609	0,2793	2,2506
Autria	-0,8100	-0,9782	-0,9004	-0,8678	-0,7896
Belgica+Holanda	-0,5341	-0,7635	-0,7900	-0,4619	-0,2711
Espanha	-0,0515	-0,6312	-0,1815	-0,3976	-0,2698
Estados Unidos	-0,6625	-0,9443	-0,8470	-0,5864	-0,7803
França	0,6302	-0,4993	0,5836	0,5998	2,4917
Reino Unido	-0,6099	-0,9238	-0,7616	-0,6929	-0,7133
Italia	0,0918	4,3044	3,7616	-0,4372	-0,1184
Portugal	3,0831	1,9564	0,2171	3,1065	-0,1880
Suiça	-0,6850	-0,9397	-0,5480	-0,8020	-0,5404
Outros Países	-0,1966	-0,4291	-0,5196	1,1605	-0,1130

2006

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9588	-0,6596	-0,9969	-0,9427	-0,9811
Alemanha	0,9711	0,5034	-0,6819	0,4706	2,2367
Autria	-0,8390	-0,9628	-0,9649	-0,8716	-0,8503
Belgica+Holanda	-0,3626	-0,4848	-0,9517	-0,3177	-0,1462
Espanha	-0,2795	-0,7136	-0,8908	-0,2839	-0,4256
Estados Unidos	-0,5626	-0,7450	-0,9849	-0,4546	-0,7915
França	0,9961	-0,0460	-0,6060	0,6856	3,1815
Reino Unido	-0,5876	-0,8030	-0,7716	-0,5967	-0,7006
Italia	-0,1891	2,5139	9,0908	-0,4372	-0,1883
Portugal	2,2842	2,2311	-0,6348	2,6935	-0,3070
Suiça	-0,7508	-0,9301	-0,8551	-0,8153	-0,6252
Outros Países	0,2785	0,0967	-0,7522	0,8701	-0,4023

2007

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9672	-0,9960	-0,9964	-0,9515	-0,9911
Alemanha	0,5721	0,4561	-0,3157	-0,1322	2,0816
Autria	-0,9028	-0,9844	-0,9274	-0,9497	-0,7135
Belgica+Holanda	-0,5914	-0,6696	-0,8656	-0,6237	-0,2712
Espanha	-0,3903	-0,7934	-0,6507	0,0034	-0,5159
Estados Unidos	-0,6367	-0,8844	-0,9767	-0,3780	-0,7410
França	1,4491	-0,2461	-0,3658	0,1659	2,2890
Reino Unido	0,2495	1,7306	0,1098	-0,2300	-0,5853
Italia	-0,3240	1,3761	6,3396	-0,6803	-0,1608
Portugal	2,0214	1,4219	-0,1930	3,5882	-0,2160
Suiça	-0,7779	-0,8932	-0,8325	-0,8631	-0,4821
Outros Países	0,2981	0,4823	-0,3255	1,0510	0,3063

2008

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9654	-0,9989	-0,9961	-0,9757	-0,9857
Alemanha	0,4167	0,4559	0,2930	-0,2666	2,2395
Autria	-0,8742	-0,9762	-0,9810	-0,9637	-0,8467
Belgica+Holanda	-0,5661	-0,6527	-0,5253	-0,7073	-0,4873
Espanha	-0,1735	-0,7621	-0,7822	0,0030	-0,5556
Estados Unidos	-0,7165	-0,9137	-0,9926	-0,4964	-0,7905
França	1,8681	-0,4432	-0,7334	0,0739	2,7931
Reino Unido	0,1160	2,0463	0,0318	-0,3670	-0,6990
Italia	-0,3439	0,9870	5,7633	-0,7337	-0,5270
Portugal	1,8222	0,9915	-0,1561	4,2278	-0,4630
Suiça	-0,7598	-0,9278	-0,9353	-0,8740	-0,3825
Outros Países	0,1765	1,1939	0,0140	1,0797	0,7047

2009

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9624	-0,9969	-0,9998	-0,9777	-0,9870
Alemanha	0,7479	0,6679	0,9515	-0,2599	2,0877
Autria	-0,8585	-0,9726	-0,9681	-0,9513	-0,9028
Belgica+Holanda	-0,2974	-0,2349	0,6467	-0,7743	-0,3105
Espanha	-0,2360	-0,8541	-0,9435	-0,4219	-0,4298
Estados Unidos	-0,6393	-0,9194	-0,9941	-0,3650	-0,7418
França	1,7442	-0,4912	-0,2959	0,1673	3,3326
Reino Unido	-0,2066	2,1899	1,6663	-0,5732	-0,6946
Italia	-0,4675	1,1084	1,4583	-0,7321	-0,4595
Portugal	1,3450	0,6131	0,2991	4,6599	-0,4613
Suiça	-0,7301	-0,9046	-0,9756	-0,9329	-0,5779
Outros Países	0,5606	0,7945	0,1551	1,1610	0,1449

2010

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9522	-0,9957	-0,9980	-0,9790	-0,9893
Alemanha	0,7278	0,7718	0,9002	-0,2837	2,0685
Autria	-0,8888	-0,9803	-0,9708	-0,9524	-0,8999
Belgica+Holanda	-0,1797	-0,2754	0,0083	-0,7287	-0,3781
Espanha	-0,1566	-0,7869	-0,8890	-0,3523	-0,5545
Estados Unidos	-0,5977	-0,9530	-0,9898	-0,4984	-0,7473
França	1,9631	-0,0762	0,8832	0,0708	3,7677
Reino Unido	-0,4701	2,3971	1,8826	-0,6700	-0,7457
Italia	-0,6216	0,8948	0,5748	-0,7320	-0,4560
Portugal	1,4540	0,4684	0,7994	5,0582	-0,2271
Suiça	-0,6634	-0,9567	-0,9580	-0,9051	-0,7194
Outros Países	0,3852	0,4923	-0,2429	0,9725	-0,1188

2011

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9568	-0,9979	-0,9122	-0,6606	-0,9759
Alemanha	0,4746	0,7207	0,9331	-0,5122	1,3990
Austria	-0,8978	-0,9558	-0,9604	-0,9630	-0,8521
Belgica+Holanda	-0,3993	-0,3920	-0,1026	-0,7989	-0,5081
Espanha	0,3129	-0,5598	-0,8600	-0,2944	-0,5547
Estados Unidos	-0,7023	-0,9376	-0,9757	-0,5981	-0,7814
França	2,5470	0,4655	0,7654	0,1080	4,6013
Reino Unido	-0,6153	1,8892	2,3623	-0,7053	-0,8071
Italia	-0,3724	1,2224	0,5350	-0,4535	-0,5000
Portugal	1,2032	0,5887	0,2817	4,1921	-0,4266
Suiça	-0,7180	-0,9407	-0,7589	-0,8911	-0,6238
Outros Países	0,1243	-0,1027	-0,3077	1,5771	0,0294

2012

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,9537	-0,9970	-0,9995	-0,9837	-0,9773
Alemanha	0,2339	0,8536	0,8328	-0,4347	1,0283
Austria	-0,9003	-0,9656	-0,9693	-0,9758	-0,8955
Belgica+Holanda	-0,4984	-0,1406	0,1415	-0,8056	-0,4891
Espanha	-0,3837	-0,5671	-0,8866	-0,4883	-0,6332
Estados Unidos	-0,7328	-0,9578	-0,9795	-0,3478	-0,8288
França	4,5973	0,3762	0,1045	-0,0854	5,6585
Reino Unido	-0,6678	1,8862	3,2996	-0,8215	-0,9004
Italia	-0,8007	0,1424	-0,2965	-0,8191	-0,6910
Portugal	0,6162	0,2409	0,1353	4,7127	-0,4945
Suiça	-0,7454	-0,9060	-0,9702	-0,8549	-0,6954
Outros Países	0,2353	1,0349	0,5879	1,9042	-0,0814

APÊNDICES

APÊNDICE B – Índice de variação da quota de mercado por período

2002/2004

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,2028	-0,0024	-0,4969	0,2487	0,1906
Alemanha	-0,3228	0,0922	0,9433	-0,2186	-0,1673
Austria	0,0772	-0,3278	1,8440	0,1391	0,0045
Belgica+Holanda	0,0950	-0,0986	0,5299	0,2503	-0,1956
Espanha	0,7387	-0,2136	0,3473	0,7489	0,8473
Estados Unidos	0,0901	-0,0973	0,9800	0,0904	-0,2754
França	0,1062	0,0585	0,2259	-0,1723	-0,1054
Reino Unido	-0,3145	0,0152	1,9891	0,2136	0,2164
Italia	0,1970	-0,1106	3,8012	0,3655	0,5139
Portugal	-0,0755	-0,0609	1,3646	0,2010	0,5084
Suiça	-0,2459	-0,0973	0,6834	0,0222	0,2594
Outros Países	0,1142	-0,0238	-0,2627	-0,0236	0,2697

2002/2005

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-0,7905	0,0179	-0,9177	-0,3286	-0,4476
Alemanha	-0,0265	0,0244	0,9530	-0,1409	-0,1874
Austria	0,0048	-0,2431	0,6871	0,1269	0,0777
Belgica+Holanda	0,2640	-0,1636	0,9621	0,2452	0,0290
Espanha	0,3061	-0,1892	0,0156	0,3321	0,2175
Estados Unidos	-0,1378	0,0548	-0,3502	0,0997	-0,2860
França	0,2722	0,0277	0,7662	-0,1006	-0,2806
Reino Unido	0,0520	-0,0715	0,2622	0,0373	0,0138
Italia	0,5893	-0,0956	3,5290	0,4110	0,4559
Portugal	-0,0304	-0,0645	1,0981	0,2448	0,2745
Suiça	-0,0455	-0,1596	0,3519	0,0973	0,1562
Outros Países	0,6309	-0,0951	0,1095	0,0261	-0,0962

2002/2006

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-1,6649	0,0905	-1,9470	-1,4188	-1,0294
Alemanha	0,0133	0,0254	1,2930	-0,1981	-0,0654
Austria	0,2405	-0,2404	0,1972	-0,0095	0,4119
Belgica+Holanda	0,2604	-0,0941	0,8937	0,0943	0,1444
Espanha	0,4691	-0,0761	0,2337	-0,1485	0,2749
Estados Unidos	0,1655	-0,1030	0,5118	0,1062	0,1616
França	0,3221	-0,0410	0,6592	-0,0762	-0,0922
Reino Unido	0,1845	-0,0548	-0,0478	0,0117	0,1369
Italia	0,7586	0,0492	-0,2033	-0,0169	0,3232
Portugal	0,1426	-0,0321	0,4737	0,0160	0,3553
Suiça	0,2255	-0,1184	-0,0435	-0,1209	0,3437
Outros Países	0,3456	-0,0881	-0,1041	0,0811	0,3130

2002/2007

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-32,0431	133,7559	-32,3331	-31,8113	-30,6831
Alemanha	0,0816	-0,0080	0,7180	-0,0537	-0,1141
Austria	0,4128	-0,1403	-0,2003	0,4386	-0,2998
Belgica+Holanda	0,3732	-0,1257	0,2382	0,2243	0,0271
Espanha	0,5926	0,1006	-0,1677	-0,2497	0,2962
Estados Unidos	0,1416	0,0042	0,3932	-0,0340	-0,0524
França	0,0771	-0,0242	0,5018	0,0107	-0,1143
Reino Unido	0,0847	-0,0110	0,0161	0,0642	0,1560
Italia	0,6334	0,0046	-0,0989	0,0664	-0,0881
Portugal	0,1176	0,0547	0,0988	-0,1522	0,0812
Suiça	0,4033	-0,2070	0,2945	0,1831	0,0660
Outros Países	0,3745	-0,0707	-0,1130	0,1140	-0,0005

2002/2008

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-51,3098	561,5460	-51,7290	-50,4369	-50,3675
Alemanha	0,1648	0,0143	-0,1566	-0,0074	-0,0372
Austria	0,1014	-0,3984	0,0402	0,6522	0,1292
Belgica+Holanda	0,3706	-0,1039	-0,2515	0,3507	0,3490
Espanha	0,3699	0,0851	-0,2181	-0,2129	0,6536
Estados Unidos	0,2062	0,0460	0,5842	-0,0762	0,0210
França	-0,0622	0,0883	0,4695	-0,0591	-0,1470
Reino Unido	0,1002	-0,0099	-0,0003	0,0743	0,2806
Italia	0,7348	0,2024	-0,4075	0,1795	0,7543
Portugal	0,1606	0,1823	-0,3131	-0,2549	0,5982
Suiça	0,2309	-0,1441	0,2859	0,0608	-0,0204
Outros Países	0,5163	-0,0589	-0,1410	0,1439	0,0555

2002/2009

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-56,5730	223,24	-56,1600	-55,3625	-55,8029
Alemanha	0,2408	0,1415	-0,2754	0,1412	-0,0050
Austria	0,2588	-0,2827	-0,4936	0,5594	0,4938
Belgica+Holanda	0,4007	0,0007	-0,1185	0,9070	0,2935
Espanha	0,2911	0,3338	-0,4470	-0,2935	-0,0961
Estados Unidos	0,1778	0,2070	0,0641	-0,1050	-0,1256
França	0,1199	0,3845	-0,3693	0,0243	-0,2168
Reino Unido	0,1864	-0,0071	-0,0122	0,1438	0,2308
Italia	1,3752	0,2808	-0,4924	0,2286	0,2575
Portugal	0,4369	0,5420	-0,6069	-0,3090	0,3191
Suiça	0,2000	-0,2783	0,1998	0,8382	0,0126
Outros Países	0,4300	-0,0265	-0,2019	0,1529	0,0791

2002/2010

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-45,4634	146,5461	-45,8353	-43,8567	-44,4238
Alemanha	0,2575	0,1540	-0,2360	0,2506	0,0201
Austria	0,3991	-0,1627	-0,5564	0,6578	0,3200
Belgica+Holanda	0,2830	-0,0008	-0,1205	0,7847	0,2837
Espanha	0,3034	0,1363	-0,4985	-0,1134	0,2114
Estados Unidos	-0,0306	0,5097	-0,3378	-0,0942	-0,2528
França	0,2700	0,2045	-0,2344	0,3601	-0,0265
Reino Unido	0,2631	-0,0048	-0,0101	0,2062	0,2497
Italia	1,9609	0,3109	-0,5232	0,2558	0,0902
Portugal	0,4028	0,7100	-0,5355	-0,2030	0,0468
Suiça	-0,1506	0,1979	-0,4969	0,3474	0,1938
Outros Países	0,4239	-0,0227	-0,2261	0,1892	0,0995

2002/2011

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-3,1836	346,9516	-3,5477	-3,4439	-3,1262
Alemanha	0,2664	0,1812	-0,1974	0,4243	0,0243
Austria	0,5521	-0,1602	-0,3077	1,0724	0,0721
Belgica+Holanda	0,3245	0,0237	-0,1091	0,9128	0,2252
Espanha	0,1257	-0,0051	-0,2728	0,0518	0,2062
Estados Unidos	0,0709	0,2599	-0,3965	-0,0030	-0,2452
França	0,1766	0,0963	-0,1504	0,3320	-0,0410
Reino Unido	0,2867	-0,0020	-0,0084	0,1942	0,2158
Italia	0,7089	0,2889	-0,3873	-0,1652	0,0541
Portugal	0,3246	0,5555	-0,4902	-0,1659	0,0201
Suiça	0,3763	0,4142	-0,2542	0,5890	0,2213
Outros Países	0,4080	0,0973	-0,2213	0,0425	-0,0416

2002/2012

Mercado emissor	São Vicente	Sal	Boavista	Santiago	Restantes ilhas
Africa do Sul	-35,7093	187,0634	-35,8709	-34,0887	-35,6095
Alemanha	0,2687	0,1357	-0,1758	0,2862	0,0427
Austria	0,3392	-0,1754	-0,3446	1,5065	0,1020
Belgica+Holanda	0,3417	0,0077	-0,0761	0,8474	0,1916
Espanha	0,4281	-0,0636	-0,2937	0,1030	0,1813
Estados Unidos	0,1247	0,6007	-0,2833	-0,0998	-0,1238
França	0,0100	0,0915	-0,1310	0,3685	-0,0747
Reino Unido	0,2674	-0,0007	-0,0066	0,2858	0,3544
Italia	2,2031	0,4336	-0,6928	0,0488	-0,2481
Portugal	0,4192	0,7313	-0,4735	-0,2235	0,0043
Suiça	0,1230	-0,0728	-0,1524	0,1048	0,0566
Outros Países	0,3531	0,0167	-0,1093	0,0986	0,0630