

REPENSAR O TURISMO EM SÃO TOMÉ E PRÍNCIPE

Num contexto de modernização e inovação constante, torna-se imperioso e urgente criar uma legislação turística em São Tomé e Príncipe, sendo este um instrumento para regular o bom funcionamento do sector, estruturar a actividade e acompanhar a execução de um Plano Estratégico Nacional para área.

O presente artigo resulta de investigação desenvolvida no âmbito da dissertação de Mestrado em Ciências da Comunicação Marketing e Publicidade: **“Imagem de São Tomé e Príncipe do Ponto de Vista do Turismo”**

A imagem de um destino turístico é construída a partir de um conjunto de impressões, conhecimentos e emoções que um indivíduo desenvolve sobre um determinado lugar, as quais resultam da experiência vivida e da informação que o turista recolhe durante o processo de escolha.

Essa expressão do conhecimento pode estimular um efeito positivo ou negativo no comportamento futuro dos turistas e condicionar o sucesso ou insucesso de um determinado destino.

Diversos investigadores sugerem que a imagem do destino influencia os turistas no processo de escolha, podendo assumir uma influência positiva na qualidade e na satisfação percebida.

Neste sentido, a imagem positiva, muitas das vezes, explicam-se pelas experiências positivas que teve o turista e, conseqüentemente, conduz a uma avaliação positiva do destino.

Em São Tomé e Príncipe, a actividade turística vem adquirindo importância significativa nos últimos anos. O arquipélago possui muitos elementos atractivos e recursos naturais diversificados e com uma localização geográfica privilegiada para potencializar a boa prática de turismo.

De acordo com as 31 entrevistas realizadas aos distintos profissionais na capital são-tomense, entre Março a Maio de 2010, nomeadamente: instituições públicas, privadas, agentes e operadores com responsabilidade no sector de turismo/ hotelaria entre outros, há um conjunto de factores que condicionam o desenvolvimento do turismo no país.

Aponta-se aqui alguns: (a) Fraca qualidade de energia eléctrica; (b) Má qualidade das estradas, ou seja vias de acesso limitado; (c) Pouca divulgação dos produtos locais e falta de promoção do país; (d) Inexistência da marca de turismo; (e) Fraca intervenção da Direcção do Turismo e Hotelaria (DTH); (f) Elevado custo de bilhete de passagem aérea; (g) Fraco espírito de associativismo; (h) Falta de pessoal qualificado ligado ao turismo; (i) Falta de parcerias entre Direcção de Turismo e Hotelaria e as diferentes instituições públicas ou privadas do país; (j) Falta de sinalização turística; (k) Fraca capacidade de aeroportos e portos; (l) Falta de infra-estruturas de apoio (casas de banho públicas); (m) Elevada dependência do mercado externo.

Não obstante existência destas fragilidades, e de acordo com opinião de mais de uma centena de turistas inquiridos em São Tomé e Príncipe, o país projecta uma imagem de bem-estar e praia, segurança, clima encantador, ambiente tranquilo e verde, tendo maior importância pela identidade do local, que contribui de forma positiva e significativamente para explicar a imagem global, o passa a palavra positivo e a intenção de voltar.

O turismo revela-se como uma das actividades promissoras para o desenvolvimento de São Tomé e Príncipe, o que tem sido frequentemente realçado pelos sucessivos governos do país. Como impulsionadora do desenvolvimento, esta actividade requer uma relação entre a produção e o consumo, com a consequente troca entre quem visita e quem recebe. No seu campo de actuação, agrega de forma diferenciada múltiplos sectores e organismos produtivos do espectro económico, financeiro e social que alavancam o desenvolvimento. Nesta perspectiva, apresenta-se como uma actividade repleta de grandes oportunidades de actuação, o que pode contribuir para criação de novos empregos, tais como: hotelaria, indústria agro-alimentares, agências de viagem, escritórios de representação, feiras de artesanato, actividades com recreação, etc., potenciando assim, a envolvimento multi-disciplinar, o estímulo ao consumo interno, a libertação horizontal de margens e democratização dos ganhos, quer para as empresas, quer para o rendimento das famílias.

Todavia, no sentido de passar de palavras a actos, entendo já ser a sua hora. No entanto, ao eleger este sector como alternativa de desenvolvimento, não se pode ignorar a preocupação com a sustentabilidade, da actividade turística em harmonia com aspectos sociais, culturais, económica e ambiental.

Pelo exposto, e para desenvolver harmoniosamente o sector é necessário encontrar respostas em algumas das seguintes questões:

1- Que imagem queremos projectar para nosso turismo?

- Û Primeiro, seguir a regra de ouro do marketing, trate os turistas como gostaríamos de ser tratados. Segundo, reconhecer que nosso sucesso depende da capacidade de contribuir para sucesso dos turistas ou visitantes.

- Û As Autoridades do país devem encarar o turismo como um sector multifacetado e para isso, deve lançar um desafio a todos os envolvidos na sua implementação e exploração. Pois, trata-se de um trabalho que terá de ser levado a cabo pelo Governo, pelas organizações competentes, juntamente com as Autarquias, as ONG's, as associações da sociedade civil, as escolas, os operadores, os agentes turísticos nacionais e estrangeiros, os hoteleiros e os próprios turistas para garantirem a satisfação de todas as partes na construção da imagem. Todas entidades têm de estar conscientes dos impactes resultantes dessa actividade. Mas, acima de tudo, considerar a união como factor forte de sucesso para mudar o estado do nosso turismo.

- Û As autoridades devem igualmente levar a cabo acções de sensibilização e de promoção do turismo junto das comunidades, explicando e promovendo internamente que apoiar este sector é fundamental para transformar para melhorar a vida nos lúchans, nas aldeias, nas vilas e nas cidades e essencial para desenvolver São Tomé e Príncipe.

- Û Participar num número alargado de feiras, sendo certo que este tipo de eventos constitui, verdadeiramente, uma oportunidade para o turismo são-tomense já

que, não só permite dar a conhecer o nosso país junto dos operadores, mas também pelo conjunto de interações que é possível desenvolver junto do público em geral o que, por norma, acaba por conceder maior notoriedade ao destino.

- Û Definir a marca São Tomé e Príncipe, potencializando através do marketing para divulgar no exterior os nossos produtos, facilitando, assim, o desenvolvimento social e económico do país.
- Û Apostar na formação dos recursos humanos para melhor atender os serviços do turismo com qualidade.
- Û Determinar um planeamento estratégico como uma ferramenta importante de gestão, aplicá-lo, com critério, avaliação e fiscalização constante.

2- Que factores favorecem nosso turismo?

- § Parques naturais de Obô de São Tomé e de Príncipe
- § As praias, a história das roças, as montanhas, a cultura, a gastronomia, a flora e a fauna e a série de endemismo existente podem garantir características ímpares para um turismo de boa prática.
- § A simpatia acolhedora dos santomenses, os bons índices de segurança e a quase ausência de criminalidade
- § Aposta no turismo rural e ecológico, onde temos a predominância do verde e do ambiente natural.

3- Como transformar num destino competitivo?

- Û A competitividade da actividade turística passa por um quadro de parcerias estratégicas, envolvendo todos os que directa ou indirectamente contribuem para a criação do produto.
- Û Apostar em eventos de ordem cultural e natural para atrair mais visitantes e prolongar sua estadia no país.
- Û Aposta agressiva do marketing, utilizando em articulação diversas técnicas com opção pelas de mais baixo custo, e aproveitar todas as janelas de oportunidades para nos fazer ouvir ou conhecer em diferentes paragens.

Importa-se referir ainda, que para construir e manter uma imagem é, antes de mais apetrechar-se com vontade e os meios de uma verdadeira abordagem de marketing, considerando que o governo e os profissionais de turismo do país podem reorganizar a imagem do turismo comprometendo-se a unirem para trabalharem juntos. O país continua ainda a ser pouco conhecido a nível internacional como um destino turístico de excelência, quando sua vocação natural devia ser transformada em fonte permanente de riqueza.

Neste contexto, é importante que as autoridades são-tomenses implementem planos para médio e longo prazo que permitam um desempenho exequível e sustentável. Sabe-se que a satisfação das necessidades e desejos dos turistas é particularmente importante, uma vez que a procura turística reflecte mudanças da sociedade. Assim, é importante pensar nos turistas como condição necessária para o sucesso do sector. Embora não seja possível controlar todo o elemento que contribui para construção da imagem do destino, é possível manipular e trabalhar intensamente alguns deles, tais como: o anúncio e a promoção das atracções turísticas, a promoção e organização de eventos culturais que apelam e atraíam visitantes.

Com uma análise síntese sobre alguns dos aspectos relativamente a imagem do turismo em STP, espero ter dado um contributo para mudar a imagem que têm os turistas estrangeiros sobre o nosso país como destino, não limitar apenas em fazer valer os aspectos naturais que possuem as ilhas do arquipélago, mas preocupar-se também com a higiene, a limpeza, as estradas, as comunicações, a legislação, a marca para turismo, a definição tipologia do turismo que se pretende, a energia entre outros.

Para melhorar a imagem do turismo em e de São Tomé e Príncipe, as autoridades devem trabalhar no sentido de criar condições básicas para engrandecer e elevar a sua competitividade. Só assim, o país poderá garantir sustentabilidade económica, social e ambiental, visando uma maximização dos resultados positivos da actividade em São Tomé e Príncipe.

Oswaldo Viana