

São Tomé e Príncipe: Quando o Sabor Pode Transformar o Futuro

Estar em São Tomé e Príncipe é uma experiência que começa muito antes da primeira conversa. Começa no cheiro da terra húmida, no sabor intenso do cacau, no peixe fresco acabado de sair do mar, no aroma do café acabado de torrar. É um país imenso em riqueza sensorial.

A cada vinda e presença no território, ficou clara uma convicção: São Tomé e Príncipe tem tudo para afirmar o seu sabor como estratégia de desenvolvimento. Não se trata apenas de gastronomia. Trata-se do mar e da terra ao prato. Trata-se de identidade. Trata-se de futuro. Trata-se de economia do sabor.

Mas o que é a Economia do Sabor?

A Economia do Sabor significa transformar o saber-fazer gastronómico e os recursos locais em valor económico. É olhar para o que nasce da terra e do mar, seja o cacau, banana-pão, fruta tropical, peixe fresco, café, e perceber que ali não está apenas alimento. Está cultura. Está história. Está diferenciação.

É pensar toda a cadeia: produção agrícola, transformação, criação de marca, distribuição, restauração, turismo e inovação alimentar. Quando tudo isto funciona em conjunto, cria-se um verdadeiro ecossistema económico.

O sabor deixa de ser apenas consumo. Passa a ser estratégia.

Um território com sabor único

São Tomé e Príncipe reúne características raras:

- Cacau reconhecido internacionalmente pela sua qualidade excepcional
- Gastronomia crioula autêntica
- Peixe fresco do Atlântico, capturado de forma artesanal e com enorme diversidade marinha
- Banana-pão e produtos tradicionais com forte identidade
- Fruta tropical abundante
- Café de altitude com potencial de especialidade
- Biodiversidade única

Poucos territórios no mundo conseguem concentrar tanta autenticidade num espaço com esta dimensão, mas cria-se pouco valor acrescentado no território.

E é precisamente aqui que está a oportunidade: São Tomé não precisa competir com grandes economias agrícolas. Precisa afirmar-se como território de sabores raros.

Os desafios que precisam de ser enfrentados

Naturalmente, existem desafios. Por um lado, muitos produtos ainda são vendidos em bruto, com pouca transformação local e pouca criação de marca. A cadeia de valor é curta. Exporta-se matéria-prima, mas cria-se pouco valor no território.

Existe também dependência externa em vários insumos e uma ligação ainda insuficiente entre turismo e produção local. A escala do mercado interno é reduzida e os custos de exportação são elevados. E talvez o maior desafio: São Tomé tem potencial, mas ainda necessita consolidar uma narrativa internacional forte como destino gastronómico.

Mas as oportunidades são ainda maiores

O **cacau** santomense pode dar origem a chocolates “bean to bar”, turismo do cacau, certificações de origem e até a uma marca coletiva nacional. O **café** pode posicionar-se no mercado de especialidade, com microlotes, certificação biológica e storytelling da origem. A **gastronomia** pode tornar-se experiência turística: roteiros do sabor, workshops de cozinha tradicional, festivais gastronómicos, experiências em roças. Podem nascer mais **produtos transformados com identidade própria**: compotas tropicais, snacks de banana-pão, conservas artesanais de peixe, molhos tradicionais, bebidas fermentadas locais. O desafio está em transformar o produto em narrativa, identidade e posicionamento, não vender apenas produto, mas afirmar o valor cultural e humano que ele representa.

O caminho estratégico

Para ativar verdadeiramente a Economia do Sabor em São Tomé e Príncipe, é fundamental:

1. Valorizar o produto local
2. Transformar mais no território

3. Criar uma marca coletiva forte
4. Integrar turismo e produção
5. Apostar na formação em empreendedorismo

O desafio não é produzir mais. É criar mais valor a partir do que já existe.

Uma reflexão final

São Tomé e Príncipe não precisa de reinventar a sua identidade. Precisa de a organizar estrategicamente.

Quando um território transforma o seu sabor em estratégia, transforma a sua identidade em desenvolvimento. E São Tomé e Príncipe tem todos os ingredientes para fazer essa transformação acontecer – e para se afirmar na economia do sabor.

Porque há territórios que analisamos com a razão, e outros que também nos conquistam o coração. São Tomé e Príncipe é um deles.