



ESTRATÉGIA NACIONAL
DE INVESTIGAÇÃO E INOVAÇÃO
PARA UMA ESPECIALIZAÇÃO INTELIGENTE
2014-2020

DOCUMENTO DE TRABALHO N. 2

Diagnóstico de Apoio às Jornadas de Reflexão Estratégica

EIXO TEMÁTICO 4 - RECURSOS NATURAIS E AMBIENTE

Turismo



1. ENQUADRAMENTO DO SECTOR DO TURISMO

As perspetivas de futuro do turismo a nível mundial, incluindo a sua contribuição para o desenvolvimento económico e social, são cada vez mais importantes. Existe um volume significativo de procura estimulada pelo aumento do rendimento disponível, das motivações para viajar, do crescimento exponencial dos mercados emergentes acompanhado pelo crescimento continuado dos mercados tradicionais, das mudanças demográficas, sociais e tecnológicas, da diversificação de destinos e da crescente liberalização do sector. As previsões a longo prazo publicadas pela Organização Mundial de Turismo (OMT) indicam que o número de turistas internacionais será de 1.6 mil milhões em 2020, o que implica uma taxa de crescimento anual da ordem dos 4%. A previsão indica que os destinos de África, Ásia e Médio Oriente crescerão a taxas superiores à média, enquanto, as previsões para os destinos mais maduros da Europa e da América são de crescimento menor que a média.

Segundo os dados disponíveis da OMT, as chegadas de turistas internacionais perfizeram 940 milhões em todo o mundo em 2010, ou seja, mais 58 milhões relativamente ao ano anterior. O ano de 2010, com um crescimento homólogo de 6,6%, o mais elevado registado desde 2005, inverteu a quebra das chegadas de turistas internacionais ocorrida em 2009. Em 2010, os resultados globais das chegadas de turistas a nível mundial revelaram um aumento em todas as regiões ainda que com diferentes andamentos, com crescimentos entre 3,3% na Europa e 14% no Médio Oriente.

O Turismo tem um papel central na economia portuguesa tendo uma quota nas exportações nacionais de cerca de 13,5% e praticamente de 45% das exportações de serviços, apostando na sustentabilidade na inovação e na criação de emprego.

Na última década o desenvolvimento do setor do Turismo em Portugal deveu-se muito à definição de uma política pública assente na definição de prioridades e sua interiorização por parte dos agentes do setor que permitiu um alinhamento dos esforços das entidades públicas e privadas.

Nesse contexto foi criado o Polo de Competitividade e Tecnologia (PCT) Turismo 2015, permitindo assegurar o alinhamento entre os programas de incentivos e as prioridades de desenvolvimento do Turismo Nacional, através do estímulo à competitividade das empresas, ao desenvolvimento da oferta seletiva e ao reforço da atratividade de Portugal como destino.

O Turismo assistiu a um forte investimento por parte dos agentes públicos e privados, visando acompanhar as novas tendências da procura a nível internacional e a qualificação da própria oferta nas regiões e destinos.

Este investimento teve um claro enfoque na qualidade e na sustentabilidade, em infraestruturas e equipamentos, verificando-se, igualmente, um esforço de qualificação do património público

construído com interesse turístico, bem como, uma criação de conhecimento sobre o impacto dos fatores imateriais de competitividade sobre o sector.

O setor do Turismo tem no seu Plano Estratégico Nacional as principais linhas de desenvolvimento que passam por investigação, desenvolvimento e inovação nas seguintes vertentes:

- **Sustentabilidade como modelo de desenvolvimento** - potenciar cadeias de valor relacionadas, conservando o meio ambiente e fomentando práticas ambientalmente responsáveis, dinamizando a economia local;
- **Reposicionamento de mercados emissores** - dinamizar novos mercados, atenuar a sazonalidade, consolidar mercados existentes;
- **Acessibilidades aéreas** - manter as atuais rotas e aumentar a frequência de rotas com manifesto interesse para Portugal;
- **Estratégia de produtos** - desenvolver uma oferta multiproduto, com produtos inovadores e adaptados às regiões e aos diferentes mercados, turismo cultural, religioso, de saúde e bem estar, renovando a aposta no golfe e no turismo de negócios a par dos produtos mais tradicionais da oferta de Portugal (e.g. Sol & Mar);
- **Reforçar as ações de promoção e de distribuição** - fomentar a promoção e distribuição online, desenvolver portais informáticos mais apelativos e com informação detalhada e focada tendo em vista público diferenciado, alinhar os investimentos promocionais por mercado com o seu peso relativo nas receitas, adequar o mix de instrumentos promocionais aos objetivos e aos mercados;
- **Qualidade urbana, ambiental e paisagística**- assumir qualidade urbana, ambiental e paisagística como uma componente fundamental da valorização e qualificação do destino Portugal;
- **Qualidade de serviço e dos recursos humanos** - formar e valorizar os recursos humanos, melhor e mais adequada interação com o turista;
- **Eficácia e modernização da atuação dos agentes públicos e privados** - facilitar a interação das empresas com o Estado, promover a difusão do conhecimento e estimular a inovação e modernização empresarial no que respeita à oferta dos serviços e promoção e comercialização.

Do ponto de vista da visão para o futuro, Portugal deverá reforçar a aposta no conhecimento e nas características difíceis de replicar por outros destinos, como a história, cultura e tradições nacionais, a hospitalidade e a diversidade concentrada de atividades com interesse turístico disponíveis em diversas regiões, aposta na qualidade competitiva (olhar para os novos players emergentes com ofertas agressivas a nível de preços), particular enfoque na qualidade urbana, ambiental e paisagística.

2. O POTENCIAL ESTRATÉGICO DA I&D NO TURISMO EM PORTUGAL

Portugal é especializado na **produção científica** na área da Hotelaria, Restauração, Lazer, Desporto e Turismo (FCT, 2013), observando-se uma tendência de crescimento sustentado no número de publicações (dados da *Web of Science*):

- A área da Hotelaria, Restauração, Lazer, Desporto e Turismo ocupa a 27^a posição no ranking nacional de áreas de maior especialização a nível europeu (UE27), com um índice de 1,81 no período 2005-2010, sendo o segundo maior das Ciências Sociais e Humanidades (FCT, 2013). Observa-se um crescimento significativo deste índice entre o período 2000-2005 (índice de 0,7) e 2005-2010 e uma subida correspondente no ranking de 98 lugares (dados da *Web of Science*).
- O número fracionado de publicações naquela área aumentou consideravelmente entre 2000-2005 e 2005-2010, tendo passado de 2 para 34 (dados da *Web of Science*).
- A percentagem - 18% - de publicações nacionais na área da Hotelaria, Restauração, Lazer, Desporto e Turismo incluídas no grupo das 10% mais citadas da área, foi o dobro da média europeia (UE27) no período 2007-2010 (dados da *Web of Science*).
- A produção científica nacional sobre Turismo, em 2012, era particularmente dominada pelas seguintes áreas: Hotelaria, Restauração, Lazer, Desporto e Turismo (30%), Economia e Gestão (19%), Ciências do Ambiente e Ecologia (8%) e Biodiversidade e Conservação (4%) (dados da *Web of Science*).
- O número de publicações sobre Turismo, com autoria de instituições portuguesas, aumentou significativamente - de 7 para 40 - entre 2005 e 2012.

3. SITUAÇÃO ATUAL DO TURISMO NACIONAL E POTENCIAL PARA O CRESCIMENTO ECONÓMICO INTELIGENTE

O setor do Turismo representa cerca de 16 mil milhões de euros de consumo turístico interno anual, o que corresponde a cerca de 9,2% do PIB nacional.

O Turismo representa uma quota nas exportações nacionais de cerca de 13,5% e praticamente 45% das exportações de serviços, sendo hoje um dos principais setores exportadores do país.

Contribui todos os anos com um saldo positivo para a balança de transações correntes e regista crescimentos constantes, expressivos e sucessivos, particularmente por via da evolução muito positiva junto do mercado externo, responsável por cerca de 2/3 do mercado turístico do país.

Cerca de 420 mil postos de trabalho, praticamente 8% do emprego total, estão diretamente relacionados às atividades económicas compreendidas no setor do Turismo.

Pela sua forte ligação ao território e aos respetivos recursos endógenos, o Turismo traduz-se num setor que promove a coesão territorial e numa atividade com forte impacto nas atividades económicas a jusante e a montante.

Num estudo recentemente elaborado, 92% dos turistas que nos visitaram manifestaram satisfação com as férias passadas em Portugal e 91% referiram que é muito provável que voltem a Portugal.

Em suma, o setor do turismo é claramente um dos principais motores da economia nacional, num ciclo de crescimento, o que contribui para que seja considerado um dos destinos turísticos mais competitivos do mundo.

Apesar do crescimento que tem vindo a evidenciar, o setor do Turismo apresenta algumas debilidades:

- Regista taxas de ocupação médias (nacionais) na ordem dos 50% e preços que estão aquém da proposta de valor disponibilizada ao turista. Para isso, contribui a existência de uma oferta hoteleira sofisticada e de qualidade, mas superior à procura turística que ainda assim se regista.
- Na região do Algarve, a primeira região turística do País, temos vindo a assistir ao agravamento da sazonalidade.
- Apesar de competitivo, o destino turístico nacional confronta-se com uma concorrência cada vez maior e mais sofisticada, exigindo-lhe uma constante atualização e diversificação do produto turístico e um maior esforço de comercialização.
- O modelo de financiamento de grande parte dos investimentos turísticos realizados nos últimos anos assentou sobretudo em dívida, num modelo de negócio cujas projeções não se vieram a concretizar, e algumas vezes no negócio imobiliário, cuja evolução negativa todos conhecemos.
- As fortes restrições no acesso ao crédito, provocadas inicialmente por um processo de desalavancagem do mercado financeiro e depois por análises de risco que, para além de mais exigentes, se depararam com empresas demasiado expostas a dívida, acabaram por reduzir o volume de financiamento às empresas e a torná-lo substancialmente mais caro.

O incremento do crescimento do setor, o reforço da sua competitividade num mercado cada vez mais concorrencial e o aproveitamento de todas as suas potencialidades, que ultrapassa em muito os limites das atividades económicas que compõem o núcleo do setor do turismo, exige que os fundos estruturais sejam uma alavanca financeira para ajudar a ultrapassar as debilidades que o setor apresenta.

4. Os desafios e a visão para o futuro

A visão nacional para 2020 estabelece que a economia portuguesa deve ser mais competitiva, criativa e internacionalizada, tendo como base os produtos transacionáveis e os serviços intensivos em conhecimento, através do reforço das capacidades de investigação e inovação, e do aumento das sinergias do sistema nacional de inovação.

É, pois, neste enquadramento que o **Crescimento Inteligente** se assume como um dos eixos estratégicos do novo quadro estratégico comum para 2014-2020 com as seguintes linhas de orientação:

- Reforçar IDT e Inovação
- Melhorar o acesso, uso e qualidade das TIC
- Melhorar a competitividade das PME

Alinhando o diagnóstico do setor com os objetivos estratégicos pretendidos, as principais preocupações do turismo nestes domínios centram-se nas seguintes áreas:

a) Criação de condições para o acesso ao financiamento

Deve promover-se o desenvolvimento de mecanismos de facilitação de acesso a financiamento (junto do mercado financeiro e do mercado de capitais), incluindo o desenvolvimento de linhas que permitam o reforço de capitais próprios e permanentes das empresas.

Deve ainda desenvolver-se mecanismos que permitam ajustar serviços de dívida aos meios libertos das empresas, permitindo que as mesmas libertem recursos para suprir demais necessidades de financiamento, mormente as de tesouraria e as de investimento.

b) Valorização da oferta turística

No que aos empreendimentos turísticos (alojamento) diz respeito, a prioridade deve ser a de promover o desenvolvimento de projetos de requalificação de empreendimentos turísticos, que, através de melhorias significativas no produto e/ou adição de novos serviços, permitam posicionar a oferta existente em segmentos de maior valor acrescentado ou a ajustá-la às exigências de novos produtos turísticos, nomeadamente daqueles que possam atenuar a sazonalidade que atualmente se regista.

Do mesmo passo, o apoio ao desenvolvimento de projetos que tenham por objeto novas atividades de animação turística, contribuindo para estadias mais longas, deve constituir uma prioridade de atuação. Assim como o desenvolvimento de projetos de restauração, desde que de interesse para o turismo.

Por sua vez, na criação de novos empreendimentos turísticos (alojamento), o apoio deve limitar-se a propostas claramente diferenciadoras no contexto regional, que contribuam para reforçar a competitividade do destino e que supram verdadeiras carências de oferta e efetivas necessidades de procura.

No enquadramento dos projetos deve ser especialmente ponderado o envolvimento de património, cultural ou natural, que possa enriquecer a proposta de valor apresentada, através do aproveitamento dos recursos endógenos como fator de diferenciação. Do mesmo modo, deve ser especialmente ponderado o contributo para a requalificação e regeneração urbana das propostas apresentadas, tendo presente o contributo desses investimentos para o reforço competitivo do próprio destino.

Finalmente, importa promover uma estratégia de desenvolvimento de projetos integrados, numa lógica de cluster, assim como desenvolver estratégias de colaboração em rede, permitindo ultrapassar as dificuldades que decorrem de um tecido empresarial caracterizado pela sua excessiva atomização.

c) Incremento do empreendedorismo

A criação de novas empresas, com recurso a investimentos de pequena dimensão, associados à criação de emprego qualificado e com particular enfoque no desenvolvimento de atividades de animação turística, mas também na área da aplicação ao turismo de produtos assentes em tecnologia, deve constituir uma prioridade de atuação.

d) Desenvolvimento das competências das empresas

Com a preocupação principal de dinamizar as competências das empresas na venda da oferta turística disponibilizada, deve privilegiar-se a atuação ao nível do reforço das competências das empresas nas seguintes áreas: (i) internacionalização, (ii) eficiência energética, (iii) economia digital, (iv) tecnologias de informação e comunicação e (v) promoção e comercialização.

e) Reforço da qualidade e da excelência do capital humano

Pretende-se um reforço da atuação no apoio a programas de formação no âmbito das escolas de hotelaria e turismo, no contexto de ações de formação dirigidas a empresas e aos seus trabalhadores, assim como de estágios remunerados junto das empresas, tendo em vista o incremento da qualificação dos recursos humanos e a excelência do serviço prestado.

f) Investigação e desenvolvimento

A correspondência entre a especialização e a excelência científicas de Portugal, a nível europeu, na área de investigação de “Hotelaria, Restauração, Lazer, Desporto e Turismo” e a especialização e crescimento das atividades económicas de Alojamento e Restauração, traduz-se em inúmeras

oportunidades para a exploração económica do potencial científico, que inclui outras disciplinas de grande relevância para o turismo.

O turismo é uma área privilegiada para a exploração de variedade relacionada, abrangendo uma multiplicidade de vertentes, tais como de cariz científico, económico, sociocultural e ambiental. Esta multiplicidade potencia uma contribuição significativa do turismo para os desafios societais identificados no âmbito do Horizonte 2020.

O Turismo da Saúde, Cultural, Desportivo, Religioso e da Natureza são importantes para desafios ligados à saúde, alterações demográficas e bem-estar. O Turismo Rural, Turismo de Habitação e Ecoturismo são relevantes para desafios ligados à agricultura sustentável e à bioeconomia. O turismo está também intimamente ligado a desafios de energia (segura, limpa e eficiente), de transportes (inteligentes, ecológicos e integrados), climáticos, de proteção ambiental, de escassez de recursos e de segurança, entre outros. Finalmente, o turismo é um sector chave para o desenvolvimento rural e para o desenvolvimento económico no contexto de sociedades inclusivas e inovadoras, onde se destacam o empreendedorismo, a inovação social e as Tecnologias de Informação e das Comunicações.

O sector do turismo em Portugal enquadra-se assim de forma particularmente adequada nas lógicas da especialização inteligente, onde a articulação entre a especialização científica e económica, a capacidade instalada, a riqueza cultural, os recursos naturais e o contexto sociocultural do nosso país se integram de forma única e diferenciada, potenciando a exploração de vantagens competitivas de variedade relacionada. Esta variedade poderá resultar numa diversificação dos perfis de especialização regionais, explorando as sinergias e externalidades positivas com atividades económicas relacionadas, mas de maior valor acrescentado. O turismo tem também um elevado potencial de exploração das bases locais de desenvolvimento económico urbano e rural, através do envolvimento dos seus atores e privilegiando o empreendedorismo local de forma inovadora. Finalmente, há um elevado potencial de exploração das ligações intra e inter-regiões, incluindo a cadeias de valor, que envolvem spillovers de conhecimento e aprendizagem e onde as Tecnologias de Informação e das Comunicações desempenham um papel central (FCT, 2013).

A especialização e excelência científicas de Portugal, a nível europeu, na área de investigação de "Hotelaria, Restauração, Lazer, Desporto e Turismo" são acompanhadas por uma especialização económica do país em atividades de Alojamento e Restauração (dados de 2011), com base no valor acrescentado (FCT, 2013).

Portugal apresentava, em 2011, um índice de especialização com base no valor acrescentado, em relação à média europeia (UE26), de cerca de 1,3 em atividades de Alojamento e de 1,6 em atividades de Restauração. A especialização com base no emprego é semelhante à média europeia (índice de 1 para as atividades de Alojamento e de 1,2 para as de Restauração). Finalmente, o rácio de produtividade Portugal/UE26 era de 0,8, tanto a nível das atividades de Alojamento, como de Restauração (FCT, 2013).

As taxas médias de crescimento anual, entre 2004 e 2011, do número de pessoas ao serviço em atividades de Alojamento (0,9%) e de Restauração (1,3%) são das mais elevadas a nível nacional.

No que se refere ao crescimento do número de empresas, a taxa relativa à Restauração é também das mais elevadas (2,8%), enquanto ao Alojamento foi negativa (-0,4%) (FCT, 2013).

É de salientar ainda a forte especialização nacional em Transportes Aéreos, tanto a nível de valor acrescentado (índice de 3) como de emprego (índice de 1,3), o elevado rácio de produtividade (1,5) e as taxas de crescimento significativas nos números de pessoas ao serviço (2,3%) e de empresas (2,2%) (FCT, 2013).

O crescimento sustentável e inteligente passa por incentivar o investimento e a participação das empresas do turismo nos processos de I&D com o objetivo de melhorar a sua capacidade de inovação e performance competitiva, assim como a procura de soluções para os desafios da inovação social e aplicações de interesse público, através, sobretudo, de processos de colaboração com as entidades do Sistema Científico e Tecnológico e/ ou da criação de redes empresariais e clusters temáticos, fomentando o aproveitamento das complementaridades e sinergias.

Referências Bibliográficas

- Diagnóstico do Sistema de Investigação e Inovação. Desafios, forças e fraquezas rumo a 2020, FCT, Maio 2013;*
- Plano Estratégico Nacional do Turismo, Turismo de Portugal*
- Relatórios estatísticos do INE*