

Turismo, Hospitalidade e Gestão do Lazer

A - Âmbito

É inequívoco o contributo do turismo para a economia portuguesa e o seu potencial enquanto fator de desenvolvimento regional. Neste quadro, a Estratégia Turismo 2027 – o referencial estratégico para o turismo em Portugal nos próximos 10 anos – elenca as prioridades para o turismo nacional, entre as quais potenciar o conhecimento como um eixo prioritário de intervenção.

Efetivamente, não há turismo sem conhecimento que estimule uma visão de longo alcance (designadamente, no território, na procura, na oferta e em atividades conexas). Todavia, no momento presente, tecer conclusões sólidas sobre o estado de arte da inovação e investigação em turismo em Portugal, não se afigura fácil. Além de se tratar de uma atividade multisetorial, abrangendo diferentes domínios, e uma diversidade de atores públicos e privados, é notória a fragmentação do conhecimento e investigação entre várias instituições de ensino e um baixo nível de atividade formal/investimento em I&I¹.

Deste modo, no respeito pela indispensável articulação de instrumentos de política pública, o Plano Nacional de Ciência e Tecnologia e a Estratégia Turismo 2027 são coerentes nas suas prioridades e objetivos, devendo, por conseguinte, apresentar uma resposta prática comum para o incremento da inovação e investigação em turismo, uma vez que, investir em I&I turismo é fundamental para o conhecimento e expansão de uma atividade que gera valor acrescentado e que pode alavancar o desenvolvimento sustentável nacional, promovendo a coesão territorial, um dos grandes desafios do turismo português.

Com efeito, o turismo tem vindo a consolidar a sua relevância enquanto actividade económica e o seu papel enquanto motor do crescimento económico, não apenas em termos mundiais, mas também em Portugal (país em que se observa um crescimento a 2 dígitos que se estima sustentável), assumindo por essa via um papel estratégico.

A existência de uma estratégia de longo prazo - a Estratégia Turismo 2027 - permite criar condições futuras de liderança a qual passa pela necessidade de potenciar a investigação e a inovação em turismo, de forma articulada, quer no plano nacional, quer através de redes de cooperação internacionais. Ao apresentar as prioridades e os desafios para o turismo em Portugal numa perspetiva de longo prazo, esta estratégia pode contribuir para, de alguma forma, colmatar a inexistência de documento orientador quanto às prioridades em matéria de I&I em turismo, e para construir e estabilizar temas de I&I de âmbito mais específico.

Múltiplos outros factores de natureza transversal condicionam esta dinâmica de crescimento, colocando novos problemas à ciência e à tecnologia e novas necessidades e premências em termos da(s) indispensáveis inovação(ões). Desde logo se salientam, do lado da procura turística, a intensificação dos fluxos turísticos e aumento da mobilidade (decorrente de melhores padrões de rendimento a nível mundial e de menores custos dos transportes), as

¹ [...] nomeadamente em termos de I&I científico e tecnológico de longo prazo, dada a preponderância da I&I de curto prazo e a orientação para problemas de mercado. Estas características conduzem assim o turismo a um comportamento de inovação incremental, baseada fundamentalmente nas capacidades das equipas e no *feed-back* da clientela e não tanto em I&I.

alterações nos gostos, necessidades e valores (resultantes de maiores níveis de qualificações, de maior consciência dos problemas ambientais e das alterações demográficas e envelhecimento, das populações em movimento).

Apesar das características da actividade turística, as dinâmicas da procura e da oferta no turismo têm sido profundamente influenciadas pela “revolução tecnológica” materializada transversalmente em domínios diversificados, como a crescente digitalização impulsionadora da desintermediação da operação turística, os transportes, a energia, a segurança (no binómio com a dimensão geopolítica), as comunicações e a saúde e alimentação.

Também as questões ligadas às alterações climáticas e à pressão turística e ao seu impacto sobre a conservação da natureza, tendem a condicionar a oferta de destinos turísticos e os padrões das viagens, obrigando a uma crescente internalização de custos ambientais ou a consideração de questões de sustentabilidade na gestão. Por seu lado, a progressão do turismo, mesmo nos seus segmentos mais tradicionais, para “compósitos” mais alargados, com forte interacção com as economias locais (modelos de negócio e formas de inovação) e com um maior espectro de consumos, mais intangíveis (cultura, património, experiência), configurou a emergência dos “territórios turísticos”, significando não apenas o cenário em que se encontram os recursos, mas o próprio recurso (compósito de recursos turísticos, como fauna, flora, montanha, planícies, florestas, praias, mar, aldeias, vilas, castelos, palácios, igrejas, artesanato, gastronomia, etc). Como corolário, emergiu o fenómeno da turistificação do território, (pressão sobre os valores identitários, aumento e focalização territorial dos fluxos, intensificação da construção de equipamentos, problemas de ordenamento do território e de sustentabilidade ambiental e do património), mas igualmente abrindo novas oportunidades de investimento, geradoras de oportunidades de emprego, de alicerçamento das economias locais e de criação de valor.

Estes aspectos encontram-se condensados nos conteúdos e nas fronteiras definidas para a Agenda “Turismo, hospitalidade e gestão do lazer”, veiculando como seu objectivo potenciar novos conhecimentos e novas centralidades para a valorização turística de Portugal no mundo, num contexto de desenvolvimento sustentável e responsável do território e em estreita articulação com a valorização científica, cultural, social e económica do património e da cultura portuguesa, assim como de novas formas de lazer associadas à natureza”.

B - Contexto internacional

A abordagem do turismo enquanto disciplina científica constitui em fenómeno ainda emergente - apenas a partir dos anos 90, os estudos sobre o sector vieram a privilegiar uma perspectiva global, holística, sistémica e multidisciplinar – estimulando a consolidação de um *corpus* de conhecimento sobre o desenvolvimento sustentável deste sector². Assim, as abordagens ao turismo consagradas em documentos estratégicos enquadradores da política pública são ainda predominantemente orientados para uma visão do turismo enquanto actividade económica, com uma natureza profundamente transversal, e não reflectindo ainda, com a necessária autonomia, os grandes desafios para a I&I. Assinala-se assim o escasso número de Estratégias de I&I no tema identificadas, não apenas em termos da realidade nacional, mas também em contexto internacional.

Foram analisadas diversas estratégias no contexto internacional, que contêm preocupações sociais diversas e identificação de novos paradigmas, e, conseqüentemente, desafios para a investigação em Turismo. Entre estas, salientam-se as estratégias europeias, as estratégias de países europeus como a Grã-Bretanha, a Irlanda, a Noruega, a Holanda, a Itália, a Espanha,

² Não obstante o já significativo número de centros de investigação e de escolas superiores de turismo existentes em termos da realidade nacional (a consubstanciar)

Malta, a Turquia, e as Estratégias de países de outros continentes, como a Australiana. Presidiram a esta selecção a sua disponibilidade, e um conjunto de critérios, como dimensão (semelhante/diversa, mas de referência), desempenho inovador (semelhante/diverso, mas de referência); co-especialização científica (países com os quais temos significativa intensidade de co-publicações no tema), co-participações em consórcios no âmbito do Programa Quadro (PQ), tipo de oferta turística (semelhante/diversa mas de referência), afinidades/complementaridades regionais.

Procuraram-se assim identificar os seguintes aspectos (comuns e diferenciados):

- Subtemas/Áreas Foco/ Sectores Prioritários;
- Desafios e oportunidades;
- Fatores *críticos/enabling* para o desenvolvimento futuro;
- Questões para a investigação.

C - Questões e Temas em análise

Como referido, as reflexões a prosseguir deverão ter em conta as grandes dinâmicas sociais contemporâneas, entre as quais se salientam: a mobilidade; as alterações demográficas; a alteração de comportamento e lugar dos operadores do sector; as alterações climáticas – integração do desenvolvimento sustentável no turismo; as especificidades nacionais – mutação no turismo, (passagem de segmentos tradicionais a novas formas de negócio) e os processos de inovação. Os novos territórios turísticos, e sua relação com o turismo enquanto fator de desenvolvimento local. A recentragem dos destinos de sol e praia através de novas ofertas.

Ancoradas nas questões de enquadramento e de âmbito desenvolvidas em ponto anterior, foram identificados alguns domínios agregadores das prioridades a definir no âmbito das atividades de investigação e de inovação para um período de longo prazo (2030), refletindo racionalidades comuns e também específicas a cada um destes segmentos.

As questões chave de investigação devem também procurar dar resposta aos grandes desafios que se colocam ao turismo nacional, identificados na estratégia Turismo 2027: 1 - Pessoas – Promover o emprego, a qualificação e valorização das pessoas e o aumento dos rendimentos dos profissionais do turismo; 2 - Coesão – Alargar a atividade turística a todo o território; 3 - Crescimento em valor – Ritmo de crescimento mais acelerado em receitas vs dormidas; 4 - Turismo todo o ano – Alargar a atividade turística a todo o ano, de forma a que o turismo seja sustentável; 5 - Acessibilidades – Garantir a competitividade das acessibilidades ao destino Portugal e promover a mobilidade dentro do território; 6 - Procura – Atingir os mercados que melhor respondem aos desafios de crescer em valor e que permitem alargar o turismo a todo o ano e em todo o território; 7 - Inovação – Estimular a inovação e empreendedorismo; 8 - Sustentabilidade – Assegurar a preservação e a valorização económica sustentável do património cultural e natural; 9 - Simplificação – Simplificar a legislação e tornar mais ágil a administração; 10 - Investimento – Garantir recursos financeiros e dinamizar o investimento.

No domínio das atividades de investigação, foram identificados os seguintes domínios:

Territórios e Recursos: o turismo como resultado do encontro entre experiências e território. O território envolvendo não apenas a componente física, consubstanciada em todo o património natural e cultural, mas abrangendo igualmente a oferta das experiências turísticas e uma componente simbólica. O território abordado não apenas enquanto o lugar/cenário em que os recursos se encontram distribuídos, mas como um recurso ele próprio. Abordagem das disparidades e assimetrias regionais, nomeadamente em termos da logística. Neste âmbito,

importa também considerar as acessibilidades para e no destino, incluindo a mobilidade interna nos territórios.

Competitividade: A competitividade e a respetiva dimensão económica como indispensáveis eixos para a avaliação da evolução do sector, num contexto de crescente terciarização das economias. A competitividade resultante da produtividade e da especialização associada à capacidade de empreendedorismo, e às vantagens relativas potenciadas pela articulação entre a ciência, a tecnologia e a inovação no turismo. A internacionalização enquanto vertente associada à dimensão da economia – e aos respetivos modelos económicos – indispensável às necessidades de escala num mundo global. Inserem-se aqui os múltiplos fatores de diferenciação, distribuídos no território (ou constituídos pelo próprio território), alargando-se nomeadamente à dimensão simbólica e à proximidade com as indústrias criativas (associada também ao património cultural) – bem como a reflexão sobre o modelo económico e de trabalho no futuro, tendo em conta o impacto da tecnologia e da automação nas qualificações e na organização;

Foram ainda colocadas as seguintes questões para reflexão:

- O modelo de diferenciação - partindo de uma projecção do território que fala “a mesma língua” como fator identitário nacional, e também de um território diversificado, falando diferentes línguas, dialetos, ou variantes linguísticas.
- O que é o turismo? O que é e como o queremos perspetivar?
- O que queremos criar em termos de conhecimento para chegar ao sector e fortalecer a sua competitividade?

Comportamentos e perfis: Perfil turístico traduzindo os padrões em termos da procura e do comportamento, tendo em conta novas formas de vida e novos valores, mais permeáveis às questões da sustentabilidade ambiental e da saúde, às preferências determinadas pela evolução demográfica, e à deslocação para níveis mais sofisticados de preferência, com maior valorização da(s) experiência(s).

- Necessidade de perspetivar a 2030 questões como a procura elevada por digitalização associada ao sector (questões associadas à desintermediação turística e à substituição dos operadores turísticos por motores de busca, por exemplo);

Sustentabilidade: Esta dimensão constitui um alicerce da competitividade no turismo, envolvendo os padrões de desenvolvimento sustentável associados à especialização da oferta turística. Sustentabilidade acrescentando valor ao nível dos processos, preocupações de sustentabilidade ambiental e social associáveis a todos os consumos turísticos – alojamento, alimentação, animação, experiências, e a mobilidade, entre outros. É fundamental ainda considerar os sistemas de gestão e certificação ambiental, as percepções, as atitudes dos atores, a coesão social (novas geografias humanas: gentrificação, migrações, alterações demográficas), a governação e a participação em redes, a questão da democracia e transparência (participação, acesso à informação), os ciclos de vida e capacidade de carga - como importantes fatores desta sustentabilidade.

Algumas das questões adicionais foram ainda identificadas:

- Indissociabilidade entre a sustentabilidade ambiental e territorial, e relevância (valor económico) da dimensão da imaterialidade, e da 'pressão' do turismo sobre o ambiente e o território;
- Questões de sustentabilidade associadas à sazonalidade, capacidade de carga (*Limits of acceptable change (LAC)* ; *Carrying capacity (CC)*);

- Questões colocadas pelo *Big Data* – dificuldade de tratamento de imensa quantidade de informação, manipulação de dados, riscos para a segurança (ciberterrorismo, cibervandalismo), privacidade (cibercriminalidade);

Cultura e globalização: questões de identidade e consequências da *turistificação* dos territórios, tendo em conta a forte pressão colocada pela crescente intensidade dos fluxos turísticos, numa perspetiva alargada e envolvendo nomeadamente contributos da sociologia e da antropologia. A reflexão sobre a internacionalização e aspetos imateriais como a língua, a música, o folclore e outras manifestações artísticas) poderão encontrar fundamentação neste domínio da agenda.

No domínio das actividades de inovação, foi delimitado um conjunto de dimensões em grande articulação e simetria com as definidas no âmbito da investigação – no entanto, de enfoque necessariamente mais operacional e privilegiando as formas de transferência do conhecimento para o mercado e o estímulo à sua transformação em valor, em particular focadas na estrutura da oferta e nas perspetivas de inovação social ou tecnológica.

São assim as seguintes as dimensões identificadas:

Territórios e recursos (inicialmente definida como Territórios e produtos): planeamento e desenvolvimento do Turismo e território (ou dos lugares) e das conectividades, entre outros aspectos, numa perspetiva da inovação e da eficiência, nomeadamente ao nível da oferta;

Empresas e organizações: questões relativas à organização do negócio e eficiência produtiva - inovação de processos, inovação organizacional e empresarial – e questões de eficiência logística e gestão da qualidade, entre outras. Capacidade de gestão dos recursos humanos no sector e do impacto da robotização e automatização dos serviços associados ao sector;

Tecnologias: tecnologias associadas à eficiência e tecnologias disruptivas, com capacidade para “revolucionar” o sector (como por exemplo, no âmbito da digitalização e da desintermediação turística, e no âmbito da automatização dos serviços associados ao sector, da conectividade, do sensoriamento remoto (*drones*), da geoespacialização, da informação turística, etc);

Sustentabilidade: numa perspetiva de inovação, foi privilegiada a associação entre as questões da competitividade e da sustentabilidade num único domínio agregador³, atendendo à sua relação intrínseca. Inovações com o objetivo de diagnosticar, mapear e solucionar questões associadas à sazonalidade, à pegada ecológica dos atores, etc;

Inovação Social: impactos sociais esperados das atividades de inovação no triângulo economia – ambiente- sociedade – conduzindo a alterações nos padrões turísticos do lado da oferta e da procura, nos comportamentos, nas necessidades e nos valores.

³ Na perspetiva da investigação, foi privilegiada uma abordagem autonomizada da sustentabilidade - associada à questão da coesão social – enquanto que a competitividade se encontra mais associada ao modelo económico