

# Palmela

## Fórum Turismo

*Qualidade e inovação  
na oferta turística*

*Auditório da Biblioteca Municipal de Palmela | 28 Setembro 2011*



## O planeamento como factor de sustentabilidade e competitividade de um destino turístico

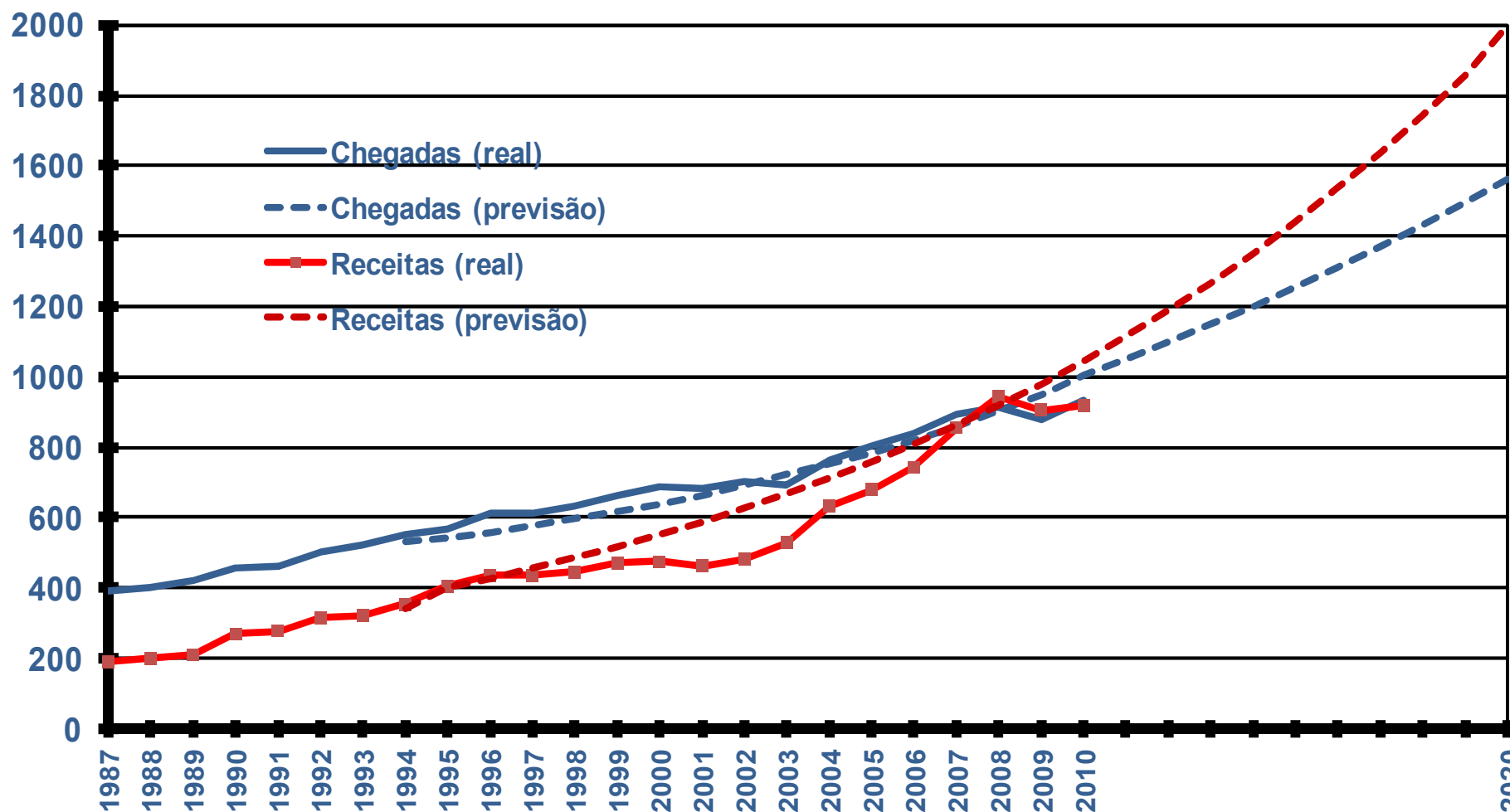
**José Sancho Silva**

---

## Resumo da intervenção:

- ✓ **Macro tendências do turismo**
- ✓ O turismo como factor de desenvolvimento nacional, regional e local
- ✓ **A competitividade dos destinos turísticos**
- ✓ A gestão estratégica dos destinos turísticos
- ✓ **O tripé – qualidade, sustentabilidade e planeamento**
- ✓ A importância das parcerias no turismo
- ✓ **A óptica compreensiva do planeamento do desenvolvimento turístico**
- ✓ Uma proposta para Palmela como destino turístico organizado

## O CENÁRIO EXPANSIONISTA DO TURISMO INTERNACIONAL NA PERSPECTIVA DA OMT



Fonte: OMT

---

# TENDÊNCIAS DO TURISMO

## CONTEXTUALIZAÇÃO INTERNACIONAL

- ✓ **Diversificação crescente de destinos;**
- ✓ **Globalização e concorrência internacional acrescida;**
- ✓ **A primazia do turismo interno;**
- ✓ **O aparecimento de novos destinos incitará outros a repensarem a concepção dos seus produtos e a apostarem na qualidade e na diversificação da oferta;**
- ✓ **Flexibilidade acrescida por parte dos operadores turísticos na concepção e na apresentação dos seus produtos;**
- ✓ **Desenvolvimento da Internet como canal privilegiado para reservas e vendas;**
- ✓ **Penetração crescente do denominado fenómeno das viagens aéreas a baixo custo e crescimento do tráfego aéreo de longa distância;**
- ✓ **Recuperação do turismo de negócios, o qual continua contudo a evoluir mais lentamente que o turismo de lazer;**

---

# TENDÊNCIAS FUTURAS DO TURISMO

## CONTEXTUALIZAÇÃO INTERNACIONAL

- ✓ No domínio do *marketing*, prosseguirá o reforço das parcerias públicas e a reorientação no sentido do turismo interno e dos mercados internacionais de proximidade;
- ✓ Continuação das estratégias de integração de empresas; novas exigências nos modelos e processos de negócios;
- ✓ Reforço da influência dos grupos mais pujantes nos sectores do transporte e da distribuição, sobretudo nos destinos com ofertas mais fragmentadas;
- ✓ O turista do futuro irá privilegiar aspectos como a informação, a qualidade, a segurança, as férias activas e os locais com menor densidade turística, recorrendo com maior frequência a pequenas pausas e a férias secundárias;
- ✓ Propensão para as reservas tardias e para o reforço do turismo individual;
- ✓ Segmentação da procura mais complexa por força do alargamento das motivações tradicionais de viagem.



## TURISMO

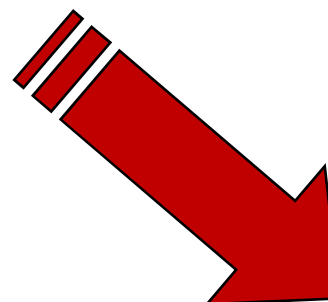
Diversificação

Diferenciação

Especialização

Sustentabilidade

Qualidade



**Planeamento Integrado:  
Um desafio incontornável!**

---

## PLANEAMENTO INTEGRADO:

- ✓ Vulnerável a fenómenos cíclicos, o turismo exige opções de médio e longo prazo e práticas consistentes de planeamento, devidamente articuladas com as políticas de outros sectores socioeconómicos;
- ✓ Só uma organização correcta da oferta turística, inserida num processo de planeamento integrado, o qual garanta a compatibilização dos equipamentos turísticos com a sua envolvente (ambiente, rede de comunicações e de acessibilidades, ordenamento do território, etc.) poderá assegurar a qualidade/sustentabilidade dos destinos turísticos;
- ✓ Desta forma será possível compatibilizar os diferentes interesses dos intervenientes nos sistemas turísticos - comunidades de acolhimento, empresas turísticas, sector público e turistas.



---

## PLANEAMENTO INTEGRADO:

- ✓ O turismo é considerado como uma actividade estratégica, cujos efeitos positivos se distribuem pelos planos económico, patrimonial, territorial e até social;
- ✓ O desenvolvimento racional e equilibrado do turismo comporta benefícios, já que, tratando-se de um sector gerador de infra-estruturas, de equipamentos, de actividades, de bens e serviços transaccionáveis e de empregos, pode proporcionar uma verdadeira cadeia de riqueza com repercussões directas nas economias regionais e na economia nacional.

Década de 70: uma abordagem lógica, assente no princípio da neutralidade técnica, com afastamento deliberado do sector privado e muito dominado pela componente física (Brandão e Costa, 2008).

Evolução no sentido da renovação do seu conceito; combinação com o planeamento físico, os interesses económicos do sector privado e os princípios do desenvolvimento sustentável (Mathieson e Wall, 1982; Murphy, 1985; Getz, 1987; Gunn, 1988).

## A evolução do planeamento

Década de 90: Alargamento definitivo do conceito de planeamento turístico, centrando a sua importância sobretudo no plano dos destinos turísticos, mas sem prescindir da ligação com as orientações formuladas ao nível da politica turística nos diferentes patamares de decisão (Inskeep, 1991; Ritchie e Crouch, 2003) e com o envolvimento imprescindível da iniciativa privada (Costa, 2001; Pearce, 1992).



Mudanças estratégicas com rejeição progressiva do paradigma da promoção dominante (Gunn, 1994; Costa, 2001) e foco no planeamento integrado e na competitividade concebida a partir dos destinos turísticos.

---

## Competitividade dos destinos turísticos

- ✓ O destino aglutina todos os aspectos básicos do turismo, nomeadamente a procura, os transportes, a oferta e o marketing, numa estrutura conveniente e que tende a facilitar o papel indispensável do planeamento, não dispensando nunca a perspectiva de desenvolvimento sustentável (Cooper *et al*, 2001).
- ✓ Para muitos autores, é no plano dos destinos que as necessidades do ambiente, do património cultural, da comunidade local e das empresas, tendem a congregar-se de uma maneira expedita e directa, pelo que será a este nível que a adopção de uma abordagem integrada às questões da sustentabilidade podem revestir maior probabilidade de sucesso.

## Competitividade dos destinos turísticos

- ✓ Um destino encontra na sua identidade e atractividade a mais-valia que o permite distinguir dos concorrentes (Mathieson e Wall, 1992);
- ✓ As vantagens concorrenciais de um destino derivam de um sistema dinâmico composto de determinantes independentes - as condições factoriais, a qualidade e a estrutura da oferta, a organização do mercado e a massa crítica empresarial, e as condições da procura – e de variáveis suplementares como o desempenho da parte pública (Porter, 1990; Keller, 2000);
- ✓ As vantagens comparativas (dotação em factores) versus as vantagens competitivas (capacidade de utilização eficiente dos recursos numa óptica de médio e longo prazo), segundo Crouch e Ritchie (1999);

## Gestão estratégica dos destinos turísticos



Organização de Gestão do Destino  
(parceria pública e privada)

## Resultados

Desenvolvimento  
Sustentável

Qualidade

Competitividade

---

# Gestão estratégica dos destinos turísticos

- ✓ **Mobilização** de todos os *stakeholders* no sentido de sensibilização para a preparação do plano estratégico;
- ✓ **Diagnóstico** do destino, o que implica o levantamento dos recursos turísticos, a análise das infra-estruturas de suporte, a arrumação por produtos turísticos e a caracterização da procura;
- ✓ A definição das **escolhas estratégicas** e dos objectivos gerais e específicos, o levantamento das questões-chave e análise da capacidade de carga;
- ✓ Definição do **plano de acção** com atribuição de prioridades, afectação de responsabilidades, levantamento dos recursos necessários e desagregação temporal das intervenções;
- ✓ **Monitorização** do processo através da construção de indicadores e de processos de acompanhamento, com fixação dos procedimentos de avaliação periódica e regular da estratégia.

# Gestão estratégica dos destinos turísticos

## 4 elementos chave na sua abordagem

Satisfação dos turistas

Satisfação da indústria turística local

Qualidade de vida dos residentes

Qualidade ambiental



Qualquer desequilíbrio em um dos quatro aspectos da qualidade no turismo pode ter um efeito significativo na qualidade global do destino e do produto turístico.

---

## Palmela – Município onde o turismo pode ajudar no desenvolvimento

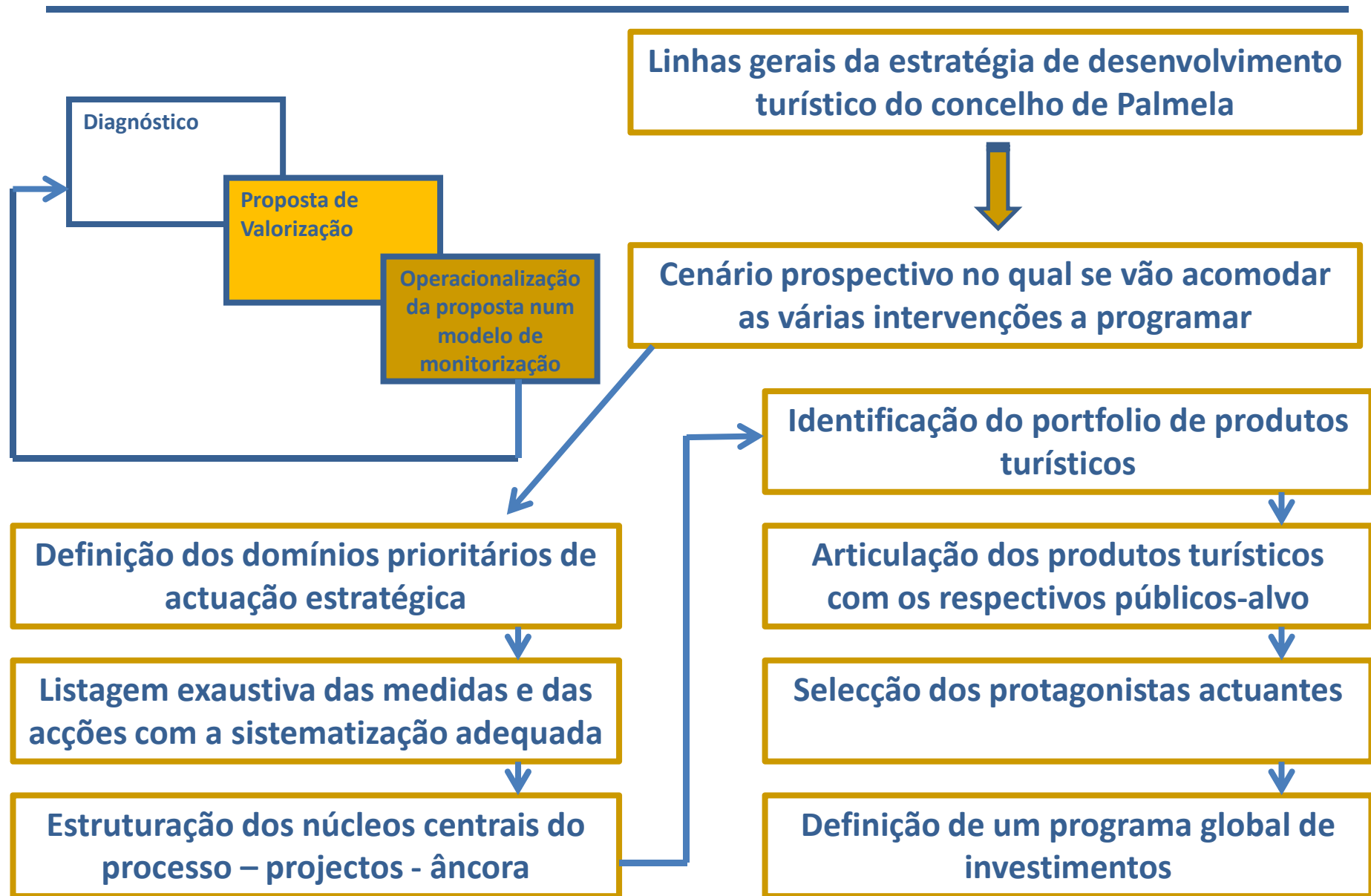
- ✓ Palmela constitui-se como um dos 18 municípios da Área Metropolitana de Lisboa (AML) e como o maior da Península de Setúbal;
- ✓ A proximidade a Lisboa e o crescimento industrial da Península de Setúbal, não impediram que o Concelho de Palmela tenha mantido uma trajectória autónoma de desenvolvimento, conciliando o crescimento industrial com a preservação de muitas das suas características rurais;
- ✓ A heterogeneidade territorial de Palmela - áreas marcadas pela estrutura agrária de latifúndio; áreas de povoamento disperso, associadas à pequena e média propriedade; áreas de utilização mista; território de transição entre o tipicamente urbano e o meio rural;



---

# Plano Estratégico de Valorização e Desenvolvimento do Turismo no concelho de Palmela

- ✓ **Instrumento programático e também incentivador do crescimento equilibrado e auto-sustentado do sector;**
- ✓ **A perspectiva deve assentar no desiderato de potenciação e valorização dos recursos turísticos existentes, em simultâneo com o contributo para o desenvolvimento regional da área em apreço;**
- ✓ **Deve constituir um referencial para a canalização dos necessários investimentos público e privado, sempre no quadro integrado de compatibilização com outros planos e projectos de incidência local e regional.**



Diagnóstico

Proposta de  
Valorização

Operacionalização  
da proposta num  
modelo de  
monitorização

## A monitorização integra o faseamento do planeamento

O Plano deverá conter também os cronogramas temporais e funcionais de execução, além da concepção dos modelos de acompanhamento e de controlo das acções propostas, bem como a definição das formas e dos momentos de ajustamento desses mesmos modelos.

Criação de uma estrutura de monitorização que acompanhe a implementação do Plano, sendo desejável que a mesma integre os agentes públicos e privados que directa ou indirectamente estão relacionados com a actividade turística na zona.

PLATAFORMA DE ACTORES

---

# Desenvolvimento de produtos turísticos em Palmela

## Turismo cultural, turismo de natureza, golfe, gastronomia, enoturismo???

Avaliação do potencial dos recursos

Necessidades dos turistas

Potenciar e direccionar os produtos

Organização conceptual  
de novos produtos:

- Atracções âncora (património, eventos, congressos);
- Aceleradores de atracção ( actividades de valor acrescentado, gastronomia, acessibilidades, *packages*, informação, marketing);
- Infra-estruturas dependentes (alojamento, restauração, comércio).

Faseamento:

1. Processo de inventário (avaliação estratégica espacial por tipologias e análise SWOT);
2. Transformação dos recursos em produtos (arrumação por *clusters*, aferição das necessidades do turistas e avaliação das oportunidades e *gaps*);
3. Desenvolvimento de produtos
  - Portfolio de produtos
  - Reposicionamento de produtos
  - Concepção
  - Engenharia de desenvolvimento

---

## O TURISMO - FACTOR DE DESENVOLVIMENTO NACIONAL E REGIONAL

- ✓ Como está plenamente demonstrado, o turismo é fortemente dinamizador de actividades económicas locais, face ao excelente grau de apropriação potencial dos seus efeitos multiplicadores pelos sistemas regionais e locais.
- ✓ O turismo pode revestir uma dimensão estratégica no desenvolvimento socioeconómico de Palmela, já que integra vários elementos que podem modificar a capacidade produtiva ou a criação de rendimentos importantes. Contudo, como referem Cala e Urbano (2006), “(...) *no suele considerarse como un motor del crecimiento a pesar de su impacto sobre una amplia gama de sectores (...)*”.