

MINISTÉRIO DO AMBIENTE, DO ORDENAMENTO DO TERRITÓRIO E DO DESENVOLVIMENTO REGIONAL  
COMISSÃO DE COORDENAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO ALGARVE

*Plano Regional de Ordenamento do Território*



**VOLUME II**  
Caracterização e Diagnóstico

FEVEREIRO 2004

- Turismo - Caracterização e Diagnóstico do Sector

ANEXO F1

## ÍNDICE

1. SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO .....	2
1.1. Oferta de alojamento .....	2
1.2. Procura turística.....	5
1.3. Produtos turísticos .....	9
2. PROSPECTIVA.....	11
2.1. Tendências a curto prazo (5 anos) .....	12
2.2. Prospectiva a médio prazo (10-15 anos).....	13
2.3. Prospectiva a longo prazo (mais de 25 anos) .....	15
3. ÂMBITOS DE PREOCUPAÇÃO E DE DECISÃO PARA A fase iii .....	17
4. CONTEÚDO DA ESTRATÉGIA TURÍSTICA TERRITORIAL .....	19
4.1. Contributo Sectorial da Secretaria de Estado do Turismo.....	19
4.2. Perspectiva do PROTAL.....	20
5. CADERNO DE ENCARGOS ESTRATÉGICO .....	23
5.1. Pressupostos para intervenção .....	23
5.2. Princípios, objectivos e intenções a respeitar.....	23
5.3. Oportunidades mais relevantes a aproveitar .....	24
5.4. Pontos principais em que se deve apoiar .....	24
5.5. Ameaças mais significativas a evitar .....	25
5.6. Problemas a resolver.....	25

## 1. SÍNTESE DO DIAGNÓSTICO

### 1.1. OFERTA DE ALOJAMENTO

O turismo constitui o sector de actividade essencial da economia da região, estimando-se que nele são gerados directamente cerca de 45% do PIB regional (66% se considerarmos as actividades induzidas) e 60% do emprego (estimativas do WTTC para 2003).

A análise de dados estatísticos sobre o sector do turismo já foi objecto de publicação no “Relatório Preliminar de Caracterização e Diagnóstico” (Dezembro de 2002), pelo que nos limitamos aqui a referir alguns dados sobre a capacidade de alojamento, com a actualização possível.

Os dados estatísticos produzidos pelo INE para 2002 (ainda não publicados) sobre a capacidade dos estabelecimentos hoteleiros, aldeamentos e apartamentos turísticos passaram a ser obtidos por extrapolação para tratamento das não-respostas, o que significa a abertura de uma nova série não comparável com os dados anteriores.

A oferta turística recenseada perfaz uma capacidade para cerca de 131 mil pessoas, em 2001, (138 mil, com os dados estimados pelo INE para 2002) considerando camas turísticas e lugares nos parques de campismo, nas modalidades a seguir discriminadas.

**Alojamento hoteleiro e complementar em 2001**

<b>Categorias</b>	<b>Nº de Estabelecimentos</b>	<b>Capacidade em camas</b>
Hotéis	74	23.617
Hotéis-Apartamentos	49	14.812
Motéis	6	545
Pousadas	3	152
Estalagens	9	556
Pensões	98	4.487
Apartamentos Turísticos	115	29.934
Aldeamentos Turísticos	30	12.648
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>86.751</b>

(dados referidos a 31 de Julho de 2001; fonte: INE)

Note-se que existem apenas 9 hotéis de 5 estrelas, não existe nenhum hotel-apartamentos de 5 estrelas e regista-se apenas uma estalagem de 5 estrelas.

**Turismo em espaço Rural em 2002**

<b>Categorias</b>	<b>Nº de Estabelecimentos</b>	<b>Capacidade em camas</b>
Turismo de Habitação	4	40
Turismo Rural	14	144
Agroturismo	4	47
Casas de Campo	2	16
<b>Total</b>	<b>24</b>	<b>247</b>

(dados referidos a 31 de Julho de 2002; fonte: DGT)

Note-se a fraquíssima capacidade instalada na região nestas modalidades, sendo a NUT com menor oferta de TER no país.

Note-se ainda que não existe na região nenhum estabelecimento de turismo de aldeia.

Parques de Campismo em 2001

A região dispõe de 23 parques de campismo, podendo alojar 42435 campistas (dados referidos a 31 de Julho de 2001; fonte: DGT).

Colónias de Férias e Pousadas da Juventude em 2001

A região dispõe de 6 estabelecimentos, podendo alojar 1507 pessoas (dados referidos a 31 de Julho de 2001; fonte: INE).

Alojamento em todos os meios

A oferta de imobiliária de lazer e as residências de férias, também estas muitas vezes alugadas sazonalmente pelos proprietários, atinge valores que têm sido estimados entre 320 mil (estimativa para 1999 sobre os alojamentos objecto de aluguer a turistas, em estudo elaborado pela Universidade do Algarve para a Direcção-Geral do Turismo) e 500 mil camas, se bem que não existam dados estatísticos oficiais.

Estamos portanto perante uma oferta real de alojamento a turistas que se pode estimar num intervalo entre 460 mil e mais de 600 mil camas.

Faz todo o sentido abater as fronteiras do chamado sector do turismo e considerar o *cluster* lazer-turismo, não só no que se refere ao alojamento mas também a todo o complexo de actividades relacionadas e de suporte ao conjunto diversificado de fenómenos aí compreendidos. A análise abrangente do *cluster* está em curso e será produzida na Fase III, por não se dispor ainda de informação suficiente.

Com muitas reservas sobre os dados e considerando que os dados oficiais cobrem apenas 30 por cento (na melhor das hipóteses) da oferta real de alojamento a turistas na região reproduzem-se aqui em síntese as conclusões do diagnóstico.

**Número de Estabelecimentos e Capacidade de Alojamento no Algarve**

<b>Categorias</b>	<b>Nº de Estabelecimentos</b>	<b>Capacidade em camas</b>
-------------------	-------------------------------	----------------------------

	31-07-2001	31-07-2002	31-07-2001	31-07-2002
<b>Hotéis</b>	74	79	23617	21007
<b>Hotéis-Apartamentos</b>	49	52	14812	17110
<b>Motéis</b>	6	5	545	633
<b>Pousadas</b>	3	3	152	150
<b>Estalagens</b>	9	8	556	482
<b>Pensões</b>	98	103	4487	4651
<b>Apartamentos Turísticos</b>	115	148	29934	35953
<b>Aldeamentos Turísticos</b>	30	30	12648	14103
<b>Total</b>	<b>384</b>	<b>428</b>	<b>86751</b>	<b>94089</b>

Fonte: INE (os dados de 2002 não se encontram ainda publicados)

Relativamente ao período compreendido entre 1991 e 2001 (para 2002, como o INE alterou os critérios estatísticos, os valores não são comparáveis) há a realçar:

#### Número de Estabelecimentos em Funcionamento no Algarve

Categoria	Nº de Estabelecimentos			
	1991	2001	Variação	
			Absoluta	%
Motéis, Estalagens e Pousadas	14	18	4	29%
Aldeamentos Turísticos	25	30	5	20%
Hotéis-Apartamentos	30	49	19	63%
Hotéis	51	74	23	45%
Pensões	89	98	9	10%
Apartamentos Turísticos	84	115	31	37%
<b>Total</b>	<b>293</b>	<b>384</b>	<b>91</b>	<b>31,1%</b>

Fonte: INE

O aumento da capacidade de alojamento do Algarve, +10744 camas (+14%) foi inferior ao aumento da capacidade de alojamento nacional (+21%).

#### Capacidade de Alojamento no Algarve

Categoria	Capacidade de Alojamento			
	1991	2001	Variação	
			Absoluta	%
Motéis, Estalagens e Pousadas	1299	1253	-46	-4%
Aldeamentos Turísticos	17160	12648	-4512	-26%
Hotéis-Apartamentos	14938	14812	-126	-1%
Hotéis	14997	23617	8620	57%
Pensões	5059	4487	-572	-11%
Apartamentos Turísticos	22554	29934	7380	33%
<b>Total</b>	<b>76007</b>	<b>86751</b>	<b>10744</b>	<b>14,1%</b>

Fonte: INE

Esse aumento registou-se essencialmente nos Hotéis, +8620 camas e, nos Apartamentos Turísticos, +7380 camas as únicas duas categorias de estabelecimentos que reforçam as suas proporções simultaneamente em número e capacidade de alojamento; as restantes categorias em conjunto (Pensões, Motéis, Estalagens e Pousadas, Aldeamentos e Hotéis-Apartamentos) reduzem capacidade.

**Evolução da capacidade de alojamento , por concelhos:**

Concelhos	Hotéis			Pensões			Outros Estabelecimentos		
	1991	2001	Variação %	1991	2001	Variação %	1991	2001	Variação %
Albufeira	2655	6922	160,7%	1033	1044	1,1%	23969	27586	15,1%
Aljezur	56	52	-7,1%						
Castro Marim							358		
Faro	521			886	569	-35,8%	154		
Lagoa	470	2370	404,3%	132	116	-12,1%	3133	4452	42,1%
Lagos	1663	1638		523	616	17,8%	1980	1564	-21,0%
Loulé	3772	5134	36,1%	615	571	-7,2%	7848	6729	-14,3%
Monchique				106			12		
Olhão	102			90	47	-47,8%	208		
Portimão	3680	3643	-1,0%	1039	788	-24,2%	9987	11873	18,9%
S. Brás de Alportel							48	66	37,5%
Silves	360	882	145,0%	124	60	-51,6%	1023	448	-56,2%
Tavira				231	303	31,2%	5652	2915	-48,4%
Vila do Bispo	236			62			455	720	58,2%
V. R. S. António	1482	1917	29,4%	218	217	-0,5%	964	1724	78,8%
<b>Algarve</b>	<b>14997</b>	<b>23617</b>	<b>57,5%</b>	<b>5059</b>	<b>4487</b>	<b>-11,3%</b>	<b>55951</b>	<b>58647</b>	<b>4,8%</b>
<b>Portugal</b>	<b>71883</b>	<b>104439</b>	<b>45,3%</b>	<b>46316</b>	<b>40782</b>	<b>-11,9%</b>	<b>70334</b>	<b>83444</b>	<b>18,6%</b>

Fonte: INE

Em termos intra-regionais, continua-se a assistir a uma oferta turística espacialmente muito desequilibrada: quase 1/3 dos estabelecimentos e 40% da capacidade concentram-se no concelho de Albufeira; quase 62% dos estabelecimentos e ¾ da capacidade concentram-se nos concelhos de Albufeira, Loulé e Portimão; cerca de 85% dos estabelecimentos e 90% da capacidade concentram-se na faixa litoral Lagos-Faro. Apesar de algumas particularidades, verifica-se o reforço da concentração quer de estabelecimentos (de 84.9 para 85.4%) quer da capacidade de alojamento (de 86.3 para 89.4%) nos sete concelhos da faixa Lagos-Faro.

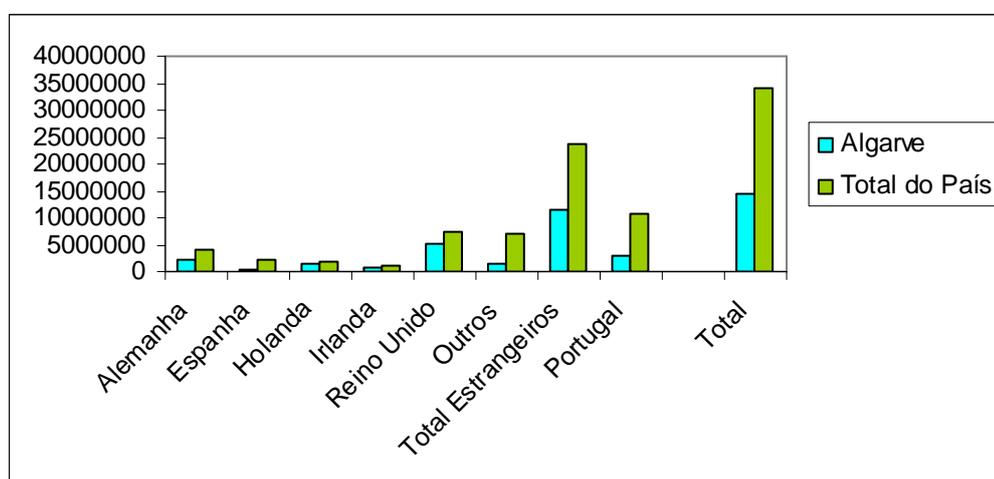
## 1.2. PROCURA TURÍSTICA

O do número de dormidas em 2002 e a origem dos visitantes é a seguinte:

Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos em 2002 (estimativa do INE, segundo os novos critérios)

	<b>Algarve</b>	<b>Total do País</b>	<b>%</b>
Alemanha	2140130	4104649	52%
Espanha	325950	2068414	16%
Holanda	1310517	1825183	72%
Irlanda	868446	971365	89%
Reino Unido	5105892	7406249	69%
Outros	1618716	7186834	23%
Total Estrangeiros	11369651	23562694	48%
Portugal	2924652	10646274	27%
<b>Total</b>	<b>14294303</b>	<b>34208968</b>	<b>42%</b>

**Dormidas, por nacionalidades, em 2002:**



Em termos de (número de dormidas), e relativamente ao período compreendido entre 1991 e 2001, há essencialmente a destacar:

Um aumento do número de dormidas na região (18.6%) claramente inferior ao aumento do número de dormidas no total nacional (27.8%). Se analisarmos cada uma das metades da década, verifica-se que o aumento de dormidas na região foi claramente mais forte na primeira metade (1991-1995), cerca de 12% (o que equivale a um crescimento médio anual de 2.9%), enquanto na segunda metade (1995-2001) o crescimento foi substancialmente mais lento, cerca de 5.9% (o que equivale a um crescimento médio anual de 0.9%). Pelo contrário, nos totais nacionais de dormidas o crescimento na primeira metade da década foi mais lento do que na segunda metade.

Saliente-se contudo que, no Algarve, o aumento do número de dormidas entre 1999 e 2000 foi extremamente baixo (menos de 1%) e entre 2000 e 2001 foi mesmo negativo (-4.6%). Tendo em atenção novos dados, que não foram trabalhados no capítulo referente às dormidas na região, verifica-se que nos primeiros seis meses do ano 2002, o número de dormidas na região decresceu 10.5% relativamente ao período homólogo de 2001. Esta descida foi consideravelmente mais acentuada do que a descida de 6.2% registada para o total das dormidas no País, confirmando a tendência de decréscimo iniciada em 2000.

Como balanço da década, a região perde a sua proporção no total nacional de dormidas (de 44.6% em 1991 para 41.4% em 2001).

Somente os Hotéis, Apartamentos, Hotéis-Apartamentos e Motéis, Estalagens e Pousadas apresentam aumentos absolutos do número de dormidas; os Aldeamentos e Pensões registam crescimentos negativos. Contudo, apenas os Hotéis, Apartamentos e Hotéis-Apartamentos apresentam aumentos no peso relativo das dormidas na região. Ou seja, as dormidas estão cada vez mais concentradas nestas três categorias de estabelecimentos, em claro detrimento das restantes (Aldeamentos, Pensões e Motéis, Estalagens e Pousadas).

Em termos intra-regionais, verificamos uma idêntica concentração das dormidas, quer em 1991 quer em 2000, nos mesmos 7 concelhos da faixa litoral Lagos-Faro, o que significa que o restante território, pese embora um crescimento do número absoluto de dormidas, não conseguiu aumentar a sua proporção no total regional.

Embora as dormidas de estrangeiros constituam a grande maioria do total de dormidas na região (82% em 2001), há a registar que as dormidas de cidadãos nacionais aumentaram consideravelmente mais durante a década de 90 do que as dormidas de cidadãos estrangeiros (51% e 13%, respectivamente), sendo igualmente de realçar que o aumento das dormidas de nacionais foi mais regular e menos sujeita a oscilações do que as de cidadãos estrangeiros. Pelo contrário, no total nacional de dormidas, observou-se um crescimento das dormidas de cidadãos nacionais inferior ao do crescimento das dormidas de cidadãos estrangeiros. Ou seja, subsiste a ideia tanto de uma maior difusão dos cidadãos estrangeiros pelo território nacional como de um crescendo da componente nacional no contexto do Algarve.

Quanto à nacionalidade dos hóspedes estrangeiros no Algarve há a destacar o peso crescente de cidadãos da União Europeia no seu todo. Todavia, cada vez são mais preponderantes os mercados britânico e alemão, enquanto os mercados holandês, italiano, espanhol e francês perdem peso no turismo da região, embora o mesmo não se verifique no contexto nacional.

Quanto à sazonalidade, na região do Algarve há a registar o facto de não existirem, de 1991 para 2001, alterações particularmente significativas na distribuição da percentagem das dormidas pelos meses do ano.

A permanência média (dias) na região do Algarve registou um ligeiro declínio entre 1991 e 2001 (de 6.1 para 6.0 dias), decréscimo semelhante ao da permanência média no total nacional (de 3.4 para 3.3 dias). Esta descida da permanência média foi extensiva a todas as categorias de estabelecimentos, com excepção dos Hotéis.

Em termos intra-regionais, destaque-se, contudo, que mais de metade dos concelhos, mais precisamente 10 concelhos, registaram aumentos da permanência média.

As taxas de ocupação cama no Algarve são, durante toda a década de 90, sempre superiores às do país. Contudo, só em 1999 e 2000 os valores foram superiores ao valor de 1991, havendo a registar uma descida no ano de 2001. Por categorias de estabelecimento, verificamos que somente os Hotéis-Apartamentos, Hotéis e Motéis, Estalagens e Pousadas registam aumentos da taxa de ocupação, enquanto os Aldeamentos e Apartamentos (especificidades da região, uma vez que se concentram quase exclusivamente no Algarve) registam decréscimos.

Poder-se-á mesmo tentar estabelecer uma relação entre a evolução das dormidas na região e a evolução da taxa de ocupação-cama e registar que, em termos regionais, houve um aumento da oferta (capacidade de alojamento) não correspondido por idêntico aumento da procura (número de dormidas), que cresceu em menor ritmo. Este comportamento apenas se verificou nos Apartamentos, e por isso arrastou o total regional, uma vez que os Apartamentos representam muito no total das dormidas. Nas restantes categorias de estabelecimentos houve uma adequação entre oferta e procura: decréscimos nas dormidas e na taxa de ocupação relativamente às Pensões e Aldeamentos; aumentos nas dormidas e taxa e ocupação relativamente aos Hotéis, Hotéis-Apartamentos e Motéis, Estalagens e Pousadas.

Em termos de receitas geradas pelos estabelecimentos hoteleiros e relativamente ao período compreendido entre 1993 e 2001, há a destacar como principais aspectos:

As receitas cresceram mais no total do país (91%) do que na região do Algarve (81%); no Algarve, ao contrário do País, as receitas registaram, entre 2000 e 2001, um sensível decréscimo (3.5%), contrariando a evolução de toda a década. Tendo em consideração novos dados, que não foram trabalhados no capítulo referente às receitas (capítulo 3), podemos adiantar que nos primeiros quatro meses do ano de 2002 o total das receitas na região decresceu 5.9% relativamente ao período homólogo de 2001. Esta descida foi consideravelmente mais acentuada do que a descida de 1.6% registada para o total das receitas no País. Como tal, afigura-se preocupante o decréscimo iniciado em 2000 que, ao que tudo indica e à semelhança do que foi referido relativamente às dormidas, se irá prolongar pelo ano de 2002.

Em termos de balanço, a proporção das receitas da região no contexto nacional baixou de 33.1% em 1993 para 31.5% em 2001.

Os Hotéis são responsáveis, em 2001, pela grande maioria do total das receitas (cerca de 53%), surgindo a larga distância os Apartamentos e os Hotéis-Apartamentos como as categorias mais representativas (16% e 15%, respectivamente).

Em termos intra-regionais, existe uma claríssima disparidade na distribuição das receitas. Em 2000, verificamos que os concelhos de Albufeira, Loulé e Portimão concentram quase 72% do total regional de receitas dos estabelecimentos hoteleiros. Por outro lado, os concelhos de Olhão, Aljezur, Monchique, São Brás de Alportel e Castro Marim, em conjunto, representam somente 0.9% do total regional de receitas dos estabelecimentos.

Como súpula desta pequena síntese, e tentando captar o essencial dos aspectos aqui focados, parecem-nos claras algumas tendências no sector que, por esse motivo, serão de seguida discriminadas:

- 1 - O leque de estabelecimentos hoteleiros é, em 2001, relativamente menos diversificado do que em 1991. Não propriamente pelo desaparecimento na região de qualquer categoria mas sim pela diminuição de estabelecimentos e da respectiva capacidade de alojamento, nomeadamente de Motéis, Estalagens e Pousadas. Por outro lado, assiste-se a um reforço de determinadas categorias: Hotéis e Apartamentos.
- 2 - Verifica-se também que, tanto a oferta como a procura e (naturalmente) as receitas geradas, se encontram cada vez mais concentradas em muito poucos concelhos da faixa litoral entre Lagos e Faro, enquanto o resto da região, territorialmente muito mais vasto, concentra cada vez menos estabelecimentos, dormidas e receitas.

- 3 - Detectou-se ainda que, apesar da subida do peso das dormidas de cidadãos nacionais, as dormidas de cidadãos estrangeiros (cerca de 82% das dormidas em 2001) assentam cada vez mais em apenas dois mercados – britânico e alemão -, tendo os mercados secundários, como são os casos do espanhol, francês, italiano e holandês, começado a dispersar-se mais pelo território nacional em detrimento da região.
- 4 - A forte sazonalidade das dormidas na região não sofreu qualquer esbatimento significativo nos últimos 10 anos, continuando a procura a incidir esmagadoramente nos meses de Verão e sem que o peso das dormidas fora desta estação conheça aumentos significativos.

### 1.3. PRODUTOS TURÍSTICOS

No presente diagnóstico, consideram-se os seguintes produtos turísticos:

#### Produtos turísticos principais

- Sol e praia
- Lazer/Clima
- Golfe
- Recreio Náutico

#### Produtos turísticos complementares

- Turismo Activo/Desportivo
- Turismo de eventos
- Turismo de congressos e incentivos

#### Produtos turísticos emergentes

- Turismo cultural e urbano
- Turismo Rural
- Turismo de Natureza/Ecoturismo
- Turismo de saúde e talassoterapia
- Estágios desportivos

Numa síntese de avaliação desta carteira de produtos, observa-se que:

- o produto golfe atingiu e mantém elevado nível de excelência com reconhecimento pelos mercados (existem actualmente 30 campos de golfe);
- o produto sol e praia, apesar de a qualidade das praias ser reconhecida como elevada, não tem evoluído favoravelmente enquanto produto-território, apresenta níveis de qualidade muito variáveis e carece de requalificação global e por segmentos;
- o produto lazer/clima carece de organização qualificadora da oferta e de posicionamento adequado a mercados sénior de mais elevado rendimento - o turismo sénior está pouco posicionado para os segmentos de maior rendimento e carece de ligação com a vilegiatura e o turismo de saúde;

- o produto recreio náutico tem evoluído favoravelmente, carece de mais investimento em marinas e portos de recreio e de expansão no território regional (existem actualmente 4 marinas);
- o turismo cultural e urbano carece de estruturação de espaços e equipamentos
- o turismo de habitação e o turismo rural têm muito fraca expressão e carecem de modalidades inovadoras;
- o turismo de natureza e o ecoturismo são ainda muito incipientes em termos de oferta organizada;
- carência de parques temáticos, centros de animação e sítios de actividades de lazer;
- deficiências na sinalização turística mas estão em vias de resolução;
- problemas nas acessibilidades intra-regionais e na rede de centros de apoio.

A concentração espacial acentuou-se em grande parte como consequência de um ordenamento do território demasiado centrado na urbanização, restritivo quanto à construção de empreendimentos turísticos fora dos perímetros urbanos e com opções de conservação da natureza que isolaram vastas áreas, designadamente na Costa Vicentina e no Sotavento.

A ocupação urbanística dos espaços classificados como de uso turístico no PROTAL em revisão e nos PDM's tem sido essencialmente habitacional.

A imagem turística global do Algarve encontra-se seriamente afectada pelo crescimento imobiliário mal enquadrado urbanisticamente e territorialmente concentrado e com manchas gravemente desqualificadas na faixa litoral. Há situações graves de descaracterização e desqualificação urbana, de carências de espaços verdes, de défices de infra-estruturas e de congestionamento de tráfego incompatíveis com o estatuto exigível a espaços turísticos.

## 2. PROSPECTIVA

Nesta fase podem ainda colocar-se muitas incertezas, mas não deixa de ser oportuno questionar o futuro.

Deixa-se para a Fase III o aprofundamento da prospectiva com a redução das incertezas e a construção de cenários, a usar para o desenho da estratégia, o que vai requerer um processo prospectivo estruturado, com participação dos actores, e que terá de incluir cenários de enquadramento nos quais se possam testar as opções estratégicas. Por agora, os exercícios prospectivos devem ser mais exploratórios do que normativos.

Tal significa, como orientação de fundo, evitar subordinar a prospectiva a juízos de valor ou intenções reguladoras, concentrando a análise na detecção das dinâmicas de transformação existentes e emergentes. Nesta linha, os diferentes horizontes prospectivos proporcionam visões diversas:

### **Curto prazo (até 5 anos)**

Neste horizonte, projecta-se a situação actual através dos projectos e intenções existentes e emergentes, numa lógica baseada em acontecimentos e tendências associadas, bem como nas estratégias dos actores;

### **Médio prazo (10-15 anos)**

O exercício prospectivo para este horizonte parte do prolongamento das tendências de enquadramento identificadas no horizonte anterior, dos acontecimentos associados e das estratégias dos actores mais relevantes para as dinâmicas de transformação dos espaços turísticos da região.

Este exercício será objecto de aprofundamento e revisão na Fase III, podendo então surgir factores de inflexão ou mesmo de ruptura, designadamente em função de uma abordagem normativa e estratégica num contexto de opções de estratégias sectoriais e territoriais que na fase actual ainda não se encontram definidas.

### **Longo prazo (mais de 25 anos)**

É um horizonte com muitas incertezas, no qual se podem equacionar rupturas derivadas de factores ambientais como alterações climáticas, erosão costeira, redução ou mesmo desaparecimento de áreas

Este horizonte é o adequado para equacionar o desenvolvimento sustentável, já que o curto prazo é dominado pelo crescimento e o médio prazo é subordinado à estratégia e à normativa territorial, mas o futuro está no longo prazo e o caminho passa pelos anteriores.

É neste longo prazo que se deve construir a visão estratégica e estruturar um projecto territorial.

## 2.1. TENDÊNCIAS A CURTO PRAZO (5 ANOS)

### **Tendência: crescimento acelerado da imobiliária de lazer**

Associada a:

- expectativas positivas sobre o mercado imobiliário, em que o actor “Promotores Imobiliários” prevê a possibilidade de realização de mais-valias fundiárias e imobiliárias a curto prazo;
- melhoria das acessibilidades, possibilitando aumento de quota do Algarve no mercado doméstico de fins-de-semana e férias;
- dependência das autarquias locais face às receitas provenientes do imobiliário, em que o actor “Câmaras Municipais” tende a favorecer o crescimento para assegurar o financiamento das suas actividades;
- o actor “Administração Central” está a criar um contexto político favorável ao levantamento de condicionantes territoriais e administrativas à construção e um estatuto oficial de equiparação da imobiliária de lazer aos empreendimentos turísticos tipificados, ao ponto de os qualificar como “projectos turísticos estratégicos”;

### **Tendência: crescimento da oferta de empreendimentos turísticos**

Associada a:

- expectativas positivas sobre o crescimento da procura turística nacional e internacional, associadas às perspectivas de retoma económica nos principais mercados emissores e ao efeito ‘Euro 2004’;o
- actor “Empresas Turísticas”, principalmente no segmento grandes grupos e investidores nacionais e internacionais pretende crescer expandindo a oferta;
- o actor “Administração Central” está a criar um contexto político favorável ao levantamento de condicionantes territoriais e administrativas à construção de empreendimentos turísticos;
- o actor “Operadores Turísticos” atravessa uma fase de concentração e integração vertical e continua a considerar atractivos os mercados de sol e praia, clima e golfe, nos quais o Algarve mantém capacidade competitiva.

### **Tendência: crescimento da oferta de golfe**

Associada a:

- expectativas positivas sobre o crescimento da procura internacional de golfe e sobre o aumento de quota do Algarve;
- expectativas positivas sobre o alargamento do mercado doméstico de golfe;
- posição de grande notoriedade e excelência alcançada pela oferta de golfe do Algarve;

- o actor “Administração Central” está a criar um contexto político favorável ao levantamento de condicionantes territoriais e administrativas à construção de empreendimentos de golfe.

**Questões-chave:**

Os níveis e os ritmos de crescimento da oferta de alojamento e de golfe que, em muitas zonas, tenderão a esgotar as capacidades de carga, acentuando a concentração territorial e o prolongamento do modelo dominante de urbanização do litoral e reforço da dominância do sol e praia.

**2.2. PROSPECTIVA A MÉDIO PRAZO (10-15 ANOS)****Tendências de enquadramento:**

Mantém-se as mesmas tendências identificadas no curto prazo quanto a imobiliária de lazer, empreendimentos turísticos e golfe, às quais acrescem:

- Afirmação de destinos em crescimento altamente competitivos no turismo de massas de sol e praia, com oferta de *‘resorts all inclusive’* que competem por diferença e preço com o destino Algarve no segmento férias familiares – Brasil, República Dominicana, Caraíbas.
- Oferta turística dos novos países da União Europeia que podem retirar quota de mercado ao Algarve designadamente no mercado alemão.

**Tendências do *cluster* lazer-turismo regional:**

- prolongamento da tendência de crescimento da imobiliária de lazer já apontada para o curto prazo, se bem que não possa manter o ritmo acelerado que, no curto prazo, resultou do enquadramento institucional favorável mas que será inevitavelmente confrontada com os limites de expansão da procura imobiliária (o crescimento acelerado no curto prazo provocará situações de excesso de oferta, eventualmente compensados por ajustamentos de mercado com baixa de preços, também para manter competitividade face à oferta imobiliária espanhola)
- prolongamento da tendência de crescimento da oferta de empreendimentos turísticos
- a oferta golfe, analisada no estudo elaborado pela Universidade do Algarve (Estudo sobre o Golfe no Algarve, Dezembro de 2003), tenderá a situar-se com elevada probabilidade entre os 41 campos (“cenário moderado” do estudo) e os 88 campos (“cenário massificado” do estudo que mais do que triplica a oferta actual), havendo razões baseadas nas tendências de enquadramento e nas estratégias dos actores para supor que ultrapasse muito o dito “cenário moderado”.

**Incertezas cruciais:**

- ritmo e quantidade do crescimento da oferta de alojamento;
- ritmo e quantidade do crescimento da oferta de golfe;
- abertura de novos espaços turísticos (Barrocal-Serra, Baixo Guadiana e Costa Vicentina);
- diversificação de produtos combinada com redução da sazonalidade e conquista de novos segmentos de mercados.

Num exercício de cenarização (a aprofundar na Fase III), tomamos como componentes dos cenários as quatro incertezas cruciais identificadas e apontamos duas configurações possíveis para cada uma:

COMPONENTES	CONFIGURAÇÕES	
	A	B
C.1. Oferta de alojamento	Contida	Expandida
C.2. Oferta de golfe	Moderada	Expandida
C.3. Abertura de novos espaços	Limitada	Expandida
C.4. Diversificação de produtos	Fraca	Forte

Tomando, por combinação de componentes-configurações, os encaminhamentos considerados mais plausíveis, podemos desenhar três cenários:

**CENÁRIO C.1. B – C.2. A – C.3. A – C.4. A - “SOL E PRAIA CONCENTRADO ”**

É um cenário tendencial, dito de referência, também do tipo “mais do mesmo”, dominado quase exclusivamente pelos interesses da promoção imobiliária.

**CENÁRIO C.1. B – C.2. B – C.3. A – C.4. A - “SOL-PRAIA E GOLFE”**

É um cenário também tendencial, com a diferença de consolidar o Algarve como região de excelência de golfe, se bem que possa configurar problemas de massificação da oferta de golfe (cf. Estudo da Universidade do Algarve, Dezembro de 2003).

**CENÁRIO C.1. B – C.2. B – C.3. B – C.4. B - “TURISMO E LAZER DIVERSIFICADO”**

É um cenário de aposta na abertura de novos espaços e novos produtos turísticos, com inovação de oferta e provável sucesso na diferenciação face aos destinos concorrentes. Neste cenário, o crescimento poderá alinhar com a desconcentração territorial e alcançar os objectivos de redução da sazonalidade e de diversificação de mercados.

#### **Nós de futuro:**

Admitindo como plausíveis os cenários desenhados e considerando as tendências de enquadramento apresentadas – que apontam para a grande probabilidade de maximização do crescimento da oferta de alojamento e de golfe - os “nós de futuro” a considerar são:

- abertura de novos espaços turísticos; e
- inovação e diversificação de produtos turísticos.

#### **Cenários a reter:**

Os cenários a reter para a formulação estratégica são:

- “**Sol-Praia e Golfe**”; e
- “**Turismo e Lazer Diversificado**”.

Na Fase III, procederemos ao aprofundamento deste exercício prospectivo e à quantificação territorializada dos cenários.

**Questões-chave:**

- pode ocorrer um cenário de excesso de oferta de alojamento, associado a esmagamento de preços, a menos que ocorram crescimentos elevados nas quotas de mercado do Algarve, o que não deverá ter ocorrido no curto prazo;
- dificuldades na renovação do parque imobiliário de lazer podendo vir a gerar situações graves de degradação em muitas zonas;
- inovação e diversificação de produtos e de espaços turísticos:
  - Turismo urbano
  - Turismo cultural
  - Turismo sénior
  - Turismo activo e desportivo
  - Turismo de congressos
  - Turismo de eventos
  - Turismo de clima
  - Turismo de saúde e bem-estar e talassoterapia
  - Turismo rural
  - Turismo de natureza e ecoturismo
  - Campismo-caravanismo

Estimular a diversificação de produtos básicos e complementares e a abertura de novos espaços turísticos; desconcentrar a oferta e promover a coesão territorial; antecipar mudanças

- qualificação dos espaços e da oferta turística: actuar sobre os factores territoriais que constituem factores críticos de sucesso da competitividade turística; medidas de discriminação positiva para qualificação da estrutura da oferta turística.

**2.3. PROSPECTIVA A LONGO PRAZO (MAIS DE 25 ANOS)**

Têm que se equacionar os encaminhamentos alternativos sobre os nós de futuro identificados no horizonte de médio prazo.

**Tendências de enquadramento:**

Alterações climáticas  
Erosão costeira  
Redução dos areais  
Degradação do parque imobiliário

**Questões-chave:**

O Algarve tem que considerar seriamente a hipótese de não ter areais utilizáveis de Novembro a Março e a muito provável redução da capacidade de carga das praias no Verão, pelo que terá que oferecer actividades alternativas para o turismo de clima de Inverno e para o turismo de sol e praia de Verão.

O parque imobiliário de lazer construído até aos anos 80 estará degradado, o que coloca a prioridade de renovação do parque imobiliário e de requalificação do litoral.

### 3. ÂMBITOS DE PREOCUPAÇÃO E DE DECISÃO PARA A FASE III

#### Criação de uma visão mobilizadora para o turismo no Algarve a longo prazo

Transcreve-se aqui o essencial da estratégia enunciada pela actual Comissão Executiva da Região de Turismo do Algarve, dado que coloca as grandes opções de modelo turístico e constitui uma base muito válida para a criação da visão de futuro.

A estratégia assenta em quatro premissas fundamentais: Excelência, Diversidade, Competitividade e Sustentabilidade.

Coloca um grande objectivo de elevada melhoria do enquadramento da oferta e acentua a necessidade de melhorar a qualidade dos espaços e infra-estruturas turísticas, sublinhando as áreas envolventes dos empreendimentos turísticos, as infra-estruturas rodoviárias, o saneamento básico, a valorização das zonas urbanas e o embelezamento das praias.

“O Algarve tem de ser pensado turisticamente como um todo, de barlavento a sotavento e do litoral ao interior” – é um enunciado de coesão territorial e de “promoção da diversificação da oferta turística, valorizando as especificidades locais, num quadro de complementaridade e de genuinidade”.

Enuncia também a diversificação de produtos: “O sol e praia vai continuar a ser o produto mais importante do Algarve apesar de a região ter muito mais para oferecer com claras vantagens competitivas. O golfe, as marinas, os congressos e incentivos, os estágios desportivos, o turismo rural e ambiental, são áreas que têm um potencial de desenvolvimento significativo e podem atrair segmentos específicos do mercado externo.”

E refere a necessidade de diversificar mercados: “Em paralelo devemos também diversificar os mercados externos actualmente fortemente concentrados nos mercados britânico, alemão e holandês e muito dependentes de um número reduzido de operadores turísticos europeus.”

Salienta que “a competitividade ganha-se pela qualidade, pela notoriedade e pela diferenciação e não pela batalha do abaixamento de preços.”

Sublinha que “o sucesso de qualquer política de turismo passa necessariamente pela sua sustentabilidade”, que “o turismo assenta, em grande medida, nos recursos naturais e no património histórico e cultural” e que “a sobrevivência económica da actividade turística tem de ter presente, em cada momento, o equilíbrio entre desenvolvimento, investimento e respeito pela biodiversidade e conservação da natureza” e conclui que “a gestão do território e a sua salvaguarda não pode passar por actos exclusivamente proibicionistas, mas por um compromisso dinâmico entre aquilo que deve ser preservado e melhorado em zonas de intervenção e investimento espacialmente distribuídas”.

A RTA refere a imprescindibilidade de melhorar os instrumentos de ordenamento do território e de planeamento e a oportunidade do PROTAL para “se eliminarem bloqueios desnecessários e entraves artificiais e se garantir um desenvolvimento mais equilibrado do território, no respeito pela biodiversidade e conservação da natureza”, frisando que “é urgente a adopção de medidas que assegurem que os interesses do sector turístico sejam ponderados e tidos em consideração nos diversos planos e tomadas de decisão”.

Partindo deste enunciado de princípios estratégicos, há que encontrar plataformas operacionais de entendimento para serem definidos modelos turísticos sustentáveis a integrar no modelo territorial do PROTAL.

#### Identificação de um conjunto de medidas, acções e projectos com relevante expressão territorial que melhorem a imagem global do Algarve

O objectivo será combater a imagem de “caos urbanístico” que se criou sobre o Algarve, a requerer acções expressivas no sentido da requalificação e do reposicionamento da oferta.

#### Acessibilidades internas e rede urbana

Seguindo uma lógica de estruturação dos territórios turísticos, a rede de centros urbanos e os espaços de actividades desempenham funções de serviço que devem ter correspondência em acessibilidades com níveis de qualidade adequados à qualidade das experiências turísticas aos vários níveis.

#### Limitações ao crescimento

Opções sobre o crescimento global da oferta de alojamento e o seu ritmo desejável.

Capacidades de carga por áreas territoriais – que critérios e que definição territorial?

#### Pressões excessivas de construção residencial e muitas situações de falta de qualidade urbanística e arquitectónica

Modelos inadequados de expansão das áreas residenciais, tanto nas grandes concentrações, como nas edificações dispersas.

Medidas especiais para evitar a descaracterização das paisagens.

#### Estratégias territoriais do turismo e do ambiente

Formas de acertar as agendas do turismo e do ambiente, considerando que as possibilidades de desenvolvimento do turismo são indissociáveis da qualidade ambiental e que a perspectiva conservacionista que é paradigma do ambiente se revela muitas vezes obstáculo ao desenvolvimento e à criação de condições de fixação das populações.

Tratamento adequado a áreas com potencial de desenvolvimento turístico e em situação de grande atraso que estão actualmente submetidas a grandes restrições e bloqueios à implantação de empreendimentos turísticos.

## 4. CONTEÚDO DA ESTRATÉGIA TURÍSTICA TERRITORIAL

Tratando-se o PROTAL de um instrumento de desenvolvimento e de gestão territorial de carácter estratégico e saindo por isso da categoria dos “planos físicos”, é oportuno questionar “qual será o conteúdo da estratégia turística” neste contexto preciso.

### 4.1. CONTRIBUTO SECTORIAL DA SECRETARIA DE ESTADO DO TURISMO

A Secretaria de Estado do Turismo, em Julho de 2003, assumiu a posição de pretender contribuir para o PROTAL com a definição da estratégia turística para a região. Tal definição é muito importante, atendendo ao relevo do turismo na região enquanto actividade essencial e de inquestionável papel central em qualquer estratégia de desenvolvimento regional que venha a ser formulada.

Começamos então por questionar o que se pode esperar da articulação do PROTAL com um Plano Sectorial de Turismo ou outra forma que venha a assumir a integração ou articulação deste contributo sectorial no PROTAL.

Há opções estratégicas que são claramente de índole sectorial e têm implicações territoriais muito relevantes, designadamente:

Integração do turismo na Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável e articulação de políticas com o Ministério das Cidades Ordenamento do Território e Ambiente - definição estratégica para a qualificação dos espaços turísticos orientada para a excelência; clarificação do conceito de “Áreas de Protecção Turística” e sua compatibilização com os instrumentos de gestão do território; posições sobre os usos e as ocupações turísticas compatíveis com as Áreas Protegidas, sítios da Rede Natura e Reserva Ecológica Nacional na subordinação aos princípios do desenvolvimento sustentável.

Enquadramento da estratégia regional - perspectivas a longo prazo sobre as envolventes de oferta e procura no contexto mundial e principalmente europeu; estratégias de expansão do mercado interno e de penetração nos mercados de proximidade - domínios de enquadramento estratégico que têm a ver, por exemplo, com mercados e concorrência e que condicionam opções de crescimento, e.g. sol e praia, golfe, marinas, congressos, certos eventos de nível internacional.

Opções sobre estratégias de produtos e mercados, marcas e posicionamento, em articulação com a Região de Turismo e com a Associação de Turismo do Algarve.

Enquadramento legal dos empreendimentos turísticos - nova regulamentação a que o PROTAL deverá dar acolhimento, de acordo com as anunciadas novas tipologias turísticas.

Imobiliária turística de lazer e oferta não-classificada - orientações de enquadramento e opções de integração e qualificação turística.

Enquadramento fiscal e financeiro dos empreendimentos turísticos, incluindo sistemas de incentivos ao investimento.

Golfe – opções estratégicas, mercados e concorrência, política nacional de expansão do mercado interno e definição dos condicionantes de crescimento da oferta - o Algarve já é e poderá ser cada

vez mais um destino de excelência de golfe mas há que ter orientações e actuar estrategicamente sobre os mercados e a oferta.

Marinas e portos de recreio - segmento atractivo e no qual o Algarve possui vantagens competitivas a requerer enquadramento estratégico e programa de investimentos públicos e em parceria para valorização dos recursos costeiros.

Projectos estruturantes - clarificação do conceito de "Projecto Turístico Estratégico", preferencialmente com introdução de critérios qualificadores da oferta; definição de grandes projectos estruturantes.

Recursos humanos - diagnóstico de necessidades de recursos humanos para o turismo, ensino e formação profissional, integração de imigrantes; programa de investimentos em formações qualificadoras e dignificação das profissões do turismo - o Algarve já tem e terá no futuro problemas de quantidade e qualidade de recursos humanos para o turismo, o que tem que ser considerado nas opções sobre o crescimento desejável da oferta.

## 4.2. PERSPECTIVA DO PROTAL

A perspectiva do PROTAL é necessariamente interdisciplinar e marcadamente territorial.

O PROTAL não será um regulamento, nem um plano no sentido do "planeamento físico", será um documento essencialmente de orientação estratégica.

Consideram-se três aspectos fulcrais no PROTAL:

- o modelo territorial;
- as orientações para os PMOT's; e
- o programa de investimentos.

A estratégia turística visa criar um sistema de actividades de lazer-turismo, tão características e diferenciadas quanto possível, que se reforcem mutuamente e proporcionem condições de satisfação das experiências turísticas que decorrem nas diversas classes de espaços apropriados pelo lazer-turismo – os "territórios turísticos".

E não há uma única estratégia que se possa considerar perfeita para o conjunto do sistema turístico regional, haverá uma população de estratégias e uma especificidade por territórios diferenciados.

É preciso perspectivar subsistemas territoriais enquanto espaços de recursos, equipamentos e serviços, polarização/ relações funcionais (não são necessariamente espaços homogéneos) e para cada um:

- identificar recursos e potenciais de desenvolvimento turístico;
- identificar oportunidades;
- identificar mercados e compreender as suas preferências, necessidades, percepções e decisões de compra;
- compreender os seus concorrentes actuais e potenciais;

- determinar caminhos que lhes confirmem vantagens competitivas: apostando em negócios atractivos versus capacidades competitivas.

Haverá também que definir “DAE - Domínios Estratégicos de Actividades” (na linha do conceito empresarial de “Unidades Estratégicas de Negócios”), diferenciando:

- nível regional – sol e praia, turismo de clima, *resorts*, golfe, náutica de recreio, turismo de natureza, congressos, turismo sénior, centros de competências, parques temáticos;
- nível sub-regional – caça turística, *river-ways* do Guadiana e do Arade, albufeiras, “*resorts rurais*”, fileira equestre;
- nível local – centros históricos, centros de estágios desportivos.

E haverá que estabelecer opções sobre usos turísticos do solo:

- dentro de perímetros urbanos;
- fora dos perímetros urbanos;
- compatibilização de usos em áreas sensíveis – sítios da Rede Natura, Áreas Protegidas, Orla Costeira;
- usos compatíveis com os regimes da REN e da RAN (e aproveitar o PROTAL para compatibilizar regimes e critérios de uso dos solos, superando a actual situação de sobreposição de regimes em *layers* que se tornam pouco transparentes e mesmo conflituais entre si, afastando muitas intenções de investimento e, noutros casos, abrindo caminho à discricionariedade);
- qualificação interna dos espaços turísticos;
- enquadramento cénico dos espaços turísticos e espaços e canais de circulação;
- espaços de actividades e respectivas infra-estruturas e equipamento;
- empreendimentos de lazer-turismo – conceitos inovadores e adaptados às realidades regionais e locais – p.e. as figuras do Turismo em Espaço Rural não foram concebidas para esta região e podem encontra-se fórmulas inovadoras que estimulem novas ocupações em espaços emergentes; é preciso estimular o investimento em *resorts* e “*fórmulas club*”;
- rede urbana – rede de centros de apoio ao turismo;
- aeroportos;
- caminho de ferro;
- portos, marinas e portos de recreio;
- acessibilidades – rede de estradas turísticas, sistema de transportes públicos, ciclovias e vias pedonais;
- infra-estruturas de saneamento básico.

E importa tomar opções sobre “projectos estruturantes” que de forma alguma podem ser definidos apenas pelo critério do montante de investimento (não deixando este de ser importante). Um dado projecto pode ser estruturante na Costa Vicentina – por exemplo, infra-estruturas e equipamento de apoio à pesca desportiva ou a candidatura de Sagres a património mundial - e não o ser no Baixo Guadiana ou na Serra.

Terão que considerar princípios qualificadores e priorizar projectos segundo critérios a deduzir dos objectivos e das estratégias sectoriais e territoriais.

Pensar o turismo requer a consideração de diversas vertentes e não só a do interesse dos promotores de investimento: populações de acolhimento, turistas, promotores e empresários e administração pública.

Deve predominar o foco no cliente, integrando recursos, produtos e segmentos de mercado, evitando-se a orientação pela oferta que consiste em privilegiar o investimento e a valorização do capital gerando ofertas para as quais se vão depois encontrar as procuras.

O turismo não pode andar a reboque dos interesses fundiários e imobiliários, não porque estes sejam reprováveis mas sim por estrategicamente essa não é a abordagem certa e nem sempre o que é imediatamente lucrativo é estrategicamente o melhor.

O que não significa de forma alguma ignorar a necessidade de estimular investimentos e criar negócios mas, nas áreas de aptidão turística, o que é estruturante são empreendimentos turísticos, não a imobiliária residencial, se bem que esta não deva ser afastada, simplesmente não pode ser dominante, sob pena de a pretexto do turismo se criarem verdadeiros loteamentos for de perímetros urbanos – é preciso encontrar fórmulas equilibradas e qualificadoras, sendo certo que não se podem ignorar os imperativos de rentabilidade dos investimentos

Convém analisar que procuras de lazer-turismo se exercem sobre o território do Algarve e quais delas se encontram pouco satisfeitas no actual quadro de oferta:

- férias
- fins de semana e outras estadas de curta duração (*short-breaks*)
- vilegiatura (designadamente, residência temporária ou permanente de reformados)
- saúde e bem-estar
- desporto – prática em geral e estágios desportivos
- diversão e recreio em geral
- reuniões, conferências e congressos
- compras
- assistir a espectáculos e outros eventos
- visitar sítios e monumentos
- visitar espaços naturais
- jogo
- gastronomia

E há que abranger também as actividades de lazer e recreio dos residentes.

O Algarve não é um espaço de *touring*/turismo itinerante, é um espaço de *resort* e pode aproveitar a tendência mundial de “*resort rebirth*”.

É preciso sobretudo reflectir e agir de forma global e coordenada sobre o desenvolvimento turístico do território e criar “projectos territoriais” que possam mobilizar os diversos actores para um processo de mudança.

## 5. CADERNO DE ENCARGOS ESTRATÉGICO

Pretende-se apresentar um primeiro esboço de agenda estratégica para o turismo, ainda que contendo por enquanto muitas interrogações.

É um modelo possível para um exercício que não se pretende por agora completo, que se pretende lançar como modelo a explorar no sentido de obviar à mera enumeração de pontos fortes e fracos e oportunidades e ameaças.

Aliás, este exercício pode valer sobretudo pelas interrogações que coloque, no sentido de contribuir para a conversação estratégica que terá lugar nas fases seguintes.

### 5.1. PRESSUPOSTOS PARA INTERVENÇÃO

Trata-se de colocar questões sobre as motivações para intervir sobre o sistema turístico territorial, os domínios mais relevantes e o entendimento sobre o modelo de desenvolvimento turístico equilibrado.

Colocam-se quatro grandes questões para reflexão futura (Fase III):

Questão 1 - A situação actual do turismo na região não corresponde às expectativas em diversos domínios e na óptica de alguns actores?

Questão 2 - Visualizam-se oportunidades e acredita-se possuir recursos para colher mais benefícios dos negócios do lazer e do turismo?

Questão 3 – Temem-se ameaças e pretende-se desenvolver acções para as enfrentar?

Questão 4 - Trata-se de pretender o crescimento por si mesmo, ainda que seja mais do mesmo? O objectivo é atrair mais turistas? Até onde se pretende ir e à custa de quê? O que será um modelo de desenvolvimento turístico equilibrado?

### 5.2. PRINCÍPIOS, OBJECTIVOS E INTENÇÕES A RESPEITAR

- Desenvolvimento sustentável
- Promover a coesão territorial
- Valorizar o potencial endógeno
- Afirmar o Algarve como destino turístico diferenciado e de qualidade
- Qualificar os espaços de lazer e turismo
- Abranger as actividades de lazer da população residente e contribuir para uma melhoria notável da sua qualidade de vida
- Criar projectos territoriais mobilizadores dos diversos actores

### 5.3. OPORTUNIDADES MAIS RELEVANTES A APROVEITAR

- Diversificar oferta de lazer-turismo, aproveitando as novas procuras diversificadas - atrair novos segmentos de procura no quadro da estratégia de marketing e tratar sistematicamente cada segmento-alvo numa óptica integrada de destino, não somente quanto ao alojamento ou à animação
- Explorar as ligações virtuosas do turismo com: desporto, cultura, natureza, ambiente, ciência
- Articular políticas com o Ministério da Cultura para melhor aproveitamento turístico do património histórico-cultural e para valorizar e diferenciar a oferta cultural
- Aproveitar a tendência internacional do “*resort rebirth*”
- Construir oferta qualificada para o turismo e vilegiatura sénior do centro e norte da Europa

### 5.4. PONTOS PRINCIPAIS EM QUE SE DEVE APOIAR

- valorizar os recursos naturais, clima e paisagem;
- inovar, podendo ser fontes de inovação a explorar:
  - aumentar a cadeia de valor de produtos existentes;
  - explorar novos segmentos;
  - procuras por satisfazer constituem oportunidades de mercado: *motor-homes* requerem áreas de serviço e estacionamento, não parques de campismo convencionais (e repressão ao estacionamento anárquico);
  - diversões e parques temáticos, não só *water-slides*;
  - novos temas, como o ecoturismo e o *fitness*;
  - ligações com outros sistemas: cultura, desporto, natureza;
  - áreas territoriais/novos espaços de lazer-turismo/novos pólos de actividades no meio rural: se o enquadramento do TER não se adapta ao Algarve, criam-se novas figuras do tipo “*resort rural*”.
- consolidar um *cluster* regional de lazer-turismo - focar competências no cluster - criar “Centros de Competências” – reunir competências e organizá-las com foco no lazer-turismo – hotelaria, golfe, desportos náuticos, estágios desportivos, desenvolvimento local, património e cultura
- a palavra-chave para o sucesso será sempre “qualidade” – importa criar um sistema integrado de gestão da qualidade turística (alojamento, restauração, formação profissional e qualidade dos espaços turísticos na perspectiva da qualidade das experiências turísticas); e criar também uma “cultura de qualidade” no turismo (nos empresários, na administração pública, nos técnicos, na população e nos turistas);

## **5.5. AMEAÇAS MAIS SIGNIFICATIVAS A EVITAR**

As ameaças mais significativas que devem ser evitadas são as seguintes:

- prolongamento da massificação da oferta turística
- não ter oferta competitiva por diferenciação com os destinos de férias em grande crescimento
- ter que competir por preço com o Sul de Espanha e outros destinos da Bacia do Mediterrâneo

## **5.6. PROBLEMAS A RESOLVER**

Os principais problemas cuja estratégia regional deverá procurar resolver são:

- Excessiva dominância do produto sol e praia (passar da *commodity* ao *added value*)
- Sazonalidade do negócio turístico
- Esgotamento do ciclo de vida do produto-destino
- Limitações quantitativas e qualitativas de recursos humanos
- Sistema de informação e Conta Satélite do Turismo