



12/10/2011

Press Release



O TURISMO NO CENTRO DA «ECONOMIA DA EXPERIÊNCIA»

O novo paradigma do “Turismo de Experiências” acabou por representar o foco transversal das comunicações e debate dos diversos painéis do seminário “Inovar em Turismo pelo Conhecimento e Criatividade”, realizado em Faro, no passado dia 7 de Outubro, numa organização da CCDR Algarve, Enterprise Europe Network e Comissão Europeia. O evento, presenciado por 225 participantes, fez parte da Campanha Europeia de sensibilização para a Inovação de Serviços e da Semana Europeia das PME 2011.

A “experiência” diferencia-se do “serviço” por representar a mais valia desejada pelo consumidor, incorporando emoção, tornando memorável o próprio acto de consumo e diferenciando o produto/marca face à concorrência.

De acordo com o Dr. Reinhard Büscher, Chefe da Unidade “Apoio à Inovação Industrial” da Comissão Europeia, é essencial que os gestores dos destinos

compreendam a dinâmica da “economia da experiência”, nomeadamente os sub-clusters ligados à actividade turística e do lazer. É preciso encontrar estratégias e respostas adequadas, quer para sectores maduros e de maior dimensão, tipo alojamento e restauração, como para sectores emergentes e com grande margem de progressão, como os museus, os parques temáticos e as artes.

Na sessão de abertura, a Dr^a Cecília Meireles, Secretária de Estado do Turismo, já se tinha referido ao “novo turista” como um “turista de experiências”, mais exigente, que procura maior diferenciação e qualidade dos serviços, numa correspondência elevada às suas expectativas. Referindo-se ao recente “Estudo de Satisfação de Turistas 2011”, a responsável governamental também salientou o crescente protagonismo do “e-traveller”, dado que se concluiu ser o “on-line” (internet, redes sociais, etc) o principal canal impulsionador dos turistas estrangeiros para escolherem férias em Portugal.

Outro dos oradores, Allan Mayo, coordenador do Painel de Peritos Europeus sobre Inovação de Serviços, também destacou a prevalência do cliente e da sua experiência, citando o recentemente falecido Steve Jobs, líder da Apple: “You’ve got to start with the customer experience and work back to the technology – not the other way around”.

Na mesma linha, a Dr^a Rita Alves Machado, directora de marketing do Grupo Tivoli Hotels, apresentou o premiado projecto “Experience More”, cujos objectivos passam por “entender as necessidades e motivações do cliente”, “diferenciar o produto/serviço” e “ir para além do hotel: viver o destino e proporcionar uma experiência única e memorável – uma Tivoli Experience”.

Os dois workshops do período da tarde também acabaram por reflectir este assunto. Na sessão sobre “Tecnologias e Turismo”, o Dr. Miguel Payeras, director do cluster Balears.t, assegurou que, embora o mundo digital tenha introduzido profundas mudanças no processo de decisão e escolha de um destino, não deverá ser utilizado sem valorizar a “emoção da experiência”, isto é, as tecnologias que adoptamos

devem intensificar o relacionamento emocional com os nossos consumidores/turistas.

Por outro lado, o Dr. Carlos Martins, presidente da Agência das Indústrias Criativas, referiu-se à construção do ambiente criativo e à valorização do património cultural nas cidades e regiões, com o marketing territorial associado, como elementos-chave para a diferenciação da oferta turística nos destinos. Segundo este especialista, o Algarve carece de falta de densidade para a criação de ambientes propícios à criatividade, pelo que deve apoiar-se nas comunidades de estrangeiros residentes com ligação ao mundo artístico.

Numa segunda linha temática presente no seminário encontramos a questão da geração e partilha de conhecimentos e a gestão da inovação turística em ambientes colaborativos, nomeadamente com uma abrangência regional. O Dr. Büscher salientou, no seu discurso, que devem ser as regiões e os seus agentes económicos a procurar a organização e o sistema adequados, nomeadamente em termos de inovação, para a sua competitividade e prosperidade, e não esperar pela actuação da Comissão Europeia ou dos Governos Centrais.

A implementação do Ecosistema de Inovação para o Turismo das Ilhas Baleares foi considerado pelo Prof. Mateo Amengual, da CIDTUR, como uma solução óbvia para resolver um processo de transição de um destino turístico com pouca diferenciação de produto e pouco conhecimento sobre os seus clientes, para uma região que pretenda introduzir valor diferenciador à experiência turística (na origem e no destino), de forma sustentável.

Em relação às propostas portuguesas apresentadas neste âmbito, tinham em comum o facto de se encontrarem em fase de concepção ou arranque. É o caso da Agenda Nacional de I&D em Turismo, um projecto âncora do pólo Turismo 2015, explicado pelo Dr. Luís Costa. O Turismo de Portugal espera desenvolver uma rede de relacionamento entre o Sistema Científico Nacional e o Turismo, com a

dinamização e financiamento de projectos de I&D nas seguintes áreas prioritárias: TIC, Construção Sustentável e Gestão Ambiental.

Ao nível do Algarve e face à constatação da ausência de uma política e sistema regional de inovação, em particular no sector do turismo, o Prof. Adão Flores apresentou um novo projecto da Universidade do Algarve, co-financiado pela Comissão Europeia, destinado a implementar uma rede de conhecimento para o turismo sustentável. Esta rede será consubstanciada numa plataforma de cooperação entre agentes económicos e num processo de “desenvolvimento-teste-colocação no mercado” de produtos/serviços e boas práticas. Por seu lado, o Dr. Nuno Aires, do Turismo do Algarve, defendeu a evolução do portal VisitAlgarve para um modelo de e-business, ou seja, uma plataforma regional de vendas que forneça valor aos clientes/turistas, permita um encaixe de receitas e crie maior sustentabilidade do destino.

O seminário foi encerrado pelo Prof. Daniel Bessa, director-geral da COTEC Portugal – associação empresarial para a inovação. O retomar da ideia de “choque de gestão” nas empresas nacionais foi ilustrativo de uma abordagem mais abrangente do conceito de inovação, que deverá ir além da tecnologia e da investigação e desenvolvimento, principalmente em sectores de serviços. Viria depois defender um Algarve altamente especializado na actividade turística, sem a deriva de diversificação sectorial, tomando como exemplo o caso da Madeira.

Contactos:

Paulo Bota

Enterprise Europe Network-CCDR Algarve

Tel: 289 895 270 ou Email: eenetwork@ccdr-alg.pt

Neither the European Commission nor any person acting on behalf of the European Commission is responsible for the use which might be made of the information contained herein. The views in this publication are those of the author and do not necessarily reflect the policies of the European Commission.

