











# A necessidade de uma plataforma regional de produtos turísticos



# Algarve - oferta

	 Sol e Mar	 Touring	 City Breaks	 Turismo de Negócios	 Turismo de Natureza	 Golfe	 T. Náutico (Inc. Cruzeiros)	 Resorts Int./ T. Residencial	 Saúde e Bem-estar	 Gastron. e Vinhos
Algarve	●			●		●	●	●	●	
Lisboa	●	● (Cross Selling)	●	●	●	●	● (Cruzeiros)		●	●
Madeira	● (Porto Santo)	●		●	●	●	● (Cruzeiros)	● (Porto Santo)	●	
Porte e Norte		●	● (Porto)	● (Porto)	●				●	●
Centro		●			●	● (Oeste)		● (Oeste)	●	●
Açores		●			●	●	●		●	
Alentejo	● (Litoral Alentejano)	●				● (Litoral Alentejano)	● (Litoral Alentejano)	●	● (Litoral Alentejano)	●

- 1º nível
- 2º nível
- 3º nível
- 4º nível

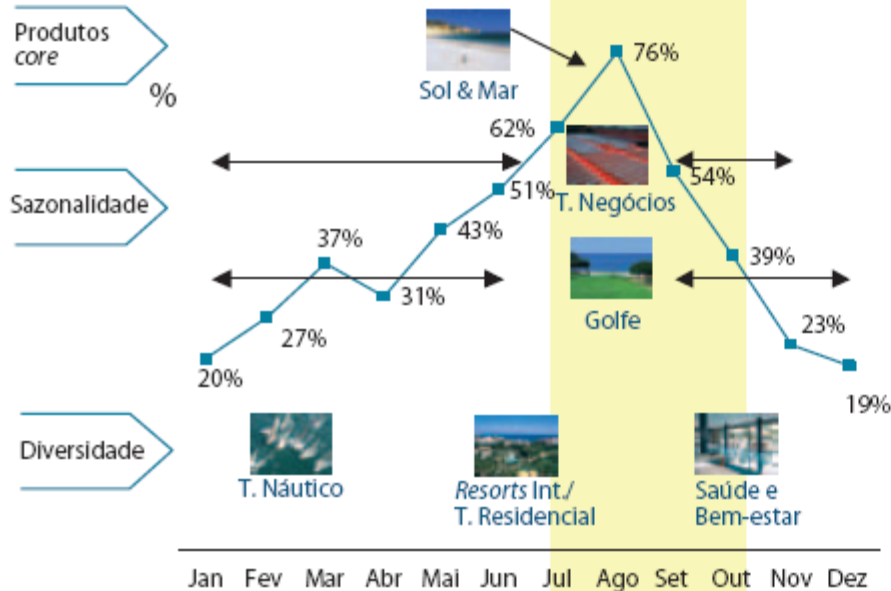


1) Importância relativa superior dos Cruzeiros



# Algarve - procura

> Sazonalidade da procura  
(Dormidas por cama instalada; %; 2005)



> Requalificação com crescimento e valor (aumento de receitas por cliente)

- Sol e Mar multi-segmentado e estação alargada
- Reduzir a sazonalidade potenciando o Golfe e o T. Negócios

> Desenvolver zonas *image builders* para o Sol e Mar

- Aumentar diversidade, desenvolvendo outros produtos
- Potenciar *Resorts Integrados* com oferta hoteleira de referência internacional

# Turismo do Algarve

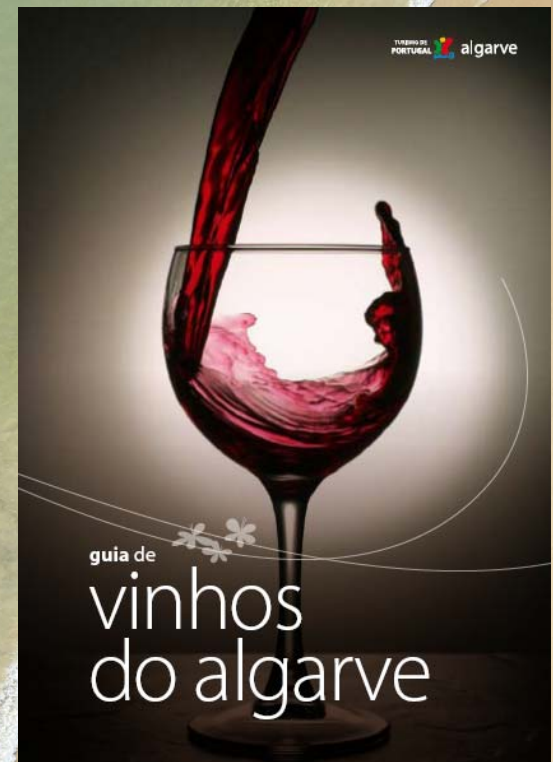
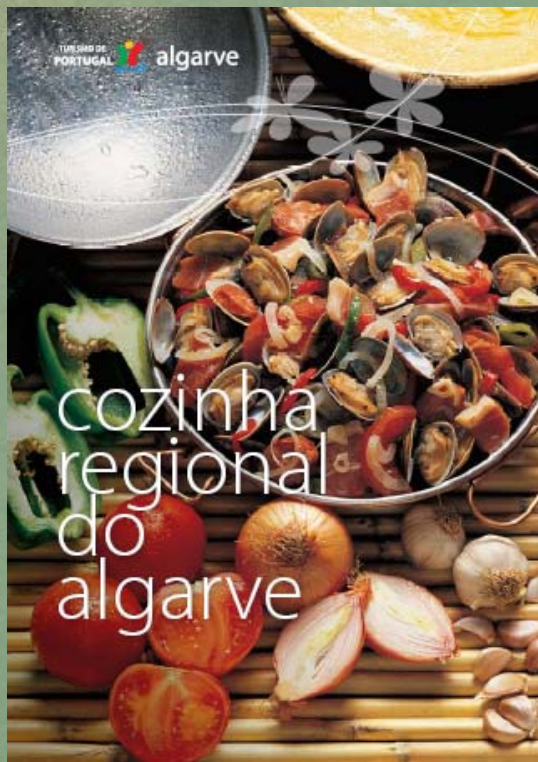
A Entidade Regional de Turismo do Algarve (ou Turismo do Algarve) é uma pessoa colectiva de direito público com base territorial correspondente à área dos 16 municípios do Algarve, dotada de autonomia administrativa e financeira e património próprio

## Missão

Valorização turística do Algarve, através da qualificação do território, da promoção e da dinamização do destino, em cooperação com os sectores público e privado, para benefício da economia e da qualidade de vida da região e do país

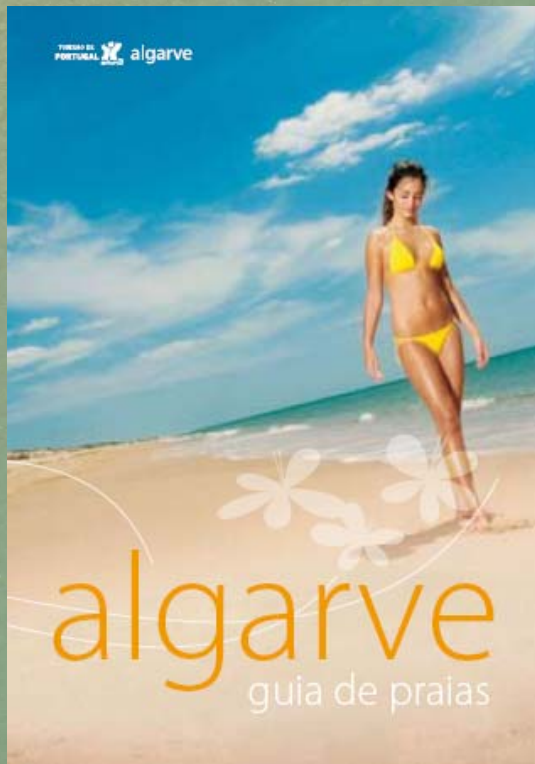


# Material Promocional - produtos





# Material Promocional - produtos



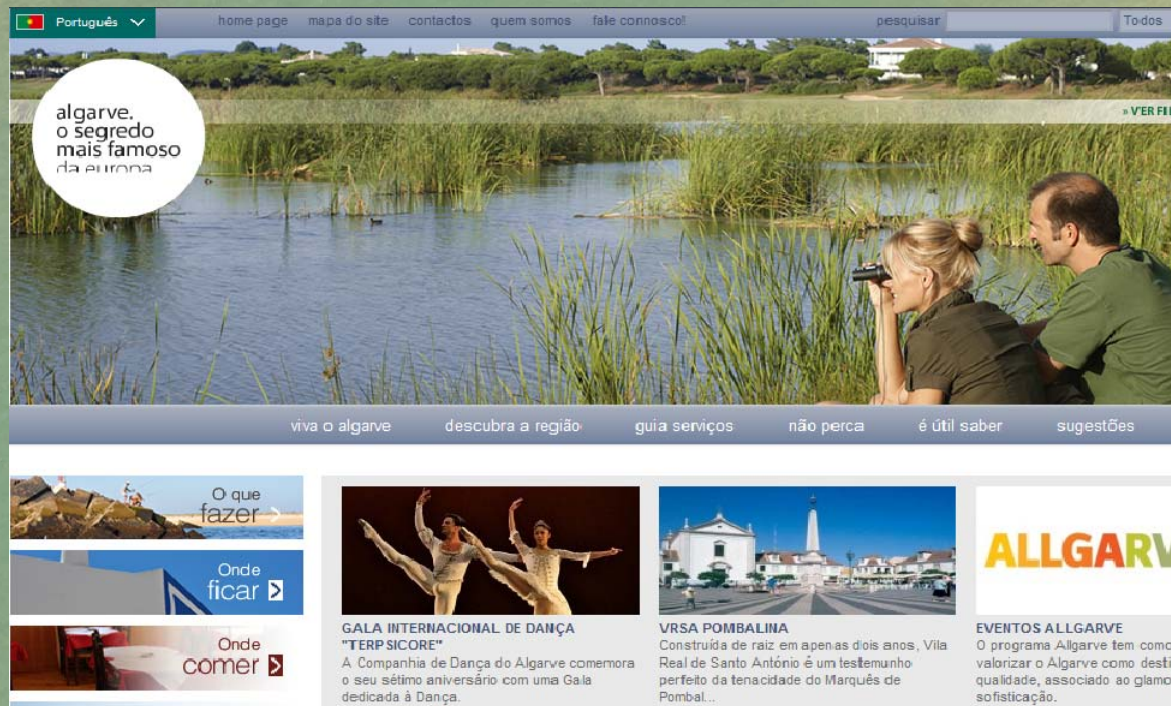


# Material Promocional - território



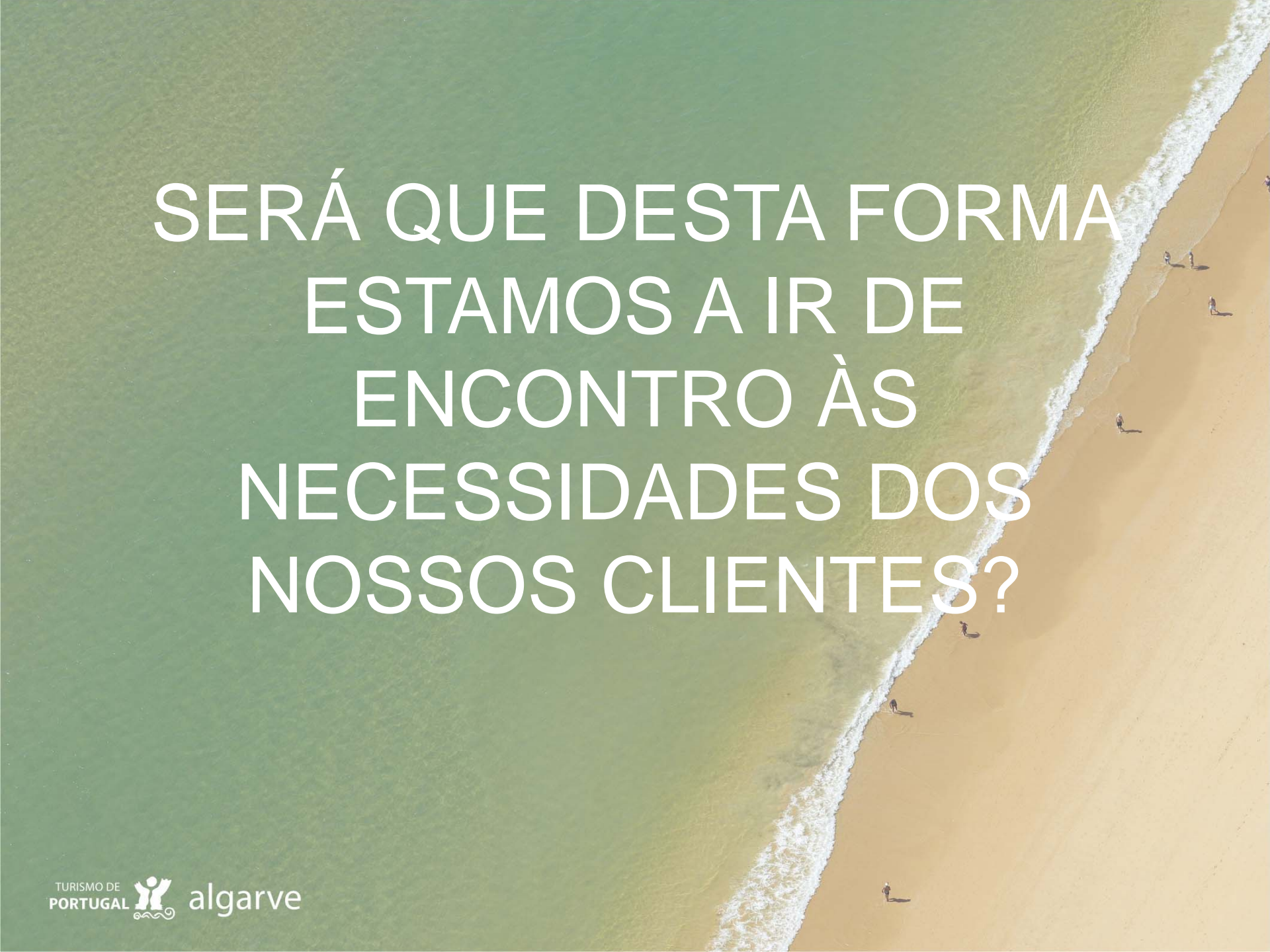


# www.visitalgarve.pt



- Informação promocional
- Informação motivacional
- Bases de dados de recursos turístico





SERÁ QUE DESTA FORMA  
ESTAMOS A IR DE  
ENCONTRO ÀS  
NECESSIDADES DOS  
NOSSOS CLIENTES?

- Os sites parecem ganhar uma importância crescente na promoção do destino, não significando com isso que devam ser uma mera transposição do material impresso:
  - Não devem ser uma brochura online
  - Podem e devem ser perspectivados tendo em linha de conta os elementos distintivos da região, bem como as necessidades e estratégias dos diversos actores



# Impacto das novas tecnologias no sector

- Oportunidade de expansão de termos:
  - Geográficos
  - Marketing
  - Operacional
- Reformulação da cadeia de valor do sector
- Passagem de um modelo de negócio não gerador de receita/meramente informativo para um modelo e-business

# Modelo *e-business*

Permite a expressão da lógica de negócio do destino através do uso eficiente do seu conhecimento e da sua *network* (através de plataformas IT), fornecendo valor aos clientes e possibilitando o encaixe de receitas



# Em conclusão



=  
**MAIOR  
SUSTENTABILIDADE DO  
DESTINO**

An aerial photograph of a beach. The water is a vibrant green, transitioning to a lighter yellow-green near the shore where white waves are breaking. The sand is a warm, golden-brown color. Several small figures of people are visible on the beach and in the shallow water. The word "OBRIGADO" is centered in the upper half of the image in a large, white, sans-serif font.

# OBRIGADO