



OBSERVATÓRIO do TURISMO
dos Açores



fundo de maneio



Proposta de plano para tornar
os Açores num
Destino Turístico Inteligente
– Diagnóstico –

smartdest

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE



Este estudo foi desenvolvido dentro do Projeto “Evaluación e proposta de estratégia y desarrollo de herramientas para la conversión de las islas del espacio de colaboración como Destinos Turísticos Inteligentes - SmartDest” (MAC/1.1b/133), aprovado na primeira convocatória do Programa de Cooperação INTERREG V-A Espanha-Portugal MAC (Açores, Madeira e Canárias) 2014-2020, financiado em 85% pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional FEDER, e cujo objetivo é a avaliação e proposta de uma estratégia e desenvolvimento de ferramentas para a conversão das ilhas do espaço do colaboração (Açores, Madeira, Canárias e Cabo Verde) como Destino Turístico Inteligente.



Proposta de plano para tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente - Diagnóstico

Desenvolvimento



OBSERVATÓRIO do TURISMO
dos Açores

Observatório do Turismo dos Açores
Avenida Infante D. Henrique, n.º 71
Solmar Avenida Center – Esc. 101
9504-529 Ponta Delgada
Telefone/Fax: (+351) 296 287 237

www.otacores.com

geral@otacores.com



fundo de maneio

Fundo de Maneio
Consultoria, Recursos Humanos e Investimentos, Lda.
Rua Bento José Morais, 23, 1.º NE
9500-772 Ponta Delgada
Telefone/Fax: (+351) 296 654 047

www.fundodemaneyio.com

fm@fundodemaneyio.com

Propriedade



Fundo Regional para a Ciência e Tecnologia
Rua do Mercado, n.º 21
9500-326 Ponta Delgada
Telefone: (+351) 292 202 400
Fax: (+351) 296 288 686
<http://frct.azores.gov.pt/>
frct@azores.gov.pt

Ponta Delgada, julho de 2018

Índice

1. INTRODUÇÃO	5
2. DESTINOS TURÍSTICOS INTELIGENTES	9
2.1. DEFINIÇÃO DE SMART DESTINATION	10
2.2. EIXOS DE DESENVOLVIMENTO	11
2.3. DIFERENÇA FACE A <i>SMART CITY</i>	20
2.4. <i>SMART TOURIST</i> – A VANGUARDA DO TURISMO	22
2.5. TRANSITAR PARA SMART DESTINATION	24
3. ANÁLISE DAS MELHORES PRÁTICAS	27
3.1. PROGRAMAS, MEDIDAS E AÇÕES	28
3.2. CASOS DE SUCESSO	34
4. ANÁLISE DA SITUAÇÃO ATUAL	43
4.1. TURISMO NOS AÇORES	44
4.1.1. CARACTERIZAÇÃO INSTITUCIONAL	44
4.1.2. RECURSOS TURÍSTICOS	48
4.1.3. EVOLUÇÃO DO TURISMO NOS AÇORES	53
4.1.4. PERFIL DO TURISTA QUE VISITA OS AÇORES	68
4.1.5. PROMOÇÃO DO DESTINO AÇORES	71
4.2. TECNOLOGIA E INOVAÇÃO	76
4.3. A SUSTENTABILIDADE E A ACESSIBILIDADE	81
4.4. CAPACIDADE DOS AÇORES PARA SE TRANSFORMAR EM DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE	89
4.5. DIAGNÓSTICO ORGANIZACIONAL	114
4.6. ANÁLISE E DIAGNÓSTICO DA SITUAÇÃO	117
4.6.1. ÁREAS ANALISADAS	117
4.6.2. DOCUMENTAÇÃO ANALISADA	120
4.6.3. INTERLOCUTORES E ENTREVISTAS	123
4.6.4. AUTODIAGNÓSTICO	129
4.6.5. ANÁLISE SWOT	151
4.6.6. ANÁLISE CRÍTICA	154
5. CONSIDERAÇÕES FINAIS	159
6. REFERÊNCIAS	163
7. ANEXOS	169





1

● Introdução

O projeto **SmartDest** visa fomentar a cooperação inter-regional para o crescimento inteligente das regiões do Espaço MAC, no âmbito do eixo 1 – potenciar a investigação, o desenvolvimento tecnológico e a inovação. O projeto segue as diretrizes das políticas europeias, no âmbito da estratégia de especialização inteligente (RIS3), apresentando a inovação como estratégia prioritária para os territórios, centrada no desenvolvimento económico especializado e na identificação dos pontos fortes de cada região.

O **SmartDest** pretende fomentar vínculos e sinergias entre as empresas e os centros de investigação para melhorar a inteligência do espaço de colaboração com a implantação de soluções TIC, impulsionando iniciativas empresariais orientadas ao desenvolvimento de soluções tecnológicas aplicadas para a transformação das ilhas em Destinos Turísticos Inteligentes.

A componente científica do **SmartDest** é suportada pela equipa de especialistas das regiões envolvidas (Açores, Madeira, Canárias e Cabo Verde). No caso dos Açores, o Fundo Regional para a Ciência e Tecnologia (FRCT) é o parceiro beneficiário, responsável pela implementação do projeto no arquipélago. **A missão do FRCT é promover a I&D+I no Sistema Científico e Tecnológico dos Açores (SCTA).**

Neste sentido, o **FRCT**, no âmbito das suas competências, **tem como papel fomentar a cooperação público-privada e a criação de sinergias que auxilie a consolidação do ecossistema de inovação, onde as empresas tenham a oportunidade de se tornarem mais tecnológicas e competitivas no mercado global.**

O turismo é um dos setores económicos com maior vitalidade e prosperidade no contexto internacional. Neste sentido, os destinos turísticos têm-se encarado perante a necessidade de aumentar a qualidade da oferta de produtos e serviços, de forma a concederem uma



experiência de elevado valor acrescentado e, conseqüentemente, ombrearem com destinos muito competitivos. Adicionalmente, as novas tendências tecnológicas, os novos comportamentos dos turistas digitais e a preocupação com a sustentabilidade dos territórios são variáveis cada vez mais importantes nos modelos de desenvolvimento dos destinos turísticos.

É nesta envolvente que o conceito de Destino Turístico Inteligente (DTI) surge, com uma visão ambiciosa de transformar os destinos turísticos em espaços inovadores, tecnológicos, acessíveis e, simultaneamente, sustentáveis, capazes de proporcionar experiências de elevado valor e uma melhor qualidade de vida aos seus habitantes. Trata-se, por isso, de dotar políticas, equipamentos e infraestruturas que permitem a recolha e análise de dados em tempo real, essencial para as tomadas de decisões racionais que melhorem integralmente a governação do destino turístico e a competitividade da indústria turística, e qualifique o território, as atividades e os recursos turísticos para valorizar as experiências turísticas tendo em conta as novas tendências de comportamento dos turistas, fomentando a satisfação e a propensão para a repetição.

Espanha é pioneira na adoção e no desenvolvimento deste conceito, que inclui um sistema de normalização e certificação para destinos turísticos inteligentes. Recorde-se que este país é um dos mais desenvolvidos e

competitivos destinos turísticos internacionais. De acordo com os dados da UNWTO, em 2016, figura em terceiro lugar no *ranking* de chegadas internacionais, com 75,6 milhões de turistas, e em segundo lugar na geração de receitas turísticas internacionais, com 60,3 mil milhões de dólares; posicionando-se, igualmente, como o destino turístico mais competitivo do mundo em 2017 no ranking do Fórum Económico Mundial. Assim, em Espanha é de elevada pertinência as definições e práticas adotadas relativamente ao conceito de *Smart Destination* e a necessidade de acompanhamento da sua evolução.

No âmbito do projeto **SmartDest**, cujo objetivo é a avaliação e proposta de uma estratégia e desenvolvimento de ferramentas para a conversão das ilhas do espaço colaboração (Açores, Madeira, Canárias e Cabo Verde) em Destinos Turísticos Inteligentes, emerge a **Proposta de Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente**.

Os Açores são cada vez mais um destino atrativo a nível internacional, com crescimentos acentuados nos fluxos turísticos de ano para ano desde a liberalização parcial do espaço aéreo regional (que ocorreu em 2015). A excelência dos recursos endógenos, principalmente os naturais, tem permitido consolidar o seu posicionamento como um destino de natureza e de aventura, de acordo com a estratégia definida para o setor. Ao mesmo tempo, procura sustentar o crescimento da atividade turística e



das restantes atividades económicas nos princípios do desenvolvimento sustentável, sendo o único destino do mundo galardoado por duas vezes com o prémio platina da QualityCoast. Está em curso o processo de certificação dos Açores em Destino Sustentável de acordo com os critérios do Global Sustainable Tourism Council, situação que se poderá configurar como inédita ao nível dos destinos arquipelágicos.

As oportunidades concedidas pelas novas tecnologias, em consonância com o atual paradigma da sociedade da informação e do conhecimento e da era digital e tecnológica, conjugam-se numa oportunidade de excelência para converter os Açores num Destino Turístico Inteligente, mas que apresenta um conjunto de desafios que exigirão uma forte colaboração público-privado e esforço financeiro para que o processo de conversão ocorra com sucesso.

A elaboração de um plano para a conversão permitirá orientar a atuação dos órgãos gestores do destino e dos restantes *stakeholders*. A conversão para um destino turístico inteligente não se inicia do zero, devendo ser aproveitados ou adaptados as boas práticas que já estão em vigor na região. Adicionalmente, será necessário articular um conjunto de estratégias governamentais, dada a interligação do conceito de Destino Turístico Inteligente com várias áreas da governação, como os transportes, a energia, o turismo, a cultura, as acessibilidades, a inovação, entre outros.

O presente documento tem como finalidade apresentar o diagnóstico dos Açores. Pretende-se apurar o grau de maturidade da *inteligência* dos Açores e identificar as áreas que, segundo um modelo proposto para o desenvolvimento do conceito de *Smart Destination*, apresentam maiores necessidades de intervenção para a fase de implementação.

Em termos metodológicos, recorreu-se a um conjunto de técnicas adequadas para um processo de diagnóstico, que incluiu a identificação exaustiva de boas práticas já implementadas, um autodiagnóstico de acordo com a metodologia do Instituto Valenciano de Tecnologias Turísticas (Invat.tur), a recolha de informações junto de interlocutores públicos e privados e a elaboração de uma Análise SWOT, culminando com uma análise crítica tendo em conta toda a informação produzida e analisada.

Procedeu-se a uma extensa recolha e consulta bibliográfica de diversas fontes, procurando uma perceção pormenorizada de todas as temáticas envolvidas, nomeadamente ao nível dos fatores críticos num processo de conversão e as necessidades de intervenção tendo em conta a realidade atual dos Açores enquanto destino turístico e comunidade.

O documento encontra-se estruturado da seguinte forma: o Capítulo 2 irá clarificar o conceito de Destino Turístico Inteligente, os principais eixos de desenvolvimento, as diferenças face ao conceito de Cidade Inteligente, o novo paradigma do comportamento dos turistas do século XXI e os principais *drivers* de transformação de um destino turístico em Destino Turístico Inteligente; no Capítulo 3 será apresentado uma análise às lições retiradas de outros programas aplicados a nível internacional e de aplicação de tecnologias na melhoria da governação dos destinos turísticos, assim como uma apresentação das melhores práticas nacionais e internacionais; no Capítulo 4 analisar-se-á a situação atual dos Açores enquanto destino turístico, o grau de desenvolvimento dos eixos fundamentais que estruturam um Destino Turístico Inteligente e o diagnóstico aos Açores como Destino Turístico Inteligente. Por fim, são apresentadas as Considerações Finais.





2 ● Destinos Turísticos Inteligentes

O conceito de *Smart Destination* – destino turístico inteligente – vem ganhando uma importância crítica no seio do planeamento de destinos turísticos com o intuito de fomentar maior competitividade e eficiência no setor. Deriva do conceito de *Smart City*, mas apresenta algumas diferenças relevantes, tanto por uma maior abrangência territorial, como por uma maior especificidade de atuação. Torna-se, por isso, fundamental perceber o conceito na sua plenitude, pois a adequada perceção da complexidade inerente permitirá uma análise mais sóbria e estruturada ao processo de transição dos Açores para esta nova realidade.

2.1. Definição de Smart Destination

O turismo tem-se afirmado com um dos setores mais dinâmicos e competitivos do mundo. Os dados da UNWTO (2017) são demonstradores dessa pujança, revelando que o turismo já tem um peso superior a 10% no PIB mundial. Mais do que isso, a grande capacidade de criação e de multiplicação de valor têm induzido um crescente desenvolvimento do setor, que acentua o processo de globalização, bem como uma cada vez maior integração do mercado internacional. Novos desafios e oportunidades têm emergido, com particular incidência em alterações nos perfis e nos hábitos de consumo dos turistas, em necessidades de consolidação de práticas sustentáveis e em processos de adoção, cada vez mais rápidos, de novas tecnologias nos mais diversos ambientes e processos de consumo.

Neste desafiante paradigma, o conceito de *Smart Destination* surge como uma nova forma de encarar o desenvolvimento turístico, favorecendo a harmonia entre a sustentabilidade, a acessibilidade, o conhecimento, a inovação e a tecnologia, na procura de maior competitividade, através dos atuais e de novos recursos; de aumento da eficiência dos processos de produção e comercialização; e de implementação de práticas de

preservação ambiental e utilização consolidada de energias renováveis (Muñoz e Sánchez, 2013). Uma das mais completas e disseminadas definições de *Smart Destination* é a da AENOR – Asociación Española de Normalización y Certificación, dada a importância que teve no desenvolvimento do *Plan Nacional e Integral de Turismo* de Espanha, aprovado em 2012:

Destino turístico inteligente: um espaço turístico inovador, acessível a todos, consolidado sobre uma infraestrutura tecnológica de vanguarda que garante o desenvolvimento sustentável do território, facilita a interação e a integração do visitante com o ambiente circundante, e aumenta a qualidade da sua experiência no destino e a qualidade de vida dos residentes.

Esta definição evidencia, claramente, a importância estrutural da tecnologia para o conceito de *Smart Destination*. Efetivamente, as evoluções tecnológicas e a adoção recorrente de processos inovadores produziram alterações significativas no comportamento dos turistas, não só durante a sua viagem, mas também antes e depois de estarem no destino. Hoje, os viajantes estão cada vez mais bem informados, permanentemente conectados e interagem com múltiplos canais em simultâneo. O advento da Web 2.0, a afirmação do *mobile*, a proliferação do *social media* e a implementação de sistemas funcionais de *Internet of Things* são mecanismos que contribuirão para esta nova realidade e que estão a induzir novos modelos de negócio, novas formas de planeamento turístico, mudanças mais rápidas nos processos de desenvolvimento e, por conseguinte, maior competitividade em todo o mercado turístico, ao nível da estruturação de produtos, da promoção e comercialização, da gestão dos destinos e do aumento da qualidade das experiências para cada visitante. O sistema tecnológico é, por isso, um fator basilar no desenvolvimento dos destinos turísticos inteligentes.

Considerando este contexto, é relevante recordar que o turismo é um dos setores onde a adoção de tecnologia tem sido mais rápida e mais profunda, causando alterações estruturais no seu funcionamento e provocando mutações no próprio constructo da inerente cadeia de valor. Os modelos de negócio de *e-commerce* estão amplamente disseminados em todo o setor, sobretudo, nos elos fundamentais da cadeia de valor principal, nomeadamente alojamento, companhias aéreas e agências de viagem. Esta predisposição para a inovação reflete-se em mudanças paradigmáticas na relação entre a oferta e a procura e na apresentação de novas formas de consumo dos produtos turísticos.

Neste sentido, o estímulo à produção e à aplicação de conhecimento e ao empreendedorismo são características intrínsecas dos *Smart Destinations*. Procura-se, assim, maior capacidade de recolha, análise e interpretação de fluxos de dados cada vez maiores e com menor período de atualização, de modo a conhecer o turista de forma mais detalhada e a implementar procedimentos de adaptação mais rápidos às suas necessidades e desejos. Incentiva-se a criação de soluções que facilitem, sobretudo, a interpretação da envolvente que o rodeia e dos elementos que a compõem, de modo a consolidar o processo de decisão e a melhorar a qualidade global da experiência. O destino turístico inteligente visa, pois, um trabalho de diferenciação de cada local, mas também a capacidade de diversificação da experiência, baseado em processos de personalização, acessibilidade, imersividade e flexibilidade.

Este é um processo transversal que, através da incorporação de tecnologia e de inovação no planeamento, na gestão e na promoção de destinos turísticos e das suas empresas, procura contribuir para o autodomínio do turismo, para a mitigação da sazonalidade, para uma gestão mais eficiente e sustentável e para uma maior competitividade e

rendibilidade do setor. É por este motivo que os destinos turísticos inteligentes têm que mobilizar as ferramentas necessárias para a recolha ordenada, geração e exploração da informação (inteligência), de modo a poderem analisar acontecimentos em tempo real e a compreenderem, no imediato, a evolução da relação entre oferta e procura. Tudo isto é direcionado para satisfazer os objetivos de facilitar a interação do turista com a envolvente, agilizar a tomada de decisão de gestores de destinos e incorporar a informação na cadeia de valor das empresas, produzindo efeitos positivos na competitividade dos destinos.

Os princípios subjacentes aos destinos turísticos inteligentes são, por isso, fundados em compromissos com as questões ambientais, culturais e socioeconómicas. Têm o foco de aumentar a rendibilidade das empresas e contribuir para a melhoria global do destino, para a sustentabilidade económica e para a competitividade internacional. Procuram colocar a inovação, a tecnologia e a sustentabilidade ao serviço do visitante, visando o incremento da qualidade das experiências turísticas.

2.2. Eixos de desenvolvimento

Com o turista no centro da estruturação deste novo paradigma de desenvolvimento turístico, a definição de *Smart Destination* revela, de forma muito explícita, quatro eixos basilares de desenvolvimento. A inovação, a tecnologia, a acessibilidade e a sustentabilidade são os quatro fatores sobre os quais se constroem os destinos turísticos inteligentes. Este tem sido o fundamento dos procedimentos aplicados, por exemplo, em Espanha, o mais competitivo destino turístico internacional e um dos países pioneiros na aplicação do conceito de *Smart Destination*, que já conta, inclusivamente, com um sistema de normalização e certificação formal, cuja norma UNE 178501 foi elaborada pelo comité técnico AEN/CTN 178 – Ciudades Inteligentes e publicada pela AENOR.

Tecnologia



Os destinos turísticos inteligentes estão intimamente associados à adoção e à implementação de novas tecnologias, de uma forma transversal a toda a cadeia de valor do setor. Não obstante, a tecnologia não pode ser encarada como um fim em si mesma, mas sim como a **base estrutural** de todo o sistema. Deverá permitir aos visitantes, aos gestores dos destinos e às empresas o acesso imediato à informação a qualquer hora em qualquer lugar, desempenhando um papel fundamental na **experimentação**, por parte do turista, e no processo de **planeamento e tomada de decisão** dos restantes *stakeholders*. Neste sentido, a tecnologia tem que ser compreendida segundo as suas duas dimensões:

- **Hardware:** configurando a infraestrutura básica de comunicação e de fluxo de informação, que agrega uma grande multiplicidade de equipamentos cada vez mais sofisticados e com funcionalidades mais complexas;
- **Software:** programas vocacionados para agilizar o tratamento da informação, de modo a dotar as empresas e os gestores do destino com os dados necessários para a sua atividade e os turistas com opções para a as suas experiências no destino.

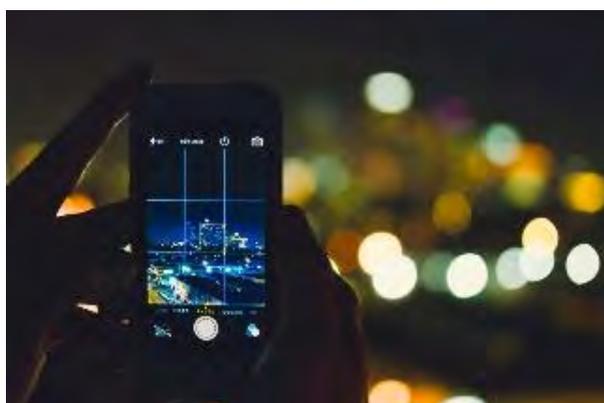
A tecnologia tem ganho uma importância central como catalisadora de destinos turísticos inteligentes, uma vez que a intensidade do uso da internet em todo o setor (turistas e empresas) tornou a conectividade como um elemento basilar para a experiência turística, para a competitividade dos destinos e para a melhoria das práticas de gestão. É, assim, utilizada como uma alavanca da inovação e da criação de soluções disruptivas nos diversos elos da cadeia de valor, de forma transversal à administração pública e ao serviço privado. O grau de efetivação depende sempre da relação entre o custo inerente ao desenvolvimento, implementação e manutenção e o benefício esperado para o **destino**, para as **empresas** e para os **turistas**. Percebe-se, portanto, que a filosofia de criação de *Smart Destinations* se suporta em processos paulatinos, através de iniciativas experimentais e projetos-piloto, que validem a adoção e os resultados de ferramentas tecnológicas dedicadas ao turismo e vocacionadas para a geração, fluxo, armazenamento e acesso à informação. Procura-se, no limite, a criação de soluções integradas que aumentem a qualidade da experiência do visitante e a sua integração através de diferentes tecnologias, acompanhando permanentemente as evoluções existentes. Entre as tecnologias que mais se afirmam neste contexto e que apresentam o maior potencial de produção de impactos no imediato e no futuro encontram-se as seguintes:

- Wi-fi (gratuito)
- Apps mobile
- Pagamentos mobile
- Cloud computing
- RFID
- NFC
- Big data
- Open data
- Códigos QR
- Wearables
- Moedas virtuais
- Internet of things
- Realidade aumentada
- Realidade virtual
- Gamificação
- Plataformas peer-to-peer
- Geolocalização
- Videomapping
- Holografia
- Sensorização

Internacional

Manchester – IoT Smart City

<https://cityverve.org.uk>



City Verve é um projeto que está a ser desenvolvido na cidade de Manchester, Reino Unido, com especialistas de topo e com tecnologia de ponta. Assume-se como o demonstrador de um modelo, que se espera replicável, para o futuro das *Smart Cities*. No Manchester's Oxford Road Corridor estão em colaboração mais de 20 parceiros, do setor público e do setor privado, introduzindo mudanças funcionais em diversos sistemas sociais através de aplicações tecnológicas pioneiras baseadas na *Internet of Things*. Com o objetivo de responder a necessidades reais das pessoas e de melhorar a qualidade de vida da população e das experiências dos visitantes, o projeto está estruturado em quatro áreas essenciais, nomeadamente transporte e viagem; energia e ambiente; saúde e assistência social; e domínio público e cultural. A disponibilidade e o acesso à informação, a segurança e a eficiência energética e de funcionamento das estruturas são funcionalidades centrais no conceito do **City Verve**.

Açores

Ponta Delgada – Wi-fi grátis

www.cm-pontadelgada.pt

A Câmara Municipal de Ponta Delgada implementou em 2014 uma rede de wi-fi gratuita, com tecnologia 4G, que integra vários pontos de interesse turístico, como o centro histórico, jardins e praias. Entre os locais onde o serviço está disponível incluem-se o Mercado da Graça, o Parque Urbano, o Jardim António Borges, o Largo dos Mártires da Pátria, a Avenida Marginal, o Campo de São Francisco, o Largo da Matriz, a Praia das Milícias e a Praia do Pópulo, o Forno da Cal e os Poços de São Vicente. Embora apresente uma maior (e natural) concentração na área do centro da cidade, é perceptível o esforço de descentralização, cobrindo locais turísticos mais distantes. É, também, uma funcionalidade que abre o caminho à *internet of things* e se alia a outras inovações introduzidas em Ponta Delgada, como a aplicação *mobile* para minibus, agilizando a mobilidade urbana.



PDL WI-FI grátis

Navega com internet 4G

- MERCADO DA GRAÇA
- PARQUE URBANO
- JARDIM ANTÓNIO BORGES
- LARGO MÁRTIRES DA PÁTRIA
- AVENIDA MARGINAL
- CAMPO DE SÃO FRANCISCO
- LARGO DA MATRIZ
- PRAIA DAS MILÍCIAS
- PRAIA DO PÓPULO

PONTA DELGADA
PORTA DE FUTURO

800 205 479

www.cm-pontadelgada.pt

Inovação



A inovação no turismo é um processo contínuo de **reinvenção permanente dos destinos**, questionando e repensando toda a cadeia de valor, o próprio funcionamento do setor e a ordem natural de todos os seus componentes, com o objetivo de acompanhar as evoluções do mercado, transformar o existente e gerar maior valor económico, social e ambiental. Um destino turístico inteligente é, por definição, inovador, agregando, por isso, a capacidade de produzir valor acrescentado através da **transformação da informação** que consegue gerar, recolher, armazenar e analisar. É esta característica que atribui à inovação o cariz de **vantagem competitiva** e que lhe permite uma melhor adaptação ao ambiente extremamente agressivo do setor do turismo. Os destinos turísticos inteligentes utilizam a inovação para explorarem **novas oportunidades**, reforçando a sua matriz diferenciadora e competitiva que permite satisfazer de forma mais completa as necessidades da procura. Beneficiam, assim, de um ambiente empreendedor e criativo, do surgimento de novos modelos de negócio e de ferramentas de apoio à eficiência, alimentando-se constantemente de pequenos incrementos ou de soluções disruptivas. Enquanto a tecnologia se assume com uma das principais fontes de inovação e capaz de alterar paradigmaticamente o funcionamento dos sistemas instituídos, é também crítico não esquecer que, em grande medida, a inovação surge pela iniciativa no seio das PME que procuram responder a necessidades específicas e a problemas do quotidiano. A criação de um ambiente propício à inovação beneficia, por isso, da contribuição ativa de empresas, associações e outras ONG, fundações, universidades e Câmaras do Comércio, muitas vezes formando clusters que promovem a cooperação, a partilha de conhecimento e o estabelecimento de sinergias. Não obstante, apesar da importância da inovação para a competitividade turística e para evolução económica dos destinos, o setor turístico tem notórias dificuldades para inovar como um todo. Uma compilação da Invat.tur (2015) demonstra as principais barreiras à inovação no turismo, que devem ser atendidas e superadas nos processos de conversão de destinos turísticos inteligentes, incluindo défice de cultura de inovação; falta de fontes de financiamento; liderança pública com um envolvimento empresarial relativamente reduzido; dificuldades na transmissão e na adoção do conhecimento; falta de uma abordagem sistemática à inovação como existe noutros setores; dificuldade de medir a inovação devido às características da atividade turística; e implantação desigual da inovação em diferentes subsectores turísticos. Por estes motivos, os indicadores convencionais de medição da inovação (ex.: número de patentes; pessoal empregado em I+D+i; investimento realizado; etc.) não se coadunam com as particularidades da atividade turística, refletindo-se, sobretudo, em questões relacionadas com o Capital Humano, como os níveis de qualificação, a criatividade e a participação na vida pública. Naturalmente que devem ser também contemplados esforços de investimento e de produção de conhecimento no turismo, mas sobretudo na perspectiva de **criar valor** a partir desse conhecimento. De um modo geral, será relevante ter em consideração as orientações do Manual de Oslo sobre a recolha e a interpretação de informação sobre inovação, considerando as dimensões do produto, do processo, da organização e da comercialização, e refletir sobre o modelo das seis alavancas da inovação proposto por Davila *et al.* (2006), que, segundo a Invat.tur (2015), se ajusta particularmente bem a destinos turísticos inteligentes e agiliza a perceção do que deverá e como deverá ser feito:

As Seis Alavancas da Inovação

Inovação no Modelo de Negócio	Inovação Tecnológica
Proposta de valor (O que se vende?)	Em produtos e serviços
Cadeia da oferta (Como se cria o produto e se entrega no mercado?)	Em processos
Cliente Objetivo (a quem se vende?)	Em tecnologias facilitadoras (como determinadas TIC's que facilitam a gestão)

Internacional

Palma de Maiorca – SmartOffice

<https://smartoffice.palma.cat>

Palma de Maiorca é uma cidade insular cada vez mais convertida e transformada pelo conceito de *Smart City*. Foi pioneira na adoção de algumas práticas e inovações internacionais, figurando como muita atrativa para o turista atual. **Palma SmartOffice** é uma estrutura composta por uma equipa de coordenação e representantes técnicos de diversas entidades locais, que reflete práticas inovadoras ao nível da governança turística. Tem como missão coordenar e centralizar todas as ações *Smart*, com foco na inovação, nas TIC e no desenvolvimento de ideias para melhorar a cidade. É responsável pela atualização do plano *Palma Smart City* e pela execução de várias das suas ações, bem como por atividades de vigilância tecnológica e de identificação e adoção de boas práticas. Tem, também, as funções de identificação de fontes de financiamento e de incentivo a parcerias público-privadas para atingir os objetivos de *Palma Smart City* e melhorar a qualidade de vida dos cidadãos e a experiência dos turistas.



SmartOffice
Palma



Açores

Promoção Açores – BTL

<https://btl.visitazores.com>



Em 2016 e em 2017, a promoção turística dos Açores na Bolsa de Turismo de Lisboa (BTL), a mais importante feira de turismo nacional, destacou-se com várias iniciativas inovadoras que reforçam o conceito de experiência e utilização da tecnologia para inspiração do potencial turista no seu processo de decisão. Em 2016, o stand dos Açores focou as sinergias entre natureza, turismo ativo, cultural, música e gastronomia, proporcionando experiências através de um simulador do Azores Airlines Rally e de um tradicional Bote Baleeiro. Em 2017, o foco esteve na natureza e nos trilhos, incluindo uma experiência imersiva em Realidade Virtual a 360º, através de um percurso no passadiço dentro do stand entre plantas locais, que simulava diferentes atividades nos Açores. Contemplou, ainda, a demonstração da construção de pranchas de surf em criptoméria e a interação através de jogos, sendo os prémios produtos turísticos (ex.: viagens).



Acessibilidade

A acessibilidade plena é uma preocupação crescente em várias dimensões do progresso social, fazendo parte integrante, por exemplo, do conceito de desenvolvimento sustentável. Em termos turísticos, reflete-se no esforço de adaptação às **necessidades de qualquer pessoa**, independentemente de apresentar limitações temporárias ou permanentes, para poder circular, **aceder ou disfrutar** de locais, produtos, serviços ou experiências turísticas, bem como para contactar, recolher ou interpretar informação turística. Pretende-se, assim, que qualquer visitante tenha a possibilidade e a liberdade de viajar de forma ágil e tranquila num destino à sua escolha, fazendo o que lhe interessa e apetece, com total **autonomia, prazer e fácil acesso**. A prossecução desta meta é extremamente complexa, pois exige uma intervenção transversal em todo o destino, ao nível das infraestruturas, dos equipamentos, dos produtos, dos serviços e da informação. É, pois, um fator de iminente **dimensão social**, que valoriza o **turismo inclusivo**, responsável, sem discriminação e com igualdade de oportunidades para todos os cidadãos, independentemente de serem idosos ou crianças, terem limitações temporárias (ex.: gravidez) ou permanentes (ex.: deficiências motoras). Neste aspeto, importa refletir na evolução demográfica, que se manifesta num crescente envelhecimento da população e numa intensificação da concentração de riqueza em faixas etárias mais velhas, e a todos os desafios para a atividade turística que daí advêm e que se procuram responder nos *Smart Destinations*. As soluções encontradas contribuem para a melhoria da **imagem** destes destinos e para a perceção global da sua **qualidade**, produzindo, também, efeitos na mitigação da sazonalidade e no incremento da **atratividade** todo o ano. Consequentemente, esta é uma realidade que interessa de forma muito direta às empresas, não só no âmbito das suas políticas de responsabilidade social, como também nos seus modelos de negócio, e a todos os *stakeholders* dos destinos, de forma transversal. Exige, por isso, um trabalho especializado, com pessoal qualificado e preparado para lidar com as necessidades de turistas com limitações; a sensibilização da população e de técnicos, como arquitetos e urbanistas; a criação de incentivos e planos de intervenção setorial, por exemplo relativo à mobilidade; e um processo de avaliação permanente e criterioso. Seguindo a metodologia da Invat.tur (2015), há dois tipos de acessibilidade a ter em conta nos *Smart Destinations*:

Acessibilidade Física	Acessibilidade Digital
<p>Eliminação de obstáculos e barreiras arquitetónicas e de mobilidade, bem como a incorporação de mecanismos adaptados, agilizando o acesso a locais e a equipamentos /estruturas culturais, naturais e de lazer, transportes, instalações e serviços turísticos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ambiente urbano • Museus, monumentos, centros de interpretação, praias, etc. • Oferta de alojamento e restauração • Oferta de serviços e oferta complementar • Outras atividades turísticas (festas, celebrações, eventos culturais, eventos desportivos, etc.) • Serviços de informação turística • Meios de transporte 	<p>Preparação adequada de todo o material digital e dos canais de comunicação digitais, de acordo com as normas e boas práticas internacionais, incluindo a WCAG 2.0, a Mobile Web Best Practices, a W3C Mobile Web Application Best Practices, a WAI ou mesmo a EURACERT:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Web • Material promocional

Internacional

Alberta Parks – Everyone Belongs Outside

www.albertaparks.ca



Em 2016, a Organização Mundial de Turismo destacou como exemplo de boas práticas de turismo acessível o plano *Everyone Belongs Outside*, dos Parques de Alberta (Canadá). Implementado em 2014, esta iniciativa visa aumentar a acessibilidade, convidar à participação, desenvolver competências para assegurar a inclusão nas instalações, nos programas e nas experiências daqueles parques. O plano inclui o programa *Push to Open Nature*, que se foca na inclusão de pessoas com limitações permanentes ou temporárias (físicas, visuais, mentais, emocionais ou cognitivas) e dos seus cuidadores em atividades na natureza. As práticas inovadoras destas iniciativas têm conduzido a auditorias de acessibilidade, melhoria de instalações, design de equipamento adaptado para recreação outdoor, envolvimento da comunidade e de voluntários, formação de pessoal, parcerias com entidades especializadas, partilha de informação e boas práticas e aumento da visibilidade do turismo inclusivo.

Açores

Cresaçor – Azores for All

<http://azoresforall.com>

Em 2005, a Cresaçor tornou-se pioneira na implementação e promoção de uma oferta de turismo social e inclusivo nos Açores. Em 2014 criou a marca *Azores for all*, que é a face visível de um projeto de prestação de informação, serviços e atividades adaptadas e amigas do ambiente a residentes e a turistas com ou sem necessidades especiais. Entre os seus objetivos inclui-se a superação das barreiras físicas e comunicacionais para potenciar a acessibilidade e a promoção do acesso a atividades de turismo e lazer a pessoas com necessidades especiais e/ou em risco de exclusão social. Este projeto meritório tem vindo a ganhar importância e já proporcionou experiências a mais de 20.000 clientes, figurando como uma das histórias de sucesso na página *All for All*, do Turismo de Portugal. A Cresaçor, por via deste projeto, foi também selecionada, pela Vodafone Portugal, Accessible Portugal e Turismo de Portugal, para operacionalizar nos Açores a primeira Plataforma Ibérica de Turismo Acessível (TUR4All).



Sustentabilidade



No turismo, a prossecução do ideal do **desenvolvimento sustentável** é uma preocupação crescente, abrangendo a procura de equilíbrio entre as vertentes económica, ambiental e social, de modo a proteger o ambiente, a valorizar as especificidades culturais, a melhorar a qualidade de vida das populações locais e a aumentar a rentabilidade e a criação de valor em todo o setor. A adequada articulação entre estes elementos pesa cada vez mais no **processo de decisão** e de consumo dos turistas, cuja consciencialização para questões ambientais e sociais se revela crítica para uma melhor perceção da **imagem** dos destinos turísticos. Adicionalmente, é fundamental reter que a qualidade ambiental, mas também o equilíbrio social condicionam a **experiência turística** e são a base para diferentes tipos de turismo, alguns dos quais são estruturais em territórios como os Açores. Nos *Smart Destinations*, partindo muitas vezes da base da Agenda 21, procura-se a implementação de políticas e modelos de desenvolvimento e de gestão assentes em princípios de sustentabilidade, que estimulem **modelos de negócio sustentáveis** conducentes à geração de riqueza, à justa **distribuição do valor criado pelas comunidades locais**, à **preservação dos recursos naturais** e à valorização das **tradições e da cultura local**. Implica a introdução de mecanismos de gestão da informação, bem como de inovações tecnológicas e de procedimentos, que agilizem os processos de adaptação às diferentes pressões turísticas durante o ano, de combate à sazonalidade, de distribuição harmonizada de turistas por diferentes locais/regiões, de aferição da capacidade de carga e da quantificação dos limites dos recursos, de priorização de projetos, de adoção de metodologias de gestão de risco, de promoção de processos inclusivos e decisão participada e de proteção a longo prazo dos interesses globais do destino e dos seus *stakeholders*. É uma intervenção estruturante, englobando contextos e intervenções específicas:

Ambiente: otimizar a eficiência na produção e na utilização de energia; melhorar a gestão de resíduos e o estímulo da economia circular; monitorizar e gerir áreas naturais (preservação de recursos, biodiversidade e ecossistemas); adotar e incentivar boas práticas; implementar processos de ordenamento do território; criar apoios financeiros e técnicos para áreas vulneráveis (ou potencialmente vulneráveis); reduzir o consumo de recursos escassos (ex.: água); promover ações de educação e sensibilização ambiental; regular a utilização de recursos naturais; apoiar produtos locais (ex.: artesanato ou produção agrícola) e formas de valorização, como certificações e rastreabilidade; incentivar o ecoturismo; incentivar modelos alternativos de transporte (ex.: ciclovias); e estimular o envolvimento da comunidade nas questões ambientais.

Economia: procurar impactos positivos na economia local; consolidar fatores de competitividade; criar novos empregos e formas de emprego; estimular o surgimento de novos produtos e serviços; valorizar setores tradicionais como elementos de diferenciação dos destinos; incrementar o investimento em atividades de I&D; procurar o aumento da rentabilidade das empresas do setor; criar iniciativas conjuntas entre agentes do setor público e do setor privado; promover o desenvolvimento da economia digital; incentivar novos modelos de negócio; refinar estratégias e metodologias de promoção turística (do destino e das empresas); revitalizar formas de comércio tradicional; e aumentar o comprometimento e o cumprimento de políticas e regulamentos de sustentabilidade.

Socio-cultural: evitar impactos negativos na população, turismo em excesso e *overcrowding*; assegurar a compatibilidade com os valores e a identidade das comunidades locais; respeitar a história, as tradições e os costumes; criar espaços de intercâmbio cultural entre turistas e locais, com formas de compreensão e interpretação da cultura do destino; estimular a participação ativa dos turistas na preservação e promoção dos destinos; valorizar o património cultural e arquitetónico; evitar a descaraterização de espaços culturais; monitorizar o impacto dos turistas e os processos de aculturação; erradicar a pobreza e focos de degradação social; e estimular a cidadania ativa.

Internacional

Ilha de El Hierro – 100% sustentável

<http://elhierro.travel/>



A ilha de El Hierro, no arquipélago das Canárias, representa uma oportunidade diferenciada dentro da oferta turística normalmente associada a esta Região. Em 2002, a ilha foi declarada pela UNESCO como Reserva da Biosfera e tem-se destacado por experiências de excelência na Natureza. Neste âmbito, tornou-se uma ambição local ser a primeira ilha autossustentável do mundo, algo que se tem procurado atingir através da produção de energias renováveis numa nova estação energética hídrica e eólica. El Hierro tem sido considerada como a primeira *Smart Island* do mundo, disponibilizando em vários locais da ilha pontos de abastecimento de carros elétricos e possuindo, também, uma extensa rede de Wi-Fi e WiMax, de alta capacidade e qualidade, por todo o território. Esta iniciativa conta com 26 hotspots W-Fi de acesso gratuito para turistas ou residentes, cuja instalação foi processada com especial cuidado, contemplando a instalação de painéis solares para alimentar os hotspots.

Açores

SPEA – Centro Ambiental do Priolo

<http://centropriolo.spea.pt>

O Centro Ambiental do Priolo, que nasceu com o projeto LIFE Priolo e tem como objetivo contribuir para a divulgação do Priolo e do seu habitat natural (a floresta Laurissilva), é coordenado pela SPEA em parceria com várias unidades orgânicas do Governo Regional dos Açores. O projeto LIFE Priolo, que vigorou entre 2003 e 2008, foi distinguido pela Comissão Europeia com o prémio *Best of the Best – Nature 2010*, sendo reconhecido como uma das melhores iniciativas de promoção da sustentabilidade e da proteção da biodiversidade. Atualmente, está em execução o projeto LIFE+ Terras do Priolo, que integra um conjunto de ações que pretendem promover a sustentabilidade da gestão do sítio da Rede Natura 2000 ZPE Pico da Vara/ Ribeira do Guilherme. Tudo isto tem tornado o Centro Ambiental do Priolo num atrativo turístico, o que beneficia atividades de turismo de natureza, como o *birdwatching*, e o próprio concelho do Nordeste. Refira-se, ainda, que este projeto foi finalista dos *Green Project Awards 2017* e aderiu à *Carta Europeia de Turismo Sustentável*.



2.3. Diferença face a *Smart City*

O surgimento e a importância crescente dos destinos turísticos inteligentes estão intimamente relacionados com as cidades inteligentes, conceito que está a aplicado num considerável número de cidades e centros urbanos a nível mundial. As cidades inteligentes têm na sua origem a necessidade de desenvolver soluções inteligentes para a alocação dos recursos em centros urbanos com uma densidade populacional elevada e em contínuo crescimento (Khan *et al.*, 2017). A noção de *Smart Destination* é, pois, uma evolução da *Smart City*, mas dentro de uma especificidade própria, pelo que, partindo do conceito de cidade inteligente difundido pela AENOR, torna-se mais fácil e objetivo acompanhar a transição para a dimensão turística:

Cidade Inteligente é a visão holística de uma cidade que emprega as infraestruturas de comunicação e informação na melhoria da qualidade de vida e das acessibilidades dos seus habitantes, e que garanta constantes melhorias no desenvolvimento social, económico e ambiental.

Apesar das inevitáveis semelhanças entre uma cidade inteligente e um destino turístico inteligente, importa reforçar que os dois conceitos não são sinónimos e apresentam realidades diferentes. Em comparação com a definição de destino turístico inteligente, há duas diferenças substanciais. Estas prendem-se, por um lado, com os limites geográficos e, por outro, com o *target* (público para o qual estão vocacionados). As cidades inteligentes têm definidos os seus limites político-administrativos e geográficos e pretendem, na sua essência, melhorar a governabilidade e a qualidade de vida dos seus habitantes. No que concerne aos destinos turísticos inteligentes, os limites podem coincidir com os limites de uma cidade ou com uma rede de cidades e estes pretendem garantir uma experiência de valor acrescentado aos seus visitantes. No entanto, é

imperativo garantir que os benefícios sejam, também, extensíveis à população residente.

Segundo a Segittur (2015), deve-se ainda atender às seguintes diferenças:

- Os destinos turísticos inteligentes são impulsionados, principalmente, pelo setor turístico. Deste modo, a governação deve ser partilhada por entidades que tenham representantes de todos os *stakeholders*. Nas cidades inteligentes, a governação é assumida pelas Câmaras Municipais;
- Os destinos turísticos inteligentes necessitam que sejam tidas em consideração o multilinguismo, as idiossincrasias culturais, os costumes gastronómicos ou a sazonalidade;
- A interação com o turista é maior do que apenas durante a estadia na cidade. Inicia-se antes da viagem e continua depois da sua partida; e
- Os destinos turísticos inteligentes estão intimamente ligados ao aumento da competitividade e à melhoria da qualidade das experiências turísticas.

A estruturação de cidades inteligentes está assente em quatro vetores fundamentais, segundo a AENOR (2016):

- **Tecnologias de informação e comunicação (TIC):** Encaradas como o elemento central das *Smart Cities* e o veículo para promover a boa governação. Implica a combinação de sistemas de *hardware* e *software*, sensores que permitem a recolha de dados e informação e sistemas de armazenamento e gestão de dados. Deve, ainda, garantir a conectividade com os vários agentes para a comunicação e partilha da informação;
- **Eficiência:** É um dos principais objetivos para a estruturação de cidades inteligentes, e não se refere apenas à eficiência energética, mas a todos os serviços (mobilidade, urbanismo, educação, saúde, etc.). As

idades inteligentes têm de garantir que os serviços sejam providenciados da forma mais eficiente possível aos seus habitantes, em termos de tempo, qualidade e custos.

- **Desenvolvimento sustentável:** Nenhuma cidade pode-se considerar inteligente se não tiver como principal objetivo a promoção do desenvolvimento sustentável. Não apenas numa perspetiva circunscrita à sustentabilidade ambiental, mas abrangendo também a sustentabilidade económica e social. As cidades inteligentes têm de gerir os seus recursos para satisfazer as necessidades económicas, de trabalho, sociais e estéticas dos seus habitantes, respeitando a integridade cultural, o ambiente e a biodiversidade da região, e garantir que, no longo prazo, os recursos não se esgotem ou que sejam danificados de forma irreversível.
- **Integração de infraestruturas:** Promove um maior controlo da cidade. Através da integração das principais infraestruturas (energia, transporte, segurança, saúde, etc.), com o recurso à conectividade, utilização eficiente das TIC, *sensorização* e armazenamento dos dados, os gestores têm acesso, em tempo real, a informação segmentada por zonas, horas, perfil do consumidor, entre outros parâmetros, o que permite uma atuação antecipada e eficaz em caso de incidentes nos serviços básicos da cidade.

Apesar de tratarem realidades diferentes, evidenciam-se pontos de ligação entre as *Smart Cities* e os *Smart Destinations*, nomeadamente na importância que atribuem às tecnologias de informação e comunicação, à conectividade e *sensorização* e, principalmente, ao desenvolvimento sustentável (Khan *et al.*, 2017). Na realidade, Boes *et al.* (2015), a par de outros autores, referem que os destinos turísticos inteligentes se constroem a partir das cidades inteligentes. Os destinos

turísticos inteligentes devem ser estruturados sob os constructos das cidades inteligentes e, com a utilização da tecnologia, combinar e potenciar os seus produtos turísticos para melhorar a experiência do turista e a competitividade do destino.

Com base no estudo sobre cidades inteligentes e destinos turísticos inteligentes, aqueles autores referem quatro componentes fundamentais que influenciam a inteligência das cidades e que devem ser exploradas pelos destinos turísticos:

- **Liderança:** Apesar de não haver um modelo ótimo, é fundamental que haja uma forte liderança e determinação dos gestores do destino para se obter e oferecer *inteligência*. No turismo, os destinos têm que lidar com os interesses individuais de um conjunto complexo de *stakeholders*, onde a competição desempenha um papel crucial. A vontade e comprometimento em colaborar é uma das principais competências das cidades inteligentes e dos destinos turísticos inteligentes.
- **Capital Social:** Segundo Fyall (2011), citado por Boes *et al.* (2015), estratégias competitivas individualizadas e focalizadas em interesses próprios geradoras de benefícios de curto prazo terão um forte impacto negativo no desenvolvimento a longo prazo e na sustentabilidade do destino turístico. A competição entre *stakeholders* com a mesma visão e objetivos deve ser eliminada, procurando, pelo contrário, o estabelecimento de sinergias e a colaboração para o bem comum;
- **Empreendedorismo e Inovação:** Estes fatores estão interrelacionados. Inovações são vitais para a competitividade de uma cidade inteligente, assim como para a competitividade de um destino turístico, e são potenciadas pelo capital humano. A capacidade de empreender e de implementar novas iniciativas é,

muitas vezes, a fonte de inovação de soluções disruptivas;

- **Capital humano:** Os indivíduos qualificados e que dispõem de conhecimento técnico e científico são fundamentais para colocar a tecnologia ao serviço da cocriação da inovação e aumento da competitividade da cidade e do destino.

Deste modo, Boes *et al.* (2015) concluem que os destinos podem desenvolver a sua *inteligência* ao alinhar estas componentes fundamentais e ao fazer uso das TIC como estruturas de informação para facilitar a cocriação de valor e experiências para os visitantes, assim como para aumentar a competitividade no setor turístico. Ao potenciar a *inteligência* das cidades, ao nível das pessoas, das condições de vida, das acessibilidades, do ambiente, da economia e da governança, os destinos já estão a criar condições para suportarem a construção do “Destino Turístico Inteligente”, onde tudo é interconectado, cocriado e orientado para o valor através da implementação de tecnologias e infraestruturas de TIC. Ressalvam, ainda, que apesar da inevitável importância dos meios tecnológicos, estes são um meio para um fim e não um fim em si mesmo. O capital humano assume-se como a principal componente da inteligência das cidades e dos destinos turísticos, uma vez que são as pessoas que exploram as dimensões da liderança e do empreendedorismo, da inovação e do capital social.

No entanto, a Invat.tur (2015) reforça que a origem do conceito de *Smart Destination* não está exclusivamente ligada ao paradigma das *Smart Cities*. Se, do ponto de vista do destino, a utilização das tecnologias é fundamental para a prossecução do desenvolvimento sustentável, pilar fundamental dos conceitos de *Smart City* e *Smart Destination*, na ótica do consumidor as tecnologias configuram-se como essenciais para corresponder às alterações próprias nos hábitos de consumo, atendendo

às novas necessidades e exigências do novo turista – o *smart tourist*.



2.4. Smart Tourist – a vanguarda do turismo

O perfil do turista está a mudar e novos hábitos de consumo estão a emergir no que se refere aos seus interesses e expectativas, à forma como planeiam a viagem, como procuram e comparam a informação, como escolhem o destino, como realizam as reservas e como vivenciam e compartilham as experiências. O turista do século XXI, altamente impulsionado pelas ferramentas tecnológicas e digitais e pela ligação à internet, procura uma experiência personalizada e informação digital atualizada e adaptada aos vários dispositivos acerca das atrações, das atividades e dos serviços do destino (Xiang, Z. *et al.*, 2015), para além de pretender partilhar esta experiência o mais rápido possível nas redes sociais.

Os turistas estão cada vez mais independentes e melhor informados. Procuram novas emoções e variedade de experiências, o que induz a um maior número de viagens, mas de menor duração. Têm, instantaneamente, toda a informação que precisam sobre produtos, serviços, itinerários, prazos, preços, disponibilidade, etc. Organizam as suas viagens e exigem um maior leque de serviços digitais no destino, os mesmos serviços que têm acesso no país de origem (conetividade, redes sociais, uso de aplicações baseadas na proximidade, etc.), conforme refere a Segittur (2015). Adicionalmente,

procuram vivenciar as tradições, os valores e os costumes locais e compreender a identidade, o contexto e as características da comunidade e do destino (Sabre Hospitality Solutions, 2016).

Num estudo sobre a capacidade de comunicação de municípios espanhóis com o turista *online*, López (2017) apontou três características fundamentais que devem ser consideradas no que concerne ao novo turista digital:

- **Proatividade:** os turistas já não são apenas consumidores de informação, mas também produtores da mesma. A informação produzida, principalmente nas redes sociais, torna-se como um excelente veículo de promoção do destino e, sobretudo, na decisão da compra. Este é o novo paradigma do *word of mouth*.
- **A utilização de vários dispositivos:** para além da utilização dos computadores (ou similares) nas fases anteriores (planeamento) e posteriores (compartilhar e comentar) à viagem, os dispositivos móveis são também fundamentais durante a viagem. São usados para a comunicação entre indivíduos, gestão da informação em tempo real, comunicação com objetos, e comunicação de objetos uns com os outros (a conhecida *Internet of Things*). É uma nova forma de consumo da experiência turística.
- **Personalização:** a comunicação em massa, pouco segmentada, não permite criar uma ligação com o turista. O novo turista pretende uma comunicação informal, direta e que tenha em conta as suas necessidades específicas. Para os destinos, esta realidade implica uma alteração na comunicação, devendo conjugar as características do *word of mouth*, ao nível da empatia e do conteúdo, e da comunicação em massa, ao nível do alcance da mensagem.

Este novo paradigma constitui-se como uma força disruptiva ao *status quo* e tem induzido a mudança no

modo como a indústria turística atua. Os produtos e serviços são cada vez mais completos, integradores, flexíveis e personalizados, o que só tem sido possível com a exploração das novas tecnologias. Estas tecnologias têm permitido a criação de novos modelos de negócio que acompanham o consumidor em todas as fases da viagem. Segundo López (2017), a primeira fase da viagem do turista é a inspiração, etapa mais emocional do que racional, e que irá desencadear as restantes fases pré-viagem mais racionais: procura, planeamento, comparação e venda. Para suscitar a inspiração, a Segittur (2015) refere a necessidade de se providenciar acesso a um grande leque de informação, estruturada de forma perfeita e com recurso a elementos multimédia, incluindo texto, áudio, vídeo, infografia, mapas, etc., sobre o destino, os produtos e os serviços para chamar a atenção do consumidor. Durante a estadia, o aumento da conectividade e a melhoria da mobilidade garantem uma experiência mais fácil e flexível, pois permitem uma ligação com os fornecedores dos produtos e serviços, assim como com outros turistas, o que, por sua vez, possibilita tomadas de decisões mais inteligentes no local. Após a viagem, a preocupação com a mensuração do grau de satisfação do turista tem potenciado a criação de aplicações de comunicação e interação, principalmente nas redes sociais, que permitem aferir o agrado dos visitantes, melhorar a oferta turística e desenvolver sistemas de fidelização dos turistas. Refira-se que elevados graus de satisfação potenciam a repetição (Chen e Chen, 2010), o que acarreta menores custos de captação (Hui, Wan e Ho, 2007), e favorecem o *word of mouth*, que é uma excelente forma de publicidade gratuita do destino (Shoemaker e Lewis, 1999).

O novo enquadramento turístico faz com que os destinos passem a ter uma maior preocupação com as necessidades da procura e não apenas em desenvolver os produtos turísticos. Não basta promover os recursos endógenos de forma estática ou providenciar

experiências pouco emotivas. A Segittur (2015) reforça esta ideia ao afirmar que o turista passa a estar no centro de desenvolvimento turístico dos destinos e que a criação de sistemas inteligentes orientados para a integração e interação do turista com o destino são vitais, sendo necessário, para que tal ocorra, desenvolver ferramentas que permitem a interpretação da envolvente do destino, acelerem as tomadas de decisões racionais e melhorem, efetivamente, a qualidade das experiências turísticas conforme as necessidades do turista.



2.5. Transitar para Smart Destination

Se em cidades de dimensões consideráveis, onde o conceito de *Smart City* já se encontra implementado ou em implementação, está mais facilitado o processo de estruturação de destino turístico inteligente pelas sinergias e pelos benefícios gerados para o setor turístico, em realidades como a dos Açores o processo apresenta acrescidos desafios devido à fragmentação territorial e aos diferentes níveis de desenvolvimento urbano e socioeconómico dos municípios. O processo de estruturação de um *Smart Destination* deve estar ajustado a cada contexto e às especificidades de cada destino, não obstante ser necessário adotar um modelo de referência que conceptualize o conceito, permita estruturar um plano estratégico de acordo com os quatro eixos fundamentais defendidos pela Segittur (2015) e o respetivo plano de ação para proceder à conversão. Importa, por isso, salientar os alertas da Invat.tur (2015),

que deverão ser assimilados antes de iniciar qualquer processo de conversão:

- A conversão para destino turístico inteligente é um processo paulatino, que envolve projetos-piloto, testes e análise de resultados, e não uma transformação rápida;
- Não basta adquirir e aplicar infraestruturas de TIC e ferramentas tecnológicas. O destino, como um todo, deve estar também (e sobretudo) imbuído num processo de mudança a nível estratégico, de mudança de mentalidade e cultura empresarial, capacidade de inovar e gerar novos modelos de negócio, etc.;
- Deve existir um elevado grau de envolvimento e corresponsabilização do setor privado na gestão do destino a nível local, devendo ser evitada a dependência de fundos públicos e tomar atenção à relação custo-benefício de cada ação;
- As iniciativas a implementar devem ser testadas previamente em provas de conceito e deve estar assegurada a viabilidade e continuidade dos projetos-piloto.

Para iniciar o processo de conversão para *Smart Destination*, a Segittur (2015) recomenda que se desenvolva o diagnóstico ao destino, identificando as necessidades do mesmo e aferindo as áreas que carecem de intervenção. O planeamento estratégico estará muito dependente do seu grau de maturidade, uma vez que já poderá haver projetos e ações implementados no âmbito de outros planos, como os planos estratégicos do turismo, planos de ordenamento do território ou planos de conversão para *Smart City*, ou mesmo iniciativas individuais que se enquadram no modelo de desenvolvimento para destinos turísticos inteligentes. A Invat.tur (2015) refere, inclusivamente, que deve ser realizado um autodiagnóstico para comparar a situação atual do destino com o modelo de referência dos destinos

turísticos inteligentes nos diferentes âmbitos que o compõem e, desta forma, identificar as necessidades de atuação e medir o impacto de cada ação a implementar, sempre de acordo com o perfil do próprio destino.

A fase seguinte é crítica, pois refere-se ao planeamento estratégico do processo de conversão. Nesta fase, devem ser delineados os objetivos estratégicos que irão permitir colmatar as falhas identificadas e projetar o destino como destino turístico inteligente, segundo o modelo adotado, e o posicionamento da região enquanto destino turístico. Dado o carácter transversal do paradigma dos destinos turísticos inteligentes, é crucial que a estratégia definida para o processo de conversão seja integrada na estratégia de desenvolvimento da região (Invat.tur, 2015) e que haja uma coordenação com os planos implementados a nível municipal e regional, quer seja a nível turístico, quer nas restantes áreas que serão afetadas pelo processo, como o urbanismo, o ambiente, a economia, as finanças, entre outros (Segittur, 2015). A partir do planeamento estratégico, um plano de ação será delineado, com a identificação de um conjunto de projetos e ações que permitirão atingir os objetivos estratégicos definidos, devendo estes estar agrupados segundo os quatro eixos de desenvolvimento definidos pela Segittur (2015).

Por fim, dada a complexidade inerente a todo o processo, é necessário haver um acompanhamento permanente dos projetos e ações desenvolvidas. Paralelamente, deverá existir um sistema de medição do grau de implementação e do sucesso do processo de conversão, para que, de forma fiável e objetiva, possa ser analisado e avaliado criticamente o percurso percorrido e, quando necessário, proceder aos ajustes, revisões e melhorias adequadas. Todas estas fases encontram-se previstas na norma espanhola que certifica os sistemas de gestão dos destinos turísticos inteligentes em Espanha (AENOR, 2016).

O processo deve estar suportado numa colaboração efetiva dos setores público e privado e a liderança deve ser assumida por uma entidade ou comissão designada para o efeito. Este grupo de trabalho deve incluir representantes das diferentes áreas de governo, com responsabilidade e autoridade suficientes para assegurar a implementação de acordo com o modelo e a estratégia definidos, coordenar a implementação e fazer reporte às mais altas instâncias governativas da região. Note-se, ainda, que será igualmente fundamental convidar à participação colaborativa da comunidade, recolhendo contributos, criando um sentimento de pertença e facilitando o processo de acolhimento de um novo paradigma.

Por fim, destaque-se que os processos de conversão exigem uma forte e comprometida liderança dos órgãos de governação do destino, uma das questões mais críticas de toda esta questão e que tem implicações diretas no seu sucesso. A literatura refere que não existe um modelo ótimo de liderança, visto que há casos bem-sucedidos com abordagens *bottom-up* e *top-down*. Porém, é unanimemente referido pelos investigadores e pelos agentes que implementam projetos de conversão a necessidade de haver uma liderança firme e uma governação estável para que a transição ocorra com sucesso.





3

Análise das Melhores Práticas

Apesar do conceito de *Smart Destination* ser relativamente recente, já existem destinos que estão a abraçar o conceito e a desenvolver projetos e ações enquadráveis nos respetivos desígnios. Para além disso, como já foi referido, os projetos desenvolvidos no âmbito das *Smart Cities*, conceito mais difundido, podem, e devem, criar sinergias com o setor turístico para facilitar a interação do turista com o destino, criar uma experiência de valor acrescentado e promover os eixos de desenvolvimento fundamentais dos Destinos Turísticos Inteligentes.

Neste sentido, a análise crítica a programas, medidas e ações que já estão a ser implementados em cidades e em destinos turísticos a nível nacional e internacional revela-se como um passo fundamental. Representa uma mais-valia não só na procura do *know-how*, mas também na assimilação das lições aprendidas por outros destinos com as experiências que já estão a ser realizadas.

3.1. Programas, medidas e ações

O extenso estudo de planos estratégicos, artigos científicos, projetos e iniciativas, artigos de opinião e intervenções públicas de personalidades relevantes no âmbito de programas de conversão de Cidades Inteligentes e de Destinos Turísticos Inteligentes permitiu recolher um vasto conjunto de lições muito pertinentes, que devem ser consideradas no processo de conversão dos Açores num Destino Turístico Inteligente. São casos relevantes pelas respostas que dão a necessidades específicas, bem como pela estrutura racional que acompanha essas iniciativas.

Não obstante, importa, ainda, consolidar a ideia de que o processo de conversão é moroso, exigente e requer uma colaboração público-privada de todos os *stakeholders* do destino, de forma a abranger devidamente todas as áreas que serão envolvidas. Um destino turístico não pode ambicionar converter-se em

destino turístico inteligente apenas com a profusão da tecnologia em todos os ramos de atividade, sob pena de continuar a ter processos ineficientes ou de estar a canalizar recursos para áreas ou funções em que tal não se justifica, em detrimento de outras com maior carência de intervenção. Certamente que haverá projetos e soluções em que será exigido um elevado esforço financeiro, mas nem todas as soluções passam por incluir tecnologias de ponta ou infraestruturas de grande dimensão. Para além disso, projetos estruturantes terão que ser cuidadosamente planeados e devidamente faseados, tendo em conta a capacidade técnica, científica e financeira dos promotores dos investimentos. O processo de conversão deve estar, também, suportado na evolução e na melhoria dos ativos e dos recursos existentes. Não deve, por isso, ser encarado como um trabalho que se iniciará do zero, pelo que, conforme já se destacou, a importância de um diagnóstico ao grau de maturidade da região ou da cidade é um procedimento fundamental.

Nem todos os projetos-piloto terão sucesso na primeira tentativa. Tenha-se como exemplo a cidade de Nova Deli, onde uma solução para a mobilidade urbana falhou. Esta populosa cidade indiana apresenta, há já muitos anos, um grave problema de circulação urbana, com o excesso de veículos particulares a provocar constantes congestionamentos. Em 2008, uma das soluções adotadas foi a instalação de um corredor BRT (*Bus-Rapid-Transit*) com cerca de 6 quilómetros de extensão, para fortalecer o sistema de transportes coletivos e incentivar a população a trocar os automóveis por este meio de transporte. No entanto, após alguns meses, o projeto já apresentava graves problemas de funcionamento ao nível da sinalização, acidentes de viação e avarias de autocarros. A situação provocava congestionamentos no corredor que estava destinado a ser uma linha de circulação rápida (à semelhança do metro), resultando na insatisfação generalizada da

população. Em 2016, o corredor acabou por ser desmantelado. Segundo os especialistas de trânsito indianos, os principais problemas com este projeto foram a tentativa de replicar uma solução de sucesso em outras cidades, mas abdicando de características fundamentais, como uma maior extensão do corredor e um sistema de bilheteira eficiente, para além da falta de incentivos e educação que promovessem a troca do meio de transporte. Na prática, foi uma “meia-solução”, que não foi acautelada com uma abordagem integradora e multidimensional, redundando num falhanço operacional.

Figura 1 – Corredor BRT em Nova Deli



Fonte: Facebook Support New Dheli

É fundamental compreender os fatores de sucesso e de insucesso nos projetos-piloto, de forma a que se proceda às respetivas alterações e às melhorias necessárias, até a um ponto próximo dos objetivos pretendidos ou, no limite, ao cumprimento integral dos mesmos. Adicionalmente, é necessário ter em consideração a cultura do país ou região e a forma como se irá induzir as mudanças comportamentais. Se, por um lado, os recursos são escassos e terão de ser tomadas medidas para não os extinguir, por outro lado, as novas gerações procuram cada vez mais conforto e conveniência. Há, portanto, que atender a duas realidades “distintas”, a população residente e a população “flutuante”. Note-se que que os turistas têm de estar no centro de atuação dos órgãos gestores de um Destino Turístico Inteligente. Assim, as diferenças

comportamentais dos turistas, consoante a sua origem, segmentos em que se incluem e a relação com os meios tecnológicos, apresentam-se como desafios, perante aquilo que é a realidade local de cada destino específico.

Figura 2 – Central híbrida Gorona del Viento em El Hierro



Fonte: AICHE

É notória a atratividade do conceito de *Smart Destination*: eficiência nos processos, satisfação da população e dos visitantes e a promoção da sustentabilidade económica, social e ambiental. Por este motivo, é compreensível a maior adesão dos órgãos gestores de destinos na adoção e implementação do conceito nas suas regiões. Não obstante, é necessário ter em atenção que gerar expectativas demasiado elevadas para os *stakeholders* poderá originar também insatisfações, caso os benefícios anunciados não sejam efetivamente gerados. A ilha espanhola de El Hierro apresentou um projeto com o comprometimento de se tornar na primeira ilha 100% autossustentável a nível energético com recurso a fontes de energia renováveis. No entanto, este não está a ser um projeto livre de críticas, em particular pela população da ilha. Um ano após o início da operação da nova central híbrida (que ocorreu em junho de 2015), os resultados obtidos ficaram muito aquém do esperado, com apenas cerca de 35% das necessidades elétricas da ilha a serem cobertas pelas energias eólica e hídrica produzidas na central. A situação gerou contestação em torno da viabilidade económica e financeira do projeto, tendo em conta os avultados montantes de investimento envolvidos (cerca de 80

milhões de euros), com o apoio de fundos comunitários. No segundo ano de operação, o indicador subiu para 50%, com meses em que a taxa de cobertura atingiu os 80% e casos pontuais de cobertura a 100%. Já em 2018, a central bateu um recorde mundial, ao conseguir fornecer em 100% as necessidades elétricas da ilha durante 18 dias consecutivos. A central híbrida de El Hierro é mais um claro exemplo de que os projetos têm de ser encarados de forma faseada e com uma avaliação rigorosa dos resultados e dos impactos, adequando as expectativas, a comunicação, a avaliação e a implementação às várias etapas do ciclo de vida.

Conforme já se destacou, uma liderança forte e o envolvimento da comunidade são fatores críticos de sucesso na adoção e implementação de um destino turístico inteligente. Khomsi (2016) apresenta uma explicação sobre o caso de Montreal, que adotou, com sucesso, o conceito de *Smart City*, mas que, de certo modo, não conseguiu mobilizar o setor turístico, limitando, assim, a adoção plena do conceito de *Smart Destination*. Este exemplo muito interessante demonstra as incoerências que podem facilmente existir entre o desenvolvimento dos dois conceitos e as dificuldades que podem emergir quando os dois não estão alinhados. Khomsi (2016) destaca, por isso, que entre as principais lições que se podem extrair do exemplo de Montreal está a necessidade de se mobilizarem *stakeholders* do setor do turismo e de haver uma organização que se dedique à implementação de uma visão única para o desenvolvimento da cidade, conseguindo, assim, articular as diferentes dimensões em causa. Note-se que, neste caso em concreto, um dos problemas foi as autoridades turísticas da cidade terem tido pouca relevância para a construção do conceito de *Smart City*, apesar de terem sido pioneiras na adoção de práticas e tecnologias (remodelação da infraestrutura tecnológica, utilização de *big data* para conhecer o perfil dos visitantes, etc.) para

vocacionar Montreal para um *Smart Destination*, ainda antes de se conjetar o projeto de *Smart City*.

Não obstante esta falta de alinhamento, o plano de ação de conversão para *smart city* incluía um conjunto de ações que visavam melhorar todos os setores de atividade económica, incluindo o setor turístico. Entre as ações que promoviam uma melhor experiência aos visitantes da cidade, estavam incluídas a criação de uma aplicação inovadora para dispositivos móveis (que promovia uma viagem no tempo através de 60 pontos de interesse na cidade, recorrendo à realidade aumentada), bem como a instalação de *hotspots* para proporcionar *wi-fi* gratuito.

Figura 3 – Aplicação Montreal en histoires



Fonte: www.montrealenhistoires.com

Uma vez que o processo de conversão de *Smart City* para *Smart Destination* não é automático, Khomsi (2016) conclui que, em casos como o de Montreal, a estrutura organizacional do turismo (incluindo representantes de todos os *stakeholders*) tem de estar ativamente envolvida em todo o processo, de modo a que as particularidades do setor turístico sejam consideradas ou que seja desenvolvido um plano estratégico de conversão para *smart destination* que inclua, naturalmente, as premissas da estratégia inerente à *smart city*. De uma forma ou de outra, é fundamental que haja uma forte liderança dos órgãos governamentais do setor turístico para lidar com as particularidades inerentes a um setor com uma cadeia de valor consideravelmente complexa.

Por seu turno, as ferramentas tecnológicas e a qualificação dos produtos e dos serviços têm permitido aos destinos diluir vicissitudes decorrentes da atividade turística. No que se refere, por exemplo, à sazonalidade (um dos grandes desafios dos destinos turísticos, não só na questão económica, mas também na sustentabilidade dos recursos endógenos), os agentes de animação turística podem utilizar as infraestruturas de informação e comunicação para simular ambientes atmosféricos e oferecer, de forma inovadora, atividades turísticas tipicamente de *outdoor* em espaços *indoor*. Por exemplo, a SkyTech Sports, oferece uma experiência de realidade virtual para *ski* e *snowboard*, com recurso a simuladores.

Figura 4 – Exemplo de simulador da Skytech Sports



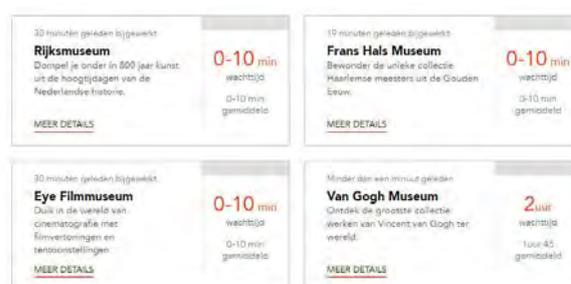
Fonte: www.skytechsport.com

Outro exemplo é a criação de novos eventos tecnológicos e, desta forma, a promoção do turismo MICE (*Meetings, Incentives, Conferences and Exhibitions*). Com isto, o destino atenua os efeitos de ter produtos turísticos altamente dependentes das condições meteorológicas e promove a captura de novos segmentos de mercado. Não obstante, o combate à sazonalidade deverá estar suportado numa política delineada especificamente para esse efeito, onde as tecnologias desempenham, também, um papel muito relevante no conhecimento do comportamento, das necessidades e das tendências dos turistas.

Além disso, em relação ao *overcrowding*, as tecnologias têm igualmente desempenhado um papel fundamental para dispersar as massas, evitar

congestionamentos nas atrações turística e nas cidades e diluir a pressão turística, que põe em causa a qualidade dos recursos naturais e culturais e a sustentabilidade dos destinos. Em Amesterdão, um projeto-piloto, que ocorreu durante três meses, permitia visualizar os tempos de espera em 10 museus da cidade no seu *website* turístico. As avaliações recolhidas por meio de inquérito mostraram que mais de 80% dos inquiridos foram influenciados a nível comportamental pelas informações prestadas neste serviço e que mais de 50% dos inquiridos esperavam realmente por uma fila pequena para visitar o museu. O serviço já não está disponível, mas é expectável que volte a ser disponibilizado com melhorias e processos mais automatizados, uma vez que a informação era carregada manualmente pelos funcionários dos museus (o que não tornava a operação totalmente eficiente). Outras iniciativas que ocorreram em Amesterdão para a dispersão das massas incluem rotas gratuitas no cartão de transportes públicos para zonas mais afastadas do centro urbano e o estudo do comportamento dos visitantes, conforme se pode averiguar no subcapítulo seguinte.

Figura 5 – Projeto Live Lines em Amesterdão



Fonte: www.simplyamsterdam.nl

O estudo dos dados é uma componente fundamental para que um destino turístico se possa considerar *smart*. Os equipamentos tecnológicos geram dados capazes de serem guardados, interpretados, analisados e estruturados em informação com relevância para a tomada de decisão. A essência da *inteligência* nos destinos turísticos reside na capacidade de vincular o conhecimento adquirido a partir dos dados recolhidos à

tomada de decisão, de forma a criar uma experiência única aos visitantes do destino. Implica, naturalmente, que o destino disponha de infraestruturas de comunicação e informação capazes de produzir e recolher esses dados, bem como de um sistema que realize a interpretação dos mesmos e favoreça o consequente desenvolvimento de *inteligência*. Tipicamente, os dados são armazenados em “verticais” (i.e. temáticas) tendo em conta a sua origem (por exemplo: transportes públicos, atrações turísticas, tráfego). Neste ponto, é necessário que estes dados não se convertam em “silos” de dados, ou seja, em compilações de dados sem utilização prática e sob controlo de apenas uma entidade ou departamento. A interpretação vertical dos dados eventualmente permite a criação de soluções nas respetivas áreas, mas de forma isolada e até poderão não ser as soluções ótimas e mais eficientes para cada caso. A verdadeira *inteligência* exige que toda a informação assimilada nos “verticais” seja, também, interpretada horizontalmente, para que o conhecimento seja produzido pela integração das várias áreas envolventes. Adicionalmente, é necessário que os próprios dados sejam dispostos ao público por uma questão de transparência, de geração de confiança com os *stakeholders* e para que estes mesmos *stakeholders* possam produzir e utilizar a *inteligência* nos seus processos de criação de valor, qualquer que seja a sua área de intervenção.

No entanto, mesmo nas *smart cities*, a utilização dos dados ainda está longe de atingir o máximo das suas potencialidades. O impacto na vida quotidiana dos residentes e nas experiências dos turistas ainda é reduzido, o qual poderá ser justificado, entre outras, pelas seguintes razões: legislação relativa a proteção dos dados; a proteção do anonimato dos utilizadores; conflitos éticos e morais na extração de dados dos equipamentos pessoais sem a perceção dos utilizadores de que tal está a ocorrer; incapacidade em reconhecer os verdadeiros utilizadores

da informação na tomada de decisão; entre outras questões técnicas e funcionais.

Adicionalmente, outras problemáticas se levantam na utilização dos dados para a produção de inteligência artificial e à automação de processos e ações, como a imputabilidade da responsabilidade em caso de acidentes. Neste sentido, é defendida a disponibilização pública dos algoritmos que suportam estes mecanismos, por forma a que hajam constantes críticas, estudos, validações e melhorias, evitando-se acidentes e uma desresponsabilização de todas as partes. Adicionalmente, será necessário repensar e adaptar o quadro legislativo a todo este novo paradigma.

Por fim, é também discutida a importância da qualificação dos recursos humanos e a adaptabilidade dos planos formativos às novas exigências do mercado e às necessidades do setor turístico. Um estudo realizado por Femenia-Serra (2018) refere que, em Barcelona, há uma desadequação dos planos de estudos no ensino superior na área turismo, devido, sobretudo, à falta de integração de conhecimento em TIC's, no impacto do turismo nas sociedades e no desenvolvimento de *soft skills*. Num contexto que se pretende *smart*, o capital humano tem um papel fundamental na interpretação das novas dinâmicas sociais e económicas e na estruturação de soluções adequadas. Refira-se o caso da Suíça: considerada pelo Fórum Económico Mundial (2017) como a economia mais competitiva e inovadora do mundo, possui também um dos sistemas de ensino mais eficazes. Para poder prosperar em termos económicos por via das exportações, a Suíça apostou na produção de produtos e serviços de alto valor acrescentado (como por exemplo os relógios da marca *Swatch*). Para deter esta vantagem comparativa, o sistema de ensino foi estruturado de forma a exponenciar os talentos dos alunos deste muito cedo e a desenvolver *soft skills* fundamentais como a criatividade e a inovação, para que possam dar

contributos para a criação de valor após a entrada no mercado de trabalho. É, assim, crucial que os sistemas de formação e qualificação estejam adaptados às necessidades globais e específicas da cada região ou país e correspondam aos novos paradigmas. Não se refere

apenas à formação de recursos humanos para o mercado de trabalho, mas sim na formação de conhecimento, em termos teóricos e práticos, capazes de serem transferidos das universidades ou escolas especializadas para os sistemas público e privado.

Tabela 1 - Lições retiradas de medidas e ações implementadas em destinos internacionais

Medida/Ação	Destino Turístico/Cidade	Benefícios/prejuízos para o destino	Lições a retirar
Corredor BRT (<i>Bus-Rapid-Transit</i>)	Nova Deli	Corredor desmantelado alguns anos após a sua implementação, com registos de acidentes, avarias e constantes congestionamentos.	Os projetos devem ser devidamente estruturados, de forma a corresponder às necessidades reais do destino turístico. Não podem ser encarados como “meias soluções”, mesmo que implique uma implementação faseada.
Central Híbrida Gorona del Viente	El Hierro	Anunciado como um projeto que iria promover a produção de energia elétrica apenas com fontes renováveis, os primeiros anos ficaram aquém das expectativas, apesar das melhorias de ano para ano.	É necessário, por um lado, gerir as expectativas de todos os <i>stakeholders</i> e, por outro lado, não encarar os projetos como soluções imediatas a todos os problemas. Tem de haver avaliações rigorosas dos resultados e intervenções quando justificável.
Conversão para <i>Smart City</i>	Montreal	Apesar do setor turístico estar incluído no plano de conversão para <i>smart city</i> , o conceito <i>smart</i> não foi devidamente implementado neste setor.	Dada a complexidade e as dinâmicas próprias do setor turístico, é necessário mobilizar os <i>stakeholders</i> do setor turístico a participar ativamente no processo de conversão.
Simulação de ambientes <i>outdoor</i>	Vários	Redução da sazonalidade.	A tecnologia e a inovação permitem criar experiências que não estejam dependentes de fatores exógenos.
Projeto <i>Live Lines</i>	Amesterdão	Redução de filas de espera e da sobrecarga turística	Através da <i>sensorização</i> e da recolha e análise de dados, é possível criar soluções que evitem a sobrecarga turística.
Viagens gratuitas de transportes públicos	Amesterdão	Redução do <i>overcrowding</i> e dispersão das massas para locais menos sobrecarregados	Apesar dos meios tecnológicos serem muito importantes, estas são apenas um meio para um fim, e não o fim em si mesmo. As políticas públicas também serão muito importantes para o processo de conversão.

Na Tabela 1, apresenta-se, de forma sumária, as lições que devem consideradas no processo de conversão dos Açores. Importa, ainda, destacar as lições retiradas pela consultora PWC (2014) no processo de conversão de Barcelona para *Smart City* e, posteriormente, para *Smart Destination*. O sucesso da conversão está sustentado em 5 fatores críticos: definição de uma visão e estratégia a longo prazo que inclua a utilização de tecnologias de

informação para atingir os objetivos estratégicos de acordo com as necessidades do destino; existência de colaboração público-privada; transformação organizacional; inovação e envolvimento da população; e promoção internacional. Adicionalmente, o cumprimento destes fatores críticos deverá estar acompanhado por um programa de gestão robusto e o financiamento necessário para a realização dos projetos.

3.2. Casos de sucesso

A análise de casos de sucesso permite reunir um conjunto de boas práticas que já estão a ser implementados em destinos com maior grau de maturidade do que os Açores ou que têm uma maior penetração das tecnologias na gestão do destino. Desta forma, conforme as necessidades da Região (identificadas em fase de diagnóstico), estas práticas poderão ser devidamente adaptadas e implementadas ou constituírem-se como *benchmarks* para a estruturação de novas soluções. Os casos de estudo selecionados referem-se a soluções tecnológicas de referência no turismo a nível nacional e internacional, abrangendo diversos elos da cadeia de valor, como a mobilidade e transportes, produtos e serviços, informação turística e promoção, serviços de apoio, atividades turísticas, planeamento e gestão do destino. Não está em causa apenas a

componente tecnológica, mas sim, sobretudo, o processo racional que sustenta cada uma dessas soluções na prossecução do objetivo final de criar Destinos Turísticos Inteligentes.

Algumas das soluções foram estruturadas, numa primeira fase, no âmbito de projetos de *smart city*. Porém, devido às sinergias que se criam com o setor turístico e em função das novas exigências dos turistas, foram devidamente aproveitadas pelos órgãos gestores dos respetivos destinos para a implementação do conceito de *smart destination*. Apesar dos casos de estudo selecionados se referirem a exemplos de sucesso da aplicação das tecnologias na gestão e qualificação dos destinos turísticos, importa salientar que também são focados aspetos relacionados com os restantes eixos que estruturam um Destino Turístico Inteligente segundo a Segittur (2015): a inovação, as acessibilidades e a sustentabilidade.

Gotemburgo

Transporte público sustentável



A cidade de Gotemburgo, na Suécia, está a desenvolver um projeto inovador para a implementação de uma rede de transportes públicos elétricos e que promete ter um grande impacto no planeamento urbanístico da cidade. Conta com o contributo da indústria dos transportes, das instituições científicas e da sociedade local. O projeto encontra-se em fase de testes e avaliação das operações, com a circulação de três autocarros elétricos numa única rota, carregados a partir energia produzida através de fontes renováveis. A poupança energética atinge os 80% e são totalmente livres de emissão de gases poluentes. A bordo, os passageiros têm acesso a carregadores de bateria e a *wi-fi* gratuito. Nesta rota, circulam mais sete autocarros híbridos, sendo que em 70% do percurso é utilizada energia elétrica. No âmbito do projeto, há, ainda, o objetivo de desenvolvimento de novas soluções ao nível do planeamento urbanístico, das paragens de autocarros, da produção e armazenamento de energia, entre outras.

Portugal

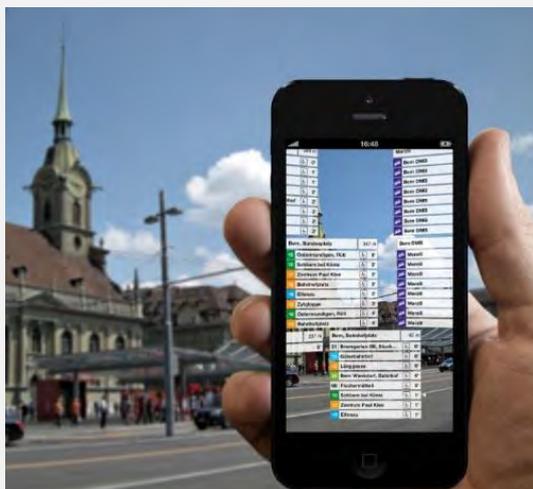
Lojas interativas do Turismo do Porto e Norte de Portugal



Com uma rede de quase 70 espaços distribuídos pelos concelhos da região norte, as lojas interativas do Turismo do Porto e Norte de Portugal constituem-se como espaços inovadores para a uniformização e divulgação da informação turística de modo tecnológico e digital e em várias línguas num destino turístico que está em franco crescimento. De entre os equipamentos disponíveis, destacam-se as mesas interativas *multi-touch*, os ecrãs de projeção temática e salas com ambientes tridimensionais. Muitos dos espaços contam com um posto de turismo virtual no exterior – TOMI interativo – para que a informação seja consultada 24 horas por dia. É intenção do organismo responsável abrir lojas interativas em mercados-chave que estejam a uma curta viagem de avião para esta região, à semelhança do que já acontece com o espaço em Santiago de Compostela. Refira-se que o *Porto Welcome Centre*, inaugurado em 2016, é considerado a maior loja de turismo do mundo.

Suíça e EUA

Aplicação *Departures*



Galardoada com prémios de melhor aplicação de realidade aumentada, *Departures* é uma solução inovadora para os residentes e turistas na Suíça, na cidade de Nova Iorque e na baixa da cidade de São Francisco. Está vocacionada para a facilitação e orientação no que concerne ao transporte coletivo de passageiros. Graças a uma plataforma de *open data*, os utilizadores da aplicação, ao apontarem a câmara do seu dispositivo móvel para uma estação ou paragem de autocarro, ficam com informação (sobreposta à imagem que está a ser captada) relativa à paragem ou estação mais próxima, às opções de transporte disponíveis (comboios, autocarros, teleféricos e outras) e aos tempos reais até à chegada destes transportes, incluindo avisos de atrasos e mudanças de plataforma. Adicionalmente, a aplicação permite saber qual a próxima opção de transporte, com base na localização do utilizador, possibilitando, ainda, saber quais das opções de transporte têm acessibilidades para cadeira de rodas.

Londres

Restaurante Inamo



O restaurante londrino Inamo, inaugurado em 2008 e especializado em cozinha asiática, utiliza as novas tecnologias para proporcionar uma experiência autónoma, independente e interativa aos seus clientes, o que lhe tem garantido variados prémios ao longo dos anos. Através de uma projeção para a mesa a partir de equipamentos instalados no tecto da sala e de um sistema de *touchpad* via *Bluetooth* que acompanha os movimentos do utilizador, é possível ver o menu com fotografias, realizar o pedido, desafiar os companheiros em minijogos ou jogá-los individualmente, ter acesso à câmara do *chef* para visualizar a preparação das refeições, escolher decorações para a mesa e desenhar na própria mesa. Para além da componente do entretenimento, a tecnologia presente permite libertar das funções dos recursos humanos o registo dos pedidos dos clientes e recolher dados, em tempo real, dos *reviews* que os clientes dão às refeições e serviço de mesa.

Amesterdão

Turismo de massas e as tecnologias



A capital holandesa, Amesterdão, tem recorrido às tecnologias para enfrentar os desafios decorrentes do turismo de massas e do *overcrowding*, de forma a evitar medidas proibitivas de entrada de visitantes. Os gestores do destino têm-se debruçado sobre o estudo do comportamento dos turistas, através dos dados recolhidos do *chip* do cartão turístico da cidade (que dá acesso a atrações e a transportes públicos gratuitos). Para afastar os turistas das atrações mais visitadas e colocá-los nas atrações mais periféricas, foram incluídas rotas gratuitas no cartão turístico para zonas mais periféricas. Foi, também, desenvolvida uma aplicação que lança alertas quando uma atração turística está cheia, sugerindo alternativas. Está, ainda, em fase de testes um serviço para o Facebook Messenger que utiliza a inteligência artificial para sugerir atividades com base no perfil do Facebook dos turistas, bem como nas suas publicações e gostos, estimando-se que esteja finalizada no final de 2018.

Barcelona

Smart Destination



A cidade de Barcelona é uma das maiores referências no que se refere à adoção dos conceitos de *smart city* e *smart destination*. O município tem um elevado compromisso com a sustentabilidade para dar resposta, também, aos desafios do turismo de massas e *overcrowding*. De entre as medidas inovadoras que a cidade está a tomar, destacam-se: autocarros híbridos; paragens de autocarro interativas; sistema de aluguer de bicicletas; sistema inteligente de gestão de estacionamento; caixotes de lixo com sistema pneumático subterrâneo; iluminação inteligente; utilização das energias renováveis; aplicações móveis para a mobilidade urbana e cartões de mobilidade universais. Para além da sustentabilidade, a cidade tem uma grande preocupação com a acessibilidade, dispondo de um portal turístico exclusivo para o turismo inclusivo. Refira-se que o sistema coletivo de transporte possui, na globalidade, uma certificação de acessibilidades, marcando a diferença perante outros destinos.

Barcelona

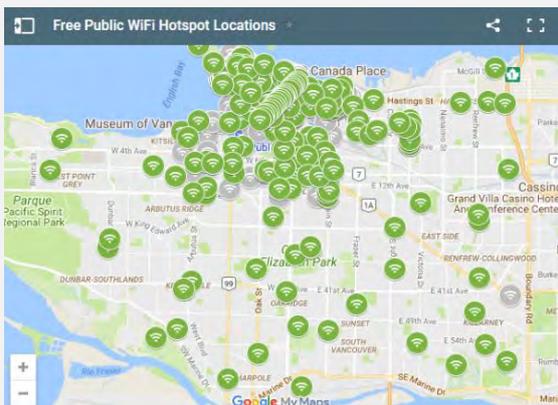
Sistema de Informação Turística



A província de Barcelona dispõe de uma rede com mais 500 quilómetros de fibra ótica, o que permitiu a instalação de mais de 670 *hotspots* e a estruturação de soluções enquadradas na conhecida *Internet of Things*. Entre elas incluem-se os sistemas de *sensorização* da energia, dos resíduos, do estacionamento, entre outros, para além de soluções inovadoras como as paragens de autocarro digitais. Esta monitorização, *sensorização* e interligação de sistemas gera um grande conjunto de dados (*big data*), que tem sido aproveitado para o estudo do turismo. O LABturisme, um gabinete especializado, está a desenvolver um Sistema de Informação Turística composto por cerca de 40 indicadores. Integra a *big data* para medir e analisar a sustentabilidade e a competitividade de 35 destinos desta província, incluindo estatísticas sobre transportes e mobilidade e dados da procura e da oferta turística, do *website* e das redes sociais, fomentando a competição saudável entre eles.

Vancouver

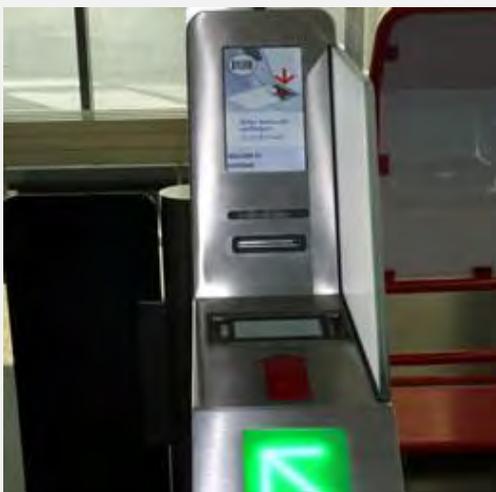
Wi-fi gratuito



A cidade canadiana de Vancouver anunciou, no início do ano de 2018, a expansão da rede de serviço Wi-fi gratuito. Passou de 45 para cerca de 600 localizações, tornando-se numa das maiores redes públicas gratuitas da América do Norte. A Câmara Municipal de Vancouver ressalva que esta iniciativa se enquadra na Estratégia Digital, na Estratégia para o Turismo e na Estratégia para o Desenvolvimento Económico, que estão atualmente em vigor na cidade. Vancouver pretende ser a cidade líder no continente americano na implementação dos preceitos de *smart city*, algo que advém do seu elevado compromisso com a sustentabilidade. A recolha de dados da rede de *wi-fi* é, também, um dos objetivos do projeto, uma vez que a interpretação da *big data* irá auxiliar nas tomadas de decisão racionais. Prevê-se que a largura de banda desta nova estrutura ronde os 10 Mbps, não haverá limite para a utilização dos dados e não será necessário providenciar informação pessoal para aceder à rede.

Multinacional

SITA



A empresa multinacional SITA, com sede na Suíça, é uma das maiores especialistas na estruturação de soluções de informação e comunicação para a indústria da aviação. Os seus produtos têm revolucionado o modo como toda a indústria opera e encara as novas tecnologias, não só nos aeroportos, como também a bordo das aeronaves. De entre as inúmeras soluções providenciadas, destaca-se a primeira aplicação de realidade aumentada desenvolvida para a Malaysia Airlines, em que os utilizadores, através da câmara do dispositivo móvel e da localização por GPS, têm acesso às melhores ofertas de voos nos aeroportos mais próximos. Foram, também, desenvolvidas soluções com a utilização da tecnologia NFC, que facilitam o processo de *check-in* e passagem pelas portas de segurança; bem como aplicações para utilizar a bordo do avião, que dão acesso a informações relevantes, como o seu *layout*, informações de segurança e meteorologia, para além de permitirem a realização de compras na hora.

Nova Iorque

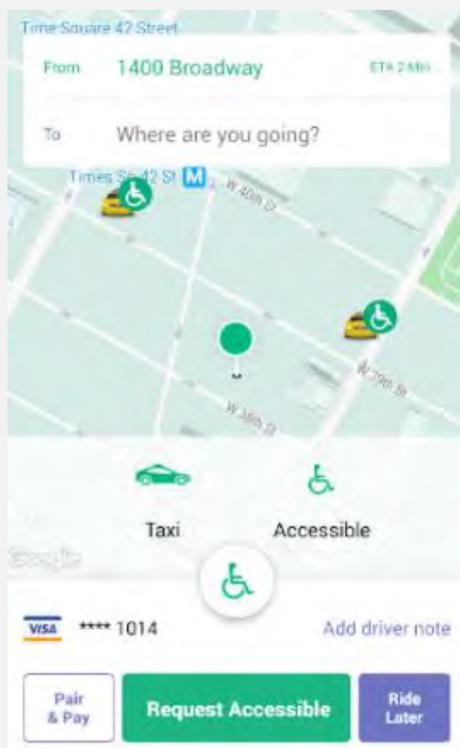
Realidade aumentada | Campanha *The World Park*



No âmbito das comemorações do Dia da Árvore em 2010, o Central Park foi, durante um fim-de-semana, palco da campanha de realidade aumentada intitulada *The World Park*. Com a disponibilização de códigos QR por vários pontos do parque, os utilizadores puderam vivenciar experiências através do telemóvel, como ver e ouvir um concerto de uma orquestra sem esta estar presente, reviver o projeto *The Gates*, de Christo e Jeanne-Claude, ter aulas de bicicleta com Dustin Hoffman, participar num questionário de cultura geral, ver imagens do parque segundo a visão original dos *designers* do parque, obter informações sobre a história do parque ou ver cenas de filmes e séries que foram filmados neste parque. Apesar de ter sido uma iniciativa limitada no tempo, até porque os acessórios que suportavam os códigos QR ficaram danificados, esta foi uma iniciativa pioneira e com muito sucesso, dando o mote para a criação de outras iniciativas em todas as partes do mundo.

EUA

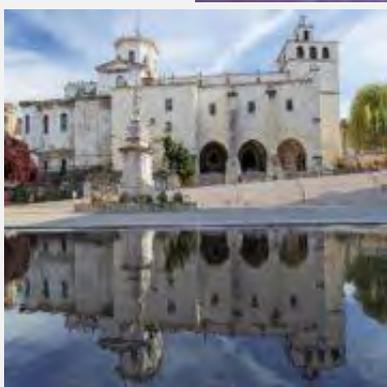
Aplicação *Curb*



A aplicação para dispositivos móveis *Curb* é uma plataforma que permite aos utilizadores a requisição ou a reserva de um táxi em quase todas as áreas metropolitanas dos Estados Unidos da América. Para além disso, em algumas das cidades, é possível pagar a viagem através da aplicação, reduzindo o inconveniente de pagar no fim da viagem, e solicitar veículos acessíveis. Esta aplicação é uma excelente ferramenta para desburocratizar o processo de utilização de táxis e dinamizar a mobilidade urbana em transportes coletivos licenciados, principalmente quando se tem em conta a existência de outras plataformas de *ride-sharing* (como a Uber), que apresentam preços substancialmente mais baixos do que os táxis devido à atual não obrigatoriedade de licenciamento dos condutores. A empresa está a desenvolver mais soluções para os operadores e reguladores, com o objetivo de criar uma plataforma integrada onde todos os sistemas estão interconectados.

Santander

Sensorização da cidade



Um consórcio de 25 parceiros liderado pela empresa de telecomunicações espanhola Telefónica procedeu à colocação de mais de 12.000 sensores na cidade espanhola de Santander para monitorizar o tráfego da cidade, o consumo de energia, a despejo de resíduos, um processo que demorou cerca de 3 anos. A partir dos dados recolhidos e com a devida interpretação dos dados, a Câmara Municipal tem acesso a uma plataforma que permite uma visão global de toda a informação produzida pelos sensores, atualizada em tempo real, que permite a otimização dos recursos públicos, por exemplo, na recolha do lixo, no ajuste à luminosidade pública, na gestão de filas ou acidentes rodoviários. Para os cidadãos e turistas, a aplicação para dispositivos móveis “Pulse of the City” permite que estes comuniquem uma anomalia apenas com uma fotografia, visualizem o tráfego da cidade em tempo real e tenham acesso a informação sobre o estacionamento, poluição e transportes públicos.

Dubai

Smart Dubai



Dubai, o emirado com mais população dos Emirados Árabes Unidos, apresentou a estratégia *Smart Dubai*. A visão subjacente pretende tornar Dubai na cidade mais feliz do mundo para viver e visitar, fomentando a eficiência, a integração de serviços, a segurança e a personalização das experiências. A primeira iniciativa desta estratégia já se encontra implementada: um sistema de medição da felicidade instalado nos departamentos governamentais, nos serviços públicos e no setor privado. O objetivo primordial é a elaboração de um *dashboard* com a identificação das zonas da cidade onde há mais e menos felicidade. No setor turístico, encontram-se iniciativas como o e-Ticketing (sistema *online* para a compra de bilhetes para eventos), o sistema Nahaam (guia turístico instalado em *ferry boats*) ou a identificação eletrónica no aeroporto. Estão em vigor mais iniciativas no âmbito do *Smart Dubai*, como o *Smart Dubai Internet of Things*, *Smart Dubai 2021* e o *Dubai Blockchain*.

Internacional

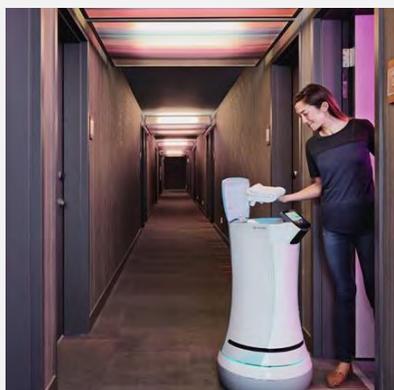
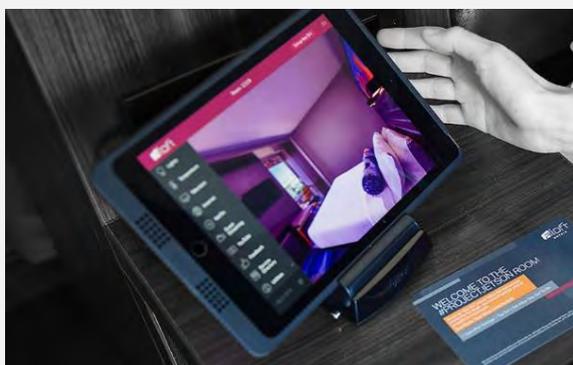
The VOID



The VOID é uma *startup* norte-americana que pretende oferecer uma experiência de “híper realidade” virtual aos residentes e turistas amantes da tecnologia e de novas experiências. Criada em 2015, a empresa já conta com centros de experiências e atrações nos Estados Unidos da América, no Canadá e nos Emirados Árabes Unidos. A primeira experiência em público deu-se no Verão de 2016 sob a temática do filme *Ghostbusters*. Recentemente, foi lançada uma nova atração inspirada no filme *Star Wars*. A experiência vai para além do mero uso da visão: a incorporação de sensores no fato permite que o cliente tenha também sensações ao nível do olfato e da temperatura ambiental. Além disso, a facto de ser possível andar garante que a experiência não seja estacionária. Apesar de não ser a primeira experiência de realidade virtual existente, The VOID tem primado pela qualidade das atrações e por uma verdadeira imersão nas realidades virtuais desenvolvidas.

Internacional

Aloft Hotels



A cadeia de hotéis Aloft, com mais de 100 estabelecimentos em vários pontos do mundo, com estéticas que primam pela modernidade e contemporaneidade, recorre, de forma estratégica, à tecnologia para proporcionar experiências verdadeiramente personalizadas. A mais recente inovação tecnológica inaugurada foi o controlo por voz da temperatura, da iluminação e de outras funcionalidades nos quartos do hotel, com recurso a um iPad instalado no quarto e a uma aplicação personalizada que ativa as funções através da voz. Outras inovações já existentes em alguns dos hotéis desta cadeia são: o programa TiGi (“Text it, Get it”), que permite solicitar serviços de quarto a partir do envio mensagens de texto com Emojis; o robot Botlr, que faz entrega de pedidos solicitados pela aplicação do hotel ao quarto autonomamente; e o programa SPG Keyless, que permite aceder ao quarto com o telemóvel ou com o Apple Watch, ou seja, sem recurso a uma chave.



4

Análise da ● Situação Atual

O setor do turismo tem sido um dos mais dinâmicos no mercado mundial, evoluindo muito significativamente nos últimos anos, tanto na oferta como na procura. Todas as previsões apontam para um crescimento contínuo e muito acelerado até 2030, com um impacto generalizado em diversos setores de atividade. Os Açores não ficaram indiferentes a este paradigma e, recentemente, têm evoluído de forma muito significativa.

O diagnóstico que a seguir se apresenta espelha, de forma objetiva, com dados qualitativos e quantitativos, diferentes dimensões da oferta e da procura turística na Região, para além de analisar, detalhadamente, toda a sua envolvente. Este procedimento foi elaborado de acordo com as boas práticas internacionais relativas ao estudo de locais que pretendem adotar o conceito de *Smart Destination*, procurando uma preparação devidamente consolidada da sua implementação. Comporta, por isso, a aplicação de instrumentos técnicos, como ferramentas de autodiagnóstico e análise SWOT, para além da análise a fatores tecnológicos, de inovação, de sustentabilidade e de acessibilidade, integrando informação de fontes secundárias e primárias, entre as quais estudos técnicos e científicos, documentos estratégicos, legislação e entrevistas a profissionais do setor do turismo.

4.1. Turismo nos Açores

A nível nacional e regional, o turismo está cada vez mais a assumir um papel de destaque no crescimento económico. Nos Açores vive-se um novo paradigma, com crescimentos muito acentuados e que estão a causar uma reestruturação da economia. As perspetivas de evolução do setor turístico revelam alterações substanciais na relação da oferta com a procura, com uma capacidade de mutação cada vez mais rápida, ditada por tendências de consumo de novos segmentos de mercado e progressos tecnológicos que acentuam a importância da economia de partilha e da web.

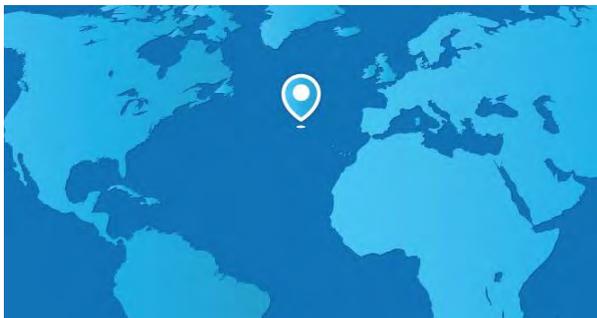
4.1.1. Caracterização Institucional

Os Açores, definidos como Região Autónoma desde 1976 pela Constituição da República Portuguesa e pelo Estatuto Político Administrativo da Região Autónoma dos Açores, estão situados em pleno Oceano Atlântico, dispersando-se ao longo de um eixo sudeste-noroeste ligeiramente superior a 600 km e abrangendo uma área total de 2.322 km². A Região possui governo próprio com poder executivo e uma assembleia legislativa regional, eleita por sufrágio universal direto, composta por nove ilhas de dimensões muito heterogéneas e relativamente reduzidas, que distam pouco mais de 3.300 km de Boston (Estados Unidos da América) e sensivelmente 1.400 km de Lisboa. Este enquadramento define-a como região ultraperiférica (RUP) da União Europeia (UE), em paralelo com a Madeira, Canárias, Guadalupe, Guiana Francesa, Martinica, Reunião, Saint-Barthélemy e Saint-Martin. Alguns dos grandes desafios de desenvolvimento dos Açores provêm deste distanciamento dos centros de decisão agravado pela fragmentação e dispersão do seu mercado interno.

As ilhas possuem condições edafoclimáticas particulares, que têm influenciado diretamente, ao longo do tempo, o desenvolvimento socioeconómico da Região. A origem vulcânica resulta numa configuração peculiar e acidentada do relevo, mas também numa notável diversidade paisagística e numa riqueza geológica valorizadoras da imagem do arquipélago. Nos Açores existem 26 sistemas vulcânicos ativos, incluído 8 submarinos, o que acoplado à localização numa zona de junção de três placas tectónicas (Norte-Americana, a Eurasiática e a Africana) e à presença do Rife da Terceira, origina uma atividade sísmica intensa e manifestações geológicas de diferentes naturezas. A riqueza ambiental e paisagística da Região, caracterizada pela abundância da cor verde, é também influenciada por um clima temperado marítimo, de temperaturas amenas ao longo de todo o ano (e conseqüente amplitude térmica

reduzida), pluviosidade regular e grande variabilidade das condições climáticas.

Figura 6 – Localização geográfica do arquipélago dos Açores



Fonte: www.visitazores.com

Historicamente, a localização e as condições geográficas do arquipélago têm produzido inerentes desafios estruturais e oportunidades estratégicas para o seu desenvolvimento. Por um lado, a pequena dimensão das ilhas e a sua dispersão resultam numa grande fragmentação do mercado, com naturais repercussões na eficiência dos recursos, na atividade económica e na multiplicação de estruturas e equipamentos produtivos. Esta situação é agravada pela heterogeneidade da dimensão das ilhas, com impactos diretos na concentração populacional e no grau de desenvolvimento económico. Por outro lado, a localização do arquipélago tem conferido à Região, desde o tempo dos Descobrimientos, uma importância estratégica em vários domínios, nomeadamente logístico e militar, através da confluência de rotas transatlânticas, do desenvolvimento de serviços e estruturas de apoio à navegação e à aviação e ao apoio a manobras militares nos grandes conflitos mundiais. A utilização da Base das Lajes, na ilha Terceira, revelou, num passado recente, essa importância nas relações entre os Estados Unidos da América e a Europa, que poderá ser reforçado se, eventualmente, a Parceria Transatlântica de Comércio e Investimento (vulgo Acordo de Comércio Livre) for implementada. Por último, há a referir o imenso potencial da Zona Económica Exclusiva dos Açores, uma das maiores da União Europeia, que confere à Região e ao País grandes oportunidades de

desenvolvimento em torno da economia do mar, integrando setores como a logística, pescas, investigação científica e turismo náutico e desportivo. Note-se que esta é, inclusivamente, um dos temas atuais mais críticos para a diplomacia portuguesa.

A estratégia para o desenvolvimento do turismo nos Açores é descrita no Plano Estratégico e de Marketing Turístico dos Açores (PEMTA) (IPDT,2016), apresentado publicamente em 2016 pelo Governo Regional dos Açores. Este plano apresenta, claramente, os objetivos fundamentais a serem atingidos, os princípios do posicionamento no mercado do destino e os produtos turísticos.

O PEMTA estabelece quatro objetivos críticos para o turismo nos Açores. Esses objetivos estão alinhados com a fase do ciclo de vida do destino, os seus recursos, os agentes do setor e as dinâmicas da oferta e da procura:

- Alavancar a notoriedade dos Açores junto dos consumidores finais;
- Posicionar os Açores como um destino exclusivo de natureza exuberante;
- Promover a cooperação permanente entre os intervenientes públicos e privados na sua execução;
- Melhorar a competitividade do destino e aumentar os fluxos turísticos.

Para atingir estes objetivos, foram identificados cinco princípios fundamentais. Estes são os constructos da estratégia, orientando todas as decisões e ações a serem desenvolvidas:

1. Turismo de natureza é o principal produto dos Açores, capitalizando os seus recursos naturais e biodiversidade, apesar de necessitar de uma estratégia de produtos complementares;
2. Garantir a possibilidade de visita a todas as ilhas, tirando partido das melhorias na rede de transportes inter-ilhas (novas OSP's);

3. Ter como aspetos diferenciadores a proximidade do mercado, a singularidade e a autenticidade de cada ilha, a paisagem, a segurança e a tranquilidade dos locais;
4. Incentivar a melhoria continua no desempenho das áreas características do turismo;
5. Trabalhar a sustentabilidade dos Açores, conservando e preservando os lugares e as comunidades locais, através do reforço dos princípios da sustentabilidade.

Como consequência destes elementos estruturais, o PEMTA estabelece que o posicionamento de mercado dos Açores deve ser baseado no conceito de um destino natural, de beleza rara, sem influências externas. Não deve ser vocacionado para o turismo de massas, mas ao invés ser focado em nichos muito específicos que procuram experiências únicas na vida. Neste sentido, o posicionamento de mercado específico dos Açores em 2020 deve ser:

Tabela 2 - Futuro posicionamento dos Açores como destino turístico

Futuro Posicionamento (2020)

Preposição de valor:

- Um destino (Português/Europeu) no meio do Atlântico;
- Ilhas vulcânicas ambientalmente preservadas (no seu estado natural), de natureza exuberante;
- Harmonia dos 4 elementos: água, terra, fogo e ar;
- Exclusivo;
- Beleza mística;
- O visitante é recebido como convidado especial;
- Proteção e segurança;
- Diversidade e qualidade das atividades em terra e mar.

Fonte: www.visitazores.com

Assim, as grandes oportunidades detetam-se nos mercados de nicho, com elevado valor acrescentado, e do turismo náutico e rural. No entanto, é necessário ter em atenção o risco de massificação, que colocará em causa o

desenvolvimento sustentável e a qualidade da experiência turística do destino. A política pública no que concerne ao ordenamento do território e aos transportes será fundamental para assegurar este equilíbrio

Em 2008, o Governo Regional dos Açores apresentou o Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA) (Decreto Legislativo Regional n.º 38/2008/A, de 11 de agosto). Foi definido como um mecanismo fundamental para atingir o desenvolvimento sustentável do setor turístico na região. Com efeito, foi, também, um instrumento criado para orientar os vários agentes económicos e disciplinar a ação administrativa, estabelecendo os produtos turísticos estratégicos e a evolução da oferta turística até 2015. Não obstante, este plano ainda está em vigor, apesar de ter sido parcialmente suspenso e está em profunda revisão.

Durante alguns anos, o POTRAA foi o instrumento central da estratégia para o turismo dos Açores, apesar de ser um instrumento de gestão territorial. A forma como foi desenvolvido permitiu a concentração de muito mais do que apenas mecanismos de gestão do território, alargando o seu alcance à estratégia para o turismo regional. Sabendo que a imagem dos Açores como destino turístico estava fortemente relacionada com a natureza e a sustentabilidade, o plano estabeleceu cinco Linhas Estratégicas de Desenvolvimento:

- LED 1.** Reforço e aprofundamento das condições técnicas, organizacionais e regulatórias de apoio ao desenvolvimento turístico;
- LED 2.** Suporte à melhoria das infraestruturas e serviços complementares de apoio/suporte ao setor turístico, às acessibilidades internas e externas e à sinalização turística;
- LED 3.** Suporte ao desenvolvimento, qualificação e diversificação da oferta turística regional;
- LED 4.** Fomento da procura turística e da visibilidade externa do turismo regional;

LED 5. Suporte a ações específicas no âmbito do ordenamento turístico do território.

O POTRAA estabeleceu um modelo de organização do território, com suporte cartográfico, para além de sugerir um modelo de distribuição da oferta turística em cada ilha e uma abordagem coordenada com instrumentos de gestão territorial municipais. O plano recomenda, claramente, a criação de espaços específicos com vocação turística, de acordo com as características naturais, urbanas e cénicas, para além de uma atenção especial a áreas ecológicas mais frágeis, limitando o seu uso para o turismo.

O documento também identificou os principais produtos turísticos por ilha e estabeleceu estrategicamente um produto turístico *core* específico e algumas outras características complementares para cada uma das nove ilhas. Isto foi feito para servir de linha orientadora para o desenvolvimento turística das ilhas, para mobilizar as características diferenciadoras e para estabelecer uma estratégia coerente para a preservação do ambiente e da identidade cultural para cada ilha. Estes produtos e recursos devem influenciar a estratégia de turismo regional e o desenvolvimento turístico a nível local, de acordo com as peculiaridades e os contextos social, económico, ambiental e cultural específicos.

Como já mencionado, o POTRAA está sob profunda revisão e é expectável que, no final do ano de 2018, uma nova versão já esteja disponível. Os objetivos para este processo são os que se agora apresentam:

- Redefinir a organização dos Açores como destino turístico, em acordo com desenvolvimento sustentável e integrado da atividade turística;
- Melhorar a qualidade da oferta turística regional;
- Contribuir para o aumento: da procura turística na região; estada média; e das receitas turísticas;

- Distribuir mais equitativamente os fluxos turísticos pelas nove ilhas e durante o ano, de forma a suavizar os efeitos negativos da sazonalidade turística;
- Preservar o património natural e cultural;
- Identificar, em cada ilha, as áreas associadas às diferentes atividades turísticas e ao estabelecimento de novas empresas turísticas, indicando a respetiva tipologia e a capacidade de carga de cada zona;
- Prevenir a degradação do destino, através de uma política de turismo sustentável.

Há ainda que ter em conta que o turismo foi selecionado como um dos três setores chaves na Estratégia de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente da Região Autónoma dos Açores (RIS3). Foi estabelecida uma visão para o setor, assumindo-se como um cenário prospetivo e que orientou o planeamento estratégico subsequente:

Em 2020, a Região Autónoma dos Açores será reconhecida como um destino de excelência para segmentos de mercado específicos, em que os atores regionais, atuando de uma forma coordenada e recorrendo a ferramentas inovadoras, são capazes de estruturar uma oferta qualificada, que promove, de forma sustentável, o aproveitamento dos elementos diferenciadores.

Para materializar esta visão, foram estabelecidas três prioridades estratégicas, em que a sua definição teve em consideração, entre outros, aspetos como a existência de recursos ou competências específicas da região, a existência de massa crítica e entidades relevantes, as necessidades estruturantes regionais e o potencial de diferenciação face ao exterior:

TUR1. Aplicação das tecnologias de Informação e Comunicação no setor do Turismo;

TUR2. Identificação e atração de segmentos turísticos específicos a nível internacional, na ótica do desenvolvimento de um turismo sustentável;

TUR3. Fomento das relações colaborativas e promoção de atividades inovadoras relacionadas com o turismo.

O facto de ser seleccionado como um setor prioritário para a especialização inteligente da Região Autónoma dos Açores concedeu ao turismo uma importância reforçada na política de investimento e no Quadro Comunitário de Apoio da União Europeia para os Açores no período 2014-2020, uma vez que a definição desta estratégia foi uma condição prévia para a utilização e alocação de Fundos Estruturais e que é tida em conta na preparação do Programa Operacional.

Importa ainda referir que as atividades desenvolvidas pelo Fundo Regional de Ciência e Tecnologia respondem diretamente à prioridade estratégica **TUR1**, uma vez que faz parte das suas competências a promoção e a participação em projetos e estudos de âmbito científico e tecnológico. Desta forma, o contributo do FRCT para o desenvolvimento e qualificação inteligente do setor turístico nos Açores torna-se evidente e coaduna-se com a estratégia definida para o setor. O presente trabalho é um exemplo deste contributo, uma vez que serão desenhados e estruturados um conjunto de projetos e ações no âmbito das TIC com o objetivo de transformar os Açores num Destino Turístico Inteligente.

4.1.2. Recursos Turísticos

Os Açores detêm vários recursos turísticos de grande qualidade, sobretudo ao nível dos recursos naturais. Não obstante, os recursos culturais apresentam, também, um grande potencial e é cada vez mais evidente a qualidade dos recursos criados. Deste modo, a Região tem desenvolvido vantagens competitivas que se afiguram como sustentáveis e que, mesmo em períodos em que a aposta no turismo foi de diferente índole, demonstraram

o seu potencial. Porém, com o processo de globalização, que é particularmente intenso e característico no setor do turismo, os concorrentes já não são apenas os países/regiões “vizinhos” e pequenas alterações no mercado podem significar mudanças paradigmáticas no fluxo de turistas. Esta nova realidade exigiu uma preparação mais estruturada na abordagem ao mercado, aumentando a importância do desenvolvimento de estratégias para potenciar os recursos locais e assegurar vantagens competitivas, onde se inclui a estruturação de novos ou mais complexos produtos e serviços.

A liberalização do espaço aéreo demonstrou ser uma enorme oportunidade para os Açores, algo que se reflete nos vários indicadores de desempenho turístico desde 2015. Porém, esta evolução ainda deve ser analisada com prudência, dado o estado atual do ciclo de vida do destino, para além de também ser necessário ter em consideração as ameaças daí decorrentes. Note-se que é fundamental compreender que a fase de crescimento que atualmente se verifica é estruturalmente diferente de outras fases de crescimento que o turismo dos Açores já conheceu, apresentando desafios e oportunidades muito específicas. Segundo o PEMTA, perspetivava-se que em 2020 o número de hóspedes atingisse os 530 mil (considerando apenas a hotelaria tradicional). Todavia, em 2017 esse indicador aproximou-se dos 595 mil hóspedes, ultrapassando, em larga medida, a meta definida. Demonstra, por isso, um novo paradigma no setor, que pode não ter sido devidamente considerado no processo de planeamento. A revisão do POTRAA terá, obviamente, uma missão fundamental neste aspeto e na sustentabilidade do destino.



Figura 7 – Produtos Estratégicos para o Destino Turístico «Açores»



Fonte: PEMTA (2016)

No que concerne aos recursos turísticos, o clima, a biodiversidade, a qualidade paisagística, a geodiversidade, a cultura, as tradições e o património edificado são alguns dos elementos mais atrativos e competitivos dos Açores. Consequentemente, o Turismo de Natureza, sobretudo na vertente ativa, foi identificado como o produto prioritário para o desenvolvimento turístico da Região e aquele que deverá nortear e mobilizar o seu posicionamento no mercado enquanto destino. Complementarmente, foram identificados o turismo náutico, o *touring* cultural e paisagístico, a gastronomia e a saúde e bem-estar como produtos de diversificação e enriquecimento da oferta. Além disso, perspetivou-se a mobilização da proximidade, singularidade e autenticidade de cada ilha, a paisagem, a segurança e a tranquilidade dos locais como aspetos diferenciadores, referindo-se que o desenvolvimento do turismo e o posicionamento de cada ilha deveriam ter em consideração as características específicas da sua oferta e as motivações de cada segmento de mercado.

No processo de conceção do PEMTA, a recolha de informação junto de diversos *stakeholders* do turismo dos

Açores, incluindo agentes turísticos, operadores turísticos e residentes, permitiu aferir que o turismo da Região assenta nos recursos naturais e na sua conservação, com evidente capacidade para potenciar a diferenciação e a estruturação da oferta. Ressalva-se, ainda, a perceção de segurança do destino e o contributo do setor para a melhoria da economia local, o que facilita a mobilização da população na sua defesa e desenvolvimento.

Estas são conclusões corroboradas por diversos estudos e publicações. Santos *et al.* (2011) evidenciam que os turistas que visitam os Açores apreciam particularmente a paisagem, o clima, a hospitalidade e a limpeza. Silva e Almeida (2013) referem que os Açores são procurados pela beleza natural e possibilidade de férias tranquilas, ativas e exóticas, destacando que o destino tem um grande potencial para o desenvolvimento de produtos turísticos de aventura e natureza. Por sua vez, Vieira *et al.* (2013) referem que fatores como o clima, segurança, natureza e paisagem, qualidade ambiental e relação qualidade/preço nos hotéis são os principais fatores de satisfação dos turistas nórdicos nos Açores. Por fim, refira-se Couto *et al.* (2017), que ressaltam que os produtos de turismo de natureza são os que apresentam maior potencial na Região, uma vez que existem condições naturais, com recursos diversificados, que permitem a atração de diferentes mercados.

Porém, conforme alertam Silva e Almeida (2013), devido ao estado de desenvolvimento, enquanto destino turístico ainda numa fase inicial do ciclo de vida, é necessário garantir um modelo de desenvolvimento sustentável do turismo. Este deve estar focado nos recursos endógenos e na sua fragilidade, de modo a garantir a diversificação dos produtos turísticos, a satisfação das expectativas dos visitantes e a assegurar a minimização do impacto das atividades turísticas. Note-se, por exemplo, que no PEMTA já foram identificados fatores menos positivos, como os preços praticados, algo

que representará um desafio estrutural do mercado num período de adaptação a um novo paradigma, onde se verifica uma grande dinâmica da procura, mas também da oferta. Enquanto o custo da acessibilidade baixou com as operações *low cost*, o custo do alojamento e de vários serviços apresenta tendência de subida dada a procura existente. São também indicadas lacunas ao nível da qualificação dos recursos humanos e no trabalho da promoção do destino.

Vieira *et al.* (2013) referem que cada uma das nove ilhas tem a sua própria identidade e que todas elas partilham um legado natural extraordinário, para além de

paisagens únicas, tradições, gastronomia e arquitetura que possuem um elevado potencial turístico. De facto, cada ilha por si só agrega um potencial diferenciador muito peculiar, reforçando a capacidade de diversificação da oferta e das experiências a desfrutar. Tanto o POTRAA (atualmente em revisão) como o PEMTA estabelecem uma identificação clara dos principais produtos turísticos de cada ilha, espelhando, desta forma, a riqueza, a qualidade e a diversidade recursos a eles associados. Esta é, na realidade, uma das grandes mais-valias da Região, que poderá estar na base de um posicionamento altamente competitivo no mercado internacional.

Tabela 3 - Produtos turísticos relevantes identificados no POTRAA e no PEMTA por ilha

POTRAA (2008)		PEMTA (2016)	
Estratégia Específica da Oferta/Produtos	Principais “Produtos” Turísticos	Produtos Âncora	Produtos Relevantes
<ul style="list-style-type: none"> ● Core: Praias – Gastronomia – Golfe – Desportos náuticos 	<ul style="list-style-type: none"> ● Natureza ● Praia ● Golfe 	<ul style="list-style-type: none"> ● Geoturismo ● Mergulho ● Sol e mar 	<ul style="list-style-type: none"> ● Hiking ● Turismo rural ● BTT ● Canyoning ● Downhill ● Passeios de barco ● Iatismo ● Vela ● Cultura ● Eventos ● Património ● Religião



São Miguel



POTRAA (2008)		PEMTA (2016)	
Estratégia Específica da Oferta/Produtos	Principais "Produtos" Turísticos	Produtos Âncora	Produtos Relevantes
<ul style="list-style-type: none"> • Core: Vulcanismo – Paisagem diversificada – Património edificado – Desportos náuticos – História e manifestações culturais – MI (Meetings Industry) – Termalismo – Eventos – Náutica de recreio – Mergulho – Golfe – Desportos radicais – Gastronomia – Pedestrianismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Vulcanismo • Natureza • Termalismo • Golfe • Outros 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiking • Turismo rural • Birdwatching • Geoturismo • BTT • Canoagem/Kayaking • Downhill • Parapente • Passeios de barco • Whale watching • Iatismo • Mergulho • Surf e Bodyboard • Windsurf • Gastronomia e vinhos • Religião • Golfe • Sol e mar • MICE 	<ul style="list-style-type: none"> • Passeios equestres • Canyoning • Cruzeiros • Pesca desportiva • Vela • Cultura • Eventos • Património • Termalismo

Terceira



POTRAA (2008)		PEMTA (2016)	
Estratégia Específica da Oferta/Produtos	Principais "Produtos" Turísticos	Produtos Âncora	Produtos Relevantes
<ul style="list-style-type: none"> • Core: Património edificado (Angra do Heroísmo – Cidade Património Mundial – UNESCO) – História e manifestações culturais – Espírito Santo – Vulcanismo – MI (Meetings Industry) – Vinha – Golfe – Gastronomia 	<ul style="list-style-type: none"> • Património edificado • Vulcanismo • Natureza 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiking • Passeios equestres • Geoturismo • Passeios de barco • Whale watching • Mergulho • Windsurf • Cultura • Eventos • Gastronomia e vinhos • Património • Património Mundial • Religião • Sol e mar • MICE 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo rural • BTT • Iatismo • Pesca desportiva • Surf e Bodyboard • Vela • Golfe

Graciosa



POTRAA (2008)		PEMTA (2016)	
Estratégia Específica da Oferta/Produtos	Principais "Produtos" Turísticos	Produtos Âncora	Produtos Relevantes
<ul style="list-style-type: none"> • Core: Termalismo – Reserva ambiental (Reserva da Biosfera – UNESCO) – Vinho – Vulcanismo – Mergulho – Património edificado – Desportos Náuticos 	<ul style="list-style-type: none"> • Termalismo • Património edificado • Vulcanismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Reserva da Biosfera • Birdwatching • Geoturismo • Mergulho • Termalismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiking • Turismo rural • Passeios de barco • Iatismo • Vela • Cultura • Eventos • Gastronomia e vinho • Património • Religião • Sol e Mar

São Jorge



POTRAA (2008)		PEMTA (2016)	
Estratégia Específica da Oferta/Produtos	Principais "Produtos" Turísticos	Produtos Âncora	Produtos Relevantes
<ul style="list-style-type: none"> • Core: Queijo – Fajãs – Pedestrianismo – Desportos náuticos – Espírito Santo 	<ul style="list-style-type: none"> • Queijo • Natureza • Fajãs 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiking • Geoturismo • Canyoning • Pesca Desportiva • Surf e Bodyboard 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo Rural • BTT • Downhill • Passeios de barco • Iatismo • Mergulho • Vela • Cultura • Eventos • Gastronomia e vinho • Património • Religião • Sol e mar

Pico



POTRAA (2008)		PEMTA (2016)	
Estratégia Específica da Oferta/Produtos	Principais "Produtos" Turísticos	Produtos Âncora	Produtos Relevantes
<ul style="list-style-type: none"> • Core: Baleia – Vinha/Vinho (Paisagem da Cultura da Vinha – Património Mundial da UNESCO) – Montanha – Vulcanismo – Queijo – Pedestrianismo – Espírito Santo 	<ul style="list-style-type: none"> • Baleia • Natureza • Vinha/Vinho 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiking • Passeios equestres • Turismo rural • Birdwatching • Geoturismo • Canoeing/kayaking • Trekking • Passeios de barco • Iatismo • Mergulho • Pesca desportiva • Património Mundial 	<ul style="list-style-type: none"> • BTT • Cruzeiros • Surf e Bodyboard • Vela • Windsurf • Cultura • Eventos • Gastronomia e vinho • Património • Religião • Sol e mar

Faial



POTRAA (2008)		PEMTA (2016)	
Estratégia Específica da Oferta/Produtos	Principais “Produtos” Turísticos	Produtos Âncora	Produtos Relevantes
<ul style="list-style-type: none"> • Core: Náutica de Recreio – Mar – Baleia – Mergulho – Vulcanismo – Golfe – Desportos Náuticos – Termalismo – MI (<i>Meetings Industry</i>) 	<ul style="list-style-type: none"> • Náutica de recreio • Golfe • Baleia • Natureza 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiking • Turismo rural • Goeturismo • Passeios de barco • Whale watching • Iatismo • Mergulho • Pesca desportiva • Vela • MICE 	<ul style="list-style-type: none"> • Canoeing/kayaking • Canyoning • Downhill • Cruzeiros • Windsurf • Cultura • Eventos • Património • Religião • Sol e mar

Flores



POTRAA (2008)		PEMTA (2016)	
Estratégia Específica da Oferta/Produtos	Principais “Produtos” Turísticos	Produtos Âncora	Produtos Relevantes
<ul style="list-style-type: none"> • Core: Diversidade Paisagística – Comunidade – Repouso – Mergulho – Pedestrianismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Natureza • Mergulho • Pedestrianismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiking • Reserva da Biosfera • Birdwatching • Geoturismo • Canyoning 	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo rural • Passeios de barco • Iatismo • Mergulho • Pesca desportiva • Cultura • Eventos • Património • Religião

Corvo



POTRAA (2008)		PEMTA (2016)	
Estratégia Específica da Oferta/Produtos	Principais “Produtos” Turísticos	Produtos Âncora	Produtos Relevantes
<ul style="list-style-type: none"> • Core: Comunidade – Reserva Ambiental (Reserva da Biosfera – UNESCO) – Vivência – Repouso – Mergulho 	<ul style="list-style-type: none"> • Comunidade • Natureza 	<ul style="list-style-type: none"> • Reserva da Biosfera • Birdwatching • Geoturismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Hiking • Cultura • Eventos • Património • Religião

4.1.3. Evolução do turismo nos Açores

A projeção do desenvolvimento económico dos Açores define o turismo como um dos seus pilares estratégicos. As características naturais das ilhas, as mais-valias comparativas existentes e a crescente terciarização da economia tornaram essa decisão numa opção facilmente

compreensível. De facto, a evolução registada demonstra o grande potencial de criação de valor deste setor e a capacidade de alavancagem da economia regional, tendência evidente, sobretudo, desde 2015, após a implementação do novo modelo de acessibilidade área. Todavia, é crucial não esquecer que o setor do turismo

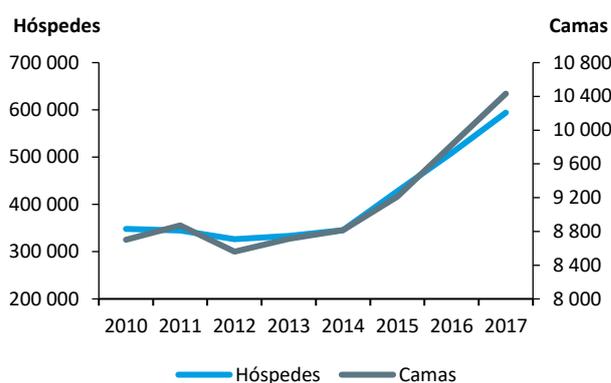
não é indiferente ao resto da economia, conforme se verificou no decorrer da crise económica e financeira em 2008 e, particularmente, em 2009.

Nos Açores, os estabelecimentos hoteleiros concentram a maioria da oferta e da procura (cerca de 78%) de alojamento. Isto significa que compreender este segmento é fundamental para perceber o mercado do turismo regional. Contudo, é cada vez mais relevante a dinâmica associada a outros tipos de empreendimentos turísticos de menor expressão, mas que apresentam um grande poder diferenciador e que estão a ganhar maior importância face a novas tendências do mercado. Num destino como os Açores, marcado pela genuinidade, pela ruralidade, pela proximidade e pelo cariz exótico e de descoberta, este tipo de alojamento confere um significativo potencial de aumento do valor acrescentado para o turista. Entre as tipologias aqui subjacentes estão o Turismo no Espaço Rural (TER), comumente designado Turismo Rural, o Alojamento Local, os Parques de Campismo e as Pousadas da Juventude. Em bom rigor, poder-se-ia, ainda, considerar o Turismo de Habitação, mas dada a sua reduzida expressão atual, oficialmente os dados têm sido integrados com o TER.

Neste contexto, serão abordadas, de forma sucinta, cada uma das diferentes tipologias de alojamento, embora com um maior detalhe para a hotelaria tradicional. Deste modo, com uma análise abrangente, promove-se um conhecimento bastante detalhado de todo o mercado, demonstrando, de forma inequívoca, a sua evolução. A maior atenção dada aos estabelecimentos hoteleiros é justificada por representarem uma maior parcela do mercado e por ser a tipologia que dispõe de dados mais sólidos para análise. Refira-se, ainda, que em anos recentes, existiram alterações substanciais ao enquadramento legislativo e ao tratamento estatístico oficial relativamente ao Alojamento Local, o que tem impactos nos dados apresentados e na sua leitura.

Comparando a evolução do número de hóspedes com a evolução do número de camas na hotelaria tradicional de 2010 a 2017, constata-se, por um lado, a grande volatilidade que existiu no mercado até 2014 e, por outro, os grandes crescimentos existentes a partir de 2015. Em 2017, registaram-se 594.169 hóspedes, representando a melhor marca de sempre nos Açores e confirmando a nova fase do ciclo de vida do turismo na Região.

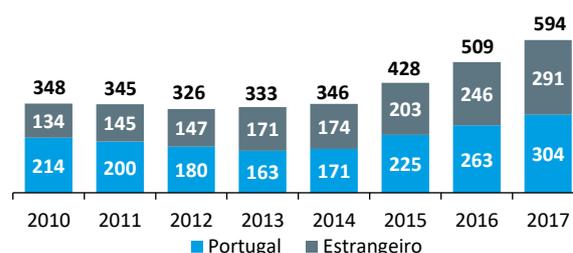
Gráfico 1 – Evolução do número de hóspedes e de camas na hotelaria tradicional nos Açores



Fonte: SREA (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)

Uma das dinâmicas interessantes nesta evolução tem sido a “relação” entre os hóspedes do mercado português e os hóspedes de mercados emissores estrangeiros. Tradicionalmente, o mercado português dominava o número de hóspedes em estabelecimentos hoteleiros nos Açores, mas o grande crescimento dos mercados externos tem levado a que em vários anos esse domínio se inverta. Esta é uma situação que tem, notoriamente, implicações na cadeia de valor e em diversas atividades-chave, como a promoção, o serviço ou o consumo.

Gráfico 2 – Número de hóspedes na hotelaria tradicional nos Açores, por origem (milhares)



Fonte: SREA (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)

A evolução dos dez maiores mercados emissores estrangeiros para os Açores, confirma a mudança de paradigma. Os mercados nórdicos, muito relevantes no final da década de 1990 e início dos anos 2000, perderam importância, sendo substituídos por mercados da Europa Central. A Alemanha ocupa o primeiro lugar do ranking desde 2009 sendo, em termos absolutos, a grande responsável pelo aumento do número de hóspedes estrangeiros. Recentemente, têm também sido muito substanciais os aumentos nos mercados americano, francês, espanhol e canadiano. É interessante verificar, ainda, o crescimento relativo da Suíça, que já se encontra no *top ten* (10.º lugar) com um crescimento relativo entre 2010 e 2017 de 263,5%. Note-se que estes dados demonstram a importância dos mercados da diáspora açoriana, que se podem reforçar com o início da operação da Delta Airlines desde maio de 2018.

Tabela 4 – Top 10 dos países emissores de hóspedes estrangeiros para a Hotelaria Tradicional dos Açores (2017)

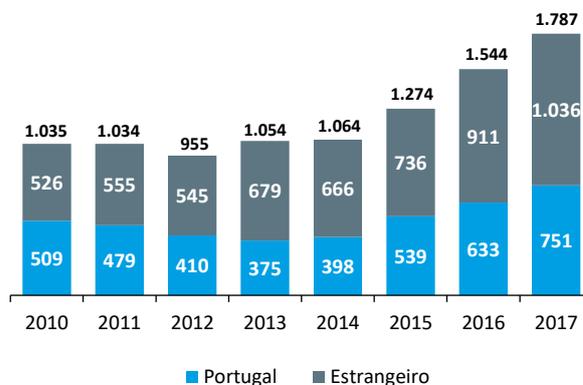
1.		Alemanha	66.102
2.		EUA	41.975
3.		Espanha	27.248
4.		França	19.601
5.		Holanda	19.430
6.		Canadá	15.359
7.		Reino Unido	14.880
8.		Itália	11.067
9.		Dinamarca	10.115
10.		Suíça	10.101

Fonte: SREA (2018)

A evolução no número de dormidas acompanha o crescimento no número de hóspedes. Por esse motivo, a estada média não tem subido significativamente. Os mercados estrangeiros representam cerca de 58% do total

das dormidas, com a Alemanha a liderar, também, este indicador.

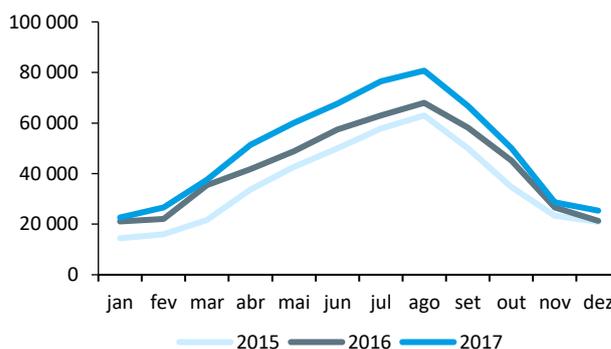
Gráfico 3 – Número de dormidas na hotelaria tradicional nos Açores, por origem (milhares)



Fonte: SREA (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)

Em relação à sazonalidade na procura, aferida pelo número de hóspedes, verifica-se que inicia o seu ciclo crescente a partir do mês de janeiro, atinge o pico no mês de agosto, decrescendo até dezembro. Em 2017, foi clara a melhoria da procura em todos os meses, face aos dois anos anteriores, registando-se, ainda, um prolongamento das épocas médias.

Gráfico 4 – Número de hóspedes na hotelaria tradicional dos Açores, por mês

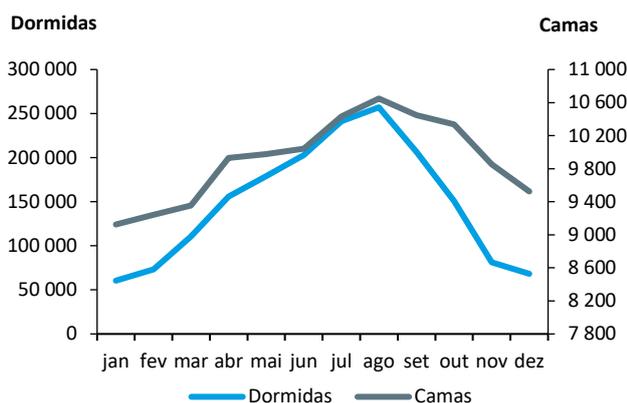


Fonte: SREA (2016, 2017, 2018)

Ao comparar a oferta (em número de camas) e a procura (em número de dormidas) em 2017, é perceptível que a oferta apresenta uma taxa de crescimento acentuada em dois momentos: 1) no mês de abril e 2) no mês de julho. As diminuições nesta variável são mais intensas a partir do mês de novembro. No lado da procura, é no mês de março que se começam a registar os

maiores crescimentos nas dormidas, com os máximos atingidos em agosto. Apesar da oferta e a procura não estarem totalmente articuladas, é perceptível a existência de mais meses com a oferta disponível quase na totalidade, o que demonstra a intensificação da atividade turística, principalmente nos meses da época média.

Gráfico 5 – Número de dormidas e camas na hotelaria tradicional dos Açores em 2017



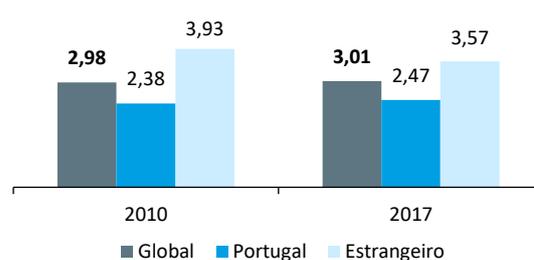
Fonte: SREA (2018)

Um dos desafios estruturais no setor turístico regional tem sido a incapacidade de aumentar a estada média, que, historicamente, apresenta números baixos. Verifica-se que este indicador na Região tem, na realidade, vindo progressivamente a decrescer. Esta descida é mais pronunciada nos mercados emissores estrangeiros do que no mercado nacional, embora mantenham registos superiores ao mercado português (3,57 noites contra 2,47 noites). O mercado norueguês liderou neste indicador, com 5,23 noites, enquanto o mercado alemão (o maior mercado emissor estrangeiro), se quedou pelas 3,86 noites. Em termos globais, a estada média nos Açores em 2017 foi de 3,01 noites, valor que se mantém baixo em relação a destinos concorrentes: na Madeira ronda as 5 noites; nas Canárias posiciona-se nas 7 noites; e no Algarve está entre 4 a 5 noites.

Apesar do aumento do número de hóspedes, verifica-se que muitos deles resultam de *weekend breaks* onde a estada é relativamente reduzida (2 a 3 dias), capitalizando oportunidades de preços promocionais no transporte

aéreo (muito características nas companhias *low cost*). Atualmente, existem indícios que, sobretudo, o turista português está a procurar e a explorar esta tipologia de consumo. Sendo o maior mercado emissor para a Região, tenderá a provocar impactos na estada média global do destino, que, por sua vez, terá efeitos na evolução da oferta turística regional.

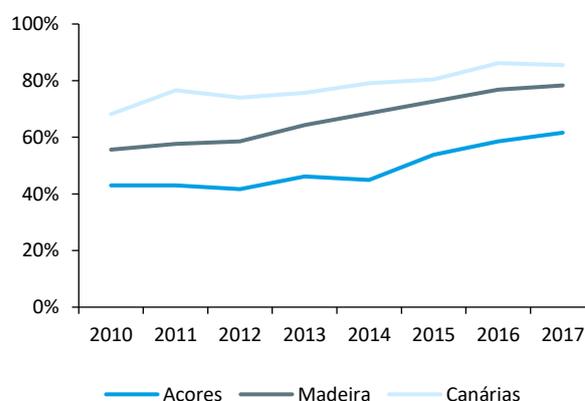
Gráfico 6 – Estada média na hotelaria tradicional dos Açores, por mercado



Fonte: SREA (2011, 2018)

As taxas de ocupação dos quartos, que não têm sido historicamente elevadas, ressentem-se deste paradigma. Em 2017, com 61,6% atingiu-se o valor mais alto do período 2004-2017. A média de 2010 a 2017 situa-se apenas nos 49,1%. Estes valores revelam falta de competitividade face à Madeira, onde a média das taxas de ocupação dos quartos nos últimos sete anos foi de 66,6%. A diferença é ainda maior face às Canárias, que apresenta uma média de 78,2% no mesmo período.

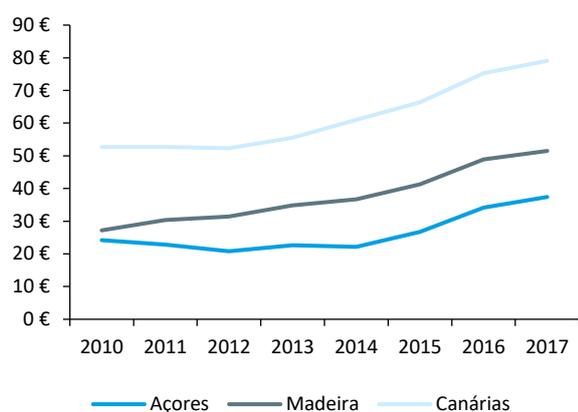
Gráfico 7 – Taxa de ocupação-quarto da hotelaria tradicional nos Açores, Madeira e Canárias



Fonte: Turismo de Portugal | Travel BI, ISTAC (2018)

Em termos económicos, a situação é similar. Nos Açores, o RevPar (*revenue per available room*), um dos mais importantes indicadores de performance da hotelaria, apresentou em 2017 um valor de 37,4€ (o mais alto de sempre) e uma média no período 2010-2017 de 26,4€. Na Madeira, a média neste período situou-se em 37,8€, com 51,5€ em 2017, enquanto nas Canárias a média foi de 61,9€, com 79,1€ em 2017.

Gráfico 8 – Revpar da hotelaria tradicional nos Açores, Madeira e Canárias

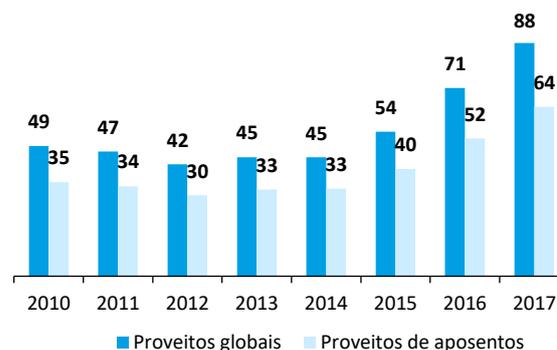


Fonte: Turismo de Portugal | Travel BI | ISTAC (2018)

O nível de proveitos gerados nos Açores na hotelaria tradicional confirma a ainda relativamente baixa capacidade de criação de valor do setor turístico em relação aos mercados concorrentes. Em termos globais, entre 2010 e 2017, a média anual de proveitos cifrou-se nos 55 milhões de euros. Na Madeira, a média anual foi cerca de 300 milhões de euros, existindo permanentemente uma relação de 1 para 5 ou mesmo 1 para 6 entre o nível proveitos gerados nos Açores e na Madeira. Em 2017, os Açores obtiveram 87,6 milhões de euros e a Madeira obteve 407,3 milhões euros, resultando numa relação de cerca de 1 para 4,6. No que concerne aos proveitos dos aposentos, a relação entre os proveitos gerados nos Açores e na Madeira continuam muito díspares. A média anual 2010-2017 nos Açores foi de 40 milhões de euros, enquanto na Madeira ascendeu a 188,4 milhões de euros. Nos Açores, os proveitos gerados nos aposentos têm maior peso nos proveitos totais do que na

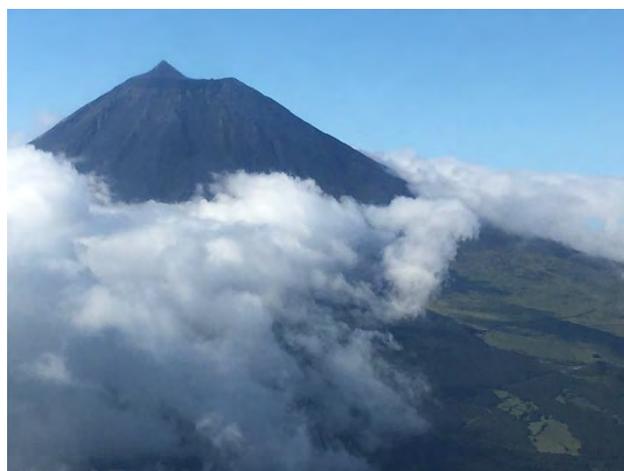
Madeira: em 2017, a proporção era de 72,6% enquanto na Madeira é de 64,7%. Esta situação demonstra, também, a menor capacidade de gerar proveitos para além do aposento e revela um menor aproveitamento do efeito multiplicador dos estabelecimentos hoteleiros na economia local.

Gráfico 9 – Proveitos globais e dos aposentos na hotelaria tradicional dos Açores (milhões de euros)



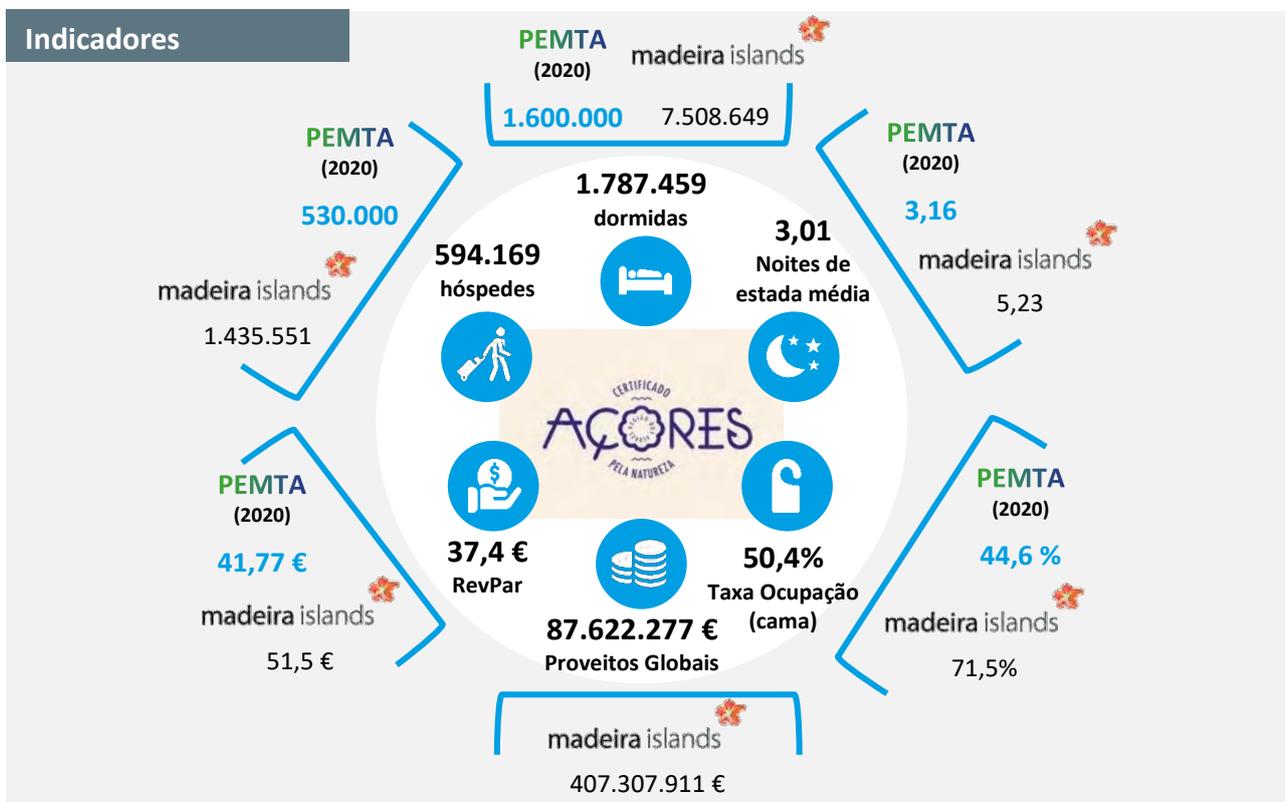
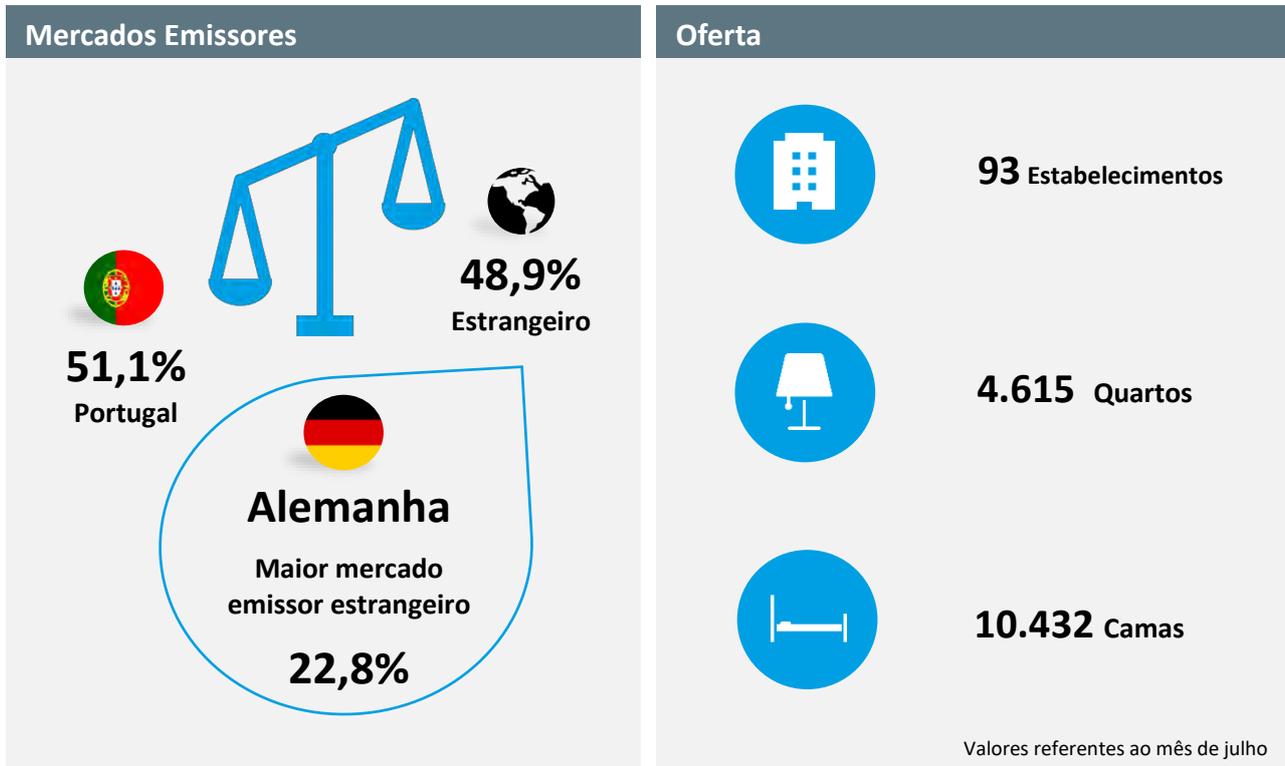
Fonte: SREA (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)

Estes dados, embora exclusivamente relacionados com a hotelaria tradicional, permitem perceber a tendência geral de evolução do turismo nos Açores. Não obstante, é fundamental compreender que cada ilha comporta uma realidade diferente, que deve ser considerada nos processos de planeamento e decisão. Por esse motivo, apresentam-se, de seguida, análises sumárias aos principais indicadores nas diferentes tipologias de alojamento, espelhando, igualmente, a comparação dos mesmos entre as nove ilhas.



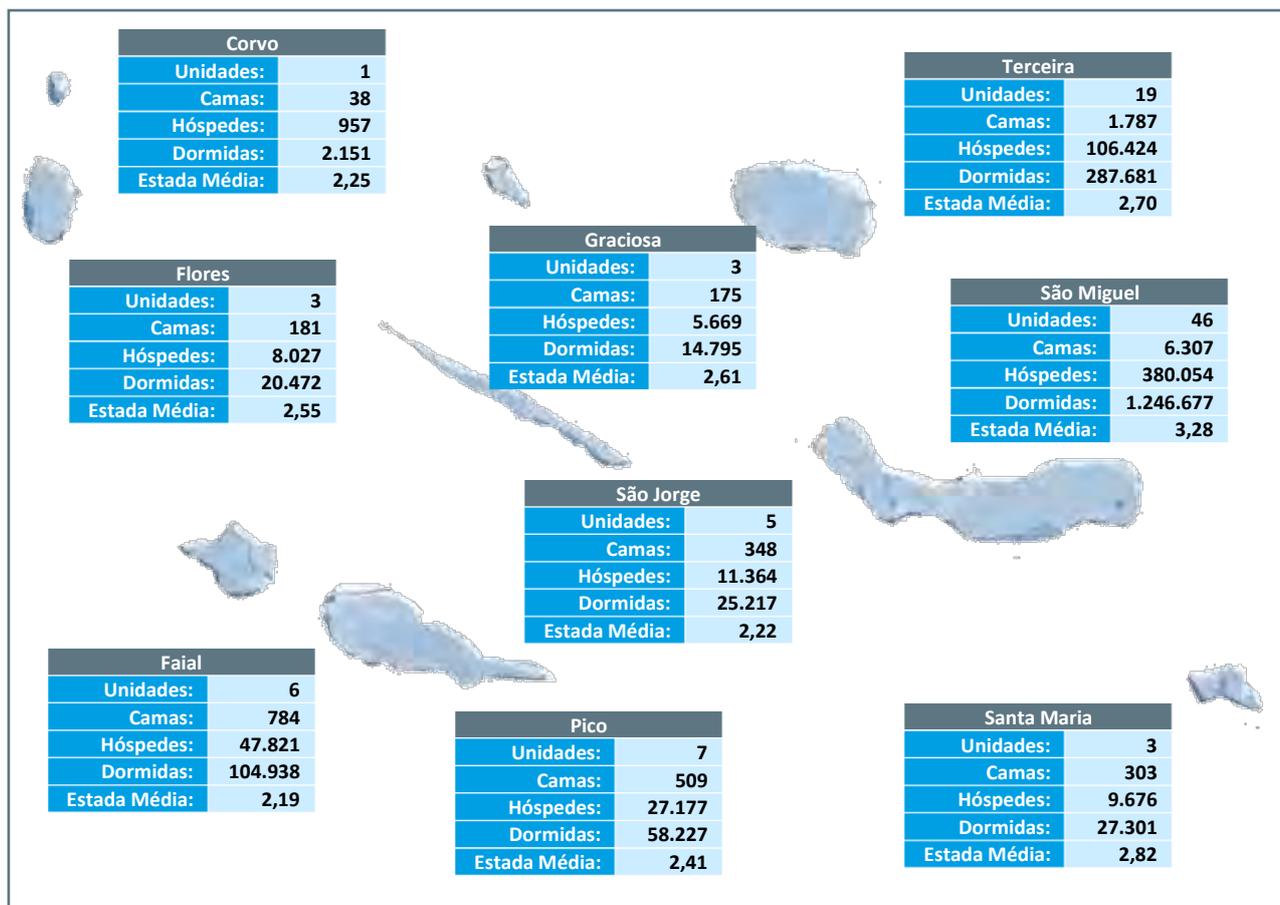


ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS (2017)



Fonte: Turismo de Portugal | Travel BI (2018), SREA (2018) e PEMTA (2016)

Figura 8 – Oferta e procura de alojamento na Hotelaria Tradicional dos Açores por ilha em 2017



Valor das unidades e das camas referentes ao mês de julho

Fonte: SREA (2018)

Na comparação entre as nove ilhas da Região, constata-se que existe uma grande discrepância entre elas no que concerne à atividade turística. Em parte, esta realidade está associada às diferentes dimensões que possuem, mas também à capacidade de atração e retenção dos turistas. São Miguel é a ilha que mais hóspedes e dormidas regista, seguida da Terceira e do Faial. Estas três ilhas juntas representam, em média, mais de 89% do número de hóspedes e mais de 91% do número de dormidas nos Açores. Repare-se que as três são os principais pontos de entrada nos Açores, pelo que esta poderá ser uma das razões para o maior número de turistas.

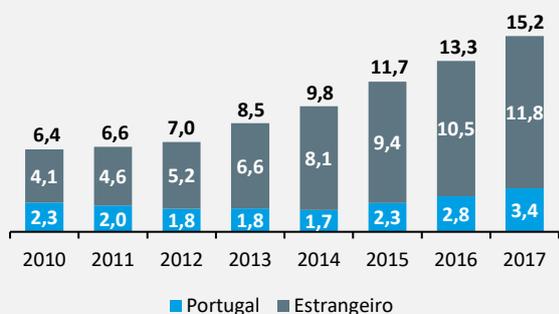
Para além disso, recorde-se que São Miguel foi de abril de 2015 até dezembro de 2016 a única ilha a receber voos *low cost*, passando o mesmo a acontecer com a ilha Terceira a partir dessa data. São Miguel lidera também destacadamente na estada média, sendo a única ilha a apresentar valores acima das 3 noites, enquanto o Faial apresenta o pior desempenho neste indicador. A Terceira e São Jorge são as únicas ilhas a apresentar crescimentos na estada média, contrariando a tendência de decréscimo que se havia registado nestas ilhas recentemente e aquilo que está a ocorrer na Região.



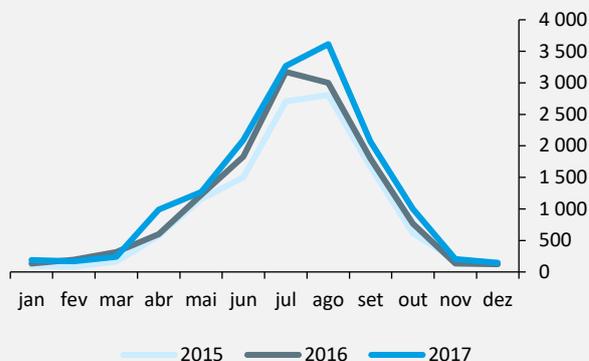
TURISMO EM ESPAÇO RURAL



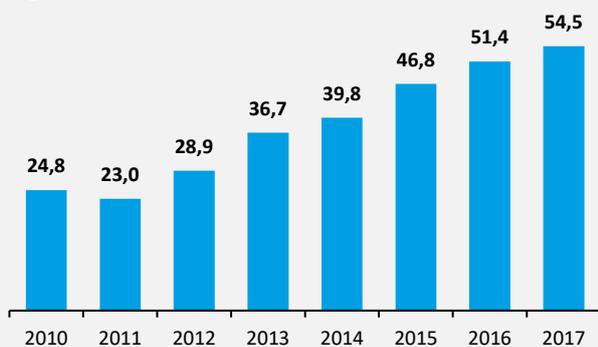
Hóspedes (milhares)



Sazonalidade (hóspedes)



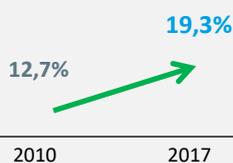
Dormidas (milhares)



Proveitos (milhões de euros)



Taxa de Ocupação (Cama)



Estada Média



Unidades TER (maior valor do ano)

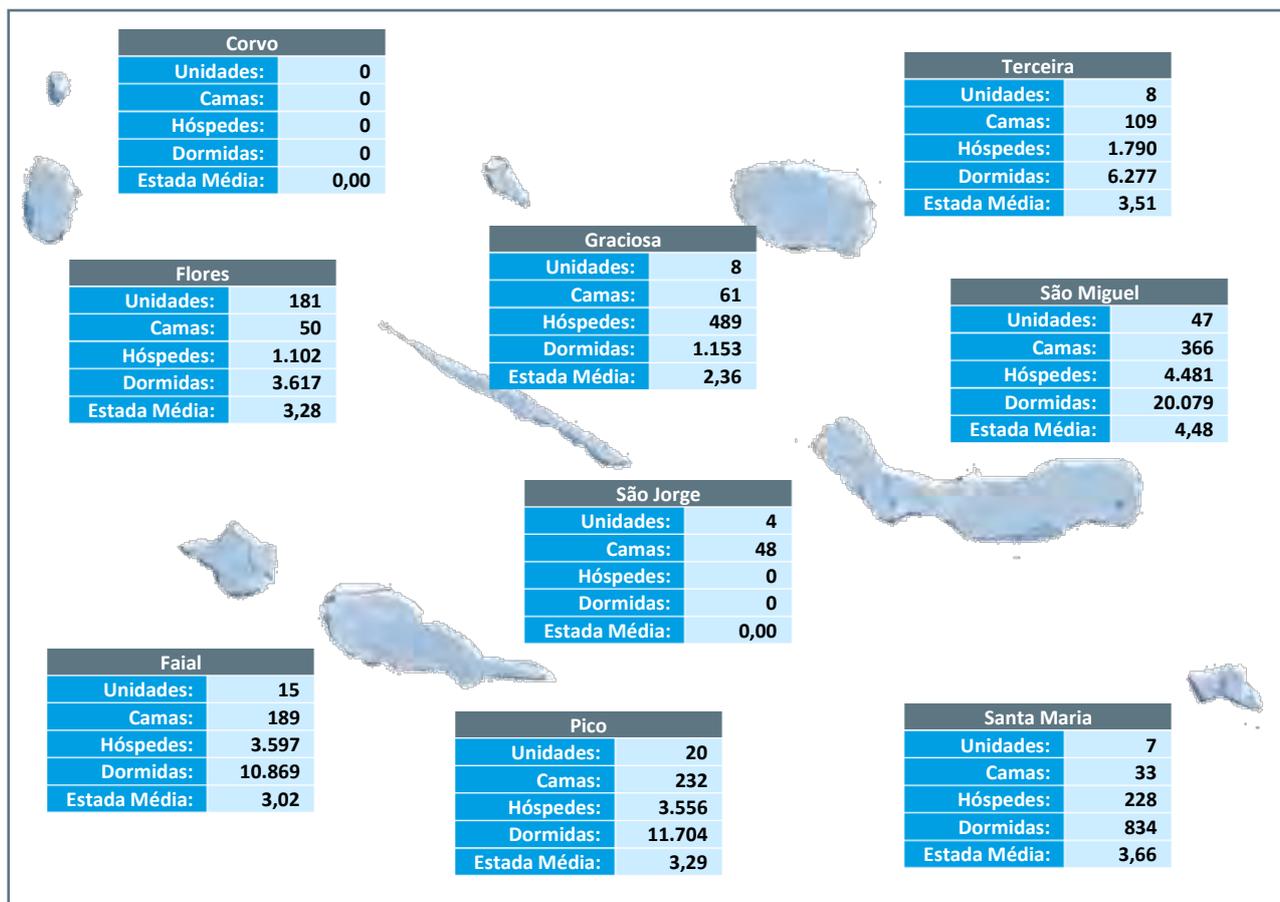


Camas (maior valor do ano)



Fonte: SREA (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)

Figura 9 – Oferta e procura de alojamento em Turismo em Espaço Rural dos Açores, por ilha, em 2017



Valor das unidades e das camas referentes ao mês de julho

Fonte: SREA (2018)

A importância do Turismo em Espaço Rural é crescente nos Açores e as suas características são efetivamente de grande relevância para a qualificação do destino. Tem estado em evidência, sobretudo, nas ilhas de São Miguel, Pico, Faial e Flores, mas tem perdido relevância na ilha Terceira.

O PEMTA define como metas, para o período temporal 2015-2020, o crescimento do número de hóspedes de 11.693 para 22.900 (i.e. taxa de crescimento média anual de 14,4%); crescimento no número de dormidas de 46.790 para 102.000 (i.e. taxa de crescimento média anual de 16,9%); um aumento da taxa de ocupação das camas em 6 p.p. (19,0% para 25,0%); e um aumento na capacidade de alojamento de 959 para 1.458 camas.

No horizonte temporal 2000-2017, todos os indicadores disponíveis apresentam crescimento, incluindo o volume de proveitos, que já se aproxima dos 2,4 milhões de euros. Em 2017, atingiu-se o máximo de 110 unidades em funcionamento e de 1.098 camas disponíveis. A oferta é mais intensa entre abril e outubro, reduzindo substancialmente nos restantes meses.

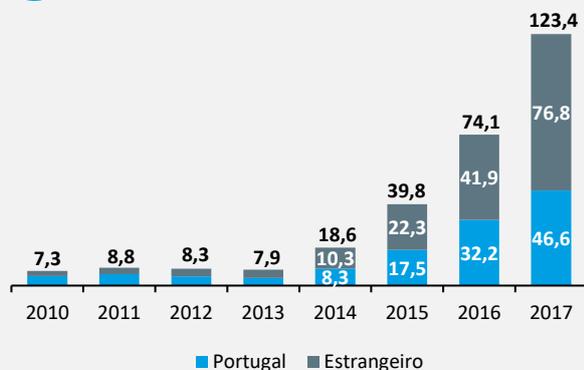
Os hóspedes estrangeiros são predominantes face aos nacionais, mas há uma tendência para o aumento da quota do mercado nacional, que representa, atualmente cerca 1 em cada 5 hóspedes em TER. A Alemanha (34,7%) e França (13,7%) representam 48,3% da procura estrangeira.



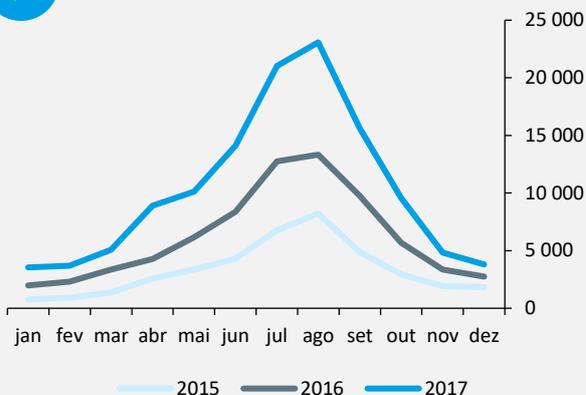
ALOJAMENTO LOCAL



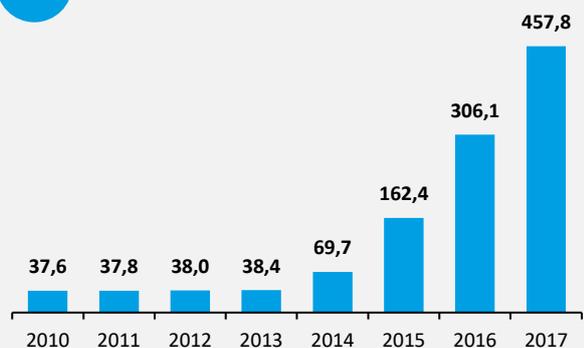
Hóspedes (milhares)



Sazonalidade (hóspedes)



Dormidas (milhares)



Proveitos (milhões de euros)

Sem dados disponíveis



Taxa de Ocupação (Cama)

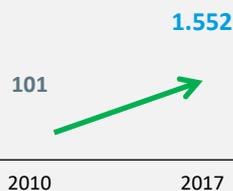
Sem dados disponíveis



Estada Média



Unidades AL (maior valor do ano)

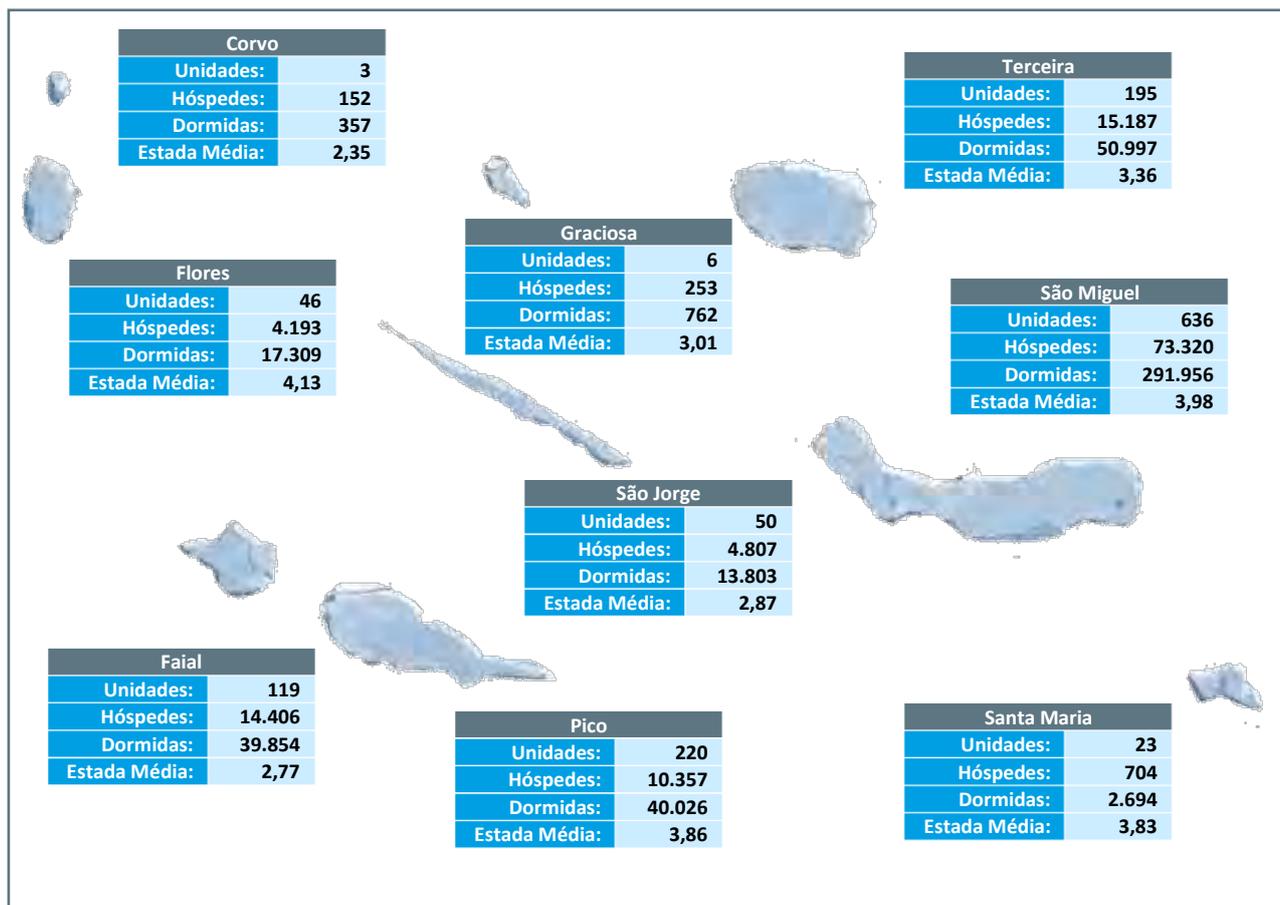


Camas (maior valor do ano)

Sem dados disponíveis

Fonte: SREA (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)

Figura 10 – Oferta e procura de Alojamento Local nos Açores por ilha em 2017



Valor das unidades referentes ao mês de julho

Fonte: SREA (2018)

As alterações ao regime jurídico do Alojamento Local em 2014 conduziram a um novo tratamento da informação e a novas dinâmicas de funcionamento do mercado que têm implicações diretas na sua interpretação. Não obstante, esta é realmente uma tipologia que está a ganhar importância no mercado regional, tirando também proveito da emergência de plataformas como o Airbnb e do aumento do fluxo de turistas após o início das operações aéreas *low cost* em 2015. O Alojamento Local tem sido encarado pela população como uma fonte alternativa de rendimentos e uma oportunidade para rendibilizar imóveis, aproveitando processos de licenciamento relativamente simples e rápidos. O crescimento da oferta é evidente, mas tenderá a estabilizar a prazo.

Os últimos anos têm revelado uma tendência de crescimento, com particular incidência em 2016 e 2017.

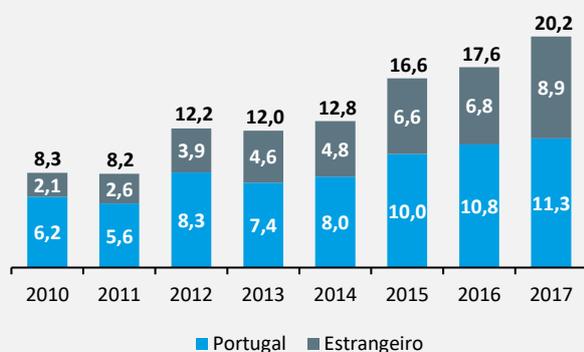
A sazonalidade da procura é muito pronunciada, com o pico no mês de agosto. Os hóspedes estrangeiros estão em maioria, liderados pelos alemães, mas a estada média diminuiu ligeiramente no último ano. Os hóspedes provenientes da Dinamarca e do Canadá destacam-se na estada média. Há alguns anos atrás os hóspedes nacionais dominavam, mas este mercado está, agora, a crescer de forma mais lenta. Tanto na oferta como na procura, a ilha de São Miguel tem sido dominante. Porém, na ilha Terceira registou-se no último ano um crescimento significativo, que poderá estar relacionado com início das operações das companhias aéreas *low cost*.



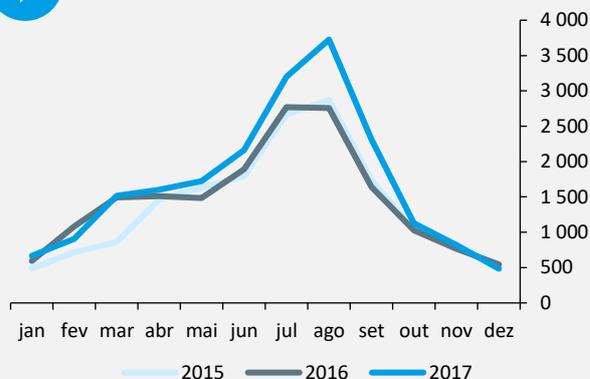
POUSADAS DA JUVENTUDE



Hóspedes (milhares)



Sazonalidade (hóspedes)



Dormidas (milhares)



Proveitos (milhões de euros)

Sem dados disponíveis



Taxa de Ocupação (Cama)

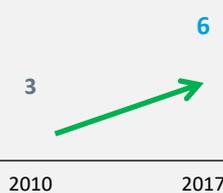
Sem dados disponíveis



Estada Média



Unidades (maior valor do ano)

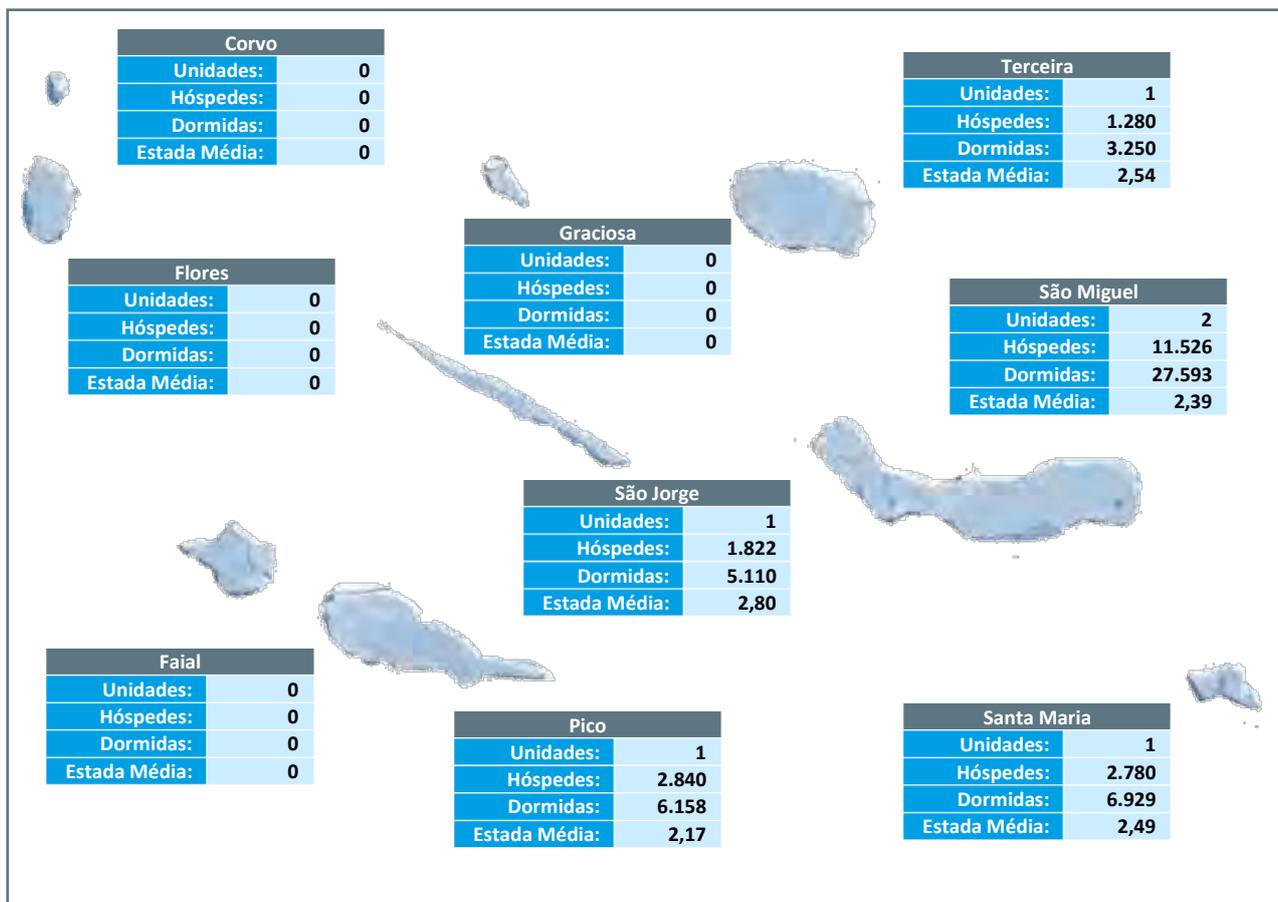


Camas (maior valor do ano)

Sem dados disponíveis

Fonte: SREA (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)

Figura 11 – Oferta e procura de alojamento em Pousadas da Juventude nos Açores por ilha em 2017



Valor das unidades referentes ao mês de julho

Fonte: SREA (2018)

As Pousadas da Juventude constituem um tipo de alojamento muito peculiar, com um modelo operacional semelhante a um *hostel* e um enquadramento legal específico (vedado a particulares, apesar de a sua exploração ser muitas vezes concessionada). A maioria está sob a alçada do Governo dos Açores, com exceção da Pousada da Juventude de Lagoa que está sob alçada da Câmara Municipal de Lagoa, e são, sobretudo, um veículo de promoção do turismo interno, vocacionado para um público jovem e/ou aventureiro. A ilha de São Miguel é a única que possui dois estabelecimentos deste tipo, verificando-se que quatro ilhas do arquipélago não têm qualquer Pousada da Juventude (Graciosa, Faial, Flores e Corvo).

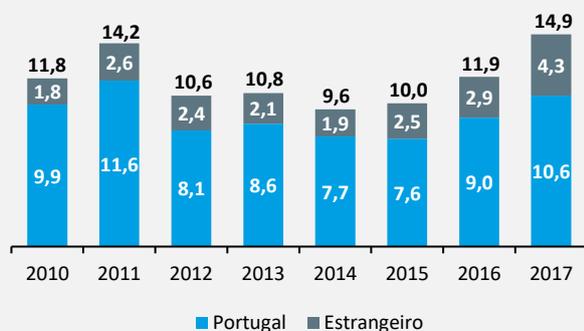
O grande crescimento nas Pousadas de Juventude verificou-se a partir de 2012, sobretudo em virtude da instalação das novas unidades. Apresenta uma sazonalidade muito pronunciada, com o pico da procura registado nos meses de verão. O principal mercado é ainda o nacional, apesar do crescimento dos mercados estrangeiros (liderados pelos franceses e alemães) ser muito superior nos últimos anos, em termos relativos. De registar que as Pousadas da Juventude apresentam das menores estadas médias em relação às outras tipologias de alojamento, com cerca de 2,4 noites. Esta situação está a agravar-se, dado que o crescimento no número de hóspedes é superior ao crescimento nas dormidas.



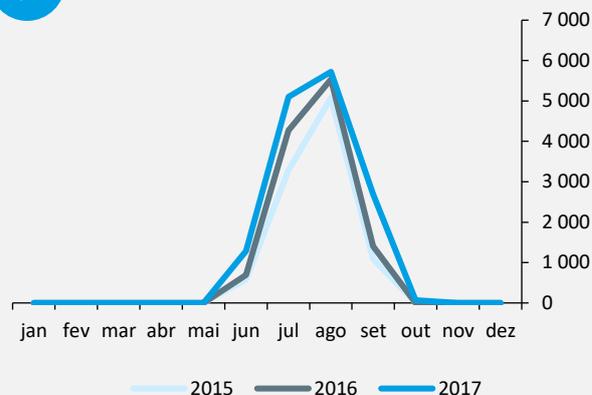
PARQUES DE CAMPISMO



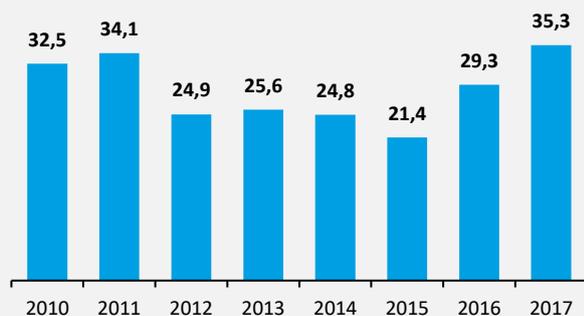
Hóspedes (milhares)



Sazonalidade (hóspedes)



Dormidas (milhares)



Proveitos (milhões de euros)

Sem dados disponíveis



Taxa de Ocupação (Cama)

Sem dados disponíveis



Estada Média



Unidades (maior valor do ano)

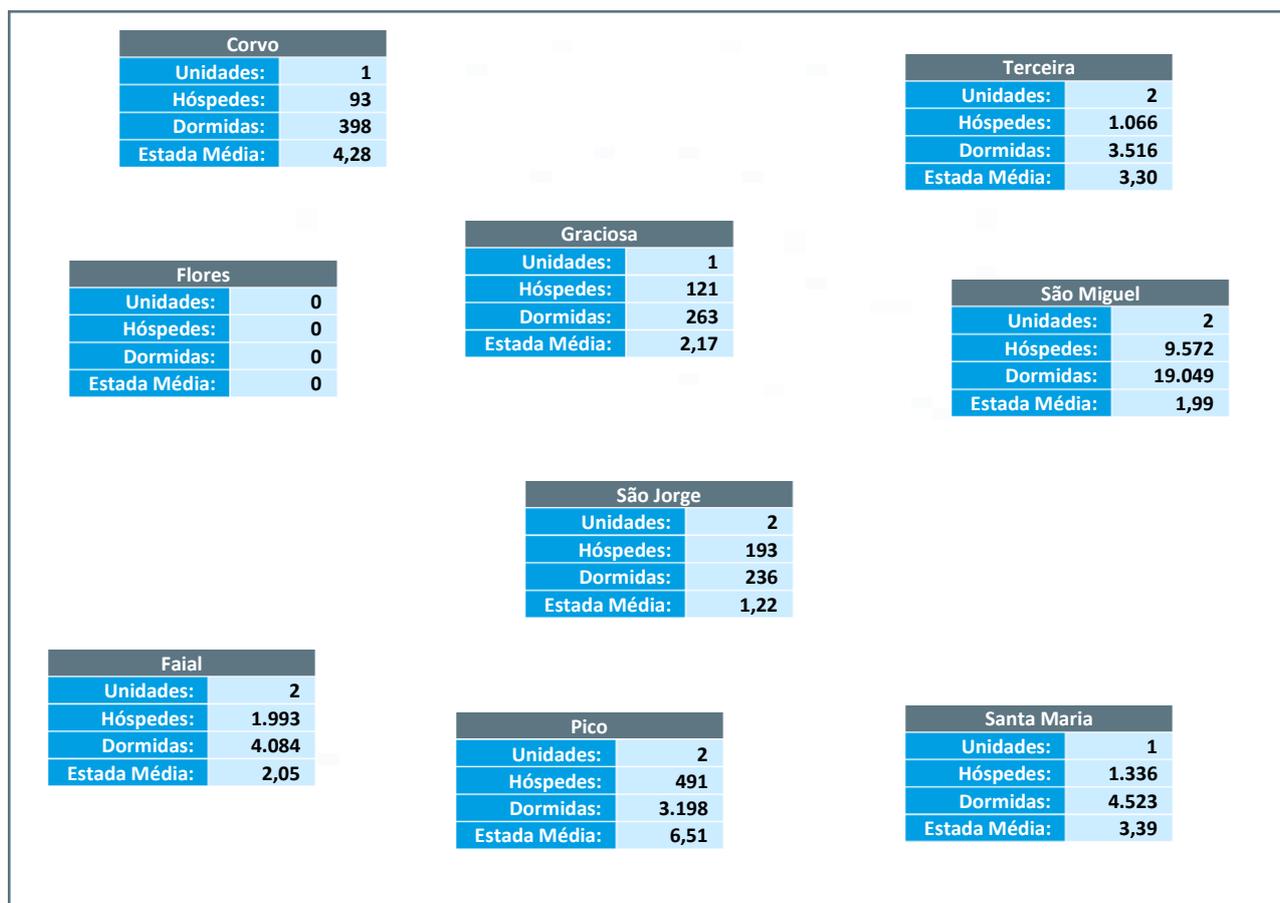


Camas (maior valor do ano)

Sem dados disponíveis

Fonte: SREA (2011, 2012, 2013, 2014, 2015, 2016, 2017, 2018)

Figura 12 – Oferta e procura de Parques de Campismo nos Açores por ilha em 2017



Valor das unidades referentes ao mês de julho

Fonte: SREA (2018)

Os Parques de Campismo são uma tipologia de alojamento muito específica, sobretudo pela natural propensão para a época alta. No entanto, mesmo com uma atuação muito circunscrita, a informação oficial que existe não espelha a realidade no seu todo. O portal Visit Azores elenca 23 Parques de Campismo na Região, mas os dados estatísticos oficiais do SREA e do INE indicam que existem 13 Parques de Campismo nos Açores. Este número reflete apenas os resultados dos inquéritos anuais aplicados para fins estatísticos, não contabilizando as unidades que existem mas não respondem. É uma situação que causa óbvias limitações à análise. Pelas peculiaridades intrínsecas do campismo e em virtude das características do clima regional, verifica-se uma grande volatilidade nos vários indicadores de desempenho.

Em 2001 foi atingido o máximo no número de dormidas (45.599), mas o máximo no número de hóspedes apenas foi registado em 2017 (14.865). Em relação à estada média, indicador que já registou 4,9 noites (em 2001), atualmente posiciona-se em torno de 2,4 noites, com o Faial a registar o maior valor (6,5 noites) e São Jorge o menor (1,2 noites). O número de campistas nacionais tem sido muito superior ao número de campistas estrangeiros, mercados que são liderados pela França, com mais do dobro de campistas do que a Alemanha, que está em segundo com praticamente o triplo do terceiro. O campista tende a apresentar um tempo de permanência no destino superior aos restantes turistas, perspetivando uma poupança em alojamento para consumo em outros bens e serviços.

4.1.4. Perfil do turista que visita os Açores

Desde 2010, o Observatório de Turismo dos Açores (OTA) desenvolve periodicamente inquéritos à satisfação dos turistas, nacionais e estrangeiros, que visitam os Açores, conseguindo, pela abrangência do trabalho, envolver vários perfis de consumo turístico. Os dados obtidos têm sido reveladores da qualidade dos Açores enquanto destino turístico, mas também demonstram os grandes desafios e ameaças que ainda permanecem. Os resultados permitem compreender quais as motivações e as conclusões que os turistas retiram da sua experiência nos Açores, a probabilidade de recomendação do destino a familiares e amigos e a probabilidade de regresso em próximas viagens.

O ano de 2017 foi o segundo ano completo em que companhias aéreas low cost efetuaram operações para São Miguel (depois de terem iniciado em março de 2015) e o primeiro ano completo para a Terceira (o início foi em dezembro de 2016). Esta modalidade torna, à partida, os Açores mais acessíveis no momento da escolha do destino turístico a visitar e, por esse motivo, uma das mais interessantes informações do estudo do OTA revela que 36,5% dos turistas inquiridos chegaram à Região em voos low cost. Este valor representa um crescimento significativo face a 2016, que tinha registado 29,3%, e demonstra a importância crescente do novo modelo de transporte aéreo regional para o turismo. Note-se, ainda, que mais de metade dos turistas de nacionalidade portuguesa recorreu a esta modalidade de viagem.

Por outro lado, é, também, relevante verificar que 83,9% dos turistas visitaram os Açores pela primeira vez, percentagem superior à registada em 2016 (80,3%). Porém, no que se refere aos turistas nacionais, a proporção é menor (74,8%), facto que poderá estar igualmente relacionado com a maior facilidade de acesso do destino conferida pelo novo modelo de transporte aéreo regional e com a vontade de repetição.

O lazer é nitidamente o principal motivo da viagem (85,8%), seguindo o mesmo comportamento do turismo internacional, mas de uma forma ainda mais vincada. No processo de escolha dos Açores como destino de férias, existem duas razões que se destacam: 1) a recomendação de familiares e amigos (36,5%), que demonstra a importância do *word of mouth* por ser o meio de informação mais confiável; e 2) a informação recolhida através da Internet (35,6%), constatando-se a importância da comunicação e da informação através dos meios digitais para gerações cada vez mais propensas às novas tecnologias (refira-se que o *word of mouth* digital agrega cada vez mais importância atualmente).

No que concerne à avaliação económica do destino face a 2016, regista-se uma ligeira diminuição da satisfação em relação à adequação dos preços, apesar da maioria dos turistas continuar a classificar os Açores como um destino com preços justos. No entanto, distinguem-se claramente dois tipos de perfis: por um lado, apenas 1,1% dos inquiridos alemães considera o destino caro ou muito caro e 42,1% considera o destino barato ou muito barato; por outro lado, 30,3% dos inquiridos de nacionalidade portuguesa considera o destino caro ou muito caro e apenas 15,2% considera-o barato ou muito barato. Esta diferença na perceção do valor do destino estará também relacionada com as diferenças no poder de compra destes dois perfis de turistas. A média de rendimentos mensais dos inquiridos alemães é de 1.828,57€, enquanto a dos inquiridos portugueses é praticamente metade desse valor (915,44€).

Refira-se, ainda, que em 2014 uma das principais sugestões apresentadas pelos turistas inquiridos era a redução das tarifas do transporte aéreo. Em 2015 esta sugestão apenas visou o transporte aéreo inter-ilhas e em 2016 e 2017 não houve sugestões neste sentido. Esta é mais uma indicação sobre os efeitos da implementação do atual modelo de transporte aéreo na região.

Tabela 5 - Avaliação económica do destino turístico Açores pelos inquiridos

2016		2017	
11,9%	Caro / Muito caro	14,0%	↑
63,4%	Justo	56,3%	↓
24,7%	Barato / Muito barato	29,7%	↑

Fonte: OTA (2018)

Os resultados referem, igualmente, que 82,3% dos turistas identificaram os Açores como a primeira opção no elenco de destinos a visitar. Dos restantes, 55,0% escolheram este destino por uma decisão do seu companheiro(a), familiar ou amigo; 13,9% devido aos custos totais da viagem; 10,4% devido ao preço do bilhete de avião; e apenas 8,9% dos inquiridos responderam que a falta de vagas para destinos alternativos foi o motivo para terem escolhido o destino «Açores». Embora não deva ser o único fator a ter em conta, este resultado demonstra o poder competitivo e de atratividade da Região enquanto destino turístico

No que concerne à avaliação da experiência, é perceptível a clara superação das expectativas, dado que 34,1% referiram que a experiência foi muito melhor que o expectável e 39,9% referiram que foi melhor que o expectável, enquanto 24,0% referiram que foi conforme o expectável e apenas 2,0% referiram que a experiência foi pior do que esperavam. A hipótese de voltar aos Açores nos próximos três anos é encarada positivamente por 63,6% dos turistas e 85,4% acham muito ou bastante provável recomendarem o destino.

Numa análise à satisfação das várias componentes da viagem, o fator “atributos do destino” foi o que melhor contribui para a satisfação global, classificada com 4,5, numa escala de 1 a 5, sendo 5 equivalente a muito satisfeito. A “paisagem/natureza” (4,9) e a “qualidade da água do mar” (4,8) são os atributos com melhor desempenho.

Pelo lado negativo, os “transportes e mobilidade” foi o fator com pior classificação (3,5). Dentro deste fator, os “horários dos transportes públicos terrestres” (2,2) e a “relação qualidade-preço nos transportes públicos terrestres” (3,0) foram identificados como as maiores lacunas. O conhecimento de línguas estrangeiras, a relação qualidade-preço nos táxis e nos transporte marítimos inter-ilhas, a oportunidade e a variedade de compras nas atividades de animação turística e o clima são, também, fatores que obtiveram classificações mais baixas.

No que concerne aos aspetos a melhorar, as três indicações mais mencionadas são maior preservação ambiental, melhorar o horário dos transportes públicos e melhorar a divulgação de eventos socioculturais. Não obstante, as principais sugestões dos turistas são: promover o ecoturismo; preservar as zonas comerciais nos centros urbanos; melhorar a rede de transportes públicos em termos de horários e área coberta; e promover uma cultura favorável ou pró-turismo por parte da população local.

Adicionalmente aos resultados apresentados pelo OTA (2018), importa destacar os resultados da análise à pegada digital do turista que visita os Açores. Numa parceria entre a Direção Regional do Turismo e a GMT Hospitality, são analisadas as avaliações que os turistas fazem das experiências turísticas nos Açores em cerca de 175 *websites* e é pretendido, por um lado, medir a reputação do destino e compará-la com potenciais concorrentes e, por outro lado, compreender o perfil psicográfico dos visitantes.

Na visão dos turistas, o património cultural, o património natural, a animação turística, a restauração e o alojamento tiveram um desempenho muito positivo em 2016. Não obstante, a animação turística e o património natural tiveram um melhor desempenho em 2016 do que

em 2015, enquanto o património cultural e a restauração pioraram o seu desempenho.

A animação turística foi a que apresentou melhor desempenho em 2016 e foi o único recurso a não apresentar um decréscimo no desempenho durante a época alta (apesar de ter tido um pequeno decréscimo na época média). O património natural apresentou-se logo de seguida, mas foi afetado pelo aumento dos fluxos turísticos durante o verão. Estes resultados não apresentam grande surpresa, uma vez que a maioria das empresas de animação turística oferecem atividades turísticas na natureza. Assim, é perfeitamente compreensível que os desempenhos destes dois recursos sejam semelhantes. De qualquer forma, há elementos que requerem atenção: no que diz respeito à animação turística, há necessidade de melhorar a comunicação antes do serviço, o preço e a consciencialização ambiental; e no que se refere ao património natural, há necessidade de melhorar a disponibilização de informação em línguas estrangeiras. O Turismo em Espaço Rural é a tipologia de alojamento com a melhor pontuação. As ilhas do Pico, do Faial e de São Miguel são as ilhas onde o alojamento tem melhor desempenho. As unidades localizadas nas zonas costeiras e/ou áreas rurais têm melhor desempenho, mas os *hostels* em Ponta Delgada têm tido algum destaque.

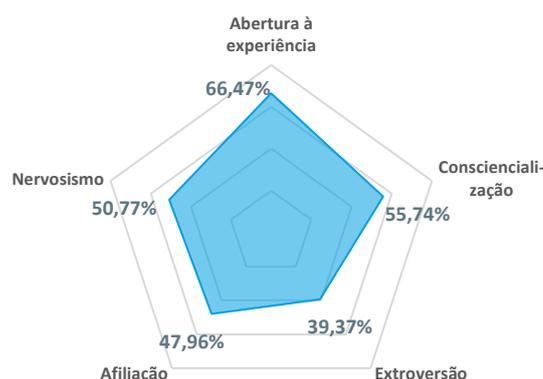
Considerando o perfil psicográfico, o conteúdo publicado pelos turistas na internet é submetido a análise psico-linguística dos cinco fatores de personalidade (abertura à experiência, nervosismo, afiliação, consciencialização e extroversão). Os resultados são muito interessantes e revelam a predominância de dois traços: abertura à experiência e consciencialização. Adicionalmente, cerca de 71% dos perfis enquadra-se em 3 dos 16 possíveis tipos de personalidade:

- **Estrategista (26,01%)** – introvertido, intuitivo, pensativo e que julga. As pessoas com esse perfil são reservadas, independentes e confiantes em si

próprias. Esforçam-se para alcançar a perfeição e a recompensa. São capazes de ver as razões para além das coisas.

- **Examinador (25,76%)** – introvertido, sensitivo, pensativo e que julga. Pessoas com esse perfil têm um sentido apurado do certo e do errado. São responsáveis, dependentes e leais. Têm sempre um plano e são preparados.
- **Engenheiro (19,19%)** – introvertido, intuitivo, pensativo e consciente. Pessoas com esse perfil são fáceis de lidar, mas também são muito privadas. São lógicas e gostam de analisar problemas complexos. Não gostam de regras rígidas e normalmente não as seguem. São intelectuais independentes.

Gráfico 10 - Valores médios da análise aos cinco fatores de personalidade



Fonte: GMT Hospitality (2017)

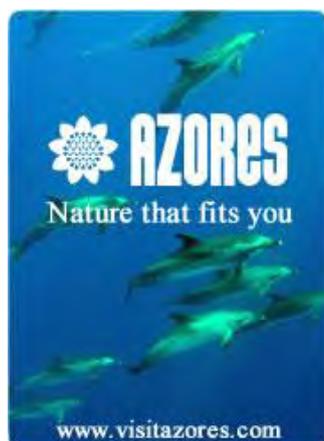
Estes dois mecanismos combinados permitem um conhecimento aprofundado e realista do perfil do turista que visita os Açores. Esta informação é essencial para a identificação de projetos que se coadunam com os princípios de um Destino Turístico Inteligente, com o posicionamento dos Açores enquanto destino de natureza e sustentável e as necessidades e expectativas da procura turística.

4.1.5. Promoção do destino Açores

A atual estratégia de marketing para o turismo dos Açores está estabelecida no PEMTA (2016). Não obstante, desde há alguns anos, a Associação de Turismo dos Açores tem seguido uma estratégia específica para posicionar a região como um destino de natureza e tem desenvolvido diversas iniciativas para atingir este objetivo. São já várias as iniciativas promovidas pela ATA, sendo que algumas destas pretendiam atingir objetivos complementares, como a redução da sazonalidade ou o destaque de outras características ou recursos locais.

Nature that fits you foi uma campanha de promoção muito agressiva realizada em 2010, que tentava mostrar as características naturais das ilhas.

Figura 13 - Campanha *Nature that fits you*



Fonte: www.azores.gov.pt

Islands of magical nature foi outra iniciativa da mesma natureza, que tinha um apelo muito visual e que destacava as cores verde (do território) e o azul (do mar). O vídeo desta campanha ganhou diversos prémios, incluindo a “Melhor Imagem” no International Tour Film Festival em 2009.

Pronto para o melhor tempo da sua vida foi uma campanha especial para o mercado nacional. Foi desenvolvida para alterar a ideia de que os Açores tinham um tempo chuvoso e escuro e para mostrar que havia

muitas atividades *outdoor* que podiam ser realizadas e eram adequadas para uma estadia mais longa.

Azores: closer to nature foi uma iniciativa para o mercado internacional desenvolvida há alguns anos. Esta foi uma campanha relacionada como o turismo contemplativo e perfeitamente alinhada com a estratégia de turismo regional e nacional em vigor naquela altura.

Azores, Certified by Nature é uma campanha mais recente e está profundamente relacionada com a estratégia de turismo atualmente em vigor. Não só coloca a natureza como o produto prioritário para o desenvolvimento do turismo nos Açores, como também suporta os princípios de turismo sustentável. O vídeo promocional mostra tanto atividades ativas como contemplativas.

Figura 14 - Campanha *Azores, Certified by Nature*



Fonte: www.visitazores.com

Apesar do PEMTA identificar os mercados português e alemão como os mais relevantes atualmente, os mercados americano, canadiano, britânico e italiano são identificados como os que apresentam maior potencial para crescer e para investir em termos de promoção. A estratégia é para reforçar a comunicação B2C (*Business-to-Consumer*) e para aumentar o alcance do marketing entre os consumidores finais. A vasta comunidade emigrante açoriana, principalmente nos Estados Unidos da América e no Canadá, devem ser *targets* prioritários para as campanhas promocionais.

Como demonstrado, a estratégia de posicionamento está focada numa imagem que é muito próxima com os seus produtos âncoras: natureza e as belas paisagens, com as múltiplas atividades que podem ser experienciadas com cenários únicos. A diversidade e a complementaridade entre as ilhas são também características muito importantes para estabelecer uma forte diferenciação em relação aos concorrentes, para além da sustentabilidade, preservação ambiental e tranquilidade.

Assim, a estratégia de preço tem sido focada em preços *premium* e em preços acima dos concorrentes. No entanto, esta estratégia tem sido difícil de implementar, dado as diferentes dinâmicas de mercado e as atividades envolvidas.

No que concerne à distribuição, abordagens *offline* e *online* têm sido exploradas, apesar da última estar a ser priorizada. Uma vez que o destino Açores está focado no turismo de natureza e em atividades específicas, operadores turísticos especializados, eventos e associações desportivas têm sido visadas para este propósito.

Em termos de promoção, a estratégia é para mostrar os Açores como um destino único, que tem experiências muitas diversas e ricas devido às suas nove ilhas diferentes. Aumentar a consciencialização em mercados internacionais através de uma estratégia *pull* é um dos objetivos principais.

Finalmente, a estratégia de marketing dos Açores também contempla as pessoas, dando-as uma especial atenção. As pessoas são consideradas como um fator diferenciador e, por isso, existem esforços para desenvolver iniciativas para educar e formar as pessoas para uma melhor relação mais estreita com o turismo.

Torna-se claro que o turismo de natureza reforça os Açores como destino turístico, não apenas nas vertentes

contemplativas e de ecoturismo, mas também através da ação. Nos Açores, pode-se ver e contemplar, para além de ser possível fazer e sentir emoções inesquecíveis (Silva e Almeida, 2013). Como demonstrado, têm sido desenvolvidos esforços promocionais para alimentar e reforçar este posicionamento no mercado. Com vários recursos naturais locais e com vários locais icónicos das ilhas a tornarem-se ativos centrais, os Açores têm abraçado o espírito de turismo ativo e de aventura e promovido um conjunto de eventos desportivos e competições com impacto e projeção internacional.

Tabela 6 - Competições *outdoor* e eventos desportivos nos Açores

Eventos
Azores Mountain Bike Marathon
Azores Airlines Pro (Surf)
ERC Azores Airlines Rallye
Azores Trail Run
Ecologic Trail Run
Azores World Formula Windsurfing Championship
Azores Airlines Big-Game Fishing
Red Bull Cliff Diving
Epic Trail Run Azores
Azores Challenge Trail
Columbus Trail
Triangle Trail Run Adventure
Rota das Hortências (Vela)
ARC Europe (Vela)
AZAB – The Azores and Back (Vela)
VISSLA ISA World Junior Championship (Surf)
Festival Rubis Gas Balões Ar Quente da Ribeira Grande
WQS Azores Island Pro (Surf)
BirdRace Açores (Observação das aves)
Azores Challenge Grandfondo (Ciclismo)

Fonte: Elaboração própria

Os esforços promocionais realizados pelas entidades governamentais responsáveis já têm tido consequências, não apenas em termos de crescimento efetiva da oferta e da procura turística, mas também na projeção e reconhecimento internacional do destino Açores

enquanto destino turístico de natureza, de aventura e sustentável, de acordo com o posicionamento desejado. Para além dos prémios referentes à sustentabilidade do destino (a apresentar no capítulo 4.4), são vários os artigos e distinções com referência à excelência da qualidade das experiências, dos produtos e dos recursos turísticos nos Açores, especialmente no que se refere ao turismo de natureza *soft* e *hard*, para além de outros produtos como o gastronómico, o cultural e o de saúde e bem-estar. Na Tabela 7 apresenta-se apenas algumas das inúmeras referências que foram feitas neste âmbito.

Não obstante, importa realçar que há mais um objetivo muito importante por detrás desta estratégia: a

redução da sazonalidade. É, de facto, uma das maiores fraquezas estruturais a ser ultrapassada, mas há condições que o poderão ajudar. Por um lado, os Açores ainda precisam de criar produtos e experiências que consigam atrair turistas nas épocas mais baixas. Tal como já demonstrado, a tecnologia e a inovação são essenciais neste contexto, permitindo criar atividades de elevado valor acrescentado e condições de suporte, como por exemplo, na simulação de ambientes semelhantes aos que se verificariam tipicamente na época alta. Por outro lado, há a necessidade de desenvolver iniciativas de marketing que alteram a perceção de destino muito sazonal.

Tabela 7 – Prémios e artigos na imprensa internacional referentes ao Turismo nos Açores

Artigos na imprensa internacional		
	Portugal – Amazing Azores Adventures: Floating rocks and volcanic cooking Go Nomad	2017
	Why you should summer in the Azores, the Hawaii of the Atlantic Forbes	2017
	This other Eden: The Azores, Europe’s secret islands of adventure Lonely Planet	2017
	The Azores should be your next adventure travel destination RealClear Life	2017
	Golf course in the Azores: the 2nd best course in Portugal & friggin’ gorgeous scenery Compass and Wine	2017
	Heaven is a place called Azores City Life	2017
	Açores, um arquipélago de surpresas no meio do Oceano Atlântico O Globo	2017
	Açores: ilhas que vibram Food & Travel	2017
	The cool destination: the Azores, Portugal Red Magazine	2017
	The Azores: Europe’s Undiscovered Adventure Islands Indie Traveller	2017
	#2 on the World of Adventure best destinations World of Adventure	2017

	Azorean island offers adventure and world-class cheese The Star	2017
	An amazing bee keeping adventure in the Azores at Furnas Lake Villas Compass and Twine	2017
	Family adventure in the amazing Azores Family Traveller	2017
	The Azores aren't the "next Iceland" – and that's exactly why you should go Travel + Leisure	2018
	20 of the best adventure travel challenges for 2018 – Azores Trail Run The Guardian	2018
	The trip your most adventurous friends are taking Condé Nast Traveler	2018
	Kayaking around the green & blue lakes of Sete Cidades in the Azores Compass and Twine	2018
	Splendour in the mid-Atlantic: Welcome to the Azores Medium	2018
	These islands are one of the world's best-kept secrets Elle Canada	2018
	Visit the Azores while they're still a best-kept secret Flight Network	2018
	A trip to Europe's most remote Spa Resorts is easier than you think Travel + Leisure	2018
	Earthly delights Global Travel	2018
Prémios		
	Prémio nacional Tektónica / OA – Centro de Visitantes da Grutas das Torres (ilha do Pico) Ordem dos Arquitetos	2009
	Lagoa das Sete Cidades 7 Maravilhas Naturais de Portugal	2010
	Paisagem Vulcânica da ilha do Pico 7 Maravilhas Naturais de Portugal	2010

	<p>International Award Architecture in Stone 2011 – Centro de Monitorização e Investigação das Furnas Marmomacc</p>	<p>2011</p>
	<p>EDEN - European Destination of Excellence – Parque Natural do Faial Comissão Europeia</p>	<p>2011</p>
	<p>Destino preferido da ECTAA para 2014 ECTAA</p>	<p>2013</p>
	<p>Entidade Regional de Turismo 2016 – Associação de Turismo dos Açores AHRESP</p>	<p>2016</p>
	<p>O local mais bonito do mundo National Geographic Traveler (Belgium-Netherlands)</p>	<p>2016</p>
	<p>Fajã dos Cubres (ilha de São Jorge) – Categoria de Aldeias de Mar 7 Maravilhas de Portugal – Aldeias</p>	<p>2017</p>
	<p>As paisagens mais belas da Europa European Best Destinations</p>	<p>2017</p>
	<p>Melhor destino para ver golfinhos e baleias na Europa European Best Destinations</p>	<p>2017</p>

Não inclui distinções referentes à sustentabilidade (*vide* capítulo 4.3)



4.2. Tecnologia e Inovação

No atual paradigma económico e social, importa garantir que as bases de uma economia competitiva são a inovação, o conhecimento, o empreendedorismo e a tecnologia. Por inerência, o setor turístico regional, pretendendo afirmar-se no contexto internacional como um Destino Turístico Inteligente, terá que continuar a desenvolver esforços para impulsionar a capacidade de inovar e integrar as novas tecnologias na cadeia de valor do setor.

Na realidade, a integração da tecnologia e da inovação nos diversos setores de atividade tem sido uma aposta nas estratégias para o desenvolvimento regional. Neste contexto, a competitividade de um grande número de unidades produtivas regionais tem vindo gradualmente a melhorar, em particular aquelas que desenvolvem a sua atividade nos setores de bens transacionáveis. A necessidade de ombrear com produtos e *players* extraordinariamente competitivos vem determinando, em especial, a modernização dos processos de criação, transformação e comercialização de produtos no domínio da agricultura, pecuária, agroindústria, pescas, mar e turismo. Como resultado, é evidente a melhoria da qualidade dos produtos e serviços e o valor acrescentado, o que resulta, também numa maior capacidade de diferenciação dos bens de origem regional. Para capitalizar esta diferenciação, o Governo Regional criou, em 2015, a Marca Açores, com o objetivo de promover interna e externamente os produtos e serviços de origem açoriana e que se adequam com os atributos da Região. Atualmente, já são mais de 1.800 bens certificados com o selo da Marca Açores, abrangendo um alargado número de setores de atividade.

Não obstante, a resistência à mudança e à alteração ao *status quo* é elevada. A inovação é encarada como uma solução para as situações de maior dificuldade, não se constituindo como um princípio fundamental na melhoria

da cadeia de valor e no aumento do valor criado. A integração de processos inovadores assentes nas novas tecnologias acarretam, geralmente, investimentos de avultado valor que, para um tecido empresarial que ainda se ressentia dos efeitos da crise económica e financeira que atingiu o país a partir de 2008, constituem-se como barreiras à sua adoção, principalmente se não for acompanhada de uma visão e uma estratégia que permita obter retorno económico.

As evoluções registadas nestes domínios e nestas empresas e negócios vêm, também, em sequência de fatores aliados ao desenvolvimento regional e à influência da inserção no espaço comunitário. Entre esses fatores destaca-se a implementação de algumas medidas de incentivo, como sejam o apoio ao empreendedorismo e ao investimento, a adoção de medidas de natureza imaterial no domínio da facilitação da inovação e do fomento de ambientes exigentes em matéria de qualidade e certificação, a par da implementação e aperfeiçoamento de outros instrumentos inseridos nos quadros comunitários de apoio, como o sistema de incentivos COMPETIR+, o Programa Operacional Açores 2020, o PRORURAL+, o Programa Operacional MAR2020 e os programas operacionais de cooperação territorial europeia (INTERREG e MAC 2014-2020).

Figura 15 – Programas Operacionais em vigor nos Açores (à exceção dos programas de cooperação territorial europeia)



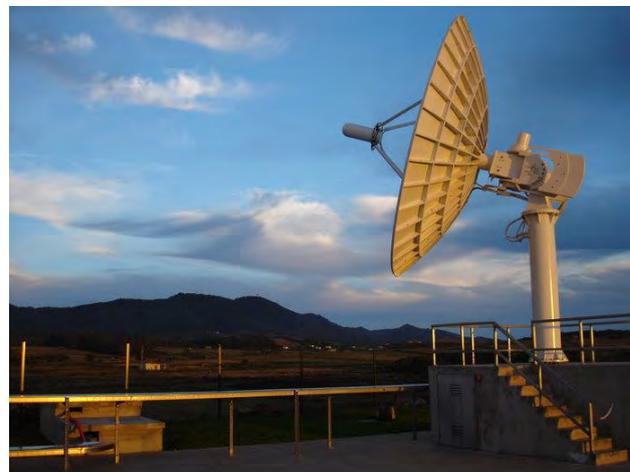
Fonte: www.portugal2020.pt

No entanto, há que considerar os efeitos relacionados com a insularidade, o afastamento dos grandes centros de decisão, a pequena dimensão e dispersão geográfica, a resistência à mudança, as condições climatéricas e geológicas difíceis e as características socioeconómicas, como a elevada aversão ao risco e os baixos níveis de poder de compra e de formação. Todavia, no que concerne à insularidade, o Relatório Solbes (2011) sugere que as RUP possuem várias características com potencial económico que necessitam ser capitalizadas. Especificamente, existem oportunidades de relacionamentos comerciais com diferentes áreas geográficas, de investigação e desenvolvimento, de prestação de serviços na área ambiental, de turismo, de utilização dos recursos presentes nas vastas zonas económicas exclusivas, de introdução de TIC e exploração de produtos agrícolas.

Relativamente aos Açores, estas oportunidades referem-se, sobretudo, à exploração de vários setores da Nova Economia, como as Novas Tecnologias, a Tecnologia Espacial, a Bio Economia e a Economia do Mar, em consonância com as recomendações de algumas instituições internacionais, como a OCDE e a Comissão Europeia. Neste campo, refira-se que os Açores possuem instalações da Agência Espacial Europeia (ESA), com nova ampliação prevista para o ano de 2018, a Rede Atlântica de Estações Geodinâmicas e Espaciais (RAEGE) em Santa Maria, as estações de climatologia na Graciosa no âmbito do projeto ENA ARM e as estações certificadas pela CTBTO nas Flores, na Graciosa e em São Miguel. Adicionalmente, a criação de parques tecnológicos de ciência e tecnologia (NONAGON em São Miguel e TERINOV na Terceira, sendo que este último entrará em funcionamento durante o ano de 2018) pretende estimular a inovação e o desenvolvimento tecnológico nas empresas, potenciando a competitividade das mesmas e, conseqüentemente, da própria economia açoriana.

Em termos futuros, o AIR Centre, constituído formalmente em novembro de 2017 no Brasil, apresenta-se como um projeto de elevada ambição, com cooperação intercontinental entre oito países, centros de investigação, empresas tecnológicas e universidades, e que pretende dotar os Açores de infraestruturas e condições para proceder à investigação em áreas como a segurança, a agricultura e pescas, a preservação da biodiversidade, entre outros focada na zona do Atlântico. Refira-se, também, que a ESA já anunciou ao Governo Regional dos Açores a aterragem do veículo espacial *Space Rider* numa das ilhas deste arquipélago (previsto para 2025), já foi anunciada a construção de dois novos radares meteorológicos (na Terceira e em São Miguel) e encontra-se em fase de planeamento a instalação de uma estação meteorológica da Organização Europeia para a Exploração de Satélites Meteorológicos (EUMETSAT) em Santa Maria, que irá ser explorada pela empresa EDISOFT.

Figura 16 - Estação da ESA em Santa Maria



Fonte: www.esa.int

É de salientar a melhoria contínua da formação profissional dos agentes, a dinamização de parcerias entre institutos públicos, a universidade e as empresas, a atração do investimento externo e ainda outras vertentes específicas relacionadas com a modernização do sistema produtivo regional. De facto, o Programa Operacional para os Açores 2020, definiu estratégias para realçar e acentuar os eixos da tecnologia e da inovação, com o

apoio dos fundos estruturais europeus para o período de programação 2014-2020. Ao nível da inovação e desenvolvimento, pretende-se um reforço da produção científica de forma a criar produtos inovadores e diferenciadores em áreas como a agroindústria, pecuária, agricultura, pescas, mar e turismo, através de parcerias com a Universidade e outras entidades relevantes, com financiamento de infraestruturas e comparticipação em projetos da União Europeia para esta área. Neste ponto, refira-se o anúncio do Governo Regional em janeiro de 2018 na implementação de uma Agenda para a Inovação que, apesar de ainda não ser pública, tem como principal objetivo o reforço da interligação entre as empresas, as políticas públicas e os centros de conhecimento, de forma a potenciar os recursos endógenos dos Açores em áreas como as ciências médicas, as tecnologias espaciais, o mar e as energias renováveis. Para aumentar a competitividade das empresas, a aposta é no empreendedorismo, de forma a por em prática as novas ideias de negócio que surgem, para fazer face às lacunas que existem na economia regional. Para contribuir para esse efeito, além dos tradicionais apoios financeiros, pretende-se aumentar o grau de conhecimento dos empreendedores, a simplificação de processo de criação de empresas e ajudar na promoção de áreas emergentes de relevo para a Região. Ao nível do conhecimento, é pretendido o reforço da formação, tanto a nível superior, como a nível profissional. Pretende-se melhorar os

acessos a estes níveis de escolaridade, principalmente aos mais desfavorecidos, melhorar a qualidade do ensino e facilitar a transição do ambiente académico/escolar para o mercado de trabalho. A nível tecnológico, alguns dos objetivos passam por melhorar o acesso às TIC por parte dos cidadãos, empresas e administração pública, de forma a aumentar a competitividade das empresas e a eficiência da administração pública. Pretende-se também a melhoria da rede de transportes, promover a inclusão social e combater a pobreza e a discriminação.

Atualmente, encontra-se em vigor o projeto Terceira Tech Island, com o objetivo de transformar a ilha Terceira num centro de empresas tecnológicas através da criação de condições favoráveis à atração de empresas de IT para a ilha. Entre as condições criadas, destaca-se a disponibilização de escritórios gratuitos para a atividade empresarial com infraestruturas tecnológicas, habitações gratuitas para programadores seniores e a formação intensiva gratuita para trabalhadores açorianos que pretendem exercer a sua atividade na ilha, para além de majorações às taxas de incentivo ao investimento e benefícios fiscais. Este projeto é uma medida do Plano de Revitalização Económica da Ilha Terceira para fazer face à redução do contingente norte-americano na Base das Lajes. Em maio de 2018, foi aprovada a Iniciativa PRO-TIC, composta com 4 medidas para a promoção da literacia e cidadania digitais e do desenvolvimento de competências TIC, que inclui o apoio à instalação de redes públicas de *wifi* e à aquisição de equipamentos na área das TIC para cidadãos com deficiência.

Ao nível da investigação científica, o Sistema Científico e Tecnológico dos Açores (SCTA) tem dado um contributo substancial para a produção e promoção do conhecimento científico e da inovação, através do financiamento de projetos de investigação levados a cabo por instituições do SCTA no âmbito do programa de incentivos PRO-SCIENTIA, assim como a Rede de Centros



de Ciência dos Açores na promoção do conhecimento científico em vários domínios da ciência e da tecnologia, como o ambiente, o mar ou a astronomia.

Adicionalmente, o Governo Regional dos Açores, através maioritariamente do Fundo Regional para a Ciência e Tecnologia (FRCT), tem participado em projetos científicos com parceiros internacionais, financiados através de fundos europeus. Ressalve-se, neste ponto, alguns dos projetos de investigação científica relevantes que estão atualmente em desenvolvimento na região:

- **MISTIC'SEAS 2**, orçamentado em 1,3 milhões de euros e com a coordenação da FRCT, em parceria com instituições da Madeira e das Canárias, tem como objetivo a implementação de programas conjuntos entre Portugal e Espanha para monitorizar o bom estado ambiental de espécies especificadas;
- **MACBIOBLUE**, com um orçamento de 1,5 milhões, tem a participação da Universidade dos Açores e a Fundação Gaspar Frutuoso e pretende contribuir para o desenvolvimento de novos produtos e processos derivados das algas;
- **SMART Tourism**, promovido pela Fundação Gaspar Frutuoso e com um orçamento em cerca de 132 mil euros, com o objetivo de estudar e analisar o comportamento das empresas e dos turistas no domínio digital.

Importa, ainda, destacar a parceria dos Açores, através da Direção Regional dos Assuntos Europeus do Governo Regional dos Açores e do Gabinete do Secretário Regional Adjunto da Presidência para as Relações Externas, no *Islands of Innovation*, um projeto de investigação e inovação com duração de 5 anos (de 2017 a 2021), aprovado no âmbito do programa Interreg Europe e liderado pela Província de Frísia (Holanda). Com um investimento global de 1,63 milhões de euros, a participação dos Açores representará um investimento

superior a 180 mil euros (cofinanciado a 85% pelo FEDER). É pretendida a melhoria das políticas de inovação que potenciem o empreendedorismo, a projeção de novas atividades e a criação de novos produtos e serviços inovadores e o intercâmbio de boas práticas entre as regiões insulares parceiras do projeto (que engloba, para além de Portugal e Holanda, regiões da França, da Dinamarca, da Estónia e da Grécia).

Em maio de 2018, foi aprovado o Plano de Ação para a Cultura Científica e Tecnológica dos Açores (PACCTO Açores), com o objetivo de desenvolver o conceito de *triple hélix*, disseminando a cultura científica e tecnológica nas empresas, nos sistemas educativo e formativo e na população em geral e aproximando os investigadores e os centros de investigação a todos estes *stakeholders*. O plano destaca três áreas prioritárias: STEM (*Science, Technology, Engineering and Mathematics*), Mar e Espaço. Este plano deverá representar um investimento de 800 mil euros em 2018. Também no mesmo mês foi aprovado o Plano de Internacionalização de Ciência e Tecnologia dos Açores, com o objetivo de captar financiamento externo que permita reforçar o eixo I&D+i e melhorar participação das entidades regionais em programas de financiamento europeus ou internacionais.

De acordo com o Governo Regional dos Açores, já foram aprovados 28 projetos no âmbito do eixo 1 do PO Açores 2020 (referente à investigação, desenvolvimento tecnológico e inovação), sendo que 6 destes são em



contexto empresarial num investimento superior a 1,2 milhões. Pretende-se que estes projetos estimulam dinâmicas empresariais, tendo na investigação e na inovação um elemento fundamental e prioritário para a criação de valor. Em consonância, foi aprovada, em maio de 2018, a Iniciativa TRANSFER+, com um investimento previsto de 8,3 milhões de euros por parte do Governo Regional dos Açores, com o objetivo de cofinanciar a interligação entre a produção científica e a inovação dos centros de investigação com as empresas e com a economia através de candidaturas ao PO Açores 2020, ao PRO-SCIENTIA e às bolsas do FRCT.

Apesar da ambição para desenvolver tecnologicamente os Açores e o seu potencial para a inovação, a Região ainda carece de intervenções mais relevantes neste sentido, verificando-se que os projetos e ações em vigor resultam, em larga maioria, de iniciativas individuais ou dependentes dos fundos comunitários. Como consequência, o desenvolvimento tecnológico com resultados práticos na melhoria do quotidiano da população e das experiências turísticas ainda é parco. Veja-se, por exemplo, os dados de 2016 da Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência referentes à Sociedade da Informação em Portugal: apenas 2% dos organismos da Administração Pública Regional aceita pagamentos através de um *website* ou *apps* (e esses 2% apenas aceitam pagamentos *offline*, como por exemplo transferências bancárias), nenhum organismo realiza análises de *big data* e apenas 30% comprou serviços de computação em nuvem na internet (sendo que 94% refere-se a serviços de correio eletrónico e 75% a serviços de armazenamento de ficheiros). Os dados mostram, ainda, que as principais dificuldades para a adoção de TIC são as dificuldades financeiras para a aquisição dos equipamentos e serviços. São dados que ajudam a compreender a imaturidade tecnológica da Região Autónoma dos Açores e a necessidade de implementar

novos projetos com resultados efetivos e mais consequentes.

No que se refere diretamente ao setor turístico, a aplicação das tecnologias também está longe do nível ideal. No capítulo 4.4., identifica-se um conjunto de projetos tecnológicos e inovadores que já estão a ser implementados na Região e que procuram valorizar a experiência turística. No entanto, muitos destes projetos resultam de iniciativas camarárias no âmbito de projetos de conversão dos seus territórios em *smart cities*, não estando integradas num processo abrangente de valorização do destino turístico. Adicionalmente, denota-se que existem pontos fracos que necessitarão de ser colmatadas: postos de informação turística com poucos equipamentos que possam ser utilizados ou alugados pelos turistas; *apps* que, apesar de cada vez mais apelativas e uteis para divulgação dos recursos e do território, fazem pouco uso das potencialidades da realidade aumentada e dos códigos QR; a baixa conectividade à Internet em locais mais remotos; a baixa *sensorização* dos espaços e edifícios públicos que dificulta a compreensão da movimentação dos fluxos turísticos e prejudica a eficiência na utilização dos recursos energéticos e hídricos; recurso à *Internet of things*. Estas são transformações que devem ser prioritárias no processo de conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente.



4.3.A Sustentabilidade e a Acessibilidade

Os Açores são recorrentemente salientados como um dos destinos turísticos mais belos e sustentáveis do mundo. É o único destino galardoado por duas vezes com o *Platinum QualityCoast Award* (nos anos de 2014 e de 2017), mais alta distinção atribuída pela Coastal & Marine Union que inclui critérios relacionados com a sustentabilidade ambiental, a identidade cultural, a hospitalidade da comunidade, a segurança e a qualidade do setor turístico. Segundo o Governo Regional, os Açores obtiveram pontuação máxima em 96% dos critérios estabelecidos pela organização em 2017. Adicionalmente, em março de 2018, esta região fez presença no Top 10 dos destinos mais sustentáveis do mundo para a Green Destinations, sendo distinguida como o melhor destino do Atlântico.

Os órgãos políticos e gestores do destino Açores já apresentaram um compromisso firme com a promoção e garante da sustentabilidade do destino. Em conformidade, estará em preparação o processo de certificação dos Açores como destino sustentável segundo os critérios do Global Sustainable Tourism Council que, a acontecer, será uma certificação inédita ao nível de destinos arquipelágicos. Em maio de 2018, foi aprovada a criação da Estrutura de Sustentabilidade do Destino Turístico, que, entre outras responsabilidades, irá promover o cumprimento dos critérios necessários para a certificação.

No entanto, é importante ter em atenção o risco de massificação do destino, que poderá colocar em causa a sustentabilidade do destino. O fim das obrigações de serviço público no transporte nas ilhas de São Miguel e Terceira e o encaminhamento gratuito entre as ilhas dos Açores de passageiros que se deslocam entre o arquipélago e Lisboa ou Porto tiveram, sem dúvida, um impacto positivo na dinamização do setor turístico e, consequentemente, em toda a economia açoriana. Até

então, as acessibilidades aéreas eram de elevado custo, o que se constituía, logo à partida, uma barreira para a entrada de turistas em número suficiente para o setor poder prosperar. Atualmente, a realidade é bem diferente: de 2014 a 2017, o número de hóspedes em estabelecimentos hoteleiros aumentou cerca de 72% e o movimento de passageiros nos aeroportos cresceu cerca de 67,5%.

À luz dos conceitos apresentados por Butler (1980) e Buhalis (2000) relativos ao ciclo de vida de destinos turísticos, pode-se concluir que os Açores estão enquadrados na fase de crescimento. Neste sentido, a perspetiva do médio e longo prazo é crítica, pois, numa altura em que o desenvolvimento é rápido e com resultados interessantes, será fundamental não perder a noção de que é necessário continuar a desenvolver e a estruturar as principais vantagens competitivas do destino, acompanhando as grandes evoluções do mercado e a suas principais tendências, e a prepará-lo para os desafios concorrenciais do futuro. Para além disso, é preciso atender às capacidades de carga dos recursos turísticos, de forma a não colocar em causa a sua integridade presente e futura e um custo económico e social insuportável. Várias notícias e relatos apontam para uma elevada afluência de utilizadores em determinados pontos de interesse turístico sensíveis, o que tem gerado insatisfação para os turistas, para os operadores turísticos e para os locais.

Deve-se ainda referenciar os efeitos que a nova regulamentação sobre o alojamento local produziu. No final de 2013, existiam 89 alojamentos locais e, no final de 2017, este valor já se cifrava em 1.552. Esta evolução exponencial, que deverá continuar a curto prazo, impactará, naturalmente, em termos sociais e de reordenamento do território, quer em termos positivos, com a reabilitação de edifícios abandonadas e/ou degradados e o aumento dos rendimentos para quem

explora estas habitações (alternativa que se tem tornado viável para quem se encontra em situação de desemprego ou dificuldades económicas), quer em termos negativos, como o aumento dos preços no mercado imobiliário ao nível das transações e do arrendamento. A médio prazo, a situação tenderá a estabilizar sob pena de se tornar insustentável.

No âmbito da sustentabilidade ambiental, tem havido uma preocupação crescente no que se refere ao aproveitamento das fontes renováveis para a produção de energia elétrica, uma vez que as ilhas dispõem de excelentes condições naturais para o efeito. Vários projetos estão a ser desenvolvidos neste âmbito, como por exemplo:

- **Central de Energia Híbrida da Graciosa**, promovida pela empresa dinamarquesa Recharge A/S e pela empresa alemã Younicos AG e que deverá entrar em funcionamento a meados de 2018, pretendendo-se que, numa primeira fase, cerca de 65% da energia elétrica consumida na ilha Graciosa seja com recurso à energia eólica e energia solar, sendo objetivo que este valor ascenda para os 100% no futuro e com uma eventual produção de bio fuel;
- **Parque Fotovoltaico do Aeroporto**, em Santa Maria, levado a cabo pela empresa EDA Renováveis, com início da exploração a ocorrer, previsivelmente, ainda em 2018, devendo ser possível dotar a ilha com uma capacidade de resposta às necessidades elétricas em 40% no período vazio e em 17% nos períodos de ponta;
- **Central Hídrica da Ribeira Grande** (ilha das Flores), promovida pela EDA Renováveis com um investimento que rondará os 8 milhões de euros, com início previsto para meados de 2018, devendo as necessidades elétricas da ilha serem cobertas, em média, em cerca de 80%, com picos de cobertura a 100%;
- **Central Geotérmica do Pico Alto**, na Terceira, inaugurada em novembro de 2017 e também promovida pela EDA Renováveis, estimando-se que cubra cerca de 10% das necessidades elétricas da ilha em 2018.

Há, ainda, que referenciar a parceria da Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo no projeto RESOR, com vista à definição e promoção das melhores práticas de eficiência energética e integração de fontes de energia renováveis nas ilhas e regiões ultraperiféricas da Europa, com foco nas empresas do turismo, da agricultura e da silvicultura. Todos estes projetos, aliados aos projetos e iniciativas já existentes, mesmo os do setor privado em microescala, irão certamente contribuir para uma maior sustentabilidade ambiental e permitir, gradualmente, a independência das fontes de produção energética não renováveis. Há mesmo a ambição de tornar o arquipélago totalmente sustentável em termos energéticos.

Figura 17 - Inauguração da Central Geotérmica do Pico Alto, Terceira



Fonte: www.azores.gov.pt

O Governo Regional dos Açores também tem atribuído importância à adoção dos princípios da economia circular no processo produtivo das empresas. Para o efeito, o Fundo Regional da Ciência e Tecnologia integra o projeto SCREEN, cofinanciado pelo programa Horizonte 2020, com o objetivo de capacitar os Açores com *know-how* sobre a economia circular, assim como o projeto Urban-

Waste, para reduzir a produção de resíduos e aumentar a eficiência e eficácia na gestão de resíduos.

As novas tecnologias deverão ser encaradas como facilitadoras da melhoria da sustentabilidade dos Açores. Apesar de já existirem projetos e iniciativas importantes neste âmbito (identificados no capítulo 4.4), deverão ser tomados esforços efetivos na utilização, gestão e planeamento dos recursos públicos, como por exemplo: a adoção de veículos elétricos nos serviços públicos municipais, a gestão inteligente da energia e da água nos edifícios e espaços públicos e o aumento do controlo inteligente e da eficiência na recolha e tratamento dos resíduos. Todos estes parâmetros estão, de forma geral, muito pouco desenvolvidos. No entanto, refira-se que já foi publicada em Jornal Oficial a abertura do concurso público para a exploração de vinte e seis pontos de carregamento rápido de mobilidade elétrica (Anúncio n.º 54/2018, de 12 de março) que, segundo o anúncio e a

Resolução do Conselho do Governo n.º 19/2018, de 21 de fevereiro, irá dar cobro a todas as ilhas de forma equilibrada. Esta é uma medida que certamente irá promover a mobilidade elétrica, visto que um dos grandes entraves à adoção dos veículos elétricos é a indisponibilidade de postos de carregamento que prejudicam a conveniência e o conforto existentes nos veículos tradicionais. Para além disso, há um comprometimento público do Governo Regional dos Açores para a transição de uma rede de distribuição de eletricidade tradicional para uma rede elétrica inteligente, as denominadas *Smart Grids*.

Na Tabela 8 apresenta-se os prémios que os Açores já receberam no que se refere à sustentabilidade da Região e à sustentabilidade turística em específico. São prémios que reforçam os esforços da Região na promoção de um eixo fundamental para a conversão em Destino Turístico Inteligente.

Tabela 8 - Prémios e classificações referentes à sustentabilidade e ao turismo sustentável dos Açores

PRÉMIOS			
Ano	Prémio	Organização	Observações
2018	Top 10 dos destinos mais sustentáveis do mundo	Green Destinations	Primeiro lugar na categoria “Melhor destino do Atlântico” 
2017 2016 2014	Top 100 dos destinos mais sustentáveis do mundo	Green Destinations	Primeiro lugar em 2014, com 8,9 em 10 pontos 
2017 2014-2016	Prémio platina da QualityCoast	QualityCoast – Coastal and Marine Union of the European Union	<ul style="list-style-type: none"> • 2017: A par com outros dois destinos holandeses – Goedereede e Westvoorne • 2014-2016: Primeiro e, até então, único destino com esse galardão 
2013	Prémio ouro da QualityCoast	QualityCoast – Coastal and Marine Union da União Europeia	Melhor destino QualityCoast da Europa 

2010	Prémio Melhor entre os Melhores - Natureza	Comissão Europeia	Concedido ao projeto "Life Priolo", que foi desenvolvido entre 2003 e 2008, focado na proteção e na restauração da vegetação em risco da floresta da Laurissilva dos Açores	
------	--	-------------------	---	---

2010	Segundas melhores ilhas do mundo para turismo sustentável	National Geographic Traveler	-	
------	---	------------------------------	---	---

CLASSIFICAÇÕES

Ano	Classificação	Organização	Observações	
2010	Convenção OSPAR	Comissão OSPAR	12 sítios identificados para proteção do ambiente marítimo do Atlântico Nordeste	
2009 2007 2007	Reservas da Biosfera	UNESCO	<ul style="list-style-type: none"> • Ilha das Flores • Ilha da Graciosa • Ilha do Corvo 	
2012 2008 2005	Sítios RAMSAR (Zonas húmidas de importância internacional)	Comissão da Convenção RAMSAR	<ul style="list-style-type: none"> • Ilhéus das Formigas e Recife Dollabarat • Complexo Vulcânico do Fogo • Complexo Vulcânico das Sete Cidades • Complexo Vulcânico das Furnas • Paul da Praia da Vitória • Planalto Central da Terceira • Caldeira da Graciosa • Lagoas das Fajãs da Caldeira e dos Cubres • Planato Central de São Jorge • Planalto Central do Pico • Caldeira do Faial • Planalto Central das Flores • Caldeirão do Corvo 	
1989	Rede Natura 2000	Comissão Europeia	<ul style="list-style-type: none"> • 23 Áreas de Preservação Especial • 15 Áreas de Proteção Especial • 2 Locais de Importância Comunitária 	
2004 1983	Património Mundial da UNESCO	UNESCO	<ul style="list-style-type: none"> • Paisagem da Cultura da Vinha do Pico • Centro Histórico de Angra do Heroísmo 	

Todos estes prémios e classificações reforçam a opção de tornar o turismo de natureza como o *core product* do turismo dos Açores. De facto, a qualidade dos recursos naturais faz com o destino possua um capital natural imenso e este está a ser explorado pelo setor turístico. No entanto, os riscos de perda de qualidade e de valor e os perigos de danos irreversíveis devem ser devidamente acautelados. Nos Açores, estão a ser tomadas um conjunto de medidas de preservação dos locais de maior sensibilidade, que inclui a tributação às visitas e a limitação do número de visitantes. Veja-se as recentes medidas adotadas em 2018 neste âmbito:

- **Ilhéu de Vila Franca do Campo:** limite diário do número de visitantes (400 na época balnear e 160 no resto do ano), limite de número de visitantes em simultâneo (200 na época balnear e 40 no resto do ano) e taxa adicional ao preço da viagem para não residentes (4,00 €) - Portaria 66/2018, de 20 de junho;
- **Vulcão dos Capelinhos:** limite diário do número de visitantes (80), limite de número de visitantes em simultâneo (16) e taxa de acesso para não residentes (4,00 €) - Portaria 67/2018, de 21 de junho;
- **Montanha do Pico:** limite diário do número de visitantes (320), limite de número de visitantes em simultâneo (160) e taxas de acesso para não residentes - Portaria 52/2018, de 23 de maio;
- **Lagoa das Furnas:** taxas de acesso para não residentes (2,00 €);
- **Caldeira Velha:** limite de número de visitantes em simultâneo (250), tempo máximo de permanência (2 horas) e taxas de acesso para não residentes (3,00 € ou 8,00 €).

Para 2019, está prevista a taxação do acesso às Termas da Ferraria e perspectiva-se a regulação da circulação na freguesia das Sete Cidades.

Relativamente à sustentabilidade económica, regista-se uma evolução notória na capacidade de criação de riqueza durante o século XXI. O PIB *per capita* nos Açores era de 81% do verificado a nível nacional em 2001. Em 2016, este valor já era de 89%. Também o rendimento disponível *per capita* tem aumentado consideravelmente (46,4% de 2000 a 2015), já sendo superior aos valores registados no Continente e na Região Autónoma da Madeira. No entanto, a Região tem-se debatido com o fenómeno do desemprego, que atingiu valores históricos em anos recentes (com o valor mais alto a registar-se no 1º trimestre de 2014 – 18,0%) e teve como consequência o aumento de risco de pobreza e das desigualdades entre classes. Alguns setores de grande importância para a economia regional, como a construção civil, a agricultura e o comércio, continuam a mostrar dificuldades para lidar com os efeitos da crise económico-financeira e com as novas dinâmicas do mercado.

O desenvolvimento do setor turístico e o seu elevado efeito multiplicador nos restantes setores tem sido fundamental para a revitalização da economia, para o qual contribuiu os fundos comunitários, a liberalização parcial do espaço aéreo regional e a intensificação do empreendedorismo, com reflexos, por exemplo, na descida da taxa de desemprego (8,9% no 1º trimestre de 2018) e no aumento da proporção do VAB criado no setor terciário em relação à totalidade dos setores económicos (78,7% em 2016, segundo o SREA). Não obstante, as condições naturais e edafoclimáticas continuam a consolidar o setor agro-florestal como importante para a economia, nomeadamente na produção, transformação e comercialização de carnes e leite, onde tem vindo a aumentar as quotas de mercado a nível nacional.

A Região Autónoma dos Açores é a região portuguesa com menor proporção de despesa em I&D no PIB segundo os dados do INE, com um valor de 0,30% em 2016 – último ano com dados disponíveis – verificando-se que em

Portugal este valor foi de 1,29%, na Madeira foi de 0,31% e na União Europeia foi de cerca de 2%. Refira-se que apenas 0,02% se refere a despesas do setor empresarial, sendo o ensino superior o que mais investe em I&D (0,21%), seguido do Estado (0,06%). São dados que ficam aquém do esperado, principalmente quando a estratégia para o desenvolvimento económico está assente na valorização do conhecimento e da ciência.

A inclusão social, o combate à pobreza, à discriminação, ao analfabetismo e aos baixos níveis de educação são desígnios fundamentais para a sustentabilidade económica e social de um destino turístico. Nos Açores, a pobreza é um flagelo real de uma faixa substancial da população açoriana. Apesar de ser a terceira região do país com maior rendimento *per capita*, é a pior em termos de poder de compra. Em 2016, cerca de 11,6% da população residente dos Açores era beneficiária do Rendimento Social de Inserção, que contrasta em grande escala com a realidade continental (3,0%) e madeirense (2,9%). É, ainda, a região com menor esperança média de vida (77,28 anos, em comparação com 78,02 da Madeira e 80,84 do Continente). Para combater esta realidade, o Governo Regional dos Açores está a desenvolver a Estratégia de Combate à Pobreza e Exclusão Social para os próximos 10 anos e, em maio de 2018, anunciou a criação da Comissão de Acompanhamento das Políticas Sociais.

A baixa qualificação da população apresenta desafios estruturais para o desenvolvimento sustentável do setor. Se, por um lado, os dados dos Censos de 2011 referem que os Açores eram a região com menor taxa de analfabetismo (4,7%), os dados do INE de 2017 apontam para a mais elevada taxa de abandono precoce da educação (28%) e a maior taxa de população residente sem ensino secundário (69,8%). Esta realidade prejudica a qualidade dos serviços prestados e a experiência turística dos visitantes, visto que, como as tendências a nível internacional apontam, os



turistas procuram cada vez mais uma experiência emotiva, cultural e pretendem sentir-se, temporariamente, integrantes da sociedade que visitam a todos os níveis, o que exige uma forte inter-relação pessoal com os operadores turísticos e serviços complementares.

Para além disso, certos mercados, com elevada preponderância para gastar no destino, exigem uma alta qualidade em todos os serviços e em todas as fases da viagem, como é o caso do mercado americano. Este mercado será mais explorado com a já anunciada operação da companhia aérea Delta Airlines nos Açores a partir de maio de 2018, o que deverá suscitar ainda uma maior preocupação com a qualidade do serviço. Note-se que, antes de realizarem a viagem, os turistas desenvolvem uma imagem mental acerca de um destino e criam um conjunto de expectativas (Buhalis, 2000) que, caso o valor percebido no “consumo” seja inferior ao valor esperado, irá gerar insatisfação (Chen e Chen, 2010) e o destino estará numa posição menos competitiva (Mihalic, 2000). Acrescente-se, ainda, que a falta de qualificação da população local poderá afetar a compreensão dos benefícios da atividade turística e a adesão ao desenvolvimento do setor turístico, principalmente caso se verifique a evolução e o desenvolvimento de algumas áreas ou locais coexistindo com polos com elevada degradação social ou se os benefícios recolhidos pelo setor não forem devidamente extensíveis à população.

Os Açores apresentam outros desafios estruturais que se prendem com a fragmentação do território e a insularidade. Estes fatores afetam a livre circulação de pessoas e bens, não apenas de acordo com os preceitos da União Europeia para com a totalidade do território europeu, mas especialmente na ligação entre os diversos territórios regionais e estes com o território continental. A dispersão das ilhas dá origem a uma fragmentação do mercado regional, dos recursos, do tecido produtivo, das instituições e das redes de infraestruturas, incluindo os equipamentos de base. Adicionalmente, para além das naturais debilidades estruturais, impõem-se critérios específicos de equidade social e de eficiência, em particular no que respeita à construção, manutenção e funcionamento de equipamentos coletivos. Estes critérios levam à necessária duplicação de equipamentos básicos como forma de suportar a vida das populações das diferentes ilhas e de mitigar os efeitos da dispersão espacial.

É neste sentido que tem havido uma preocupação em promover a coesão territorial, com investimentos estruturais nas principais infraestruturas portuárias e na alteração da política do transporte aéreo de passageiros, para reduzir os constrangimentos em termos de tempo e custos, promover a coesão interna e desenvolver o mercado regional. De facto, a liberalização parcial do espaço aéreo regional não teve apenas um impacto fundamental no setor turístico, como também reduziu o custo de transporte aéreo dos residentes para fora da



Região. As companhias aéreas *low cost* vieram potenciar um aumento da produção e do consumo, possibilitando uma circulação mais económica de pessoas e bens. A capacidade de mobilidade das pessoas e bens potencia a dinamização das transações económicas, o que se traduz no incremento da competitividade das empresas e na melhoria da qualidade de vida das pessoas.

As acessibilidades para pessoas com deficiências ou necessidades especiais não se encontram muito desenvolvidas na Região Autónoma dos Açores. Se analisarmos os resultados dos inquéritos realizados no âmbito dos planos estratégicos de turismo em vigor na região (regional e municipais), percebe-se que é um dos fatores que gera maior insatisfação no turista. Em termos da exploração do turismo inclusivo, o Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (PEMTA) apenas refere que a organização da oferta turística permitirá que se defina uma estratégia de acessibilidades ajustada às necessidades de mobilidade, quer dos visitantes, quer dos residentes. O turismo inclusivo e acessível ainda não faz parte da estratégia de comunicação do Turismo dos Açores, o que só deverá acontecer quando o destino estiver dotado das condições necessárias para o efeito em termos de infraestruturas, de produtos e serviços e qualificação do pessoal.

Apesar da legislação atual dar cobro a princípios básicos da inclusão da população e dos visitantes, como as condições de acessibilidade a satisfazer no projeto e na construção de espaços públicos, equipamentos coletivos e edifícios públicos e habitacionais, a proibição da discriminação em razão da deficiência ou a necessidade de o sistema de transportes coletivos ter de cumprir com as normas e princípios de acessibilidade e não-discriminação, ainda subsistem muitos desafios a serem ultrapassados, nomeadamente na adaptação dos espaços e edifícios públicos já existentes e no transporte público de pessoas. A elaboração de planos compreensivos para a

acessibilidade urbana e turística, com a realização de um diagnóstico exaustivo nestes âmbitos e um plano de ação ajustado que integre as novas tecnologias permitirá colmatar as necessidades existentes, principalmente no que se refere à mobilidade nos centros urbanos, intermunicípios, inter-ilhas e entre as atrações turísticas. Repare-se que nos inquéritos realizados aos turistas pelo Observatório do Turismo dos Açores, o transporte coletivo de passageiros é recorrentemente salientado como um dos pontos fracos do destino, em termos de rotas para as zonas mais remotas, horários e em qualidade de serviço. Acresce ainda a necessidade de promover a adaptação dos veículos de transporte de passageiros com as condições adequadas e necessárias para os turistas e residentes com necessidades especiais.

Em relação às atividades de animação turística, a cooperativa Cresaçor, através da marca *Azores for All*, é a principal impulsionadora do turismo acessível nos Açores, com atividades em terra e em mar, dispondo de equipamentos e veículos adequados para o efeito. É considerada um caso de sucesso a nível nacional, fazendo parte do guia de boas práticas do Turismo de Portugal.

Figura 18 - Excursão efetuada pela Cresaçor



Fonte: www.azoresforall.com

As novas tecnologias apresentam-se como um contributo fundamental para a qualificação dos Açores como destino inclusivo e acessível, principalmente em

termos comunicacionais, algo que está claramente pouco desenvolvido nos Açores. Os postos de informação turística e os recursos turísticos devem estar dotados de mecanismos tecnológicos que facilitem a comunicação e a interação sem dificuldades com os visitantes que apresentam necessidades especiais nas diversas vertentes (motoras, visuais, auditivas, etc.), como vídeos com linguagem gestual ou modelos tridimensionais dos concelhos. Em termos de acessibilidade digital, a grande maioria dos *websites* e *apps* existentes no âmbito do setor turístico não fazem referência à adoção dos princípios delineados no *Web Content Accessibility Guidelines 2.0*, no *Mobile Web Best Practices* ou no *Mobile Web Applications Best Practices*.

No que concerne à formação dos recursos humanos para lidar com as especificidades deste segmento, o Governo Regional dos Açores promoveu, em maio de 2018, a formação teórico-prática “Museus e Públicos com Necessidades Especiais” para técnicos dos serviços educativos dos museus e bibliotecas dos Açores e mediadores culturais com atividade no serviço educativo, com o objetivo de dar uma visão atualizada sobre a criação de acessibilidades e promoção da inclusão em estruturas culturais a nível nacional. Também a cooperativa Cresaçor tem promovido formações na área do turismo inclusivo, nomeadamente ao nível do pedestrianismo.

Em suma, denota-se que os Açores têm procurado capitalizar os seus recursos endógenos para se posicionar como um destino de natureza e sustentável de excelência, destacando-se a promoção da preservação ambiental, a identidade cultural e a produção de energia a partir de fontes renováveis. Ao nível das acessibilidades, denota-se uma preocupação com o cumprimento da legislação nas obras públicas e o trabalho de excelência desenvolvido pela cooperativa Cresaçor na promoção do turismo inclusivo.

4.4. Capacidade dos Açores para se transformar em Destino Turístico Inteligente

A transformação de um destino turístico em *smart destination* é um passo que está a ser tomado por vários destinos turísticos a nível internacional. A criação de *inteligência* nos territórios gera benefícios claros para a população local e para os visitantes. Nos Açores, esta conversão é especialmente vantajosa se se atender a duas dificuldades inerentes a este território: a pequena dimensão do território e a heterogeneidade evidente entre as nove ilhas do arquipélago. O desenvolvimento do modelo de destinos turísticos inteligentes permitirá “derrubar” as barreiras físicas e as ineficiências operacionais, permitindo a qualificação do território como um todo e fomentando um crescimento económico sustentado e harmonizado. Por estes motivos, aliados ao facto de este arquipélago estar a tornar-se num destino turístico atrativo e com elevados crescimentos no número de visitantes, os Açores apresentam todas as condições para se constituírem num laboratório. A instalação de projetos-piloto em locais estratégicos permitirá um estudo exaustivo para a captação de *know-how* essencial nesta temática.

Tal como visto nos capítulos anteriores, os Açores já apresentam projetos e medidas que se enquadram nos desígnios de um Destino Turístico Inteligente. Adicionalmente, algumas Câmaras Municipais têm projetado os seus concelhos como *Smart Cities*, o que tem resultado na implementação de ações concretas de incorporação dos meios tecnológicos, da inovação e de promoção da sustentabilidade económica, social e cultural, para além de estarem em vigor planos de desenvolvimentos assentes na incorporação da inovação e da tecnologia. Tome-se como o exemplo a aprovação do projeto “Lagoa Smart City – Modernização Administrativa” candidatado ao PO Açores 2020, com o objetivo de modernizar a administração autárquica e a adotar processos inteligentes com recurso às TIC.

De facto, o processo de conversão para um Destino Turístico Inteligente não se inicia do zero. As estratégias já definidas para o setor turístico, assim como para as restantes áreas envolventes, devem ser devidamente incorporadas na estratégia de conversão em Destino Turístico Inteligente, permitindo manter o posicionamento e os atributos diferenciadores. Seguindo as indicações da Segittur (2015), devem ser, ainda, identificadas as boas práticas que vão ao encontro dos preceitos de *smart destinations*, nomeadamente projetos, programas e ações promovidos pelo setor privado e, principalmente, pelo setor público, para que sejam devidamente incorporados no processo de conversão. Foram identificadas 58 boas práticas nos Açores, que se elencam de seguida. Após um levantamento exaustivo foram selecionadas as ações que se enquadram adequadamente em um ou mais eixos fundamentais que estruturam o modelo de *smart destination* e ações que, mesmo estando em baixo estado de maturidade, apresentam potencialidades para projetarem o destino nos preceitos pretendidos. Foram identificadas boas práticas que se enquadram em cada um dos quatro eixos fundamentais e no âmbito da governação. Em cada uma das ações, identificou-se os principais contributos e funcionalidades e apresentam-se, quando justificado, sugestões para aumentar o impacto das mesmas.

Para além da melhoria da envolvente *inteligente* do destino, refira-se que algumas das ações já se enquadram no conceito das “ferramentas de turismo inteligente” - as *smart tools* (Smith, 2015). Estas são ferramentas que correspondem às necessidades do turista “inteligente”, ou seja, aquelas que, pela forma como estão imbuídas na envolvente do destino, fornecem informação de uma forma tecnológica e digital, em interfaces *friendly-user* e em total conveniência para o turista, aumentando o valor da experiência e, conseqüentemente, a competitividade do destino.

Lagoa

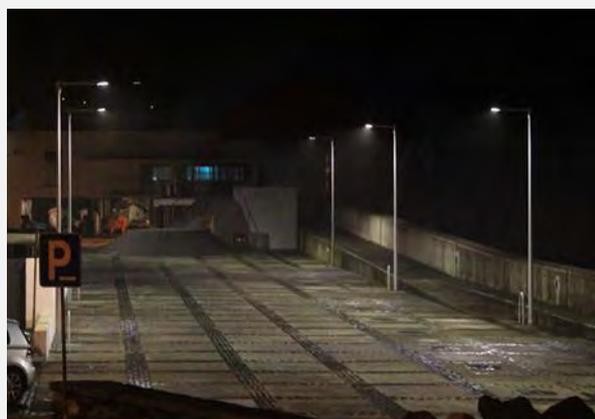
Veículos elétricos



A Câmara Municipal de Lagoa assumiu, em 2015, um plano estratégico para tornar a cidade da Lagoa na primeira *Smart City* dos Açores no horizonte temporal até 2020, sob os desígnios da sustentabilidade, da inovação e da qualidade de vida. No âmbito do projeto, a autarquia adquiriu, em 2017, dois veículos elétricos personalizados para os serviços internos, de forma a dar a conhecer aos munícipes, por um lado, o projeto *Lagoa Smart City 2020* e, por outro, os benefícios da mobilidade elétrica em termos de poupança de custos e promoção da sustentabilidade ambiental.

Lagoa

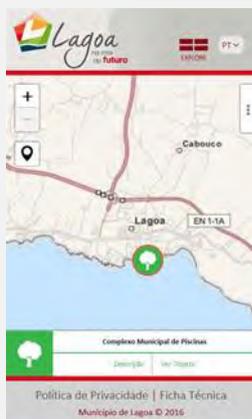
Iluminação LED inteligente



No ano de 2016, a Câmara Municipal de Lagoa procedeu ao reordenamento do parque de estacionamento do Porto dos Carneiros, de forma a disciplinar a circulação automóvel e o estacionamento, assim como proceder à colocação de novas luminárias para melhorar a visibilidade noturna. A solução adotada - iluminação LED - está dotada de tecnologia integrada que permite uma elevada performance no consumo energético, incluindo o controlo ótico e a gestão térmica da luminária, o que resulta em poupança de custos e no aumento da vida útil dos equipamentos.

Lagoa

Aplicação *Lagoa na Rota do Futuro*



A aplicação para dispositivos móveis lançada pela Câmara Municipal de Lagoa em 2016 configura-se como um marco tecnológico importante para a configuração da cidade em *smart city*, uma vez que disponibiliza aos seus visitantes um guia turístico em formato digital. A aplicação disponibiliza um mapa com a localização atual e dos locais de interesse (recursos naturais, culturais e tecnológicos, restaurantes e estabelecimentos de alojamentos), com a possibilidade de traçar trajetos via GPS e sugerir rotas. Adicionalmente, está também disponível a agenda cultural.

Lagoa

Restaurante Paladares da Quinta | Menus em *tablets*



Considerado como um dos restaurantes mais modernos do país, o Paladares da Quinta, situado no concelho de Lagoa, dispõe de um sistema tecnológico multilingue que permite aos clientes a consulta e a escolha do menu e pedidos extras a partir de um tablet, disponibilizando o valor nutricional dos pratos, o preço de cada produto, o total da refeição e fotografias dos pratos. Este sistema permite um controlo mais viável do inventário, atualizando de forma automática aquando da realização de cada pedido. O restaurante dispõe ainda de uma aplicação que permite realizar reservas e pedidos fora do estabelecimento.

Lagoa

NONAGON | Parque de Ciência e Tecnologia de São Miguel



O primeiro parque de ciência e tecnologia dos Açores, localizado na ilha de São Miguel, cidade de Lagoa, representa uma estrutura fundamental para dar corpo à estratégia de dinamização da economia baseada no conhecimento, na tecnologia e na inovação e no aprofundamento do conceito *triple helix*. Este parque acolhe empresas de base tecnológica, dispondo de um conjunto de serviços direcionados para a melhoria da sua competitividade através da formação dos quadros técnicos, científicos e gestores e o fomento de parcerias a nível regional, nacional e internacional.

Ribeira Grande

Biblioteca Daniel de Sá | Iluminação LED inteligente



Situada no concelho da Ribeira Grande, a biblioteca Daniel de Sá foi inaugurada em dezembro de 2014 após a reconstrução de um edifício do século XVIII (antiga Casa da Natividade). Imbuídos pelos princípios da sustentabilidade, foi instalado um sistema de iluminação LED inteligente adequado à tipologia dos vários espaços existentes. Este sistema permite o controlo da intensidade da luz em função da presença de pessoas, da hora do dia, da intensidade da luz solar e da calendarização de eventos especiais, reduzindo, desta forma, o consumo da energia elétrica e a utilização de interruptor (maior conforto).

Ribeira Grande

Quiosques interativos



Desde 2016 que a cidade da Ribeira Grande dispõe de 5 quiosques interativos, resultante da estratégia de evoluir a cidade para os preceitos de uma sociedade digital. Os quiosques dispõem de um software interativo que inclui informação turística em três línguas, a indicação de trajetos para os recursos turísticos, conteúdos de interesse para o município, a agenda cultural, um *feed* de notícias, um calendário de eventos e postais eletrónicos que podem ser enviados por email ou partilhar no Facebook. Adicionalmente, os quiosques funcionam como hotspots, disponibilizando *wi-fi* gratuito.

Ribeira Grande

Aplicação CMRG



Para além das tradicionais informações e funcionalidades típicas de um guia turístico digital, a segunda versão da aplicação do concelho de Ribeira Grande dispõe de leitor de códigos QR, áudio-guias para determinados recursos turísticos, a possibilidade de utilizar o GPS no mapa da cidade em modo offline e a informação sobre o transporte público de passageiros. Adicionalmente, esta versão dispõe também de informação para os munícipes, como o horário das recolhas de resíduos por freguesia, as farmácias de serviço, editais da câmara municipal, regulamentos, entre outros.

Povoação

Aplicação Povoação



A aplicação móvel *Povoação* assume-se como o guia turístico digital oficial do concelho de Povoação, dispondo de informação sobre a acessibilidade ao concelho, o alojamento, a restauração, as atividades e os recursos turísticos, contactos úteis do concelho em duas línguas (português e inglês) e um *feed* de notícias. Como principais funcionalidades, a aplicação dispõe de um mapa *offline* através da plataforma *OpenStreetMap*, localização da posição e definição de percursos com recurso simultâneo à internet e ao GPS, partilha nas redes sociais e notícias do concelho.

Angra do Heroísmo

Angra Wi-fi



A Câmara Municipal de Angra do Heroísmo disponibiliza internet gratuita via *wi-fi* desde junho de 2015 em diversos pontos da cidade, incluindo a Praça Velha, Largo Prior do Crato, Pátio da Alfândega, Praça Almeida Garrett, Jardim Duque da Terceira e o Mercado Municipal, entre outros, num contrato celebrado entre este Município e a PT. Adicionalmente, a autarquia, com este contrato de fornecimento de telecomunicações, pretendeu dar melhor uso às ligações de fibra ótica já instaladas nos edifícios e serviços da autarquia, melhorando a qualidade de serviço e reduzindo os custos.

Angra do Heroísmo

Aplicação *Visit Angra*



Disponível em três línguas (português, inglês e francês), a aplicação *Visit Angra* é o guia virtual oficial do concelho de Angra do Heroísmo. Está equipada com áudio guias sobre principais pontos de interesse e permite a localização e a navegação por GPS, incluindo o fornecimento de direções, alerta para eventos e pontos de interesse próximos da localização do utilizador. Contém informação turística dos principais recursos culturais, a agenda cultural e o mapa da cidade. Permite, ainda, o acesso a conteúdos e ao mapa do concelho em modo *offline*.

Angra do Heroísmo

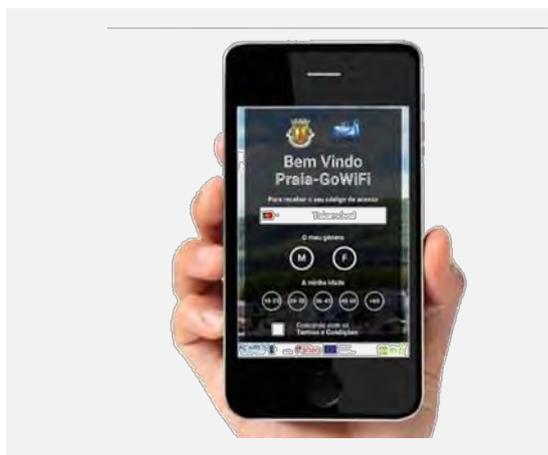
TERINOV | Parque de Ciência e Tecnologia da Terceira



Ainda em fase de desenvolvimento, o segundo parque de ciência e tecnologia dos Açores – TERINOV - encontra-se sedado no concelho de Angra de Heroísmo, pretendendo constituir-se como um polo estratégico de dinamização da economia terceirense baseada no conhecimento, na inovação e na tecnologia, atraindo investimento externo e potenciado a criação de emprego qualificado e de qualidade e a geração de riqueza. Está especialmente direcionado para setores como o agroalimentar, a biotecnologia e da indústria criativa e incluirá espaços de incubação de empresas e de *coworking*.

Praia da Vitória

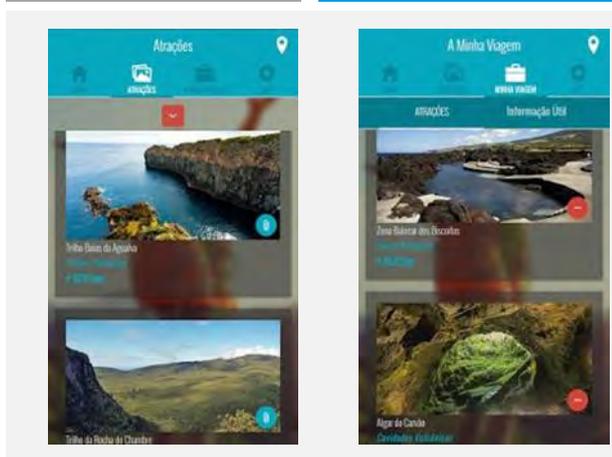
Praia-GoWi-fi



A Câmara Municipal da Praia da Vitória disponibiliza, desde 2017, uma plataforma de acesso à internet gratuita através de registo prévio, cobrindo integralmente o eixo Largo da Luz-Marina da Praia. Esta plataforma foi concebida pela *startup* nacional Go Wi-fi. Para além do acesso à internet, a plataforma permite um contacto direto entre as empresas que pretendem anunciar na rede e os consumidores que permitirem este contacto, para além de disponibilizar informação sobre a cidade, a cultura e as iniciativas camarárias. É uma solução inovadora que pretende aproximar a procura e a oferta.

Praia da Vitória

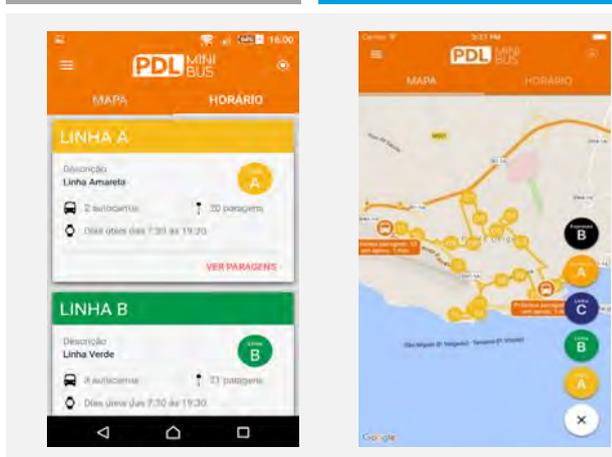
Aplicação *Tour Praia*



No ano de 2017, foi apresentada a aplicação para dispositivos móveis do Município da Praia da Vitória que fornece informações sobre os recursos turísticos a visitar, permitindo a pesquisa com filtros por tópicos, assim como a possibilidade de seleccionar os locais a visitar de forma a planear uma tour. São também disponibilizadas informações referentes à agenda cultural do concelho e a informações de carácter geral, consultar as localizações dos recursos no mapa e obter direções. Esta iniciativa, a par da Praia-GoWi-Fi, estão enquadradas no projeto Praia Smart City.

Ponta Delgada

Rede de Minibus e aplicação *PDL MiniBus*



A cidade de Ponta Delgada conta, desde 2002, com uma rede de minibus que proporciona uma maior mobilidade aos residentes e turistas que pretendem circular no centro urbano nos dias úteis e no sábado de manhã, tendo sido ampliada de 3 para 4 linhas em 2017. Em 2016, foi lançada uma aplicação para dispositivos móveis inovadora na Região - *PDL MiniBus* - que confere aos utentes a posição dos autocarros em tempo real, os tempos de espera estimados, informação dos circuitos e paragens nas diferentes linhas de serviço, horários, locais de venda dos passes e preços dos bilhetes e passes.

Ponta Delgada

Loja do Município PDL Total



Com o objetivo de centralizar os serviços num único espaço, fornecer os serviços de forma mais especializada e agilizar o atendimento aos munícipes e empresas, a Câmara Municipal de Ponta Delgada inaugurou, em 2015, a Loja do Município PDL Total. Neste espaço, que inclui um módulo de autoatendimento e atendimento reservado, são prestados serviços nas áreas de tesouraria, obras particulares, taxas, licenças, atendimento geral e SMAS, entre outros. Define-se como um espaço moderno que incorpora elementos tecnológicos e inovadores, permitindo desburocratizar os processos municipais.

Ponta Delgada

Escola de Formação Turística e Hoteleira



Criada pela Associação Açoriana de Formação Turística e Hoteleira em 2002, a Escola de Formação Turística e Hoteleira tem sido uma das principais referências na qualificação dos recursos humanos, principalmente no que se refere à cozinha, e conta com uma rede de parcerias internacional. O restaurante/lounge Anfiteatro, localizado nas Portas do Mar, funciona como uma unidade de aplicação do conhecimento adquirido em sede de aulas e de formação em contexto real de trabalho, e tem recebido elogios, recebendo mesmo um Certificado de Excelência pelo TripAdvisor.

Ponta Delgada

Universidade dos Açores | Ensino Superior em Turismo



A licenciatura em turismo, a pós-graduação em turismo cultural e o mestrado em gestão do turismo internacional são cursos lecionados na Faculdade de Economia e Gestão da Universidade dos Açores. A licenciatura e o mestrado estão acreditados pela A3ES desde 2013. Procuram dar uma resposta direta às necessidades de formação técnicas, científicas e de relacionamento pessoal da população para que, quer no setor público, quer no setor privado, possam contribuir para o desenvolvimento e aumento da competitividade do setor turístico da Região.

Vila do Porto

Casa dos Fósseis



Inaugurada em 2016, a Casa dos Fósseis pretende dar um contributo na divulgação científica do espólio e património paleontológico e geológico de Santa Maria, a ilha mais antiga do arquipélago dos Açores e que possui a maior jazida de fósseis marinhos do Atlântico Norte. Esta iniciativa, que agrega o conhecimento científico e promove uma relação com instituições de ensino, permitirá consolidar o turismo de natureza, o turismo científico e o turismo cultural nesta ilha. Os visitantes farão uma viagem pela formação geológica da ilha, do passado ao presente de forma sensorial.

Horta

Centro de Interpretação do Vulcão dos Capelinhos



O Centro de Interpretação do Vulcão dos Capelinhos é um espaço de carácter científico e cultural que pretende dar a conhecer a erupção do Vulcão dos Capelinhos, a formação do arquipélago, a atividade vulcânica do mundo e a história dos faróis açorianos. Nomeado para melhor museu do mundo da Europa em 2012, o centro, com uma matriz inovadora e tecnológica, encontra-se soterrado para não interferir com a paisagem. Para além disso, tem a preocupação de promover as acessibilidades, dispondo de cadeiras de rodas e um circuito de visita em braille.

Horta

Horta sobre Rodas



“Horta sobre Rodas”, criado pela Câmara Municipal da Horta, é um projeto inovador e único nos Açores. Os turistas são convidados a realizar vários percursos temáticos de cariz cultural, ligados ao mar, à natureza e ao património, com recurso a *e-bikes* e a um manual físico (com possibilidade de ser descarregado no telemóvel), de forma gratuita, podendo ser requeridos áudio-guias. Existe, ainda, informação disponível sobre os percursos nos *spins* em paragens de minibus identificadas no guia, estimulando o uso deste meio de transporte.

Terceira

Terceira Tech Island



No âmbito do Plano de Revitalização Económica da Ilha Terceira (PREIT), o Governo Regional dos Açores criou o projeto “Terceira Tech Island” que ambiciona atrair empresas tecnológicas para a ilha Terceira com o objetivo de tornar os Açores num *hub* de empresas tecnológicas em estreita interligação com a dinâmica mundial e, assim, atenuar as dificuldades criadas com a redução da atividade na Base das Lajes. Entre as várias vantagens competitivas que o governo pretende exponenciar, destaque-se a formação de pessoal. Já se encontra na 2ª edição uma formação gratuita em programação a cerca de 20 jovens.

Terceira

Aplicação Carnaval Ilha Terceira



O Carnaval da ilha Terceira é uma das maiores tradições do arquipélago dos Açores, suscitando um elevado interesse tanto nos residentes como nos turistas. Desde 2015 que a Associação Regional do Turismo disponibiliza uma aplicação para dispositivos móveis que permite acompanhar esta festividade, sendo possível obter a localização em tempo real de cada bailinho ou dança, saber o estado das filas de espera dos salões e visualizar os bailinhos em alguns dos salões. Esta iniciativa é mais um bom exemplo em que a tecnologia está ao serviço da cultura, da comunidade e dos visitantes.

Terceira

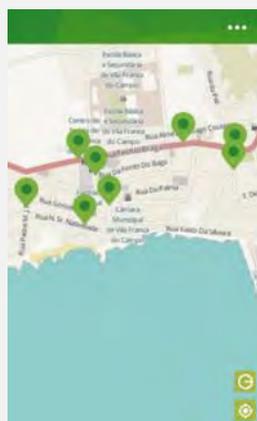
Website Explore Terceira



A Câmara de Comércio de Angra do Heroísmo, em parceria com a Associação Regional do Turismo e com o cofinanciamento de fundos comunitários, desenvolveu um website de promoção turística da ilha Terceira, disponibilizado a partir de fevereiro de 2018, com o objetivo de aumentar a estada média do turista. Atualmente, a informação é disponibilizada em três línguas e há a possibilidade de planear um roteiro de viagem após um registo prévio. Os próximos desenvolvimentos passarão por aumentar o número de línguas e disponibilizar uma plataforma de *e-commerce*.

São Miguel

MUSAMI | Aplicação *Eco-Island*



A MUSAMI, empresa intermunicipal de gestão de resíduos sediada na ilha de São Miguel, lançou uma aplicação para dispositivos móveis que pretende divulgar os estabelecimentos do setor hoteleiro, comércio e outros serviços que aderiram e cumpram com os requisitos do programa “Temos um compromisso com o Ambiente – Nós Reciclamos”. O programa pretende estabelecer parcerias com empresas dos referidos setores para que assumam um compromisso com a reciclagem, a separação dos resíduos e boas práticas ambientais, sendo estas empresas alvo de fiscalização e atribuição de selos.

Açores

Projeto Urban-Waste



A gestão dos resíduos é uma problemática que se coloca em destinos turísticos com crescimentos acentuados no número de visitantes. Neste sentido, um consórcio alargado de parceiros, que inclui o FRCT e a Câmara Municipal de Ponta Delgada, aderiram ao projeto de investigação internacional Urban-Waste. Este projeto procura desenvolver mecanismos para a redução da produção de resíduos municipais, fomentar a reciclagem, a reutilização, a recolha e a eliminação de resíduos em cidades turísticas, procurando adotar o modelo de economia circular.

Açores

Património Mundial e Reservas da Biosfera da UNESCO



A excelência dos recursos naturais e culturais dos Açores, sustentados nos valores da conservação e preservação, é, também, comprovado pelas classificações atribuídas pela UNESCO a vários locais da região como património mundial e reservas da biosfera. Nos Açores, existem dois locais classificados como património mundial: o centro histórico de Angra do Heroísmo na ilha Terceira e paisagem da cultura da vinha da ilha do Pico. No que se refere às reservas da biosfera, foram classificadas a ilha do Corvo, a ilha da Graciosa, a ilha das Flores e as fajãs da ilha de São Jorge.

Açores

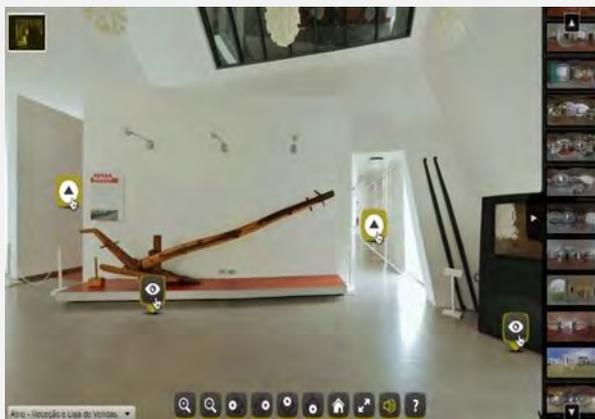
Aplicação Parques Naturais dos Açores



O Governo Regional dos Açores lançou, no ano de 2016, uma aplicação para dispositivos móveis para explorar e divulgar os Parques Naturais de cada ilha dos Açores, com vista a qualificar o produto turismo de natureza. É possível obter informação sobre os pontos de interesse, incluindo as áreas protegidas, os centros ambientais, os trilhos pedestres, sugestões de visita, parceiros locais e informação sobre os recursos naturais, incluindo a flora, a fauna e a geologia, para além de ser possível navegar por GPS e obter direções. Toda a informação está disponível em modo offline e nos idiomas português e inglês.

Açores

Visitas virtuais aos museus e Exposições virtuais



A Direção Regional da Cultura disponibiliza, no website Cultura Açores, dois serviços inovadores e que promovem, de forma digital, a cultura açoriana. Por um lado, a visita virtual a sete museus, com uma movimentação em 360º em vários locais, a disponibilização de áudio e informação relevante. Por outro lado, são disponibilizados excertos de exposições, para dar conhecimento de algumas das peças que integraram as exposições. Estas iniciativas carecem de uma maior adaptação aos dispositivos móveis, maior divulgação, integração no produto turismo cultural e informação em várias línguas.

Açores

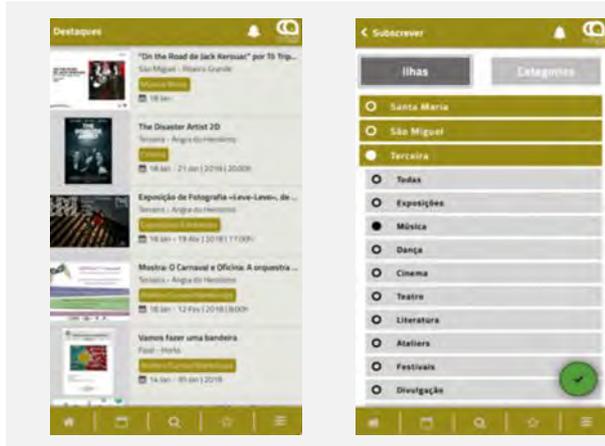
Roteiros culturais dos Açores - Personalidades



Os Roteiros Culturais dos Açores – Personalidades, desenvolvidos pela Direção Regional da Cultura, têm como objetivo a salvaguarda e a transmissão do património e da identidade cultural da Região, promovendo percursos com traços relevantes da vida e obra de personalidades de relevo no panorama cultural açoriano. Esta é uma excelente ideia para promover o turismo cultural, mas que deverá ser reestruturado com a utilização das novas tecnologias, como por exemplo, a conversão para uma aplicação com disponibilização de áudio-guias e experiências de realidade aumentada.

Açores

Aplicação Agenda Açores



A aplicação para dispositivos móveis Agenda Cultural, uma iniciativa da Direção Regional da Cultura, é uma forma inovadora de divulgar a agenda cultural dos Açores e, assim, qualificar o produto turismo cultural. Através da aplicação, é disponibilizada informação referente aos principais eventos culturais que ocorrerão nos Açores, podendo a informação ser filtrada por ilha ou por tipo de evento, e até mesmo os eventos que são promovidos pelos Açores fora do arquipélago. Adicionalmente, a aplicação permite guardar os eventos preferidos e adicioná-los ao calendário.

Açores

SpotAzores | Website e aplicação



O website e a aplicação para dispositivos móveis *SpotAzores* são serviços inovadores na Região, disponibilizado de forma gratuita e em três línguas (português, inglês e alemão). Através de *webcams* instaladas em diversos pontos turísticos, principalmente nas zonas balneares, os utilizadores têm acesso em tempo real das imagens destes locais, para além de obterem informações sobre as condições climáticas, o que se afigura como informação essencial para o planeamento das atividades turísticas a realizar em cada dia. Adicionalmente, são transmitidos eventos em direto.

Açores

Publiçor | Açores 360º



Desde 2013 que a empresa de publicações e publicidade Publiçor disponibiliza, no seu website, a ferramenta Açores 360º, que permite realizar uma viagem virtual pelas nove ilhas dos Açores. Nos pontos turísticos selecionados são disponibilizadas fotografias com alta qualidade, onde é possível realizar movimentação em 360º e obter informações sobre estes locais em cinco idiomas. É uma ferramenta muito interessante e que deverá ser desenvolvida, devendo, por exemplo, ser adaptada para dispositivos móveis e com a possibilidade de fazer a leitura de códigos QR.

Açores

Distinção Empresa Digital Açores



Com o objetivo de fomentar e incentivar a adoção dos meios tecnológicos digitais em toda a cadeia de valor das empresas regionais, o Governo Regional dos Açores criou, em 2017, a distinção PME Digital, através da Resolução do Conselho do Governo n.º 31/2017, de 2 de maio (renomeada para Empresa Digital Açores em 2018). Pretende distinguir as empresas que adotem boas práticas tecnológicas e diminuir as barreiras na comercialização dos produtos além-fronteiras. Para as empresas, a distinção permite reforçar a diferenciação face à concorrência, principalmente em setores tradicionalmente avessos à tecnologia.

Açores

Energias renováveis



As características do arquipélago dos Açores permitem a exploração de diferentes fontes de energias. Segundo dados do SREA, em 2017, cerca de 36,6% da energia produzida advém de fontes renováveis, destacando-se a energia geotérmica como responsável por 65,6% do total desta energia. O Governo Regional pretende que, em 2020, cerca de 60% da produção de eletricidade seja com recurso a energias renováveis. Em 2017, foi inaugurada a Central Geotérmica da Ilha e perspectiva-se que, em 2018, para além de outros projetos, se dê início à exploração do novo parque fotovoltaico na ilha de Santa Maria.

Açores

Programa “Eco Freguesia, Freguesia Limpa”



O Programa “Eco Freguesia, Freguesia Limpa”, organizado pela Direção Regional do Ambiente, pretende galardoar as freguesias açorianas nos esforços e colaboração das populações na limpeza, remoção e encaminhamento para o devido destino dos resíduos abandonados em espaços públicos, assim como o desenvolvimento e participação em programas e ações de sensibilização de educação ambiental. Segundo os dados disponibilizados, em 2016 inscreveram-se todas as juntas de freguesias do arquipélago, das quais 28 foram galardoadas com o prémio excelência.

Açores

Imposto sobre os sacos de plástico



O imposto sobre os sacos de plástico encontra-se regulamentado pela Portaria n.º 36/2015, o qual define que sobre os sacos de plástico distribuídos ao consumidor final nos estabelecimentos de comércio a retalho incide uma taxa de 0,04€. Segundo o Decreto Legislativo Regional n.º 13/2015/A, os mecanismos de redução do consumo de sacos de plástico pretendem reforçar a proteção ambiental do arquipélago dos Açores, contribuir para sensibilizar os cidadãos e compensar os sobrecustos da recolha e processamento dos sacos de plástico.

Açores

Programa “Praia Acessível, Praia para Todos”



O programa “Praia Acessível, Praia para Todos” foi criada em 2005 a nível nacional, com o objetivo de identificar as zonas balneares que cumprem com a legislação sobre as acessibilidades e a não discriminação. Em 2017, foram premiadas 16 zonas balneares nos Açores - mais 2 do que nos três anos anteriores - estando 10 dessas praias localizadas na ilha de São Miguel, 4 na ilha Terceira, 1 na ilha do Faial e 1 na ilha de Santa Maria. Refira-se ainda que 11 das 16 zonas balneares possuem cadeira anfíbia e 2 zonas balneares contam com um dispositivo mecânico para acesso à piscina.

Açores

Rede de Centros de Ciência dos Açores



Contando com 6 centros de ciência, a Rede de Centros de Ciência dos Açores é uma estrutura que procura promover a cultura científica em diferentes áreas do conhecimento, de forma interativa e aberta à comunidade. Com a nova dinâmica turística vivida no destino turístico «Açores», os centros de ciência têm percebido a importância que podem ter para os visitantes do arquipélago e na própria promoção do destino, procurando aumentar o conhecimento, ajudar na interpretação da ciência e dos Açores e, assim, melhorar a qualidade da oferta turística e da própria experiência do turista.

Açores

Monitorização e acessos controlados a recursos turísticos



A monitorização e regulamentação dos acessos em áreas especialmente sensíveis e de elevado valor tem sido uma preocupação do Governo Regional dos Açores, para promover a sustentabilidade dos locais e evitar que a pressão turística cause danos que poderão ser irreversíveis. Neste campo, destaque-se, por exemplo, as regulamentações de acesso à Montanha do Pico e à Caldeira do Faial, limitando a capacidade de carga, o percurso de acesso e comportamentos abusivos. Estas iniciativas deverão ser mais amplamente adotadas, principalmente onde há uma baixa capacidade de carga.

Açores

Rede de Percursos Pedestres Classificados



A Rede de Percursos Pedestres classificados pelo Governo Regional dos Açores é um conjunto de percursos pedestres e trilhos que foram selecionados e classificados com a garantia de segurança e de tranquilidade nas caminhadas a pé nos locais de maior beleza natural. As caminhadas a pé por meio dos recantos naturais das ilhas são das atividades mais realizadas pelos visitantes, mas, devido à localização mais afastada dos centros das populações e à pouca intervenção humana, poderiam apresentar perigos reais para os caminhantes. Desta forma, os percursos e trilhos têm sido paulatinamente reabilitados.

Açores

Rede de Incubadoras de Empresas dos Açores



As incubadoras têm-se assumido como estruturas que promovem e facilitem o processo de criação de empresas e o seu desenvolvimento em fase inicial. É neste sentido que, em 2015, é criado o regulamento da Rede de Incubadoras de Empresas dos Açores, com o objetivo de criar um modelo para a RIEA e que promova a coordenação estratégica de atuação das incubadoras de base local, articulando as políticas regionais e as políticas locais, e corresponda às necessidades de desenvolvimento dos concelhos assentes no conhecimento e nos recursos endógenos.

Açores

Espaços TIC



Apesar dos espaços TIC estarem, na sua origem, vocacionados para o combate à infoexclusão e promoção do acesso gratuito às TIC por parte da população residente, a realidade é que, segundo o Governo Regional dos Açores, estes espaços são frequentemente visitados pelos turistas, principalmente na época alta. Foram identificados, nos Açores, cerca de 54 espaços TIC em 2017, espalhados pelas diversas IPSS, juntas de freguesia, câmaras municipais e outras associações sem fins lucrativos. Através do programa de incentivos PRO-SCIENTIA, são concedidos apoios para a remodelação destes espaços.

Açores

Programa Operacional AÇORES 2020



O Programa Operacional AÇORES 2020 é o programa estruturado para a Região Autónoma dos Açores para o período de programação 2014-2020 e que é comparticipado pelos fundos estruturais europeus, nomeadamente pelo FEDER e pelo FSE. Entre os 12 eixos em que o programa está estruturado, pode-se encontrar eixos destinados à investigação, desenvolvimento tecnológico e inovação, à promoção do acesso às TIC e ao melhoramento do ambiente e prevenção de riscos. A estes fundos podem concorrer os organismos públicos e privados nos períodos de abertura de candidatura.

Açores

Sistema de Incentivos COMPETIR+



No âmbito do Eixo 3 do PO AÇORES 2020, que visa melhorar a competitividade das empresas regionais, foi criado um sistema de incentivos específico para o setor privado (COMPETIR+), que procura promover o desenvolvimento sustentável da economia regional, a competitividade, a capacidade de penetração em novos mercados, a internacionalização e o alargamento da base económica de exportação. Destaque-se a promoção da inovação através, especialmente, dos subsistemas de incentivos para a Qualificação e Inovação e para o Empreendedorismo Qualificado e Criativo.

Açores

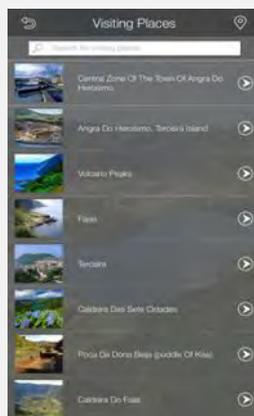
Programa de Incentivos PROENERGIA



O Programa de Incentivos à Produção de Energia a partir de Fontes Renováveis visa responder aos desafios postos pelas alterações climáticas e pela volatilidade dos preços dos combustíveis fósseis. Numa ótica de promoção do desenvolvimento ambientalmente sustentável, o programa ProEnergia apoia investimentos que promovam a produção de energia elétrica e térmica a partir de fontes renováveis, principalmente para autoconsumo. Segundo a Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo, em 2017 foram apoiados 373 equipamentos, num total de 214 mil euros.

Açores

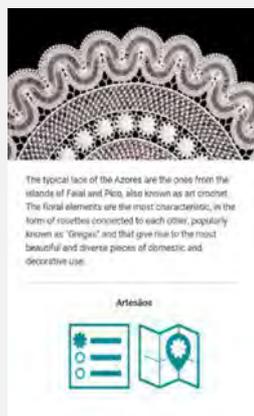
Website e aplicação VisitAçores



O website visitazores.com e a aplicação para dispositivos móveis são os canais de promoção turística oficiais do Turismo dos Açores. Está bem estruturado e dinâmico, apresentando, desde o primeiro contacto com o turista, o posicionamento dos Açores enquanto destino de natureza. Disponibiliza aos visitantes as tipologias de alojamento disponíveis nas nove ilhas, as atividades a praticar e os principais recursos turísticos a visitar. São apresentados os prémios e distinções feitas aos Açores, o que contribui para o *top of mind* do turista e para o aumento da atratividade e notoriedade do destino.

Açores

Aplicação Percurso do Artesanato dos Açores



Percurso do Artesanato dos Açores é uma aplicação para dispositivos móveis que procura dar a conhecer as unidades produtivas de artesanato açorianas e fomentar a comercialização dos seus produtos, através da disponibilização de fotografias e informação sobre os produtores, o funcionamento das instalações e o seu horário, com possibilidade de filtrar as unidades por categoria, por ilha ou pesquisar diretamente por uma unidade. Permite ainda localizar as unidades produtivas através do mapa e a informação está disponível em português e em inglês.

Açores

Guia de atividades de animação turística dos Açores



Desenvolvido, numa primeira fase, pela Associação Regional do Turismo e, atualmente, pela Associação do Turismo dos Açores, o Guia de Atividades de Animação Turística lista um conjunto de atividades de animação turística que são oferecidas nos Açores e as empresas que as oferecem, categorizadas por ilha e por tipo de atividade. Apesar de não contemplar todas as empresas existentes, uma vez que a recolha de informação ocorre através de inquérito enviado por e-mail, as últimas edições já apresentam uma abrangência bastante elevada. Esta iniciativa deveria estar disponível, também, em formato digital.

Açores

ANA – Aeroportos de Portugal | Wi-fi gratuito



A ANA, Aeroportos de Portugal, S.A. disponibiliza *wi-fi* gratuito nos aeroportos em que detém a gestão no território nacional por via de concessão, o que inclui 4 aeroportos regionais (Ponta Delgada, Vila do Porto, Horta e Santa Cruz das Flores). Esta iniciativa configura-se como uma oportunidade para os operadores e agentes do setor turístico terem uma conectividade e, conseqüentemente, um relacionamento com os turistas desde o momento da chegada ao aeroporto, para o início da estadia no destino, até à sua partida, disponibilizando informações e conteúdos por via digital.

Açores

Estratégia de investigação e inovação para a especialização inteligente



No âmbito da RIS3 Açores, o turismo foi identificado como um dos setores-chave onde detém vantagens comparativas e onde a Região deve sustentar o seu desenvolvimento. Através da visão e prioridades estratégicas definidas para o setor, percebe-se que já havia uma preocupação acrescida com a incorporação das tecnologias no setor e com o fomento do desenvolvimento sustentável e de uma economia baseada no conhecimento e na inovação. Na realidade, a visão enquadra-se perfeitamente no conceito de Destino Turístico Inteligente que se pretende aplicar nos Açores.

Açores

Mensuração da reputação e performance *online* do destino Açores

Pegada Digital Do Turista Dos Açores



Segundo a Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo, os Açores são um dos primeiros destinos turísticos com um sistema de apoio à gestão por dados gerados *online* e *offline* pelos turistas. A plataforma, desenvolvida pela GMT Hospitality em parceria com a ReviewPro, analisa as avaliações dadas pelos visitantes às experiências turísticas em cerca de 175 websites em dimensões como o alojamento, a restauração e a animação turística e realiza um estudo psicográfico dos turistas. Estes dados deveriam ser abertos para o estudo das instituições científicas e para o auxílio na tomada de decisão dos agentes.

Açores

Platinum QualityCoast Award



Os Açores são o único destino no mundo a ser galardoado por duas vezes com o *Platinum Quality Coast Award*, distinções que ocorreram nos anos de 2014 e 2017. Segundo o Turismo dos Açores/ATA, em 2017 os Açores corresponderam a 96% dos critérios estabelecidos pela organização. É destacada a grande qualidade e sustentabilidade do setor turístico, particularmente no que se refere à natureza e à paisagem, ao ambiente, ao clima, à cultura e tradição e ao bem-estar. São, sem dúvidas, distinções que ajudam a consolidar os Açores como um destino sustentável e ligado à natureza.

Açores

Transporte marítimo de passageiros inter-ilhas



A fragmentação e a insularidade a que o arquipélago dos Açores está sujeito levanta, naturalmente, desafios estruturais de coesão social e económica, o que atribui aos transportes um papel fundamental no desenvolvimento sustentável e igualitário em todo o arquipélago e de aproximação aos preceitos nacionais e europeus. O transporte marítimo de passageiros inter-ilhas é realizado por *ferry-boats* em todo o arquipélago entre os meses de maio a setembro, sendo que, durante todo o ano, é garantida a mobilidade dentro do Grupo Central (à exceção das ilhas Graciosa e Terceira).

Açores

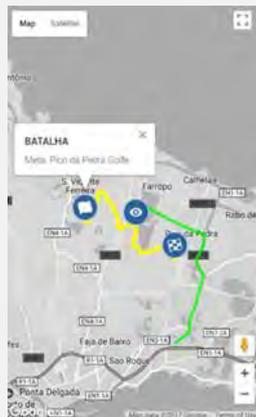
Liberalização parcial do espaço aéreo dos Açores



A liberalização parcial do espaço aéreo dos Açores, iniciada em 2015 (em São Miguel) e alargada em 2016 (na Terceira), é, sem dúvida, um marco incontornável no crescimento da notoriedade do destino turístico «Açores» e no aumento do número de visitantes do arquipélago, garantindo preços mais baixos nas passagens aéreas e encaminhamentos gratuitos para todas as ilhas dos Açores, o que gerou uma nova dinâmica em toda a economia açoriana devido ao efeito multiplicador da atividade turística. Até então, o transporte aéreo era apenas garantido pela empresa pública regional SATA e pela TAP Air Portugal.

Açores

Aplicação Azores Airlines Rallye



A aplicação para dispositivos móveis *Azores Airlines Rallye* é mais um bom exemplo de incorporação da tecnologia em eventos, o que permite uma maior conectividade com os espectadores e disponibilização da informação em tempo real nos dispositivos de cada um dos amantes da modalidade. Através de aplicação, os utilizadores têm acesso aos resultados ao segundo, a lista de concorrentes, as classificações e a ordem de partida dos pilotos nas várias etapas, sendo ainda possível visualizar um mapa com os traçados das provas especiais, as zonas de espetáculo, obter direções e ver vídeos das provas.

Açores

Aplicação PROCIV Azores



A aplicação *PROCIV Azores* pretende que a população e os visitantes tenham acesso a informações referentes à proteção civil através dos dispositivos móveis. Entre as principais funcionalidades da aplicação, encontra-se a informação referente à prestação de primeiros socorros, a divulgação de alertas no que diz respeito aos avisos meteorológicos, comunicados sísmológicos e, em tempo real, a notificação de qualquer situação de perigo ou informação relevante que se verifique nas imediações da localização do utilizador. Refira-se que a informação está disponível em português e em inglês



O projeto MONICET procura fomentar a investigação científica e o conhecimento dos cetáceos que habitam no ambiente marinho dos Açores. As empresas que realizam atividades de observação de cetáceos registam o local e o número de seres avistados, disponibilizando esta informação e fotografias na plataforma. Com estes dados, a plataforma constrói informação relevante para os interessados, especialmente para os investigadores, permitindo analisar, por exemplo, o movimento das espécies. Este é um exemplo relevante de parceria entre as empresas privadas, a academia e o governo.

Após identificadas os principais projetos tecnológicos e as boas práticas relacionadas com o turismo nos Açores (num total de 58 medidas e ações), importa proceder ao enquadramento de todas estas medidas e ações no âmbito de processo de conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente. Tal como já referenciado anteriormente, um processo de conversão não se inicia do zero, pelo que é importante aproveitar e, quando necessário, adaptar e melhorar as medidas e ações já existentes no âmbito do desenvolvimento económico, social, ambiental e turístico da Região.

Assim, nesta fase de diagnóstico, é pertinente identificar os benefícios e os contributos que estas medidas e ações poderão dar ao processo à conversão e que serão consideradas e articuladas com outros projetos em fase de planeamento estratégico. Adicionalmente, procedeu-se ao enquadramento das medidas e ações nos eixos de desenvolvimento de um *Smart Destination* de acordo com a Segittur (2015). Para além das 58 medidas e ações, a Tabela 9 apresenta, também, as quatro boas práticas identificadas no capítulo 2.2., sumariando, assim, todas as boas práticas identificadas nesta fase de diagnóstico.

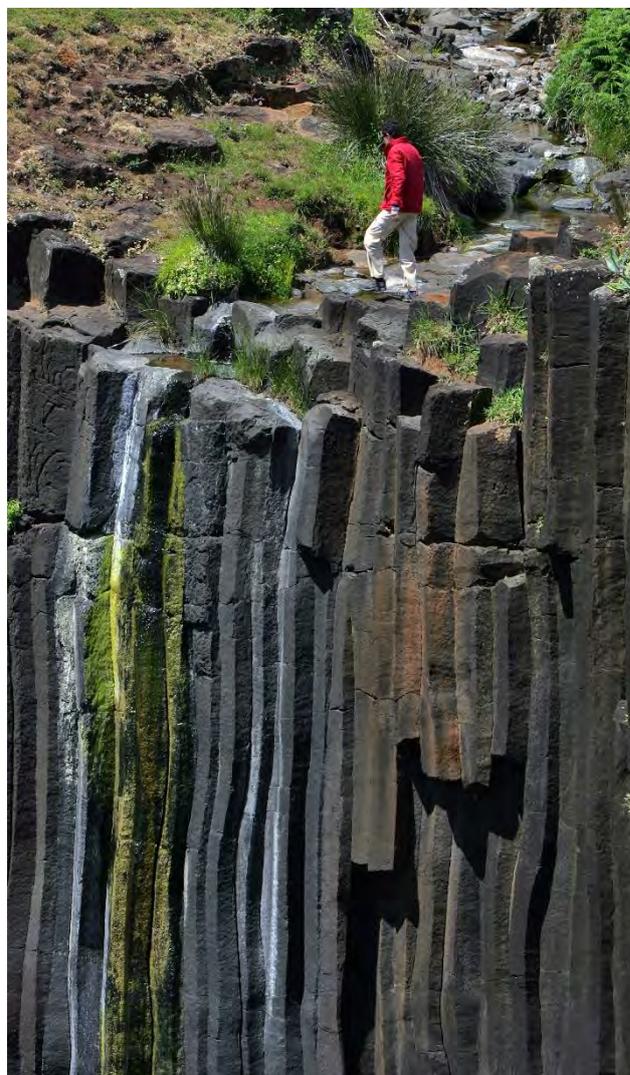


Tabela 9 - Boas práticas nos Açores e os benefícios para o processo de conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente

Boas práticas	Localização	Enquadramento nos Eixos de Desenvolvimento	Benefícios das boas práticas para o processo de conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente
1. Veículos elétricos	Lagoa	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Redução da utilização de combustíveis fósseis, melhorando a sustentabilidade ambiental.
2. Iluminação LED inteligente	Lagoa	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade Tecnologia 	Potenciar a eficiência energética e integração em <i>smart grids</i> nos espaços públicos.
3. Aplicação <i>Lagoa na Rota do Futuro</i>	Lagoa	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Melhorar a comunicação com o turista, promover o destino e estudar o comportamento do turista através de dados.
4. Restaurante Paladares da Quinta Menus nos <i>tablets</i>	Lagoa	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação 	Acrescentar valor às experiências turísticas através de serviços inovadores, tecnológicos e mais ágeis.
5. NONAGON Parque de Ciência e Tecnologia de São Miguel	Lagoa	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação Sustentabilidade 	Dinamizar o tecido empresarial açoriano baseado no conhecimento, na tecnologia e na inovação através do conceito <i>triple hélix</i> .
6. Biblioteca Daniel de Sá Iluminação LED inteligente	Ribeira Grande	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade Tecnologia 	Potenciar a eficiência energética nos edifícios públicos.
7. Quiosques interativos	Ribeira Grande	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Melhorar a comunicação com o turista, promover o destino e estudar o comportamento do turista através de dados.
8. Aplicação <i>CMRG</i>	Ribeira Grande	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Melhorar a comunicação com o turista, promover o destino e estudar o comportamento do turista através de dados.
9. Aplicação <i>Povoação</i>	Povoação	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Melhorar a comunicação com o turista, promover o destino e estudar o comportamento do turista através de dados.
10. Angra Wi-fi	Angra do Heroísmo	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Facilitar a interação dos turistas com serviços <i>online</i> , estudar o seu comportamento e promover a IoT.
11. Aplicação <i>Visit Angra</i>	Angra do Heroísmo	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Melhorar a comunicação com o turista, promover o destino e estudar o comportamento do turista através de dados.
12. TERINOV Parque de Ciência e Tecnologia da Terceira	Angra do Heroísmo	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação Sustentabilidade 	Dinamizar o tecido empresarial açoriano baseado no conhecimento, na tecnologia e na inovação através do conceito <i>triple hélix</i> .
13. Praia-GoWi-fi	Praia da Vitória	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Facilitar a interação dos turistas com serviços <i>online</i> , estudar o seu comportamento e promover a IoT.
14. Aplicação <i>Tour Praia</i>	Praia da Vitória	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Melhorar a comunicação com o turista, promover o destino e estudar o comportamento do turista através de dados.
15. Rede de Minibus e aplicação <i>PDL MiniBus</i>	Ponta Delgada	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação Sustentabilidade 	Melhorar a circulação urbana, promover a sustentabilidade ambiental e a envolvente tecnológica do centro urbano.
16. Loja do Município PDL Total	Ponta Delgada	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação 	Agilizar os serviços administrativos.

Boas práticas	Localização	Enquadramento nos Eixos de Desenvolvimento	Benefícios das boas práticas para o processo de conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente
17. Escola de Formação Turística e Hoteleira	Ponta Delgada	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Formar os recursos humanos para serem integrados nos principais elos da cadeia de valor do turismo.
18. Universidade dos Açores Ensino Superior em Turismo	Ponta Delgada	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Dotar os recursos humanos de conhecimento fundamental para tomadas de decisões racionais.
19. Casa dos Fósseis	Vila do Porto	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação Sustentabilidade 	Promover o turismo científico num ambiente inovador e tecnológico e preservar o património arqueológico.
20. Centro de Interpretação do Vulcão dos Capelinhos	Horta	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação Acessibilidade 	Promover o turismo cultural e científico num ambiente inovador e tecnológico.
21. Horta sobre Rodas	Horta	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação Sustentabilidade 	Estimular o <i>touring</i> e a utilização de veículos públicos. Com potencial para ser melhorado (ex: criação de <i>app</i>) e replicado.
22. Terceira Tech Island	Terceira	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação Sustentabilidade 	Melhorar socio e economicamente a ilha Terceira, com potencial para atrair empresas com soluções para o setor turístico.
23. Aplicação <i>Carnaval Ilha Terceira</i>	Terceira	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Promover o turismo cultural, melhorar a comunicação com o turista e estudar o seu comportamento.
24. Website <i>Explore Terceira</i>	Terceira	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Promover o destino turístico, melhorar a comunicação com o turista e estudar o seu comportamento.
25. MUSAMI Aplicação <i>Eco-Island</i>	São Miguel	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação Sustentabilidade 	Promover o turismo sustentável e incentivar os agentes do alojamento turístico a dotar boas práticas ambientais.
26. Projeto Urban-Waste	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Inovação Sustentabilidade 	Desenvolver mecanismos eficientes e eficazes para a gestão dos resíduos.
27. Património Mundial e Reservas da Biosfera da UNESCO	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Promover o turismo de natureza e cultural.
28. Aplicação <i>Parques Naturais dos Açores</i>	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Promover o turismo de natureza, estudar o comportamento do turista e monitorizar as cargas dos recursos turísticos sensíveis.
29. Visitas virtuais aos museus e Exposições virtuais	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação 	Promover o turismo cultural e preservar a identidade local. Com muito potencial para conversão em <i>app</i> .
30. Roteiros culturais dos Açores – Personalidades	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Inovação Sustentabilidade 	Promover o <i>touring</i> cultural. Com muito potencial para conversão em <i>app</i> com realidade aumentada.
31. Aplicação <i>Agenda Açores</i>	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Promover o turismo cultural e compreender o comportamento do turista através da recolha e análise de dados.
32. SpotAçores Website e aplicação	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação 	Divulgar os <i>spots</i> para o turismo de sol e mar e turismo náutico, fornecendo informações valiosas para o planeamento da viagem.
33. Publiçor Açores 360º	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação 	Divulgar os recursos e pontos turísticos dos Açores. Com potencial para conversão em <i>app</i> e incluir realidade aumentada.

Boas práticas	Localização	Enquadramento nos Eixos de Desenvolvimento	Benefícios das boas práticas para o processo de conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente
34. Distinção Empresa Digital Açores	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Inovação 	Incentivar as empresas a aderir à economia digital, principalmente em setores com elevada aversão à mudança.
35. Energias renováveis	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Reduzir, e até mesmo eliminar, a utilização de combustíveis fósseis na produção de energia elétrica e térmica nos Açores.
36. Programa “Eco Freguesia, Freguesia Limpa”	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Promover a limpeza das freguesias, contribuindo, também, para a sustentabilidade ambiental.
37. Imposto sobre os sacos de plástico	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Reduzir a utilização de plásticos, contribuindo para a melhoria da paisagem ambiental.
38. Programa “Praia Acessível, Praia para Todos”	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Acessibilidade 	Divulgar as praias acessíveis na Região e incentivar ao cumprimento da legislação em todas as zonas balneares.
39. Rede de Centros de Ciência dos Açores	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Inovação 	Promover o turismo científico, transmitindo conhecimento científico de acordo com as características do destino.
40. Monitorização e acessos controlados a recursos turísticos	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Controlar as capacidades de carga dos recursos. A integração de tecnologia incrementará os benefícios desta prática.
41. Rede de Percursos Pedestres Classificados	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Identificar os percursos pedestres com excelentes condições, incentivando-se a requalificação dos restantes.
42. Rede de Incubadoras de Empresas dos Açores	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Inovação Tecnologia Sustentabilidade 	Promover e facilitar a criação e desenvolvimento de empresas inovadoras que atuam no setor turístico.
43. Espaços TIC	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia Sustentabilidade 	Promover a inclusão social, contribuindo, também, para a disponibilização de equipamentos para uso dos visitantes.
44. Programa Operacional AÇORES 2020	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Inovação Tecnologia Sustentabilidade 	Apoio ao investimento público e privado em áreas cruciais para o desenvolvimento do Destino Turístico Inteligente.
45. Sistema de Incentivos Competir+	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Inovação Tecnologia Sustentabilidade 	Apoio ao investimento privado para a melhoria da competitividade das empresas, principalmente do setor turístico.
46. Programa de Incentivos PROENERGIA	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Estimular a produção de energia a partir de fontes renováveis, contribuindo para a sustentabilidade ambiental.
47. Website e aplicação VisitAçores	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Promover o destino turístico de acordo com o posicionamento estratégico definido, estimulando o desejo de visita.
48. Aplicação Percurso do Artesanato dos Açores	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Promover o turismo cultural, contribuindo, simultaneamente, para o estímulo à produção do artesanato.
49. Guia de atividades de animação turística dos Açores	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Divulgação das empresas e das atividades turísticas da Região, com potencial para conversão em <i>website</i> e/ou <i>app</i> .
50. ANA – Aeroporto de Portugal Wi-fi gratuito	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Agilizar <i>check-in</i> e promover a interação entre os agentes turísticos e os visitantes desde a chegada até à partida.

Boas práticas	Localização	Enquadramento nos Eixos de Desenvolvimento	Benefícios das boas práticas para o processo de conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente
51. Estratégia de investigação e inovação para a especialização inteligente	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Inovação Tecnologia Sustentabilidade 	Apoio a projetos de investimento enquadrados nas prioridades estratégicas da RIS3, nomeadamente no turismo.
52. Mensuração da reputação e performance <i>online</i> do destino Açores	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Inovação Tecnologia 	Compreender o perfil do turista que visita os Açores, as suas necessidades e a performance do destino.
53. Platinum QualityCoast Award	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Promover os Açores como destino sustentável e estimular o turismo sustentável.
54. Transporte marítimo inter-ilhas	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Melhorar as ligações inter-ilhas, de forma a aumentar a estada média e evitar <i>overcrowding</i> em algumas ilhas.
55. Liberalização parcial do espaço aéreo dos Açores	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Aumentar a notoriedade a acessibilidade aos Açores a mercados definidos como estratégicos.
56. Aplicação <i>Azores Airlines Rallye</i>	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Estimular a ligação dos turistas com um evento âncora da região, permitindo, ainda, a recolha de dados para análise.
57. Aplicação <i>PROCIV Azores</i>	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Aumentar os canais de distribuição de informação aos visitantes acerca de condições de suporte.
58. Plataforma MONICET	Açores	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Promover a sustentabilidade e a proteção da biodiversidade.
59. PDL Wi-fi Grátis	Ponta Delgada	<ul style="list-style-type: none"> Tecnologia 	Facilitar a interação dos turistas com serviços <i>online</i> , estudar o seu comportamento e promover a IoT.
60. Promoção Açores - BTL	Lisboa	<ul style="list-style-type: none"> Inovação 	Promover o destino turístico de acordo o posicionamento estratégico e as vantagens comparativas.
61. Cresaçor – Azores for All	Ponta Delgada	<ul style="list-style-type: none"> Acessibilidade 	Permitir a realização de experiências turísticas de elevado valor a turistas com necessidades especiais.
62. SPEA – Centro Ambiental do Priolo	Nordeste	<ul style="list-style-type: none"> Sustentabilidade 	Promover a sustentabilidade e a proteção da biodiversidade.



4.5. Diagnóstico Organizacional

A Região Autónoma dos Açores dispõe de agentes e entidades com responsabilidades na gestão e qualificação do destino nas várias dimensões da oferta turística, situação que tem contribuído para uma crescente atratividade a nível internacional dos Açores enquanto destino turístico. Para esta Região ter as condições estruturais de se transformar num Destino Turístico Inteligente é exigida uma colaboração público-privado efetiva e ativa, capaz de planear estrategicamente,

coordenar e implementar o processo de conversão. Na Tabela 10, identifica-se as organizações públicas e privadas que, pelo seu *know-how*, pelas responsabilidades que possuem na governação dos Açores e pelos produtos e serviços disponibilizados, terão um papel fulcral na validação e divulgação do roteiro para o processo de conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente, contribuindo com soluções e sugestões para as necessidades e intervenções identificadas nesta fase de diagnóstico e na interligação com todos os agentes intervenientes.

Tabela 10 – Organizações públicas e privadas relevantes para o processo de conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente

Agentes	Forma	Principais áreas de intervenção
1. Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo	Departamento governamental	Promoção de políticas que valorizem os recursos endógenos, planeamento e ordenamento territorial da oferta turística e promoção da sustentabilidade do destino, incluindo-se a eficiência energética, preservação do ambiente e gestão dos resíduos.
2. Secretaria Regional da Educação e Cultura	Departamento governamental	Valorização da oferta turística cultural, preservação da identidade cultural do destino, promoção de políticas para a valorização profissional dos recursos humanos e adaptação do sistema educativo açoriano às necessidades da região.
3. Secretaria Regional do Mar, Ciência e Tecnologia	Departamento governamental	Desenvolvimento de um ambiente inovador baseado no conhecimento, integração das novas tecnologias em serviços públicos e na sociedade e estimular a investigação científica e a transferência de conhecimento para as empresas.
4. Secretaria Regional dos Transportes e Obras Públicas	Departamento governamental	Assegurar o cumprimento dos princípios da sustentabilidade e das acessibilidades nos transportes, edifícios e espaços públicos e promover a mobilidade eficiente ao nível dos transportes.
5. Vice-Presidência do Governo, Emprego e Competitividade Empresarial	Departamento governamental	Promoção do emprego, do empreendedorismo, do investimento e da competitividade e inovação no tecido empresarial açoriano e gestão administrativa pública.
6. Fundo Regional para a Ciência e Tecnologia	Departamento governamental	Financiamento da investigação científica e do desenvolvimento tecnológico.
7. Sistema Científico e Tecnológico dos Açores	Agrupamento de entidades	Produção e promoção do conhecimento científico e da inovação.
8. Observatório do Turismo dos Açores	Associação sem fins lucrativos	Análise, divulgação e acompanhamento da evolução da atividade turística nos Açores.

Agentes		Forma	Principais áreas de intervenção
9.	Associação do Turismo dos Açores	Associação sem fins lucrativos	Promoção do destino «Açores» e qualificação da oferta turística regional.
10.	Associação Regional do Turismo	Associação sem fins lucrativos	Qualificação da oferta turística e promoção do destino, principalmente nos Grupos Central e Ocidental da Região Autónoma dos Açores.
11.	Estrutura de Gestão da Sustentabilidade do Destino Turístico	<i>Destination Management Organization</i>	Garantir o cumprimento dos critérios subjacentes ao processo de certificação dos Açores em Destino Sustentável pelo Global Sustainable Tourism Council e implementar o PEMTA.
12.	Câmara de Comércio e Indústria dos Açores	Associação empresarial	Representar as empresas que exercem atividade nos setores do secundário e terciário dos Açores.
13.	Associação NONAGON	Associação sem fins lucrativos	Formação de capital humano qualificado nas áreas das TIC, transferência de conhecimento para as empresas e fomentar a criação e o desenvolvimento de empresas tecnológicas e inovadoras.
14.	EDA Renováveis	Empresa público-privada	Aproveitamento de recursos renováveis para a produção de energia elétrica.
15.	Universidade dos Açores	Instituição de ensino	Ensino superior e investigação científica.
16.	Escola de Formação Turística e Hoteleira	Instituição de ensino	Formação profissional inicial e contínua nas áreas da restauração e turismo.
17.	ENTA	Instituição de ensino	Formação profissional inicial e contínua no domínio das novas tecnologias.
18.	INOVA	Associação sem fins lucrativos	Promoção da inovação e da investigação aplicada ao desenvolvimento tecnológico e à transferência de tecnologia e prestação de serviços especializados à indústria regional.
19.	SATA	Empresa pública	Transporte aéreo de passageiros e mercadorias.
20.	ANA – Aeroportos de Portugal	Empresa privada	Gestão dos aeroportos regionais concessionados (Ponta Delgada, Santa Maria, Horta e Flores).
21.	Atlânticoline	Empresa pública	Transporte marítimo inter-ilhas de passageiros.
22.	Portos dos Açores	Empresa pública	Gestão das infraestruturas portuárias regionais.
23.	Cresaçor	Cooperativa	Promoção do turismo inclusivo e acessível.

A integração dos órgãos governamentais no roteiro, com competências na governação da Região nos vários âmbitos do *Smart Destinations*, afigura-se como uma situação imprescindível para uma conversão em concordância com os eixos de desenvolvimento. Trata-se de planear estrategicamente a governação do destino tendo em conta as várias áreas de atuação dos departamentos governamentais e as necessidades detetadas. Pretende-se uma governação coerente e integrada, eliminando-se conflitos nas políticas públicas que prejudiquem a conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente.

Aos departamentos governamentais, juntam-se as associações de direito público e privado, constituídas com diversos objetivos: promover externamente o destino turístico, qualificar a oferta turística, monitorizar a atividade turística, promover o desenvolvimento tecnológico, a produção científica, a transferência de conhecimento e tecnologia para as empresas e qualificar os Açores para o turismo acessível. A integração destas associações será benéfica, não apenas pelos seus objetivos estratégicos, mas também pela interligação que farão com a estrutura associativa que as compõem e pelo conhecimento que possuem das realidades com que trabalham estreitamente no seu quotidiano.

Inclui-se, ainda, a participação de associações empresariais com mesas especializadas em produtos e serviços tecnológicos e digitais, que permitirão a conectividade, a *sensorização*, a recolha e a análise de dados e a criação de ferramentas tecnológicas que qualificarão o destino e, conseqüentemente, as experiências turísticas, assim como as empresas responsáveis pela gestão das infraestruturas portuárias e aeroportuárias, pelo transporte aéreo e marítimo de passageiros, com vista a uma mobilidade mais eficiente e eficaz dos visitantes, e pela promoção da eficiência energética.

Por fim, refira-se a inclusão de instituições de ensino que lecionam cursos ligados ao turismo e às tecnologias de informação e comunicação, com o objetivo de se adequar os planos formativos às necessidades do mercado laboral e das próprias exigências que advém do avanço científico e tecnológico.

Importa salientar que esta listagem não corresponde ao mapa de agentes que integrarão o roteiro para o processo de conversão. Este mapa de agentes será mais abrangente e deverá incluir a participação dos órgãos governamentais autárquicos e empresas privadas. Nesta fase, pretendeu-se uma identificação de organizações que facilitarão o contacto, a interligação e a implementação dos projetos e ações a definir.



4.6. Análise e Diagnóstico da Situação

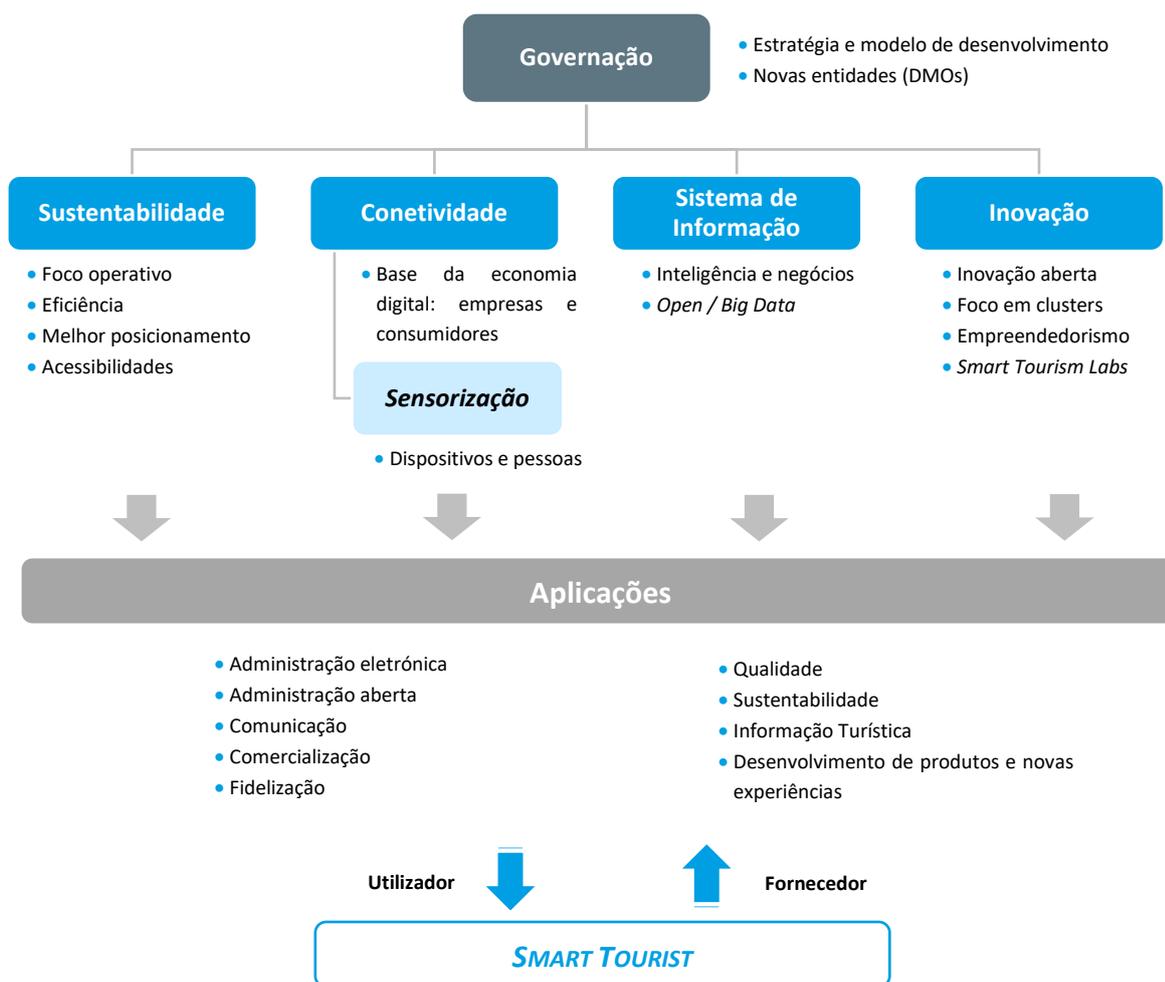
Neste subcapítulo, pretende-se analisar e diagnosticar o estado atual dos Açores, para que o planeamento das ações e projetos a realizar na fase subsequente estejam alinhadas com as reais necessidades da Região. Serão apresentadas as áreas e os documentos analisados e os resultados das entrevistas a *stakeholders* regionais. Adicionalmente, com o resultado de todos os inputs recolhidos, aplicou-se um autodiagnóstico para o apuramento do grau de maturidade dos Açores enquanto Destino Turístico Inteligente e estruturou-se uma matriz SWOT. No final do capítulo, apresenta-se uma análise crítica ao grau de desenvolvimento dos eixos que estruturam um Destino Turístico Inteligente, procurando

identificar objetivamente as áreas que carecerão de maior ou mais rápida intervenção.

4.6.1. Áreas analisadas

Seguindo as indicações da Invat.tur (2015), a adoção de um modelo de referência constituiu-se como um passo fundamental para concretizar e operacionalizar o conceito de Destino Turístico Inteligente. Assim, é relevante que o diagnóstico aos Açores inclua a análise às áreas estruturais e funcionais que estruturam este modelo de referência. A Invat.tur (2015) apresenta um modelo de referência que foi adotado na Comunidade Valenciana no seu processo de conversão. Para analisar e diagnosticar a situação atual dos Açores e o seu grau de maturidade, adaptou-se o modelo, o qual se apresenta na Figura 19.

Figura 19 - Modelo de referência de Destinos Turísticos Inteligentes



Adaptado de: Invat.tur (2015)

De seguida, descreve-se as áreas que compõem o modelo e quais os principais *drivers* críticos para o sucesso.

O modelo atribui à **governança** um papel fundamental e central no sucesso de um Destino Turístico Inteligente. Para tal, deverão ser garantidos o cumprimento dos cinco princípios básicos de boa governança estabelecidos pela União Europeia: abertura e comunicação ativa; participação cívica; responsabilidade; eficácia; e coerência. A gestão do destino tem de estar baseada num processo de planeamento antecipado, que inclua a participação social e permita obter um consenso alargado entre todos os *stakeholders*. A existência de um plano diretor que englobe estes princípios e tenha definida uma estratégia permitirá a orientação conjunta e coordenada entre todos os agentes para atingir os preceitos desejados. Relativamente às estruturas das entidades de governança turística local, deverá ser estimulado o *networking* e a participação dos agentes públicos e privados, ao invés das tradicionais estruturas hierarquizadas e pouco colaborativas.

A governança do destino é responsável por promover cinco âmbitos fundamentais, relacionados entre si, e que permitem cumprir com os eixos de um Destino Turístico Inteligente: sustentabilidade, conectividade, *sensorização*, sistema de informação e o ecossistema da inovação.

Relativamente à **sustentabilidade**, apesar de ser um conceito muito amplo e onde existe uma dificuldade na própria definição, o modelo dá uma importância elevada à adoção dos princípios de desenvolvimento sustentável nos modelos de ordenamento urbano e turístico do destino. Neste ponto, são referenciados processos de renovação urbano-turística, como a proteção e a melhoria da paisagem e da envolvente urbana, o transporte e mobilidade sustentável, a revitalização económica, a renovação dos alojamentos turísticos, a gestão

sustentável dos recursos e a “desurbanização” e ampliação dos espaços públicos.



Outro aspeto relacionado com a sustentabilidade prende-se com o estímulo à criação de valor de forma transversal a todo o destino. Para o efeito, deverão ser seguidas cinco premissas básicas:

- Redução do gasto público;
- Incremento da eficiência e da qualidade dos serviços públicos;
- Suporte às tomadas de decisões;
- Estímulo à inovação;
- Informação em tempo real que favoreça a transparência na gestão e a consciencialização cívica.

Há, ainda, que ter em conta a maior preocupação e consciencialização ambiental dos consumidores. O destino deverá dispor de uma política estruturada e uma comunicação adequada, adotando instrumentos reconhecidos internacionalmente (ex: Agenda 21 local) e obter certificações e distinções ambientais, o que resulta, também, numa melhoria do posicionamento do destino.

O modelo inclui, na dimensão da sustentabilidade, as acessibilidades físicas (em espaços públicos, museus, centros de interpretação, praias, alojamentos turísticos, restauração, serviços complementares e de apoio, atividades turísticas, serviços de informação turística e transportes) e digitais (cumprimento com o protocolo WAI nas componentes digitais do destino), como forma de

garantir a todos os cidadãos o direito de usufruir dos recursos turísticos e de realizar as atividades turísticas.

O âmbito da **conetividade** refere-se à disponibilização de acesso gratuito de qualidade à Internet como forma de proporcionar acesso a serviços do destino através dos dispositivos móveis por parte dos turistas e residentes, assim como permitir o apoio aos serviços técnicos implantados no território. O grau de conectividade do destino influenciará a utilização de um dos recursos mais importantes de um Destino Turístico Inteligente: a **sensorização**. Este âmbito refere-se à possibilidade de recolha de dados de forma automática de sensores instalados no destino (ex: sensores ambientais, de transporte, em recursos turísticos, etc.), dos equipamentos tecnológicos utilizados pelos turistas e residentes e dos dispositivos que interagem entre si (*Internet of Things*).

O âmbito do **sistema de informação** refere-se à capacidade de o destino gerir os dados (recolher, armazenar, processar, apresentar e disponibilizar) para cumprir com os objetivos desejados. Pressupõe a existência de uma infraestrutura tecnológica capaz de se conectar com os sensores do destino e recolher os dados, analisar estes dados em conjunto com outras fontes de dados (ex: inquéritos realizados, dados estatísticos, etc.), produzir informação para todos os *stakeholders* (gestores do destino, empresários e turistas) e, como objetivo primordial, ajudar nas tomadas de decisões mais



eficientes e eficazes possíveis para a melhoria das experiências turísticas – a criação de *inteligência*.

O último âmbito do modelo é a **inovação**. Neste âmbito, pretende-se avaliar o destino na sua capacidade de se diferenciar e reinventar para satisfazer as necessidades da procura turística que estão em constante alteração e manter ou melhorar a sua competitividade. Não se refere apenas à adoção de novas tecnologias, mas sim a um processo constante de aumento do valor criado. Neste âmbito estão incluídas dimensões como a formação dos recursos humanos, o investimento em I&D+i, o estímulo ao empreendedorismo e à formação de *clusters*, à exploração do conceito de *triple hélix* e à existência de estruturas que permitem a experimentação de novas soluções para as experiências turísticas.

Ao explorar devidamente os âmbitos apresentados, o destino estará dotado de um conjunto de **aplicações** em todas as áreas e que demonstrarão inequivocamente a adoção do conceito de *Smart Destination*. Alguns exemplos destas aplicações são: disponibilização de *wi-fi* gratuito, *apps*, possibilidade de pagamento através do telemóvel, controlo remoto, códigos QR, *wearables* tecnológicos, realidade aumentada e *internet of things*. Estes produtos e serviços - *smart tools* - estarão ao dispor dos turistas para o seu usufruto no destino.

No entanto, ao contrário do que acontece num destino turístico não *inteligente*, o turista deixa de ter um papel passivo ou de mero consumidor. Ao utilizar as aplicações *inteligentes* existentes do destino, a pegada digital do turista alimenta o sistema de informação que, por sua vez, dará *inputs* às tomadas de decisão dos órgãos governamentais. Neste sentido, **o smart tourist**, para além de consumidor, **é também fornecedor** (*provider*) do Destino Turístico Inteligente e esta relação dicotómica de consumidor/fornecedor permitirá uma contínua qualificação do destino em todos os seus eixos.

4.6.2. Documentação analisada

A conversão dos Açores em Destino Turístico Inteligente deverá estar harmonizada com a estratégia de desenvolvimento definida para a Região Autónoma dos Açores. Desta forma, para garantir esta harmonização, procedeu-se ao estudo de documentos estratégicos em vigor que orientam a atuação dos *stakeholders* pertencentes à cadeia de valor do turismo. Ao longo deste estudo são feitas referências, citações e análises a todos estes documentos. De seguida, apresenta-se os documentos de forma genérica e o seu enquadramento no seio da estratégia de desenvolvimento dos Açores.

O **Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (PEMTA)** define a estratégia para o turismo regional com base nas necessidades do território e dos vários *stakeholders* do destino, com o objetivo de qualificar e desenvolver de forma sustentável o setor turístico, preservar o meio ambiente e desenvolver a atividade turística como ferramenta de dinamização da economia regional em todas as ilhas. Neste plano, é definida a visão para o turismo dos Açores, o posicionamento, os fatores diferenciadores face à concorrência, os produtos prioritários e complementares da oferta turística, o marketing mix e o respetivo plano de ação.

O **Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA)** estabelece um modelo de



organização do território, para além de sugerir um modelo de distribuição da oferta turística em cada ilha e uma abordagem coordenada com instrumentos de gestão territorial municipais. O documento identifica, também, os principais produtos turísticos por ilha e estabelece estrategicamente um produto turístico *core* específico e algumas outras características complementares para cada uma das nove ilhas. Este plano encontra-se, atualmente, suspenso e em profunda revisão.

Para compreender as dinâmicas da procura turística nos Açores, o Observatório de Turismo dos Açores (OTA) desenvolve periodicamente inquéritos à satisfação dos turistas, nacionais e estrangeiros, conseguindo, pela abrangência do trabalho, envolver vários perfis de consumo turístico. Os resultados, apresentados no documento **Satisfação do Turista que Visita os Açores**, permitem analisar as motivações e as conclusões que os turistas retiram da sua experiência nos Açores, a probabilidade de recomendação do destino a familiares e amigos e a probabilidade de regresso em próximas viagens.

Adicionalmente aos resultados apresentados pelo OTA, importa destacar os resultados da análise à **Pegada Digital do Turista dos Açores**. Numa parceria entre a Direção Regional do Turismo e a GMT Hospitality, são analisadas as avaliações que os turistas fazem das experiências turísticas nos Açores em cerca de 175 *websites* e é pretendido, por um lado, medir a reputação do destino e compará-la com potenciais concorrentes e, por outro lado, compreender o perfil psicográfico dos visitantes.

A nível nacional, a **Estratégia para o Turismo 2027** assume-se como a visão de longo prazo para o turismo em Portugal, com o intuito de atuar coordenadamente no curto prazo (2017-2020), mas, sobretudo, enquadrar o futuro quadro comunitário de apoio para o período 2021-2027. A estratégia apoia-se em 5 prioridades: valorizar o

território, impulsionar a economia, potenciar o conhecimento, gerar redes e conectividade e projetar Portugal. Uma das metas estabelecidas, para o período de 10 anos, é o crescimento no número de dormidas em 80 milhões. Outros desafios estruturais prendem-se com a necessidade de promover o emprego, a qualificação da população, diminuir a sazonalidade, estimular a inovação e o empreendedorismo e promover a sustentabilidade.

A orientação estratégica para o desenvolvimento do setor turístico a nível nacional para o período de programação 2014-2020, foi definida no documento **Turismo 2020: Plano de ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal**. Os principais recursos turísticos identificados para os Açores são o património natural e o património cultural. Foram definidos como objetivos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal a qualificação e valorização do território e dos seus recursos turísticos distintivos; o reforço da competitividade e internacionalização das empresas do turismo; a capacitação, formação e I&D+I em turismo; promoção e comercialização da oferta turística; e o reforço da cooperação internacional.

A **Estratégia de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente dos Açores (RIS3)** define, por sua vez, a estratégia para o desenvolvimento económico com base no apoio seletivo a atividades de investigação e de inovação. A elaboração desta estratégia foi obrigatória para que os Açores pudessem aceder aos fundos comunitários para o período de programação 2014-2020. O turismo foi selecionado como uma das três áreas prioritárias para a especialização inteligente, o que permitiu aumentar a dotação orçamental para o apoio a projetos investimento no setor turístico que se enquadravam nas prioridades estratégicas definidas.

Também as **Orientações de Médio Prazo 2017-2020** do Governo Regional dos Açores, documento de elaboração obrigatório após cada ato eleitoral de acordo

com o sistema regional de planeamento e referente ao período da legislatura, define o turismo como um setor prioritário para o fomento do crescimento económico e do emprego. Pretende-se, em linhas gerais, o reforço dos Açores como um destino de natureza ativo, o aumento do fluxo de passageiros de mercados-alvo e uma dinamização do segmento MICE através da melhoria da oferta turística baseada nos recursos endógenos e adequado ao posicionamento desejado. Não obstante, é referenciada a necessidade de regulamentar e limitar os acessos aos recursos mais frágeis. Também a investigação e a inovação assumem-se como área estratégica para o investimento público, procurando-se, entre outras, reforçar o potencial científico e tecnológico regional.



A **Agenda Digital e Tecnológica dos Açores** teve como principal objetivo a identificação de iniciativas para a integração das tecnologias na economia e na sociedade açoriana. Assim, com a implementação destas iniciativas (29 medidas estruturadas em 4 eixos fundamentais), é pretendido o aumento da competitividade da Região através da utilização dos meios tecnológicos e da inovação nas empresas e na sociedade, por via do incentivo à formação tecnológica do desenvolvimento de infraestruturas tecnológicas em áreas fundamentais e emergentes.

A estratégia do **Programa Operacional Açores 2020** – o programa participado pelos fundos comunitários FEDER e FSE com execução na Região Autónoma dos

Açores no período de programação 2014-2020 – está assente na construção de uma base económica de exportação dinâmica e alargada, no fortalecimento da conectividade, mobilidade e logística para a competitividade, na consolidação de uma sociedade equilibrada e inclusiva e na promoção de um território, de uma paisagem e de uma vivência distintas. Tendo o turismo sido identificado como um setor prioritário na RIS3 dos Açores, é natural que as orientações estratégicas do PO Açores 2020 e as respetivas ações para o incentivo ao investimento público e privado se coadunam com o desenvolvimento do setor turístico.

Especificamente no que se refere ao investimento privado, o **Sistema de Incentivos para a Competitividade Empresarial (COMPETIR+)** engloba um conjunto de incentivos, estruturados em subsistemas, ao desenvolvimento de projetos para o desenvolvimento da oferta turística, para o aumento da competitividade das empresas turísticas, para a integração da investigação e inovação nos processos produtivos e de criação e desenvolvimento de novos produtos e serviços e para o fomento do empreendedorismo.



Também o **Programa de Desenvolvimento Rural para a Região Autónoma dos Açores 2014-2020 (PRORURAL+)** destaca a importância da qualificação dos recursos turísticos de acordo com um posicionamento ligado à natureza e à sustentabilidade, para além da necessidade de alicerçar esta qualificação num conjunto de

infraestruturas e serviços de apoio de qualidade e de reforçar a articulação entre as entidades públicas e privadas.

Importa, também, referenciar o **Sistema Científico e Tecnológico dos Açores (SCTA)**, dada a sua importância no desenvolvimento dos eixos fundamentais de um *Smart Destination*. O conjunto de instituições e indivíduos que compõem este sistema, criado pelo Decreto Legislativo Regional n.º 10/2012/A, de 26 de março, estão organizados para produzir e promover o conhecimento científico e a inovação através da investigação e do desenvolvimento tecnológico, da transferência do conhecimento, da formação e qualificação avançadas e da difusão da cultura científica e tecnológica. Paralelamente à criação do SCTA, o mesmo diploma regulou o programa de incentivos, que passou a designar-se por **PRO-SCIENTIA**. Foram definidos como objetos de apoio os projetos que se enquadram na valorização da ciência e da tecnologia, na cooperação e criação de parcerias em I&D+i, na qualificação do capital humano para a sociedade do conhecimento e na atualização em TIC. Anteriormente a esta reformulação, as políticas públicas de apoio a estas atividades eram consubstanciadas no **Plano Integrado para a Ciência, Tecnologia e Inovação (PCTI)**.

A análise documental não se limitou apenas a estes documentos. Foram analisados estudos, artigos científicos, documentos legislativos e planos estratégicos implementados em destinos e cidades a nível internacional para o desenvolvimento do setor turístico e dos conceitos de *smart cities* e *smart destinations*, com um destaque para os implementados em regiões espanholas. Pretendeu-se recolher informação fundamental para o desenvolvimento do conceito de Destino Turístico num destino arquipelágico, que apresenta, naturalmente, acrescidos desafios. Todos os documentos analisados estão identificados no capítulo 6 – Referências.

4.6.3. Interlocutores e entrevistas

A recolha de informação diretamente junto dos *players* que atuam no mercado, tanto no setor público, como no setor privado, permite um conhecimento aprofundado da realidade regional. São *inputs* de elevada importância, pois permitirão construir uma estratégia e um plano de ação baseados num diagnóstico aprofundado e realista, que tem em conta os pontos fortes do destino e as suas necessidades de intervenção nas diferentes áreas que estruturam um Destino Turístico Inteligente. Foram realizadas 20 entrevistas nos Açores a agentes públicos e privados, selecionados criteriosamente de acordo com a sua área de atuação e interligação com eixos de desenvolvimento de um *Smart Destination*, incluindo diretores regionais do governo com responsabilidades na gestão do destino, dirigentes de associações e gestores de empresas públicas/ privadas com atuação no setor turístico. Foi construído um guião de entrevista, com questões mensuradas em escala de *Likert* e com espaço para argumentação (ver Anexo II). Procurou-se recolher informações sobre o grau de maturidade dos Açores enquanto Destino Turístico Inteligente nos vários eixos de desenvolvimento, o respetivo potencial de desenvolvimento e a avaliação das políticas públicas, dos recursos turísticos e dos *stakeholders* com influência direta nesta temática.

Possibilidade de transformar os Açores num Destino Turístico Inteligente, baseada numa aposta na:

	Média	Moda	Desvio-Padrão
Inovação	3,60	4	0,60
Tecnologia	3,60	4	0,75
Sustentabilidade	4,05	4	0,76
Acessibilidade	3,15	3	0,93

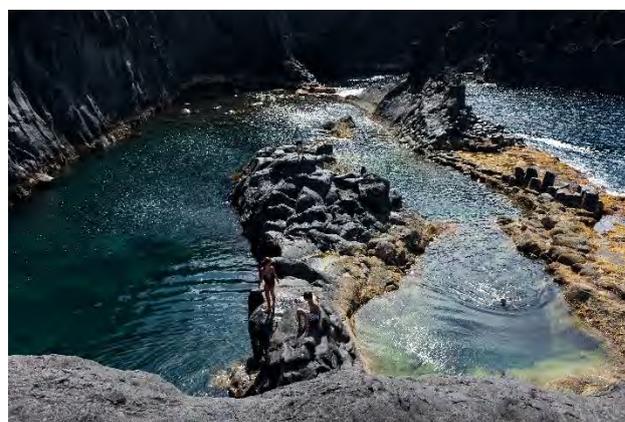
Escala: 1 - Baixíssima 5 - Altíssima

A primeira pergunta colocada aos entrevistados pretendeu recolher informações relativas à possibilidade

de transformar os Açores num Destino Turístico Inteligente, baseado numa aposta nos quatro eixos de desenvolvimento apresentados pela Segittur (2015).

Segundo estes, a sustentabilidade é o eixo com melhor possibilidade de ser desenvolvido (85% dos entrevistados considera esta possibilidade alta ou altíssima). O atual posicionamento e a imagem externa do destino sustentam-se na valorização e preservação dos recursos naturais endógenos. Desta forma, e dando continuidade ao trabalho que já tem sido feito nessa área, deverão ser fomentadas políticas públicas para manter ou melhorar a qualidade desses recursos e cumprir com os preceitos do desenvolvimento turístico sustentável.

Curiosamente, a inovação e a tecnologia apresentaram a mesma pontuação média, facto que poderá estar associado às sinergias existentes entre estes dois eixos. 55% dos entrevistados considera alta ou altíssima a possibilidade de transformar os Açores num Destino Turística Inteligente com base numa aposta na inovação e na tecnologia. Para os interlocutores, a inovação e a tecnologia serão úteis na gestão dos recursos do destino, na recolha, análise e distribuição de informação, na promoção do destino e na criação de produtos e serviços digitais, com maior capacidade de personalização da experiência e aumento do valor criado. São referidas limitações como a pouca interligação entre os centros de conhecimento e as empresas e a falta de



capacidade para adquirir equipamentos de ponta, ao contrário do que acontece em regiões turísticas com maior poder compra. No entanto, referem, também, que estes eixos já estão algo desenvolvidos, com alguns serviços digitais úteis para os turistas. O Parque de Ciência e Tecnologia de São Miguel - NONAGON tem dado um contributo fundamental na incubação e desenvolvimento de *start-ups* de base tecnológica.

O eixo da acessibilidade é o que apresenta um maior pessimismo, com apenas 35% dos entrevistados a considerar alta ou altíssima a possibilidade de transformar os Açores num Destino Turístico Inteligente com base numa aposta neste eixo. Apesar dos Açores apresentarem potencial para desenvolver e promover o turismo inclusivo, os interlocutores referem que deverá existir uma maior exigência a nível legislativo e dos licenciamentos para fazer às necessidades deste segmento, principalmente nos edifícios, nos recursos turísticos, nos transportes e na informação disponibilizada, mesmo tendo em conta os esforços financeiros que estas alterações acarretariam, principalmente para o erário público. A qualificação dos recursos humanos é, também, uma área que carece de intervenção profunda, tendo em conta que será necessário atender às necessidades específicas deste segmento e que as experiências turísticas na natureza (*core product* dos Açores) exigem cuidados adicionais.

Posteriormente a esta primeira questão de cariz introdutório, o guião de entrevista incluiu questões específicas para avaliar pilares fundamentais que estruturam os eixos de desenvolvimento de um Destino Turístico Inteligente.



INOVAÇÃO

Os entrevistados referem que há, de forma geral, uma baixa capacidade de inovação nas instituições dos Açores.

Capacidade de inovação das instituições dos Açores

	Média	Moda
Desenvolvimento de novos produtos e serviços	2,40	2
Práticas inovadoras de promoção e marketing	2,55	2
Satisfação das novas necessidades dos turistas	2,30	2

Escala: 1 - Muito pouco elevada 5 - Muito elevada

Metade dos entrevistados diz que há pouca capacidade em desenvolver novos produtos e serviços, 45% acha que as práticas de promoção e de marketing das instituições são pouco inovadoras e 70% refere que há pouca capacidade em satisfazer as novas necessidades dos turistas, perante as tendências de um mundo cada vez mais global e dinâmico. Para tal situação têm contribuído as dificuldades de financiamento e a utilização de ferramentas tradicionais ao invés das novas tecnologias, tanto ao nível dos equipamentos, como ao nível da promoção e do marketing. No entanto, é elogiado o esforço da ATA em promover o destino «Açores» nos mercados internacionais.

Capacidade de inovação das empresas dos Açores

	Média	Moda
Desenvolvimento de novos produtos e serviços	2,85	3
Práticas inovadoras de promoção e marketing	2,50	2
Satisfação das novas necessidades dos turistas	2,55	2

Escala: 1 - Muito pouco elevada 5 - Muito elevada

A nível empresarial, a visão dos entrevistados é ligeiramente mais otimista, principalmente no que se refere ao desenvolvimento de novos produtos e serviços

(20% dos entrevistados considera bastante elevada a capacidade de inovação neste domínio), apesar de ser salientado a existência de muitas empresas com pouco fator diferenciador. Mais de metade dos entrevistados considera pouco elevada a capacidade de inovação ao nível da promoção e do marketing e da satisfação das novas necessidades dos turistas. Não obstante, é referido que se tem assistido a melhorias nestes campos quando comparado com a realidade há uns anos atrás.

Inovação na cadeia de valor do turismo

	Média	Moda
Integração de tecnologias e processos facilitadores	2,53	2
Processos de I&D devidamente estruturados	2,29	2

Escala: 1 - Muito pouco inovador 5 - Muito inovador

Mais de metade dos entrevistados considera que há pouca integração das tecnologias e dos processos facilitadores na cadeia de valor do turismo, capazes de melhorar a experiência do turista e de incrementar o valor criado. Existem algumas ferramentas tecnológicas e digitais, principalmente ao nível da informação turística, e até ao nível dos serviços, mas com uma baixa penetração. Também é referenciado, pelos entrevistados, a baixa integração de processos estruturados de investigação e desenvolvimento nas empresas e a necessidade de uma maior e mais recorrente articulação das empresas com os centros de investigação.



TECNOLOGIA

No que concerne ao eixo das tecnologias, cerca de metade dos entrevistados acha que o setor do turismo da Região possui um baixo grau de conhecimento e de infraestruturas para dinamizar a conectividade permanente e a internet das coisas (*internet of things*), de forma a qualificar a experiência turística no destino.

Presença de infraestruturas e conhecimento necessários para dinamizar:

	Média	Moda
A conectividade permanente	2,68	2
A <i>Internet of Things (IoT)</i>	2,74	2

Escala: 1 - Muito pouco 5 - Muito

São referenciadas dificuldades como os avultados investimentos das infraestruturas necessárias para o efeito, as assimetrias de desenvolvimento entre as nove ilhas dos Açores e a adaptação dos agentes turísticos mais antigos a adaptarem-se a esta nova realidade, repleta de novos *gadgets*, equipamentos tecnológicos e mudanças comportamentais. Apesar de alguns entrevistados salientarem que as suas organizações já possuem o conhecimento necessário para implementar soluções tecnológicas a este nível, e de já existirem projetos a este nível para serem implementados nos Açores, é levantada a necessidade de se aprimorar os programas de qualificação dos recursos humanos, principalmente ao nível do ensino superior.

Eficácia dos atuais sistemas de informação dos Açores para:

	Média	Moda
Permitir um conhecimento detalhado, permanente e devidamente atualizado das dinâmicas turísticas e das suas evoluções	2,94	3
Chegar de forma adequada e atempada a todos os parceiros e decisores	3,00	2; 3 e 4

Escala: 1 - Muito pouco 5 - Muito

Na opinião dos entrevistados, os sistemas de informação dos Açores são razoavelmente eficazes, sendo destacado o trabalho do Observatório do Turismo dos Açores e do Serviço Regional de Estatística dos Açores. Para melhorar estes sistemas de informação são deixadas várias sugestões:

- Recolha de dados a partir da *sensorização*;
- Maior disponibilização dos dados recolhidos;
- Construção de um sistema de informação específico para o setor do turismo, que inclua indicadores importantes da evolução e da performance do setor.

Aproveitamento e integração dos instrumentos tradicionais de pesquisa de mercado e dos dados da *web*, redes sociais e sistemas de *big data* para:

	Média	Moda
Conhecer melhor o perfil e preferências dos turistas	2,35	2
Elaborar sistemas de indicadores de monitorização da atividade turística	2,76	2 e 3

Escala: 1 - Muito pouco 5 - Muito

Há, ainda, na opinião dos entrevistados, um baixo aproveitamento e integração dos instrumentos tradicionais de pesquisa de mercado e dos dados da *web*, redes sociais e sistemas de *big data* para conhecer melhor o perfil e as preferências dos turistas que visitam os Açores.



SUSTENTABILIDADE

Em conformidade com as classificações obtidas na primeira questão (eixos com maior possibilidade de transformar os Açores num Destino Turístico Inteligente), as respostas dadas às questões relacionadas com a sustentabilidade apresentam maiores classificações do que as restantes.

O modelo de desenvolvimento, considerando a Região como um todo, privilegia:

	Média	Moda
O equilibrado desenvolvimento urbano	3,30	3 e 4
A eficiente gestão do território	3,40	3
A preparação para o turismo	3,00	3
O respeito pelo ambiente e pelos recursos naturais	3,80	3

Escala: 1 - Muito pouco 5 - Muito

Quando questionados sobre os pilares que mais são privilegiados no modelo de desenvolvimento da Região Autónoma dos Açores, estes respondem que é o respeito pelo ambiente e pelos recursos naturais (55% considera que tem sido muito ou bastante privilegiado). Referem que há uma consciencialização do valor e da importância de preservar os recursos endógenos naturais.

A eficiente gestão do território foi o segundo pilar com maior classificação (40% considera que tem sido bastante privilegiado). Contribuiu, para o efeito, a existência de planos de ordenamento territorial que têm evitado que sejam cometidos erros irreversíveis que podiam por em causa a sustentabilidade e a qualidade do destino.

No que concerne ao equilibrado desenvolvimento urbano, 40% acha que tem sido bastante privilegiado, uma vez que tem existido políticas de reabilitação dos centros urbanos. No entanto, são levantadas preocupações com os impactos do crescimento acentuado do alojamento local.

A menor classificação foi atribuída ao pilar da preparação para o turismo (60% considera este pilar tem sido razoavelmente privilegiado). As razões que apontam para esta perceção estão direccionadas para a necessidade de reforçar a formação dos recursos humanos num setor em que esta componente tem uma importância fundamental.

Articulação das políticas públicas com a capacidade para satisfazer as necessidades do setor do turismo

	Média	Moda
Transportes terrestres e mobilidade	2,50	2 e 3
Transportes marítimos e mobilidade	3,30	4
Transportes aéreos e mobilidade	3,30	4
Eficiência energética	3,22	3
Gestão de resíduos	3,05	3
Restantes políticas setoriais	3,25	3

Escala: 1 - Muito pouco 5 - Muito

No que se refere à avaliação das políticas públicas relacionadas com a sustentabilidade, as políticas de transporte terrestre são as que levantam maiores críticas, principalmente no que se refere aos transportes públicos. Há a perceção de que estas não servem as necessidades dos turistas. Relativamente às políticas de transporte marítimo, 50% acha que estas são boas, principalmente pela existência de ligações regulares no grupo central. As políticas de transporte aéreo são as que têm maior classificação, com os entrevistados a destacarem o sistema de reencaminhamento gratuito inter-ilhas, apesar de referirem que é necessário incrementarem a eficiência deste serviço.

Ainda no que concerne à avaliação das restantes políticas públicas, 65% acham razoáveis as políticas de eficiência energética, elogiando-se a produção de energia a partir de fontes renováveis, mas criticando a baixa penetração de veículos públicos elétricos, e apenas 30% acham boas as políticas de gestão de resíduos.

ACESSIBILIDADE

Ao nível das acessibilidades, a principal crítica dos entrevistados dirige-se à circulação pouco facilitada para pessoas com mobilidade reduzida (50% dos entrevistados considera má a circulação para este segmento). Consideram que, devido à legislação em vigor, já existem edifícios, espaços públicos e canais digitais adaptadas a este segmento, mas que o trabalho deverá ser mais aprofundado nos recursos turísticos (e.g. ferramentas tecnológicas nos miradouros para surdos ou invisuais) e nos transportes públicos.

Condições facilitadoras de uma acessibilidade para todos

	Média	Moda
Circulação facilitada	2,40	2
Acesso facilitado à informação	3,05	3
Acesso facilitado ao consumo dos produtos e serviços turísticos	2,83	3
Adequação de infraestruturas e equipamentos	2,70	3
Preparação dos profissionais do turismo e dos serviços conexos	2,61	3

Escala: 1 - Muito más 5 - Muito boas

Referem, também, que há poucos produtos e serviços turísticos destinados ao segmento do turismo inclusivo. Os entrevistados destacam o excelente, mas isolado, trabalho da Cresaçor, apesar de outras empresas já começarem a desenvolver produtos e serviços destinados para este segmento.



GOVERNAÇÃO

Quando questionados sobre a sua percepção da governação turística dos Açores, mais de metade dos entrevistados concordam que os Açores têm uma política turística estruturada, assente numa estratégia clara e numa visão de longo prazo, capaz de promover a competitividade, a valorização dos recursos locais e a adequação da oferta à procura de experiências de qualidade pelos turistas.

A Região apresenta uma política turística devidamente estruturada, assente numa estratégia clara e numa visão de longo prazo, capaz de promover um destino turístico:

	Média	Moda
Competitivo	3,95	4
Valorizador dos recursos locais	4,05	4
Focado na adequação da oferta à procura de experiências de qualidade	3,40	4

Escala: 1 - Discordo completamente 5 - Concordo completamente

A construção do PEMTA e a definição do turismo de natureza como produto âncora para o desenvolvimento do turismo são fatores positivos apontados pelos interlocutores. Ressalvam que há, ainda, uma discrepância entre o discurso político público e as ações realizadas no território e que deverão continuar a desenvolver esforços para melhor compreender as necessidades e as preferências dos turistas.

O atual modelo de liderança e de governação, ao nível governativo, está orientado para uma gestão turística

	Média	Moda
Baseada em compromissos de longo prazo	3,45	4
Claramente comunicada a todos os parceiros do turismo	3,28	3 e 4
Implicando grandes exigências de investimento público e privado	3,56	4
Respondendo a constantes inovações e a um ambiente altamente dinâmico	3,05	4

Escala: 1 - Muito pouco 5 - Muito

Em relação ao atual modelo de liderança e governação ao nível político, 45% dos entrevistados considera que este está bastante orientado para uma gestão turística baseada em compromissos de longo prazo e 30% para uma gestão turística claramente comunicada a todos os parceiros do turismo na região. Adicionalmente, 40% considera bastante que esta gestão turística implicará grandes exigências ao nível do investimento público e privado e 35% refere que responderá bastante a constantes inovações e a um ambiente altamente dinâmico.

O atual modelo de liderança e de governação, ao nível empresarial, está orientado para uma gestão turística

	Média	Moda
Baseada em compromissos de longo prazo	3,35	4
Claramente comunicada a todos os parceiros do turismo	3,44	4
Implicando grandes exigências de investimento público	3,53	4
Implicando grandes exigências de investimento privado	3,58	4
Respondendo a constantes inovações e a um ambiente altamente dinâmico	3,00	3

Escala: 1 - Muito pouco 5 - Muito

No que se refere ao atual modelo de liderança e governação ao nível empresarial, 45% dos entrevistados considera que este está bastante orientado para uma gestão turística baseada em compromissos de longo prazo e 55% para uma gestão turística claramente comunicada a todos os parceiros do turismo na região, 40% acha bastante que esta gestão turística implicará grandes exigências ao nível do investimento público e 40% acha que o modelo está bastante orientado para uma gestão turística que implicará grandes exigências ao nível do investimento privado. Por fim, 40% refere que o modelo responderá razoavelmente a constantes inovações e a um ambiente altamente dinâmico.

4.6.4. Autodiagnóstico

Seguindo as indicações da Invat.tur (2015), procedeu-se a um autodiagnóstico de forma a comparar a situação atual do destino com o modelo de referência para destinos turísticos inteligentes e, desta forma, apurar o grau de maturidade e o ponto de partida dos Açores

O autodiagnóstico proposto no Anexo do Manual Operativo para a Configuração de Destinos Turísticos Inteligentes da Invat.tur foi estruturado de acordo com os âmbitos do modelo de Destino Turístico Inteligentes apresentado por esta organização (*vide* Capítulo 4.1. – Áreas Analisadas). O autodiagnóstico está, assim, estruturado em 9 grupos, sendo eles:

1. Governação;
2. Sustentabilidade Territorial/Urbana;
3. Sustentabilidade Turística;
4. Acessibilidade;
5. Conectividade e *Sensorização*;
6. Sistema de Informação/Inteligência Turística;
7. Inovação;
8. Informação Turística;
9. Marketing online.

Cada grupo incorpora um conjunto de indicadores que, segundo critérios definidos, serão pontuados numa escala também pré-definida. No total, foram avaliados 78 indicadores. A pontuação de cada grupo está balizada entre 0 (menor pontuação) e 100 (maior pontuação). A Invat.tur apresenta, adicionalmente, propostas de medição dos indicadores.

Para obter uma avaliação realista, foi incorporada informação e conhecimento obtido através da análise de dados estatísticos (Instituto Nacional de Estatística e Serviço Regional de Estatística dos Açores), da análise documental, dos resultados das entrevistas realizadas aos

stakeholders e da aplicação do conhecimento da equipa técnica com alta qualificação académica e vasta experiência no setor do turismo. Conforme a pontuação obtida, foi atribuída uma classificação a cada âmbito conforme a seguinte escala:

Escala	Grau de maturidade
[0;20[Muito reduzido
[20;50[Reduzido
[50;70[Intermédio
[70;90[Elevado
[90;95[Muito elevado
[95;100]	Excelente

Foi, também, atribuída uma valorização numérica e uma classificação ao destino turístico «Açores» na sua globalidade, que advém da soma das pontuações de cada âmbito, conforme a seguinte escala:

Escala	Grau de maturidade
[0;180[Muito reduzido
[180;450[Reduzido
[450;630[Intermédio
[630;810[Elevado
[810;855[Muito elevado
[855;900]	Excelente

No entanto, a valorização numérica de cada indicador, de cada âmbito e do destino na sua globalidade constituem-se apenas como indicadores para avaliar o grau de maturidade do destino e o seu ponto de partida no processo de conversão. Não devem ser entendidos como resultados conclusivos ou totalmente vinculativos do diagnóstico do destino, devendo, para o efeito, ser conjugados com os restantes instrumentos de diagnóstico.

Refira-se que esta metodologia já foi aplicada por García (2015), de forma a comparar as cidades de Málaga e de Zaragoza enquanto destinos turísticos inteligentes. Uma das ressalvas efetuadas pelo autor prende-se com as possíveis diferenças na valorização numérica entre a análise efetuada por analistas externos e a análise efetuada por auditores internos, que advém da assimetria da informação.

1. Governação

1.1. Aplicação de um Plano Estratégico do Turismo

Pontuação máxima:	12	Encontra-se em vigor o Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores, apresentado em 2016, onde se apresenta a estratégia e os respetivos objetivos estratégicos com metas a serem concretizadas até 2020.
Critério:	Existência e aplicação do Plano Estratégico adaptado à situação atual, vigente na sua plenitude.	
Pontuação obtida:	12	

1.2. Coordenação do Plano Estratégico com outros planos locais

Pontuação máxima:	3	O PEMTA encontra-se devidamente articulado com diversos planos e programas como a RIS3, o Programa Operacional Açores 2020, a Agenda Digital e Tecnológica e os planos estratégicos de desenvolvimento a nível municipal que têm sido apresentados.
Critério:	Grau de coordenação com outros planos.	
Pontuação obtida:	3	

1.3. Existência de procedimentos de coordenação interdepartamental na Administração Regional

Pontuação máxima:	3	Por exemplo, segundo o comunicado do Concelho do Governo datado de 9 de novembro de 2017, foi deliberado a criação de um grupo de trabalho para o turismo sustentável nos Açores que incorpora elementos de várias secretarias regionais.
Critério:	Identificação de procedimentos efetivos (reuniões periódicas, comissões, grupos de trabalho, etc.).	
Pontuação obtida:	3	

1.4. Aplicação do Plano Diretor Destino Turístico Inteligente

Pontuação máxima:	9	Não existe um Plano Diretor Destino Turístico Inteligente nos Açores.
Critério:	Aplicação do Plano.	
Pontuação obtida:	0	

1.5. EXISTÊNCIA DE UM GABINETE *SMART DESTINATION*

Pontuação máxima:	3	Não existe um Gabinete <i>Smart Destination</i> nos Açores.
Critério:	Criação do Gabinete com pessoal próprio do Governo como entidade coordenadora das ações para converter em Destino Turístico Inteligente.	
Pontuação obtida:	0	

1.6. CONSTRUÇÃO E APLICAÇÃO DE PLANOS OPERATIVOS ANUAIS/PROGRAMAS ANUAIS DE ATUAÇÃO

Pontuação máxima:	9	Não existe um Plano Diretor Destino Turístico Inteligente nos Açores nem um Plano Estratégico de desenvolvimento dos Açores como Destino Turístico Inteligente.
Critério:	Existência e aplicação dos planos/programas.	
Pontuação obtida:	0	

1.7. DOTAÇÃO DE RECURSOS SUFICIENTES PARA ALCANÇAR OS OBJETIVOS DOS PLANOS OPERATIVOS

Pontuação máxima:	9	Não existe um Plano Diretor Destino Turístico Inteligente nos Açores nem um Plano Estratégico de desenvolvimento dos Açores como Destino Turístico Inteligente.
Critério:	Recursos aplicados ao desenvolvimento e execução dos planos.	
Pontuação obtida:	0	

1.8. ACOMPANHAMENTO DO CUMPRIMENTO DOS PLANOS OPERATIVOS ATRAVÉS DE INDICADORES

Pontuação máxima:	3	Não existe um Plano Diretor Destino Turístico Inteligente nos Açores nem um Plano Estratégico de desenvolvimento dos Açores como Destino Turístico Inteligente.
Critério:	Sistema de indicadores de execução dos planos.	
Pontuação obtida:	0	

1.9. DIFUSÃO PERIÓDICA DE UMA MEMÓRIA DAS ATIVIDADES

Pontuação máxima:	6	Não existe um Plano Diretor Destino Turístico Inteligente nos Açores nem um Plano Estratégico de desenvolvimento dos Açores como Destino Turístico Inteligente.
Critério:	Elaboração e difusão da memória através de diferentes canais.	
Pontuação obtida:	0	

1.10. EXISTÊNCIA DE ESTRUTURAS DE COLABORAÇÃO PÚBLICO-PRIVADO

Pontuação máxima:	12	A Associação de Turismo dos Açores é uma instituição de direito privado sem fins lucrativos com participação pública e privada com o objetivo de promover os Açores como destino turístico e assegurar a qualificação da oferta turística regional.
Critério:	Entidades mistas com corresponsabilidade financeira.	
Pontuação obtida:	12	

1.11. EXISTÊNCIA DE PLATAFORMAS DE COLABORAÇÃO PÚBLICO-PRIVADO

Pontuação máxima:	3	Os Açores carecem de uma maior partilha de informação e conhecimento entre os setores público e privado, quer seja em canais <i>online</i> ou <i>offline</i> , podendo esta partilha assumir diversos formatos (blogs, <i>websites</i> , <i>newsletters</i> , etc.).
Critério:	Plataformas de intercâmbio de informação e colaboração público-privado.	
Pontuação obtida:	0	

1.12. DESENVOLVIMENTO DA ADMINISTRAÇÃO ELETRÓNICA/ADMINISTRAÇÃO ABERTA

Pontuação máxima:	6	O Governo Regional dos Açores e as Câmaras Municipais têm sido pioneiras, a nível nacional, na disponibilização de serviços <i>online</i> aos seus cidadãos. No entanto, ainda carece de um serviço mais fluído, fiável e com maior uso das TIC's.
Critério:	Plataforma exclusiva ou integrada no <i>website</i> regional.	
Pontuação obtida:	3	

1.13. QUALIDADE PERCEBIDA PELOS TURISTAS

Pontuação máxima:	6	Segundo os resultados dos inquéritos realizados pelo Observatório do Turismo dos Açores no ano de 2017, a satisfação global do turista que visitou os Açores situou-se em 4,7, numa escala de 1 (muito insatisfeito) a 5 (muito satisfeito).
Critério:	Grau de satisfação do turista com o destino (proporcional ao grau de satisfação).	
Pontuação obtida:	5,6	

1.14. SISTEMA DE GESTÃO DA QUALIDADE IMPLEMENTADO COM FOCO NO DESTINO

Pontuação máxima:	4	Não existe informação disponível sobre a aplicação de normas de qualidade no destino ou a atribuição de certificações neste âmbito, como por exemplo a Norma ISO 14785:2014 que apresenta os requisitos dos postos de informação turística.
Critério:	Certificações de qualidade.	
Pontuação obtida:	0	

1.15. CAMPANHAS DE SENSIBILIZAÇÃO SOCIAL PARA O TURISMO

Pontuação máxima:	3	Visto que existe uma parte da população com falta de qualificação e que ainda há uma aversão ao desenvolvimento do setor na Região, falta a implementação de efetivas campanhas de sensibilização, apesar de já haver um discurso articulado dos gestores do destino neste sentido.
Critério:	No mínimo, uma campanha/iniciativa anual para sensibilizar a população para importância do turismo e o papel da sociedade local na receção dos turistas.	
Pontuação obtida:	0	

1.16. FORMAÇÃO PARA O DESENVOLVIMENTO DE NOVAS CAPACIDADES DE GESTÃO RELACIONADAS COM OS DTI

Pontuação máxima:	3	A formação dos colaboradores, nos diversos departamentos governamentais e nos organismos gestores do destino será fundamental para garantir um processo de configuração de Destino Turístico Inteligente na sua plenitude.
Critério:	Número de trabalhadores formados em aspetos relacionados com o DTI.	
Pontuação obtida:	0	

1.17. ANÁLISE DE RETORNO DAS INICIATIVAS DE FOMENTO AO TURISMO

Pontuação máxima:	6	É divulgado pelo SREA e pelo OTA os resultados de desempenho turístico da Região, que dão uma perspetiva do desempenho e do retorno das ações turísticas efetuadas no destino, apesar de carecerem de maior grau de pormenorização.
Critério:	Indicadores de retorno das ações turísticas mais relevantes.	
Pontuação obtida:	3	

AVALIAÇÃO DO PILAR

Pontuação máxima:	100	A pontuação obtida no âmbito da governação prende-se com o facto dos Açores não terem assumido uma estratégia para a configuração da Região como Destino Turístico Inteligente. A governação configura-se como um elemento fundamental para que ocorra a conversão, sendo a responsável pelo planeamento estratégico e pela promoção dos restantes âmbitos (sustentabilidade, sistemas de informação, conectividade, <i>sensorização</i> e inovação).
Pontuação obtida:	41,6	
Grau de maturidade	Reduzido	

2. Ações de sustentabilidade territorial/urbana

2.1. PLANEAMENTO URBANÍSTICO ADAPTADO A CRITÉRIOS DE SUSTENTABILIDADE

Pontuação máxima:	20	O Programa Regional de Ordenamento do Território (PROTA) encontra-se vigente na sua plenitude. Por outro lado, o Programa de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA) encontra-se suspenso e em fase de revisão.
Critério:	Instrumento de planificação atualizado e adaptado aos princípios de desenvolvimento sustentável.	
Pontuação obtida:	10	

2.2. APLICAÇÃO DA AGENDA 21 LOCAL

Pontuação máxima:	9	De entre os 19 municípios dos Açores, apenas as Câmaras Municipais de Ponta Delgada e de São Roque do Pico têm implementadas a Agenda 21 Local.
Critério:	Número de municípios com um plano de ação da Agenda 21 Local em vigor.	
Pontuação obtida:	0,9	

2.3. LEGISLAÇÃO/REGULAMENTAÇÃO AMBIENTAL

Pontuação máxima:	5	Cabe à Inspeção Regional do Ambiente (IRA) garantir o cumprimento das normas jurídicas com incidência ambiental na Região Autónoma dos Açores. Segundo dados do IRA, em 2016 foram realizadas 188 inspeções, resultando em 68 processos de contraordenação com decisão.
Critério:	Existência e cumprimento da legislação/regulamentação ambiental.	
Pontuação obtida:	5	

2.4. MOBILIDADE URBANA

Pontuação máxima:	12	Encontra-se em vigor o Plano de Mobilidade Urbana Sustentável da RAA (PMUS). As principais medidas atualmente impostas prendem-se com a concessão de apoios na compra de veículos elétricos, quer em termos de subsídio, quer em termos de redução de impostos. Adicionalmente, encontra-se em curso o processo de instalação de postos de carregamento de acesso público, com vista a incrementar a mobilidade elétrica.
Critério:	Medidas orientadas para a redução dos consumos energéticos e contaminação atmosférica e acústica, assim como os custos de congestionamento do tráfico.	
Pontuação obtida:	6	

2.5. EFICIÊNCIA ENERGÉTICA

Pontuação máxima:	12	O programa PROENERGIA tem como objetivo o incentivo à produção de energia elétrica e calorífica, essencialmente destinada ao autoconsumo. Está, também, estabelecido em legislação específica a obrigatoriedade de autocontrolo das emissões de poluentes sujeita a Valores Limites de Emissão (VLE).
Critério:	Medidas para a redução dos custos de consumo e de emissão de gases poluentes.	
Pontuação obtida:	6	

2.6. RECOLHA E TRATAMENTO DE RESÍDUOS

Pontuação máxima:	12	Em 2015, a proporção de resíduos recolhidos seletivamente era inferior à média nacional e a recolha de resíduos por habitante era superior. Por outro lado, não há utilização de ferramentas <i>smart</i> na gestão e planeamento da recolha de resíduos.
Critério:	Redução de custos de prestação de serviço e melhoramentos dos parâmetros ambientais.	
Pontuação obtida:	0	

2.7. ABASTECIMENTO, DEPURAÇÃO E REUTILIZAÇÃO DAS ÁGUAS

Pontuação máxima:	12	O Plano de Gestão de Recursos Hídricos (2016-2021) estima que apenas 31% da população residente tem ligação aos sistemas públicos de tratamento de água residuais, estando ainda muito aquém das metas propostas.
Critério:	Redução de custos e poupança de serviços.	
Pontuação obtida:	0	

2.8. GESTÃO DE EDIFÍCIOS PÚBLICOS

Pontuação máxima:	12	Excetuando-se iniciativas pontuais levadas a cabo por câmaras municipais, não existe processos de automação nos edifícios públicos suficientemente avançados e integrados para que se possa considerar como uma gestão inteligente.
Critério:	Processos de automação nos edifícios públicos (gestão da climatização, iluminação, consumos, etc.).	
Pontuação obtida:	0	

2.9. EXISTÊNCIA DE UM SISTEMA DE INDICADORES DE SUSTENTABILIDADE

Pontuação máxima:	6	Não é divulgado publicamente um sistema de indicadores de sustentabilidade para os Açores atualizado.
Critério:	Sistemas de monitorização em consonância com o planeamento urbanístico e a Agenda 21 local.	
Pontuação obtida:	0	

AVALIAÇÃO DO PILAR

Pontuação máxima:	100	A sustentabilidade territorial e urbana encontra-se numa fase muito embrionária. Apesar de existirem planos para a mobilidade urbana sustentável e para o ordenamento do território, verifica-se que a sua aplicação ainda não é suficientemente consequente, nomeadamente no que se refere à mobilidade em todo o território e à preservação e regeneração do edificado. Adicionalmente, há um défice de adoção de sistemas tecnológicos que facilitem e potenciam a gestão dos vários domínios da esfera pública.
Pontuação obtida:	27,9	
Grau de maturidade:	Reduzido	

3. Sustentabilidade turística

3.1. RECURSOS/ATRAÇÕES TURÍSTICAS COM CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS

Pontuação máxima:	20	Cerca de 70% das praias nos Açores foram galardoadas com a Bandeira Azul no ano de 2017 (34 praias) e cerca de 24% da superfície terrestre dos Açores está classificada como área protegida.
Critério:	Mais de 50% dos recursos/attrações públicas devem possuir certificações ambientais ou similares (por exemplo, Bandeira Azul para as praias).	
Pontuação obtida:	20	

3.2. CERTIFICAÇÕES DE SUSTENTABILIDADE DO DESTINO

Pontuação máxima:	10	O Governo Regional já iniciou o processo de certificação dos Açores como Destino Sustentável pelo Global Sustainable Tourism Council. Destaque-se que este é o único destino do mundo a ser galardoado com o <i>QualityCoast Platinum Award</i> por duas vezes.
Critério:	Existência de uma certificação de sustentabilidade do destino.	
Pontuação obtida:	0	

3.3. EMPRESAS COM CERTIFICAÇÕES AMBIENTAIS

Pontuação máxima:	20	Segundo o relatório “Desempenho Ambiental do Alojamento em Portugal 2016” do Travel BI (Turismo de Portugal), 9% dos empreendimentos turísticos nos Açores tinham certificações de sistemas de gestão ambiental.
Critério:	Pelo menos 30% da oferta de alojamento deve ter certificações ambientais.	
Pontuação obtida:	6	

3.4. EMPRESAS COM PROGRAMAS DE RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA (RSC) EM BENEFÍCIO DA REGIÃO

Pontuação máxima:	10	A informação pública sobre as atividades de Responsabilidade Social Corporativa em empresas concessionárias de serviço público ou privadas do setor turístico são escassas. Um dos exemplos disponíveis é o Grupo SATA, com ações ao nível dos colaboradores, do ambiente e da comunidade.
Critério:	Percentagem de empresas turísticas de tamanho considerável, empresas concessionárias de serviço público, etc., com programas de RSC a favor da região.	
Pontuação obtida:	0	

3.5. DESENVOLVIMENTO DE PRODUTOS E AÇÕES DE MARKETING COM FOCO NA SUSTENTABILIDADE

Pontuação máxima:	10	As ações de marketing promovidas pelas entidades gestoras do destino têm estado focadas no valor do património natural e cultural dos Açores. No entanto, ainda carecem de um maior foco nos valores da sustentabilidade.
Critério:	Desenvolvimento de produtos e ações de marketing centradas na sustentabilidade.	
Pontuação obtida:	5	

3.6. AÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO EM FAVOR DA SUSTENTABILIDADE PARA OS RESIDENTES

Pontuação máxima:	10	Uma das campanhas de sensibilização em vigor prende-se com a eficiência energética, com o objetivo de reforçar a sua importância e apresentar os sistemas de incentivos existentes neste âmbito a nível nacional e regional para os diversos setores.
Critério:	Iniciativas de sensibilização orientadas para a população residente.	
Pontuação obtida:	10	

3.7. AÇÕES DE SENSIBILIZAÇÃO EM FAVOR DA SUSTENTABILIDADE PARA OS TURISTAS

Pontuação máxima:	10	As áreas naturais e culturais mais vulneráveis carecem de maior informação e ações de sensibilização e apelo à conservação e preservação dos recursos por parte dos turistas, principalmente no que se refere ao abandono de resíduos.
Critério:	Iniciativas de sensibilização orientadas para a procura turística.	
Pontuação obtida:	0	

3.8. PARTICIPAÇÃO EM INICIATIVAS DE CUSTÓDIA TERRITORIAL

Pontuação máxima:	10	O Governo Regional dos Açores é um dos parceiros do projeto CDTECOTUR, elaborado no âmbito do Programa de Cooperação Territorial INTEREG V A Espanha Portugal, MAC 2014-2020, que prevê o fomento de acordos de custódia territorial.
Critério:	Atividade da Administração Regional como entidade de custódia e iniciativas em favor da custódia do território.	
Pontuação obtida:	5	

AVALIAÇÃO DO PILAR

Pontuação máxima:	100	Os Açores têm sido largamente premiados pela sua beleza natural e pela sustentabilidade do destino por organizações de reconhecimento internacional. A baixa pontuação obtida neste âmbito advém das poucas certificações ambientais dos recursos, atrações, empresas e organizações, para o qual têm contribuído, também, a elevada burocracia e a complexidade dos processos de certificação.
Pontuação obtida:	46,0	
Grau de maturidade:	Reduzido	

4. Acessibilidades

4.1. EXISTÊNCIA DE UMA ENVOLVÊNCIA TURÍSTICA ACESSÍVEL

Pontuação máxima:	30	Não existe um plano integral de acessibilidade urbana em vigor. No entanto, refira-se que o Decreto-Lei n.º 163/2006, de 8 de agosto, estabelece as condições de acessibilidade a satisfazer no projeto e na construção de espaços públicos, equipamentos coletivos e edifícios públicos e habitacionais no território nacional.
Critério:	Existência de um plano integral de acessibilidade urbana.	
Pontuação obtida:	15	

4.2. RECURSOS/ATRAÇÕES TURÍSTICAS ACESSÍVEIS

Pontuação máxima:	10	Cerca de 34% das praias dos Açores estão adaptadas a pessoas com necessidades especiais, conforme o programa “Praia Acessível, Praia para Todos”. O <i>website</i> Portugal Acessível (www.portugalacessivel.pt) elenca um conjunto de recursos turísticos acessíveis nos Açores.
Critério:	Mais de 80% dos recursos turísticos promovidos no guia turístico devem ser acessíveis (consoante normas e legislação em vigor).	
Pontuação obtida:	5	

4.3. SERVIÇO DE INFORMAÇÃO ADAPTADO A PESSOAS COM INCAPACIDADES

Pontuação máxima:	10	Os postos de turismo da Região Autónoma dos Açores encontram-se, ainda, distantes dos preceitos ideias de acessibilidades para pessoas com incapacidades.
Critério:	Serviços de informação adaptados: acessibilidades interiores e exteriores, vitrinas, mostradores, mobiliário adaptado e pessoal com formação. Existência de certificações de acessibilidades.	
Pontuação obtida:	0	

4.4. CERTIFICAÇÕES DE ACESSIBILIDADE EM EMPRESAS DE ALOJAMENTO E SERVIÇOS TURÍSTICOS

Pontuação máxima:	15	Não foram encontrados certificados de acessibilidades em empresas de alojamento e serviços turísticos no levantamento efetuado.
Critério:	Mais de 40% da oferta de alojamento e serviços turísticos tem certificações de acessibilidade.	
Pontuação obtida:	0	

4.5. CUMPRIMENTO DAS ACESSIBILIDADES NA WEB

Pontuação máxima:	10	A grande maioria dos <i>websites</i> e <i>apps</i> existentes no âmbito do setor turístico dos Açores não fazem referência à adoção dos princípios delineados no <i>Web Content Accessibility Guidelines 2.0</i> , no <i>Mobile Web Best Practices</i> ou no <i>Mobile Web Applications Best Practices</i> .
Critério:	Certificado WAI do organismo internacional W3C com pelos menos nível “A”.	
Pontuação obtida:	0	

4.6. PROMOÇÃO DO TURISMO ACESSÍVEL

Pontuação máxima:	10	Existem áudio-guias em alguns museus (Martins, 2015), na cidade da Horta e em algumas aplicações móveis dos municípios. Adicionalmente, há diversas atividades para pessoas com necessidades promovidas, principalmente, pela cooperativa CRESAÇOR.
Critério:	O destino deve ter, pelo menos, um guia turístico adaptado a incapacitados sensoriais, para além de áudio-guias e guias de sinal.	
Pontuação obtida:	5	

4.7. ROTAS DE TRANSPORTE ACESSÍVEL

Pontuação máxima:	5	Não existem rotas de transporte acessíveis proporcionadas pelo transporte público de passageiros.
Critério:	Existência de rotas de transporte acessível.	
Pontuação obtida:	0	

4.8. TRANSPORTE PÚBLICO ACESSÍVEL

Pontuação máxima:	10	Existem algumas empresas que realizam <i>transfers</i> e <i>pick-ups</i> e alguns casos pontuais de táxis adaptados (que têm de possuir licença própria e cumprir com as regras definidas), mas ainda longe de cumprir com os mínimos aconselháveis.
Critério:	Pelo menos 50% do transporte público deve estar adaptado.	
Pontuação obtida:	0	

AVALIAÇÃO DO PILAR

Pontuação máxima:	100	As acessibilidades nos Açores apresentam-se como um fator limitador da satisfação do turista, segundo os inquéritos realizados pelo OTA. São várias as atrações que, devida à pouca intervenção humana, quer para conservar a beleza e a pureza dos espaços, quer pela falta de planeamento, apresentam dificuldades de acesso, principalmente a visitantes que têm dificuldades de mobilidade. A nível digital, também são diagnosticadas lacunas no fornecimento da informação turística adaptada.
Pontuação obtida:	25,0	
Grau de maturidade:	Reduzido	

5. Conectividade e Sensorização

5.1. CONETIVIDADE DE QUALIDADE À REDE DE EMPRESAS TURÍSTICAS DO DESTINO COM LATÊNCIA

Pontuação máxima:	25	Grande parte do território dos Açores já se encontra com cobertura de banda larga móvel. No entanto, verifica-se que algumas freguesias e a maioria dos pontos mais remotos apresentam graves dificuldades de acesso à rede móvel.
Critério:	Largura de banda suficiente e latência limitada para oferecer agilidade no serviço.	
Pontuação obtida:	12,5	

5.2. WI-FI GRATUITO COM QUALIDADE DE SERVIÇO GARANTIDA EM ESPAÇOS PÚBLICOS COM AFLUÊNCIA TURÍSTICA

Pontuação máxima:	30	Uma pequena parte do território dos Açores já dispõe de acesso gratuito à internet, nomeadamente os centros urbanos. No entanto, em áreas mais remotas, não há disponibilização de internet gratuita, à qual acresce uma dificuldade de acesso à internet por dados móveis.
Critério:	100 KBPS de fluxo disponível por terminal quando a zona está a 20% da sua capacidade de usuários habituais.	
Pontuação obtida:	10	

5.3. WI-FI GRATUITO COM QUALIDADE DE SERVIÇO GARANTIDA EM EMPRESAS DO SETOR TURÍSTICO (HOTÉIS, ETC.)

Pontuação máxima:	30	É crescente o número de empresas do setor turístico que dispõe de <i>wi-fi</i> gratuito nas suas instalações com excelente qualidade de serviço, muito devido aos baixos preços dos serviços de telecomunicações (dos mais baixos da Europa). A cobertura excede o perímetro do estabelecimento em alguns casos.
Critério:	100 KBPS de fluxo disponível por terminal quando a zona está a 20% da sua capacidade de usuários habituais.	
Pontuação obtida:	20	

5.4. SENSORIZAÇÃO APLICADA À GESTÃO TURÍSTICA

Pontuação máxima:	15	Existem algumas iniciativas de <i>sensorização</i> , nomeadamente no que se refere à iluminação de espaços e edifícios públicos. No que se refere à captação de dados, há ainda uma grande relutância por parte dos consumidores e residentes na captação de dados pessoais através dos <i>gadgets</i> .
Critério:	Sensores de diversos tipos, como a gestão de tráfego ou captação de dados dos terminais de <i>wi-fi</i> , que têm aplicações na gestão turística.	
Pontuação obtida:	5	

AVALIAÇÃO DO PILAR

Pontuação máxima:	100	É perceptível a preocupação dos municípios dos Açores em garantir a conectividade móvel dos turistas e residentes à internet de forma gratuita, principalmente nos centros urbanos. Por outro lado, em locais mais remotos, onde, num destino de natureza, se proporciona o êxtase das experiências turísticas, persistem dificuldades de cobertura e acesso à internet. Relativamente à <i>sensorização</i> , o grau de incorporação de tecnologia aplicada à gestão do destino é muito baixo.
Pontuação obtida:	47,5	
Grau de maturidade:	Reduzido	

6. Sistema de Informação/Inteligência Turística

6.1. AUTOMATIZAÇÃO DA INFORMAÇÃO NOS POSTOS DE TURISMO

Pontuação máxima:	15		Os postos de turismo dos Açores ainda carecem de uma maior integração de processos e tecnologia para a recolha de informação de forma automatizada. Os dados obtidos nos postos de turismo permitem uma análise mais segmentada e de maior conhecimento sobre os turistas.
Critérios e pontuação máxima para cada critério:	1. Aplicação de um sistema para automatizar a recolha de informação turística nos postos de turismo.	10	
	2. Análise da informação obtida para a tomada de decisões no destino.	10	
Pontuação obtida:	1. 0	2. 5	Global: 5

6.2. CARACTERIZAÇÃO, COMPORTAMENTO E SATISFAÇÃO DA PROCURA TURÍSTICA

Pontuação máxima:	15			O inquérito realizado aos turistas pelo Observatório de Turismo dos Açores é feito através de questionários presenciais, não existindo atualmente a realização de inquéritos de abrangência regional com ferramentas informáticas. Os resultados dos inquéritos têm dado importantes contributos sobre o perfil do turista que visita os Açores e a sua satisfação, contribuindo para tomadas de decisões mais conscientes e racionais.
Critérios e pontuação máxima para cada critério:	1. Uso das ferramentas informáticas para a criação de inquéritos aos turistas, sua difusão entre os turistas e para a recolha de dados.	10		
	2. Análise da informação obtida para a tomada de decisões no destino.	10		
Pontuação obtida:	1. 0	2. 10	Global: 10	

6.3. BARÓMETRO EMPRESARIAL

Pontuação máxima:	10			Não está definido, em termos públicos, um barómetro empresarial. As intervenções públicas realizadas pelos agentes políticos sugerem que o acompanhamento da atividade empresarial e as tomadas de decisão são baseadas em dados/boletins publicados pelos institutos de estatísticas (SREA e INE), assim como relatórios elaborados por entidades privadas (como o Barómetro Empresarial do Informa D&B).
Critérios e pontuação máxima para cada critério:	1. Definição de indicadores a recolher sobre o tecido empresarial.	5		
	2. Uso das ferramentas informáticas para a recolha de dados para o barómetro de forma automática.	5		
	3. Análise da informação obtida para a tomada de decisões no destino.	5		
Pontuação obtida:	1. 0	2. 0	3. 0	Global: 0

6.4. ANALÍTICA DA WEB E REDES SOCIAIS

Pontuação máxima:	15			Segundo a Secretaria Regional da Energia, Ambiente e Turismo, existe um sistema de apoio à gestão que analisa os dados gerados <i>online</i> e <i>offline</i> pelos turistas em mais de 175 <i>websites</i> .
Critérios e pontuação máxima para cada critério:	1. Estão definidos uma série de indicadores para a sua análise e com indicação dos objetivos a atingir.	5		
	2. Realizam-se recolhas de dados do website e das redes sociais de forma automática. Valoriza-se o uso de APIs das diferentes redes sociais para a automatização da gestão e análise dos dados.	5		
	3. Monitorização do <i>website</i> oficial que permita a análise dos dados e promova as ações de marketing.	5		
Pontuação obtida:	1. 0	2. 5	3. 0	Global: 5

6.5. PLATAFORMA *SMART DESTINATION* PARA INTEGRAÇÃO DA INFORMAÇÃO

Pontuação máxima:	10	Não existe uma plataforma <i>smart destination</i> que integre toda a informação.
Critério:	Plataforma para a integração de toda a informação relativa à gestão do destino.	
Pontuação obtida:	0	

6.6. MECANISMOS PARA A ATUALIZAÇÃO PERMANENTE DA INFORMAÇÃO DIGITAL

Pontuação máxima:	10	O <i>website</i> oficial do turismo dos Açores encontra-se, na globalidade, atualizado, nomeadamente no que se refere aos prémios e galardões que o destino tem ganho. No entanto, por exemplo, os dois hotéis de 5 estrelas inaugurados em São Miguel no ano de 2016 ainda não se encontram listados na secção do alojamento.
Critério:	Grau de atualização da informação.	
Pontuação obtida:	5	

6.7. *OPEN DATA*

Pontuação máxima:	10				O Serviço Regional de Estatística dos Açores, o Instituto Nacional de Estatística e o Travel BI (Turismo de Portugal) têm disponibilizado séries de dados e indicadores que ajudam a compreender a evolução da atividade turística nos Açores. No entanto, a disponibilização aberta de dados recolhidos diretamente dos consumidores (ex: <i>big data</i>) suscita ainda um elevado atrito, uma vez que poderá ir contra os princípios da privacidade individual.
Critérios e pontuação máxima para cada critério:	1. Intenção e predisposição para a publicação dos dados.			5	
	2. Publicação de dados em aberto.			5	
	3. Nível de qualidade dos dados (escala de 5 estrelas de Tim Berners-Lee).			5	
Pontuação obtida:	1. 2,5	2. 5	3. 4	Global: 10	

6.8. *SCOREBOARD* INTERATIVO COM OS INDICADORES CHAVE PARA CONSULTA E USO DOS DADOS DO DESTINO

Pontuação máxima:	15	O Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA) disponibiliza um <i>dashboard</i> com a evolução de indicadores de performance turística. No entanto, este <i>dashboard</i> carece de maior profundidade de informação, assim como a disponibilização de previsões.
Critério:	Grau de atualização da informação.	
Pontuação obtida:	7,5	

AVALIAÇÃO DO PILAR

Pontuação máxima:	100	Não existe um sistema de informação turística inteligente e agregador que produza, analise e disponibilize informação para os <i>stakeholders</i> do destino, utilizando todo o potencial das novas tecnologias para a captação de dados. Atualmente, a informação que é disponibilizada prende-se, essencialmente, com dados estatísticos referentes à evolução da procura turística e performance do destino, estando em falta elementos referentes ao comportamento do consumidor.
Pontuação obtida:	42,5	
Grau de maturidade:	Reduzido	

7. Inovação

7.1. ORGANIZAÇÃO TURÍSTICA REGIONAL INOVADORA

Pontuação máxima:	25	É visível o comprometimento da Associação de Turismo dos Açores e da Associação Regional do Turismo em incorporar processos inovadores ao nível do produto, do mercado e do processo. Veja-se, por exemplo, o <i>case study</i> apresentado referente à promoção dos Açores na BTL.
Critério:	Grau de incorporação de inovações na organização turística regional nos últimos dois anos ao nível do produto, do mercado, do processo ou da organização.	
Pontuação obtida:	12,5	

7.2. FOMENTO DA INOVAÇÃO TURÍSTICA

Pontuação máxima:	20	Existem diversas medidas de fomento à inovação à escala regional. Destaque-se a instalação de parques de ciência e tecnologia (em São Miguel e na Terceira), sistema de incentivos focados para I&D (por exemplo, os subsistemas Empreendedorismo Qualificado e Criativo e a Qualificação e Inovação), a criação de uma rede de incubadoras (RIEAçores) e dos concursos regionais de empreendedorismo.
Critério:	Medidas de fomento da inovação à escala regional (ex: incubadores de empresas ou similares, incentivos ou concursos para fomentar a inovação, atividades de difusão e formação para o fomento da inovação turística).	
Pontuação obtida:	20	

7.3. IMPLEMENTAÇÃO DE SISTEMAS DE GESTÃO DE INOVAÇÃO EM EMPRESAS E ORGANIZAÇÕES PÚBLICAS

Pontuação máxima:	10	Uma vez que quase a totalidade das empresas açorianas pertencem à categoria das PME, existe uma dificuldade acrescida em implementar processos de qualidade que possam ser certificados, por exemplo, pela norma NP 4457:2007 – Certificação de Sistemas de Gestão da Investigação, Desenvolvimento e Inovação.
Critério:	Número de empresas e entidades com sistemas de certificados de gestão da inovação.	
Pontuação obtida:	0	

7.4. DESENVOLVIMENTO DE PROJETOS DE INOVAÇÃO

Pontuação máxima:	20	A Região Autónoma dos Açores é a região portuguesa com menor proporção de despesa em I&D no PIB, com um valor de 0,34% em 2015 – último ano com dados disponíveis no INE. Em Portugal, este valor foi de 1,24%, na Madeira foi de 0,36% e na União Europeia foi de 2%. Nos Açores, apenas 0,03% refere-se a despesas do setor empresarial, sendo o ensino superior o que mais investe em I&D (0,22%), seguido do Estado (0,08%, apenas atrás da Região Metropolitana de Lisboa).
Critério:	Participação regional ou de empresas do destino em projetos de inovação (valoriza-se a colaboração conjunta da Administração Regional, empresas e centros de investigação).	
Pontuação obtida:	0	

7.5. PENETRAÇÃO DAS TICs NAS EMPRESAS TURÍSTICAS

Pontuação máxima:	15	As empresas do setor turístico apresentam uma alta penetração das TIC's nos seus processos de comercialização e de marketing, devido às especificidades do setor. No entanto, existe muito potencial para a integração de novas soluções tecnológicas de forma a fomentar um maior relacionamento com os consumidores antes, durante e após a estadia.
Critério:	Uso das TIC's por parte das empresas turísticas do destino para o marketing social, <i>social media</i> e comercialização.	
Pontuação obtida:	7,5	

7.6. PROCESSOS DE INOVAÇÃO COLABORATIVA

Pontuação máxima:	10	Apesar de existirem, pontualmente, alguns fóruns e conferências relacionadas com a inovação, não há uma envolvente verdadeiramente colaborativa que permita potenciar o conhecimento adquirido e capitalizá-lo num processo de qualificação do destino mais eficiente e eficaz.
Critério:	Existência de plataformas, fóruns ou espaços de debate para fomentar o conhecimento turístico orientado para a inovação (<i>online</i> ou <i>offline</i>).	
Pontuação obtida:	0	

AVALIAÇÃO DO PILAR

Pontuação máxima:	100	Na Região Autónoma dos Açores, o empreendedorismo tem funcionado como uma alternativa à falta de emprego gerado pela grande crise económica e financeira, criando-se iniciativas muito importantes para a dinamização da economia e, mais especificamente, do setor turístico. No entanto, verifica-se que a inovação, catalisadora da alteração do <i>status quo</i> por via do conhecimento que permita incrementar o valor, tarda em fazer parte de todos os processos dos agentes económicos, sendo mais reativa do que proativa.
Pontuação obtida:	40,0	
Avaliação:	Mau	

8. Informação turística

8.1. MATERIAL PROMOCIONAL EM FORMATO DIGITAL

Pontuação máxima:	10	O <i>website</i> oficial do turismo dos Açores apresenta uma secção para download de brochuras e fotografias. Existe, também, a <i>app</i> do destino com muita da informação disponível no <i>website</i> . No entanto, estas duas plataformas carecem de maior grau de atualização da informação.
Critério:	Existência de uma secção web para download de material informativo/promocional, soluções tecnológicas para download e uma <i>app</i> do destino.	
Pontuação obtida:	5	

8.2. CANAIS DE INFORMAÇÃO 24H

Pontuação máxima:	5	Os postos de informação turística têm uma muito baixa integração de tecnologia, o que induz numa baixa disponibilização de canais de informação tecnológicos no destino (i.e. não incluindo os <i>gadgets</i> dos próprios consumidores) que garantem a informação 24 horas por dia.
Critério:	Existência de pelo menos um ecrã táctil ou quiosque de informação virtual no exterior e um no interior em pelo menos um posto de informação turística e em pontos nevrálgicos do destino consoante a dimensão.	
Pontuação obtida:	0	

8.3. INFORMAÇÃO TURÍSTICA VIRTUAL

Pontuação máxima:	10	O <i>website</i> turístico dos Açores não divulga uma conta na plataforma <i>Skype</i> ou outro similar. Ao nível do <i>chat</i> , o Facebook aparenta ser a ferramenta mais utilizada, apresentando um tempo médio de resposta de cerca de 1 hora.
Critério:	Existência de um <i>chat</i> turístico e um <i>call center</i> virtual (<i>Skype</i> , por exemplo).	
Pontuação obtida:	5	

8.4. WEBSITE TURÍSTICO

Pontuação máxima:	20	O <i>website</i> turístico dos Açores é simples, atrativo e promove a visão do destino. No entanto, depara-se que este <i>website</i> não está otimizado para dispositivos móveis e não incentiva a interação com os turistas. Ao nível das reservas, não é possível realizá-las diretamente no <i>website</i> , havendo uma divulgação dos operadores disponíveis e um reenaminhamento para os respetivos <i>websites</i> .
Critério:	Existência de <i>website</i> atrativo, simples e rápido, adaptado a todos os dispositivos, que fomenta processos de interação e cocriação e com possibilidade de realizar reservas.	
Pontuação obtida:	10	

8.5. REDES SOCIAIS

Pontuação máxima:	10	O organismo responsável pela gestão do destino (ATA) tem, de facto, uma presença forte nas redes sociais, com publicações diárias e com um volume considerável de seguidores, nomeadamente no Facebook, Youtube, Twitter e Instagram.
Critério:	Presença nas redes sociais com maior importância para a promoção turística (Facebook, Twitter, Flickr e Youtube).	
Pontuação obtida:	10	

8.6. VÍDEOS INSPIRADORES

Pontuação máxima:	5	O canal do Youtube e o <i>website</i> turístico dos Açores apresentam vídeos inspiradores, inferiores a 5 minutos e que mostram os principais recursos e atividades deste destino turístico.
Critério:	Existência de vídeos inspiradores do destino (inferior a 5 minutos e que mostra em modo de “flashes” os recursos mais importantes do destino).	
Pontuação obtida:	5	

8.7. CERTIFICAÇÃO DE QUALIDADE TURÍSTICA

Pontuação máxima:	10	A informação disponível não permite concluir se existe algum posto de turismo dos Açores com um certificado de qualidade, como por exemplo a certificação da norma ISO 14785:2014 – Postos de Informação Turística – Requisitos.
Critério:	Pelo menos um posto de informação turística com certificado de qualidade.	
Pontuação obtida:	0	

8.8. FERRAMENTAS OU SERVIÇOS QUE PERMITEM A ACESSIBILIDADE WI-FI NO DESTINO

Pontuação máxima:	10	Os sistemas <i>wi-fi</i> gratuitos existentes no destino são garantidos, essencialmente, por projetos promovidos pelas Câmaras Municipais nos centros urbanos e operadores privados nas suas instalações (hotéis, restaurantes, aeroportos, etc.). Verifica-se um défice de ferramentas e serviços que permitem a acessibilidade à internet de forma gratuita e permanente.
Critério:	Serviços ou soluções que favoreçam a acessibilidade <i>wi-fi</i> , como <i>wi-fi</i> gratuito nos postos de informação turística ou serviços <i>mi-fi</i> .	
Pontuação obtida:	0	

8.9. NFC, QR, RFID, ETC.

Pontuação máxima:	5	A integração deste tipo de tecnologia ainda é muito incipiente nos Açores, não existindo, ainda, material informativo ou promocional que a utilize. No entanto, ressalva-se que já foram enunciados projetos que potenciarão esta vertente tecnológica (por exemplo, o roteiro dos miradouros com tecnologia QR).
Critério:	Painéis interpretativos e material promocional com NFC, RFID, QR, etc.	
Pontuação obtida:	0	

8.10. FERRAMENTAS TECNOLÓGICAS PARA O TURISTA

Pontuação máxima:	5	Os postos de turismo dos Açores não dispõem de material tecnológico para alugar.
Critério:	<i>Tablets</i> , áudio-guias e outras ferramentas tecnológicas que o turista pode alugar nos postos de informação turística.	
Pontuação obtida:	0	

8.11. MERCHANDISING

Pontuação máxima:	5	Não existe merchandising disponibilizado pelas organizações gestoras do destino. O merchandising com referências ao destino turístico «Açores» é, na sua vasta maioria, produzido e vendido pelo setor privado.
Critério:	Venda de, pelo menos, um produto de merchandising a cada turista.	
Pontuação obtida:	0	

8.12. INVENTÁRIO DO MATERIAL PROMOCIONAL

Pontuação máxima:	5	Não existe um sistema inteligente de controlo de inventário de material promocional nos Açores.
Critério:	Existência de um sistema inteligente de controlo do inventário baseado em novas soluções tecnológicas, que permita um controlo exaustivo do gasto e das necessidades futuras.	
Pontuação obtida:	0	

AVALIAÇÃO DO PILAR

Pontuação máxima:	100	A baixa pontuação obtida no âmbito da informação turística deriva da falta de incorporação de soluções tecnológicas e inovadoras que permita o acesso à informação <i>on time</i> e <i>on place</i> aos consumidores efetivos e potenciais. No entanto, verifica-se que as redes sociais são muito exploradas para a promoção destino e que o <i>website</i> , embora careça de maior integração de funcionalidades fundamentais, apresenta-se como uma boa ferramenta informativa para os turistas.
Pontuação obtida:	35,0	
Grau de maturidade:	Reduzido	

9. Marketing Online

9.1. MONITORIZAÇÃO DA MARCA E DOS MÍDIA

Pontuação máxima:	15	Não são divulgados relatórios referentes aos resultados das visitas ao <i>website</i> ou a evolução da notoriedade da marca.
Critério:	Análise e exposição em relatórios trimestral dos resultados das visitas ao <i>website</i> do destino, através do Google Analytics, e da situação da marca através da monitorização de alertas, etc.	
Pontuação obtida:	0	

9.2. PLANO PARA O SOCIAL MEDIA

Pontuação máxima:	25	Não está disponível, publicamente, informação referente à existência de um Plano de <i>Social Media</i> . No entanto, é perceptível que a comunicação <i>online</i> encontra-se alinhada com a visão, objetivos estratégicos e as ações de comunicação definidos no PEMTA.
Critério:	Existência de um Plano de Social Media que articule a estratégia e os objetivos para os <i>social media</i> com os objetivos do destino e que defina as redes sociais como principal meio de distribuição, promoção e comercialização.	
Pontuação obtida:	12,5	

9.3. POSICIONAMENTO E AÇÕES DE SEO

Pontuação máxima:	15	A busca efetuada no Google em navegador anónimo pelos termos “Açores” e “Azores” apresenta o <i>website</i> oficial dos Açores em 2º lugar após os anúncios.
Critério:	O <i>website</i> do destino deve-se encontrar nos primeiros cinco resultados no Google quando se procura pelo nome do destino.	
Pontuação obtida:	15	

9.4. PUBLICIDADE ONLINE

Pontuação máxima:	10	A publicidade <i>online</i> não tem sido uma das apostas mais fortes, visível pela informação disponível no <i>website</i> Similarweb (divulgação de dados analíticos de <i>websites</i> e <i>apps</i>) que aponta que apenas 0,55% das visitas ao <i>website</i> advém de publicidade <i>online</i> .
Critério:	Banners, podcast, video podcast, widgets, etc. Valoriza-se a existência de um plano para a comunicação <i>online</i> .	
Pontuação obtida:	0	

9.5. ESTRATÉGIAS DE CRM E MARKETING POR E-MAIL

Pontuação máxima:	25	A informação disponível não permite aferir se existe uma estratégia de CRM implementada no organismo gestor do destino. No entanto, as indicações apontam que o marketing por e-mail não tem sido explorado, apesar de configurar uma das ações de comunicação delineadas no PEMTA.
Critério:	Ter implementada uma estratégia de CRM que inclua marketing por e-mail (<i>newsletters</i> , promoções, ofertas de última hora, novos produtos, etc.).	
Pontuação obtida:	0	

9.6. MARKETING VIRAL

Pontuação máxima:	10	A análise efetuada ao conteúdo publicado pelo Turismo dos Açores nos <i>social media</i> dá a indicação de que este critério não está a ser cumprido, apesar de haver conteúdos que apresentam um grau de virilidade superior às restantes publicações, nomeadamente a publicação de novos vídeos promocionais.
Critério:	Existência de pelo menos uma campanha viral por ano bem-sucedida (mais de 10% dos seguidores colocaram "Gosto" e mais de 30% partilharam na primeira semana no Facebook; mais de 100 retweets na primeira semana no Twitter; visualizações superiores a 1000% do total de subscritos no canal do Youtube na primeira semana).	
Pontuação obtida:	5	

AVALIAÇÃO DO PILAR

Pontuação máxima:	100	Apesar do destino turístico "Açores" ter uma forte promoção <i>online</i> , o diagnóstico realizado ao marketing <i>online</i> aponta para uma necessidade de maior interação, relacionamento e incentivo à cocriação de conteúdos por parte dos visitantes que sirvam, por um lado, de instrumentos de fidelização dos visitantes e, por outro, funcionam como meios de promoção do destino para novos consumidores através de <i>word of mouth</i> .
Pontuação obtida:	32,5	
Grau de maturidade:	Reduzido	



Tabela 11 - Resumo das pontuações e classificações obtidas em cada âmbito

Indicador	Pontuação Máxima	Pontuação	Grau de maturidade
1. Governança	100	41,6	Reduzido
2. Ações de sustentabilidade territorial/urbana	100	27,9	Reduzido
3. Sustentabilidade turística	100	46,0	Reduzido
4. Acessibilidades	100	25,0	Reduzido
5. Conectividade e <i>Sensorização</i>	100	47,5	Reduzido
6. Sistema de Informação/Inteligência Turística	100	42,5	Reduzido
7. Inovação	100	40,0	Reduzido
8. Informação turística	100	35,0	Reduzido
9. Marketing online	100	32,5	Reduzido
Avaliação Global	900	338,1	Reduzido

A pontuação obtida na avaliação global em sede de autodiagnóstico, que, numa escala de 0 a 100, corresponde a uma pontuação média de 37,6, revela o **estado de imaturidade do destino «Açores» enquanto Destino Turístico Inteligente**. Em termos de classificações individuais, denota-se **que o âmbito das acessibilidades é o que apresenta menor pontuação** (25 em 100), o que vai ao encontro da insatisfação manifestada pela procura turística aquando das realizações de inquéritos aos turistas, assim como o âmbito da sustentabilidade territorial e urbana. Por outro lado, **os âmbitos da conectividade e *sensorização* e da sustentabilidade turística são os que apresentam maior pontuação**. Para tal, contribui o facto de os municípios onde se encontram

os grandes centros urbanos e turísticos estarem a aumentar a vocação inteligente dos seus territórios, disponibilizando pontos de conectividade gratuitos aos turistas, assim como a excelente qualidade dos recursos naturais e a preocupação com a sustentabilidade ambiental e turística do destino, o que tem garantido distinções a nível internacional ao destino turístico «Açores» neste âmbito. No entanto, nenhum dos âmbitos apresenta uma pontuação acima de 50, o que demonstra que há, em todos os âmbitos do modelo de destino turístico inteligente, **campos de atuação que carecem de planeamento e implementação**, principalmente no que se refere à **incorporação dos novos meios tecnológicos na cadeia de valor**.

4.6.5. Análise SWOT

Em complemento a toda a informação apresentada, e como forma de sistematização da mesma, estruturou-se uma Análise SWOT bastante detalhada à Região Autónoma dos Açores como destino turístico inteligente. A metodologia adotada consistiu não só na indicação tradicional de Pontos Fortes, Pontos Fracos, Oportunidades e Ameaças, mas também na interpretação crítica do impacto atual (reduzido, médio, elevado) e da tendência futura (melhorar “↗”, manter “=”, piorar “↘”) de cada um desses mesmos elementos.

A Análise SWOT desenvolvida é o resultado do estudo das diversas informações recolhidas nas entrevistas a interlocutores privados e públicos, do autodiagnóstico aplicado ao destino, dos dados estatísticos relativos aos Açores, do estudo de projetos e ações já implementados a nível regional e municipal e da análise e interpretação de estudos, planos estratégicos, intervenções públicas e

notícias da imprensa relevantes. A projeção foi produzida com a interpretação e o debate interno da equipa técnica multidisciplinar autora deste estudo, que permitiu caracterizar o destino «Açores» com um elevado nível de pormenor, na sua dimensão interna e no relacionamento com o ambiente externo.

Os esforços implementados neste exercício possibilitaram um conhecimento bastante detalhado das necessidades de intervenção nos diferentes eixos de desenvolvimento que estruturam um Destino Turístico Inteligente, facilitando, assim, a construção de objetivos estratégicos e, conseqüentemente, a estruturação de projetos-piloto e um plano de ação que contribuirão para que sejam cumpridos os preceitos e constructos de um verdadeiro Destino Turístico Inteligente.

Pontos Fortes (<i>Strenghts</i>)	Impacto			Tendência		
	Elevado	Médio	Reduzido	↗	=	↘
1. Câmaras Municipais com programas de <i>smart city</i>	•			↗		
2. Recursos endógenos com potencial para aproveitamento energético	•			↗		
3. Preservação e conservação ambiental		•				↘
4. Crescimento da atividade turística	•			↗		
5. Crescimento económico da região		•		↗		
6. Presença de LCC com reconhecimento internacional	•			↗		
7. Atitude empreendedora dos empresários jovens		•			=	
8. Promoção turística do destino	•				=	
9. Satisfação dos turistas	•				=	
10. Utilização de energias renováveis	•			↗		
11. Existência de um plano estratégico para o turismo		•		↗		
12. Preocupação dos <i>stakeholders</i> com a sustentabilidade do destino	•			↗		
13. Aumento da atratividade para investidores	•			↗		
14. Iniciativas públicas e privadas inovadoras com recurso às tecnologias			•	↗		
15. Presença de <i>smart tools</i>		•		↗		
16. Integração do Turismo como área prioritária na RIS3		•			=	

Pontos Fracos (<i>Weaknesses</i>)	Impacto			Tendência		
	Elevado	Médio	Reduzido	↗	=	↘
1. Fragmentação territorial	•				=	
2. Baixa penetração das tecnologias nos produtos e serviços turísticos	•			↗		
3. Baixo grau de maturidade do destino como <i>smart</i>	•			↗		
4. Mobilidade e transportes como fatores que geram insatisfação	•				=	
5. Poucas Infraestruturas de Comunicação e Informação (TICs)	•			↗		
6. Baixa conectividade e <i>sensorização</i> para captação de <i>big data</i>	•				=	
7. Limitação da capacidade de investimento do setor público e privado		•				↘
8. Baixa qualificação dos recursos humanos e formação de “talentos”	•				=	
9. Sistema de ensino pouco vocacionado para as TICs e <i>soft skills</i>		•				↘
10. Baixa cultura pró-turismo por parte da população			•	↗		
11. Pouca utilização de sistemas inteligentes na governação	•			↗		
12. Indisponibilidade de dados abertos sobre o comportamento dos turistas		•			=	
13. Resistência à mudança e à alteração do <i>status quo</i>	•			↗		
14. Baixa acessibilidade dos recursos turísticos e dos canais de promoção	•			↗		
15. Qualidade da oferta turística não é elevada	•			↗		
16. Pouca colaboração público-privada em prol de objetivos comuns	•				=	
17. Pouco fomento da investigação científica		•				↘
18. Baixo número de certificações de qualidade e sustentabilidade			•		=	
19. Risco de pobreza numa faixa substancial da população	•			↗		
20. Baixa estada média	•				=	
21. Sazonalidade pronunciada	•				=	

Oportunidades (<i>Opportunities</i>)	Impacto			Tendência		
	Elevado	Médio	Reduzido	↗	=	↘
1. Novos comportamentos dos turistas – <i>smart tourist</i>	•			↗		
2. Evolução tecnológica constante	•			↗		
3. Crescimento do setor turístico a nível mundial	•				=	
4. Reconhecimento dos «Açores» como destino sustentável		•		↗		
5. Novas soluções para reduzir a sazonalidade		•		↗		
6. Novos modelos de negócio	•			↗		
7. Parcerias nacionais/internacionais no âmbito do PO Açores 2020 e Interreg		•			=	
8. Elevada probabilidade de regresso dos turistas		•			=	
9. Dinâmica de investimento externo	•			↗		
10. Aumento da consciencialização ambiental	•			↗		
11. Potencialidades das tecnologias na melhoria da governação	•			↗		

Ameaças (<i>Threats</i>)	Impacto			Tendência		
	Elevado	Médio	Reduzido	↗	=	↘
1. Baixa percepção dos Açores como <i>smart destination</i>			●	↗		
2. Competitividade de destinos concorrentes		●		↗		
3. Regulamentação nacional e europeia para a captação e partilha de dados		●		↗		
4. Crescimento não sustentado da atividade turística	●			↗		
5. Curva de aprendizagem para determinados segmentos			●	↗		
6. Captação de segmentos com baixa propensão ao consumo	●					↘
7. Estrutura do quadro comunitário de apoio para o período 2021-2027	●					↘
8. Instabilidade política e económica na Europa (ex: <i>Brexit</i> e populismos)		●				↘
9. Envolvente socioeconómica do país		●		↗		
10. Terrorismo e insegurança	●			↗		
11. Percepção de destino barato devido às LCC			●	↗		
12. Elevada taxa de inflação		●				↘
13. Risco de massificação do destino	●					↘

Com a Análise SWOT supra apresentada, constata-se que **os Açores apresentam condições muito favoráveis para que se possa desenvolver como um Destino Turístico Inteligente**. Contudo, é necessário colmatar lacunas e entraves a este desenvolvimento.

No ambiente interno, verifica-se que as Câmaras Municipais, principalmente as que possuem centros urbanos, estão a desenvolver programas de *smart city* para conferir uma melhor qualidade de vida aos seus habitantes e uma visita com maior valor acrescentado aos visitantes. Adicionalmente, importa referir que **os Açores são cada vez mais um destino atrativo e acessível**, o que se tem refletido no aumento dos fluxos turísticos. Em termos de sustentabilidade ambiental, as **condições naturais das ilhas conferem oportunidades únicas** para o aproveitamento energético, com recurso às fontes de energia renováveis. Como principais fraquezas, identifica-se a **baixa incorporação de sistemas e ferramentas inteligentes** na governação e qualificação do destino turístico, mas a principal lacuna refere-se ao **baixo fomento do capital social e humano**, verificável pela baixa

qualificação dos recursos humanos e pelas parcerias público-privadas com pouco valor acrescentado na qualificação *smart* do destino.

No ambiente externo, as principais oportunidades derivam da **constante evolução tecnológica** e nas potencialidades das mesmas na melhoria das experiências turísticas, tendo em conta as novas tendências globais, principalmente os novos comportamentos do turista *smart*, e na estruturação de novos modelos e soluções que permitem reduzir a sazonalidade, aumentar a estada média e fomentar um maior dispêndio dos turistas no destino. Importa, em todo o caso, salvaguardar o risco do crescimento não sustentado da atividade turística que porá em causa a sustentabilidade territorial, económica e social. Adicionalmente, a **baixa capacidade de investimento da região e das empresas** regionais também é um fator que poderá afetar o desenvolvimento *smart* dos Açores, tendo em conta uma envolvente contextual onde ainda subsistem os efeitos da crise económica e financeira que afetou o país e há a necessidade de cumprir com regras orçamentais nacionais e europeias.

4.6.6. Análise Crítica

O autodiagnóstico efetuado ao destino, a análise documental, a análise de boas práticas, as entrevistas aos interlocutores e a matriz SWOT apresentam informações muito pertinentes para diagnosticar os Açores como Destino Turístico Inteligente segundo os quatro eixos de desenvolvimento apresentados pela Segittur (2015).

Inovação



Incrementar o valor com base no conhecimento em todos os elos da cadeia de valor.

No eixo da **inovação**, evidencia-se a **dificuldade na capacidade de incorporar o conhecimento** na melhoria da qualidade dos produtos e serviços (indutora da satisfação dos turistas, da vontade de repetição e da publicitação) e no incremento da eficiência dos processos produtivos e na criação de novos modelos de negócio. Evidencia-se que a baixa propensão para a inovação se aponta ao **baixo grau de qualificação da população**, principalmente em componentes fundamentais como as *soft skills* e a especialização tecnológica. Adicionalmente, **a presença de estruturas rígidas e excessivamente hierarquizadas, processos burocráticos e obsoletos, programas de ensino e formação que carecem de uma adaptação às reais necessidades da Região e do mercado laboral e um *mindset* pouco focado na criação de valor** travam o potencial de inovação das organizações. Isto é evidenciado, por exemplo, na criação de novas empresas com poucas vantagens competitivas ou em novas organizações com áreas de intervenção conflituantes com as já existentes.

Será ainda fundamental que os agentes tenham a capacidade de analisar dados no que se refere ao comportamento do consumidor, importando informações e conhecimento essencial para a estruturação de novas soluções disruptivas. Claro está que, dada a complexidade

da cadeia de valor do turismo, será necessário que os *stakeholders* tenham condições para analisar a informação gerada de forma integrada e cruzada. Nos Açores, existem projetos que vão ao encontro deste novo paradigma de constante inovação, mas são, na generalidade, implementadas de forma individualizada, dependentes dos fundos comunitários e com consequências práticas ainda reduzidas, para além de serem, efetivamente, insuficientes face à escala que será necessária aplicar.

Tecnologia



Infraestruturas de informação e comunicação e ferramentas necessárias para a gestão dos destinos e empresas.

No que se refere ao eixo das **tecnologias**, verifica-se que os Açores apresentam **um baixo grau de incorporação de ferramentas e infraestruturas tecnológicas** para a qualificação e gestão do destino. Se, por um lado, foi identificado um conjunto de iniciativas e projetos-pilotos muito relevantes já implementados, verifica-se que, tal como acontece com o eixo da inovação, estas ações não estão incorporadas numa estratégia global focada na transformação em Destino Turístico Inteligente. Refira-se que algumas destas ações são imputadas a programas de *Smart Cities*, implementados a nível municipal, o que já permite dotar a região de algumas condições básicas para criar e integrar *inteligência*.

Existe um longo potencial a ser captado. A principal lacuna a ser colmatada passará pela **dotação de um sistema base** – o sistema turístico inteligente – dotado de infraestruturas e ferramentas capazes de recolher, armazenar, analisar e transmitir dados. Estes dados serão fundamentais para a tomada de decisão, uma vez que permitirão a delineação de um sistema de indicadores atualizado e em tempo real, incrementando a eficiência

dos processos e evitando sobrecargas em recursos turísticos. Além disso, permitirá a prevenção de acidentes e a identificação, em tempo real, de correções necessárias no destino. Adicionalmente, será necessário **equipar o destino com ferramentas tecnológicas** – as *smart tools* – que facilitem a comunicação com o turista e a interação deste com os recursos e atividades nos Açores. Neste ponto, refira-se que alguns dos concelhos açorianos já apresentam um maior grau de maturidade, com a instalação de quiosques interativos, a disponibilização de

wi-fi gratuito, o lançamento de *websites* turísticos com serviços *online* e o desenvolvimento de aplicações para dispositivos móveis. Não obstante, deverá ser promovida uma qualificação em todo o território, adaptando-se as intervenções às características diferenciadoras de cada ilha e concelho, exponenciando os recursos com maior valor acrescentado e qualificando-se tecnologicamente os postos de informação turística. Na Tabela 12 apresenta-se uma súmula do diagnóstico ao eixo da tecnologia, nas suas várias componentes.

Tabela 12 - Grau da maturidade tecnológica dos Açores

Âmbito	Avaliação	Pontos fortes	Pontos fracos
Políticas públicas	● ● ● ● ●	<ul style="list-style-type: none"> Incentivos ao investimento em tecnologia e criação de empresas tecnológicas; Aposta na inovação e na tecnologia como <i>drivers</i> do desenvolvimento socioeconómico; Participação em projetos internacionais de fomento à inovação e à penetração das tecnologias; Aposta no marketing digital para promoção do destino. 	<ul style="list-style-type: none"> Fraca colaboração público-privada; Pouco fomento da <i>inteligência</i> nos edifícios, espaços e serviços públicos para gestão dos recursos e melhoria da experiência turística; Inexistência de um sistema público e transparente de indicadores, de apoio à tomada de decisões racionais;
Infraestruturas e equipamentos	● ● ● ● ●	<ul style="list-style-type: none"> Existência de <i>smart tools</i> em alguns municípios; Atração de tecnologias espaciais e de eficiência energética; Fomento da conectividade permanente, principalmente nos centros urbanos. 	<ul style="list-style-type: none"> Assimetrias na penetração das tecnologias nas várias ilhas, com especial relevo para os locais mais remotos; Carência de equipamentos dirigido a turistas com necessidades especiais; Falta de <i>sensorização</i>; Postos de turismo pouco tecnológicos; Pouco utilização de tecnologias como códigos QR ou NFC; Inexistência de um sistema de informação para recolha de dados dos sensores e da <i>web</i>, análise e disponibilização pública.
Know-how	● ● ● ● ●	<ul style="list-style-type: none"> Presença de capital humano especializado nas empresas tecnológicas; Atitude empreendedora e autodidata da população para aumentar o <i>know-how</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> Pouco conhecimento adquirido para utilização das TIC, principalmente no setor público; Investigação científica ainda pouco consequente; Conceito <i>triple hélix</i> em fase muito embrionária.
Educação e formação	● ● ● ● ●	<ul style="list-style-type: none"> Cursos gratuitos de programação, no âmbito do projeto Terceira Tech Island; Cursos profissionais, pós-secundários e superiores em informática, redes e multimédia. 	<ul style="list-style-type: none"> Carência de cursos superiores com conhecimento intensivo em alta tecnologia e TIC (e.g. engenharia informática/robótica).
Empresas	● ● ● ● ●	<ul style="list-style-type: none"> Existência de empresas especializadas em TIC; Integração de tecnologias para aumento da produtividade e marketing; Existência de <i>apps</i> e <i>websites</i>, adaptados a dispositivos móveis. 	<ul style="list-style-type: none"> Dificuldades de financiamento para investimentos em TIC; Pouca integração de tecnologias em serviços importantes da cadeia de valor do turismo (e.g. restauração); Resistência à mudança.

Fonte: Elaboração própria

No entanto, **deverá evitar-se a proliferação de ferramentas e infraestruturas tecnológicas** sem estarem sustentadas numa estratégia e visão bem definidas para o destino. Como referenciado ao longo de todo o documento, as tecnologias são um meio para um fim, de suporte à tomada de decisão e qualificadoras das experiências turísticas. No entanto, o principal *driver* de um Destino Turístico Inteligente continuará a ser o Capital Humano, sendo este o principal responsável pela tomada de decisão, pela estruturação de novas soluções e pelas interações com os turistas ao nível dos serviços turísticos e de apoio. Alguns dos projetos a serem estruturados exigirão disponibilidade financeira que, no atual paradigma europeu, de racionalidade económica e elevado controlo orçamental, induzem um rigor acrescentado no planeamento, implementação e gestão destes projetos.

Acessibilidades



Promover a liberdade de escolha a todas as pessoas sem condicionamentos ou impedimentos.

O eixo das **acessibilidades** é o que apresenta **menor grau de maturidade**. O atual quadro legislativo já prevê a obrigação incluir nos projetos referentes aos espaços e edifícios públicos determinados requisitos e a proibição da discriminação em função da deficiência num conjunto de serviços públicos. Mas, para os Açores se tornarem um destino turístico acessível, as **condições oferecidas terão de exceder em larga escala os mínimos obrigatórios definidos por lei**. Note-se que, apesar dos espaços recentemente intervencionados já incluírem estes requisitos, as estruturas mais antigas apresentam graves entraves de acessibilidade para indivíduos com deficiências motoras.

Relativamente aos recursos turísticos, estes também **carecem de maior estruturação**, sendo mesmo um dos

fatores que gera menor satisfação nos turistas que visita o destino. Os espaços naturais dos Açores, conhecidos pela sua pureza, beleza e com pouca intervenção humana, são dos aspetos mais diferenciadores deste destino. No entanto, estes espaços também apresentam graves limitações para turistas com diferentes deficiências (motoras, visuais, etc.). Para além da eliminação das barreiras físicas, será também necessário qualificar os colaboradores das empresas de animação turística para lidar com as especificidades deste segmento e dotar as empresas de ferramentas que facilitam a interação dos turistas com o destino. Tenha-se como excelente referência a cooperativa açoriana Cresaçor.

A qualificação tecnológica dos **postos de informação turística deverá incluir ferramentas e serviços de suporte ao turismo inclusivo**. Ao nível dos transportes coletivos de passageiros, a **formação dos recursos humanos e a adaptação dos veículos configuram-se como ações necessárias**. Também ao nível da restauração é **necessário a formação dos recursos humanos**. Em termos de acessibilidades digitais, **os websites e as aplicações móveis deverão cumprir com as normas internacionais**, devendo estes publicitar a boa adoção destas normas.

Desta forma, os Açores estarão muito mais capazes de conquistar e satisfazer o segmento do turismo inclusivo. Relembre-se que, para além das oportunidades de negócio que poderão surgir neste contexto, é muito importante que os Açores sejam capazes de conferir uma



experiência de elevado valor acrescentado a todos os seus visitantes em plena acessibilidade, contribuindo para uma sociedade mais justa e igualitária.

Sustentabilidade



Garantir o equilíbrio entre o crescimento económico e a preservação do ambiente, da cultura e da sociedade.

O eixo com maior grau de maturidade é o da **sustentabilidade**, mas também apresenta fatores de risco para o destino. O novo paradigma dos transportes aéreos tem fomentado um **crescimento acentuado na atividade turística**, com um efeito multiplicador evidente por toda a economia açoriana. Reflete-se, por exemplo, ao nível do emprego criado, mas ainda com níveis de precariedade pouco desejáveis, sendo uma percentagem destes empregos de carácter provisório e de retribuição financeira mínima.

Pretendendo os Açores afirmar-se como Destino de Natureza e Sustentável, deverá ser **acautelado o risco de de pressões insuportáveis** nos recursos turísticos, com especial destaque para os mais sensíveis, sob pena de destruição das principais vantagens competitivas. A adoção de processos ambientalmente sustentáveis e energeticamente eficientes são fundamentais para que a sustentabilidade seja assegurada, quer em termos de edifícios e espaços públicos, mas quer ao nível dos



estabelecimentos turísticos, empresas de animação turística, restaurantes, entre outros. As condições naturais dos Açores proporcionam oportunidades ótimas para a produção de energia a partir de fontes renováveis, devendo a Região estruturar soluções *inteligentes* que permitam posicionar-se como um *benchmark* ao nível da autossustentabilidade a nível mundial.

A certificação dos Açores como Destino Sustentável pelos critérios do Global Sustainable Tourism Council será uma prova dos esforços realizados neste âmbito, mas também representará a firmação de um compromisso com a manutenção e melhoria dos parâmetros que estarão na base da certificação. A adoção de infraestruturas *inteligentes* e ferramentas tecnológicas, capazes de recolher e analisar dados, em conjunto com recursos humanos qualificados e em colaboração de instituições científicas especializadas nos diferentes ramos da ciência, permitirão o estudo aprofundado e um rigoroso controlo destes parâmetros.

Ao nível do desenvolvimento económico, a grande atratividade do destino «Açores» e a alocação dos fundos comunitários abrem portas ao investimento no setor turístico, tanto ao nível do investimento externo como ao nível do empreendedorismo local, o que tem resultado num aumento da importância deste setor na geração de riqueza e no aumento dos níveis de empregabilidade na Região. Neste ponto, importa garantir que esta proliferação de investimentos na região tenha por base um **ordenamento turístico e territorial consciente e sustentável**. Por outro lado, devem ser evitados os projetos que tenham como objetivo a obtenção de retorno financeiro rápido, o que prejudicaria a sustentabilidade económica a médio e longo prazo ao nível do emprego, do abandono de infraestruturas e da atratividade do destino.

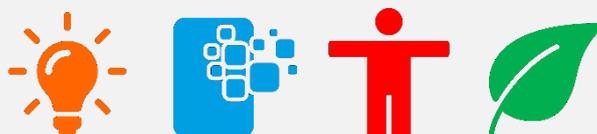
Com o crescimento expectável do número de visitantes na Região, **a perturbação da população deverá**

ser devidamente acutelada e mitigada, sob o risco de crescimento de uma cultura anti-turismo, que prejudicará a qualidade das experiências turísticas e danificará a reputação do destino, para além de ir contra os princípios da sustentabilidade social. Tome-se como exemplo a tendência de subida dos preços, principalmente no que se refere ao mercado imobiliário nos centros urbanos. Esta situação tem dificultado o arrendamento de imóveis para habitação dada a elevada procura por imóveis para exploração do alojamento turístico. Outros constrangimentos a serem mitigados prende-se com o congestionamento do tráfego, a falta de estacionamento, a produção excessiva de resíduos e o seu abandono em locais públicos. Os benefícios gerados pelo setor turístico

deverão ser extensíveis aos residentes, resultando numa melhoria da sua qualidade de vida.

Refira-se a dificuldade acrescida que a fragmentação territorial apresenta. Será necessário **promover um crescimento económico harmonizado e sustentável em todas as ilhas do arquipélago** e uma maior coesão entre estas, que apresentam, por sua vez, diferentes dimensões, especificidades próprias e graus de maturidades distintos a nível turístico, económico e tecnológico. Esta realidade poderá resultar numa multiplicação das infraestruturas base, o que representará maiores montantes de investimento e dificuldades acrescidas de financiamento. Será fundamental adaptar os investimentos às realidades e necessidades de cada ilha.

OS AÇORES COMO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE



Verifica-se que os Açores apresentam um baixo grau de maturidade enquanto Destino Turístico Inteligente, mas, simultaneamente, um elevado potencial para o crescimento sustentável e *inteligente*. A integração das potencialidades concedidas pelo conceito de *Smart Destination* à visão já definida para o setor turístico dotará o arquipélago de vantagens comparativas muito substanciais, mas que exigirão um rigoroso planeamento estratégico. Note-se que, tal como refere a Invat.tur (2015), a primeira ação para a conversão é a alteração da atitude, assumindo um compromisso firme com a criação de valor e de *inteligência*. Desta forma, será exigido o contributo especializado de diversos departamentos governativos e de um conjunto alargado de *stakeholders*.

Como sugerido pela Segittur (2015), o *Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente* terá de se afigurar como um instrumento unificador de todos os restantes planos regionais e municipais. Significa que, por um lado, as ações delineadas nas diferentes áreas governativas deverão estar refletidas no plano de conversão, mas, por outro lado, que as decisões tomadas pelos órgãos governativos destas áreas e com influência direta na gestão do destino turístico estejam suportadas nos eixos de desenvolvimento fundamentais e nos objetivos estratégicos delineados para a conversão. A criação de um Gabinete de Destino Turístico Inteligente facilitará a que o processo de conversão ocorra de forma mais fluida e, acima de tudo, mais racional.



5

● Considerações ● Finais

O diagnóstico realizado aos Açores incluiu um elevado número de *inputs* e uma metodologia que se adequa às melhores práticas técnico-científicas, incluindo-se a análise a *benchmarks* nacionais e internacionais, uma análise documental extensa, a interpretação de dados estatísticos, informação recolhida junto de agentes económicos e políticos, com elevado grau de conhecimento da realidade açoriana, do comportamento do turista no destino e as necessidades do destino turístico. Pretendeu-se analisar e diagnosticar os Açores, tendo em conta os quatros eixos de desenvolvimento de um Destino Turístico Inteligente sugeridos pela Segittur (2015), uma consultora espanhola que tem desenvolvido vários planos estratégicos de sucesso nestes âmbitos em destinos espanhóis e da América do Sul. Note-se que Espanha é um dos países mais competitivos no setor turístico e pioneiro na adoção deste conceito inovador.

Sendo o conceito de Destino Turístico Inteligente muito amplo e ambicioso, a adoção de um modelo de referência afigurou-se como uma ação pertinente para concretizar a definição e as exigências inerentes ao desenvolvimento deste conceito. Assim, o diagnóstico aos Açores teve em conta o modelo desenvolvido pela Invat.tur (2015), que constrói o Destino Turístico Inteligente a partir da governação, atribuindo aos gestores do destino um papel crítico no planeamento estratégico e na dinamização das restantes áreas: conectividade, *sensorização*, sustentabilidade, sistema de informação e inovação. O desenvolvimento destas áreas resultará em aplicações concretas para o destino, com melhorias significativas no valor das experiências turísticas, mas também na qualidade dos cidadãos residentes.

Todo este processo resultou numa matriz SWOT e numa análise crítica aos quatro eixos de desenvolvimento fundamentais que estruturam um *Smart Destination* e uma apreciação global sobre os Açores como Destino



Turístico Inteligente, com o objetivo de identificar as principais necessidades de intervenção e que terão tidas em conta na fase seguinte de planeamento estratégico e operacional.

Pela análise e diagnóstico efetuado, percebe-se que os **Açores já possuem algum grau de maturidade**, principalmente no que se refere ao eixo da sustentabilidade, corroborada pelo processo de certificação dos Açores como Destino Turístico Sustentável em curso pelos critérios da Global Sustainable Tourism Council. Note-se que os investimentos realizados e a realizar para a exploração das energias renováveis permitirão ao arquipélago caminhar, paulatinamente, para a visão estabelecida de autossustentabilidade.

Adicionalmente, verifica-se que medidas como a adoção de *smart tools*, o lançamento de *websites* com serviços *online* e aplicações para dispositivos móveis estão a melhorar o ambiente tecnológico e digital da região.

No entanto, para os Açores se poderem proclamar como um verdadeiro Destino Turístico Inteligente, os esforços terão de estar focados **na criação de um verdadeiro e inequívoco ambiente tecnológico, inteligente e inovador**. Para tal, deverão ser focados esforços na melhoria de aspetos fundamentais, como:

- exploração do *big data*, quer em termos de recolha, quer em termos de análise e interpretação dos mesmos em tempo real, capazes de se traduzirem em *inputs* para as tomadas de decisão racionais, eficientes

e eficazes. Será necessitar dotar o destino com conectividade e *sensorização* global e um sistema de informação capaz de captar, analisar e difundir dados;

- utilização do conhecimento gerado na criação de valor de forma transversal em toda a cadeia de valor através da inovação, que implicará uma mudança de atitude passiva e reativa para uma visão proativa e inovadora. Inclui, naturalmente, uma mudança de paradigma nos sistemas de ensino e formação, de forma a que os recursos humanos sejam dotados de *skills* adequadas às novas dinâmicas do mercado laboral e às carências detetadas, tanto no setor turístico, como na utilização das novas tecnologias.

A escassez dos recursos e a maior competitividade a nível global exigem que as estratégias definidas para os destinos turísticos tenham em consideração a qualidade da experiência do turista, as necessidades do novo turista *smart* e as tendências globais da indústria, e que não colocam em causa a sustentabilidade dos recursos endógenos para o presente e para o futuro.

Os Açores possuem condições muito favoráveis para se tornarem num Destino Turístico Inteligente. É um destino cada vez mais atrativo, com uma nova vitalidade e com recursos turístico de elevada qualidade. O turismo foi definido estrategicamente como um setor vital para o desenvolvimento económico e social dos Açores. Possui um plano estratégico para orientar a atuação dos



stakeholders e o facto de ter sido estabelecido na RIS3 como um setor prioritário tem permitido que recursos financeiros sejam alocados no apoio ao investimento privado.

Adicionalmente, os órgãos governativos da Região Autónoma dos Açores têm, de facto, definido o desenvolvimento da sociedade da informação e a melhoria do ambiente tecnológico e inovador através do conhecimento como pilares fundamentais da sua atuação. A estratégia de disseminação da cultura científica e tecnológica nas empresas e na população, que resultou, por exemplo, na criação de vários planos em maio de 2018, é um sinal positivo dos órgãos de governação para a adoção plena do conceito de *triple hélix*. As sinergias que se criarão com os programas municipais já existentes de *Smart City* dotarão o arquipélago de condições ainda mais favoráveis, principalmente no que se refere à mobilidade urbana e ao ambiente tecnológico e digital de cada município. Há, por isso, um conjunto de oportunidades a serem captadas e potencialidades a explorar, concedidas pela constante evolução tecnológica e pelas novas soluções disruptivas.

Estando identificadas as principais áreas com maior carência de intervenção, o próximo passo será a elaboração do plano de ação que permita atingir os preceitos definidos.

O plano de ação tem de estar sustentado em duas premissas base:

1. o processo de conversão é paulatino, com a definição de projetos-piloto, acompanhados por um rigoroso processo de validação de resultados e melhoria dos projetos; e
2. será necessário validar o plano de ação com um conjunto alargado de *stakeholders*, dada a transversalidade das ações pelas diferentes áreas da governação e da própria sociedade.



6

● Referências

- AENOR (2016). *Sistema de gestión de los destinos turísticos inteligentes. Requisitos*. Norma espanhola UNE 178501 elaborada pelo comité técnico AEN/CTN 178 - Cidades Inteligentes.
- Boes, K., Buhalis, D. e Inversini, A. (2015). *Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions*. Em: I. Tussyadiah e A. Inversini (eds). *Information and Communication Technologies in Tourism 2015*, Springer, Cham.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. *Tourism Management*, vol. 21, pp. 97-116.
- Butler, R. (1980). *The concept of a tourism area cycle of evolution: Implications for resources*. *Canadian Geographer*, vol. 24(1), pp. 5-12.
- Chen, C., e Chen. F. (2010). *Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists*. *Tourism Management*, 31, 29-35.
- Couto, G., Pimentel, P. e Ponte, J. (2017). *Tourism Development Potential in an Insular Territory: The case of Ribeira Grande in the Azores*. *Journal of Tourism Research & Hospitality*, 6 (2).
- Direção Regional do Ambiente (2015). *Plano de Gestão da Região Hidrográfica dos Açores (RH9) 2016-2021*. Secretaria Regional da Agricultura e Ambiente do Governo Regional dos Açores.
- Direção Regional do Desenvolvimento Rural (2015). *PRORURAL+*. Secretaria Regional da Agricultura e Florestas do Governo Regional dos Açores.
- Direção Regional do Planeamento e Fundos Estruturais (2014). *Programa Operacional Regional dos Açores 2014-2020*. Vice-Presidência do Governo, Emprego e Competitividade Empresarial da Região Autónoma dos Açores.
- Direção Regional do Planeamento e Fundos Estruturais (2017). *Orientações de Médio Prazo 2017 | 2020*. Vice-Presidência do Governo, Emprego e Competitividade Empresarial da Região Autónoma dos Açores. Aprovadas na Assembleia Legislativa Regional em 16 de março de 2017.
- Femenia-Serra, F. (2018). *Smart Tourism Destinations and Higher Tourism Education in Spain. Are We Ready for this new Management Approach?* Em: B. Stangl e J. Pesonem (eds), *Information and Communication Technologies in Tourism 2018*, Springer International Publishing.
- García, C. (2015). *Smart Cities y Destinos Turísticos Inteligentes: un análisis comparativo*. Dissertação de Mestrado em Gestão e Planeamento do Turismo, Faculdade de Turismo da Universidade de Málaga.
- GMT Hospitality (2017). *Pegada Digital do Turista dos Açores*. Apresentado na BTL – Bolsa de Turismo de Lisboa 2017.
- Governo Regional dos Açores (2013). *Agenda Digital e Tecnológica dos Açores*. Açores.
- Hui, T., Wan, D., & Ho, A. (2007). *Tourists' satisfaction, recommendation and revisiting Singapore*. *Tourism Management*, 28 (4), 965-975.
- Invat.tur (2015). *Destinos turísticos inteligentes. Manual Operativo para la configuración de Destinos Turísticos Inteligentes*. Em parceria com o Instituto Universitário de Investigações Turísticas da Universidade de Alicante.
- IPDT (2016). *Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores*. Governo Regional dos Açores.
- Khan, M., Woo, M., Nam, K. e Chathoth, P. (2017). *Smart City and Smart Tourism: A Case of Dubai*. *Sustainability*, 9 (12), 2279.

- Khomsi, M. (2016). *The Smart City Ecosystem as an Innovation Model: Lessons from Montreal*. Technology Innovation Management Review, 6 (11), 26-31.
- López, G. (2017). *Los Municipios Turísticos del Interior de la Comunitat Valenciana en Internet*. Tese de Doutoramento em Desenvolvimento Local e do Território, Universidade de Valência.
- Martins, C. (2015). *Longe da vista, perto da imaginação – análise de audioguias em museus portugueses*. Tese de Doutoramento em Tradução, Universidade de Aveiro.
- Mihalic, T. (2000). *Environmental management of a tourist destination: A factor of tourism competitiveness*. Tourism Management, 21, 65-78.
- Muñoz, A. e Sánchez, S. (2013). *Destinos Turísticos Inteligentes*. Harvard Deusto Business Review, 58-67.
- OCDE e Eurostat (2005). *Oslo Manual – Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. 3ª Edição.
- OTA (2017). *Inquérito à Satisfação do Turista que Visita os Açores – Análise Ano 2016*. Observatório de Turismo dos Açores, Ponta Delgada.
- OTA (2018). *Inquérito à Satisfação do Turista que Visita os Açores 2017*. Observatório de Turismo dos Açores, Ponta Delgada.
- PWC (2014). *Barcelona as a Smart City: Lessons learned from the evolution of the concept and the influence in the city attractiveness*. Apresentado na VIII Conferência Anual do Turismo. Madeira.
- Sabre Hospitality Solutions (2016). *Europe & Middle East Consumer Mega-Trends Impacting Hospitality*. Trendwatching Premium
- Santos, C., Couto, G., Pimentel, P. e Vieira, J. (2011). *Quality of the Azores destination in the perspective of tourists*. Tourism and Hospitality Research, 12 (1), 32-42.
- Secretaria de Estado do Turismo e Turismo de Espanha (2012). *Plan Nacional e Integral de Turismo 2012-2015*. Governo de Espanha.
- Segittur (2015). *Smart Destination Report: building the future*. A pedido da Secretaria de Estado das Telecomunicações de Espanha.
- Shoemaker, S. e Lewis, R. (1999). *Customer loyalty: the future of hospitality marketing*. International Journal of Hospital Management, 18 (4), 347-370.
- Silva, F. e Almeida, M. (2013). *Sustentabilidade do turismo na natureza nos Açores – o caso do canyoning*. Em Maria do Céu Almeida (Ed.), *Turismo e desporto na natureza*. Estoril, Portugal: Associação de Desportos de Aventura Desnível.
- Smith, R. (2015). *SMART Tourism Tools: Linking Technology with the Touristic Resources of City Destinations*. Tese de Bacharelado em Gestão e Consultoria em Turismo Internacional, Universidade NHTV Breda de Ciências Aplicadas.
- Solbes Mira, P. (2011). *As Regiões Ultraperiféricas Europeias no Mercado Único: A projeção da UE no mundo*. Relatório para o Membro da Comissão Europeia Michel Barnier.
- SPI (2014). *Estratégia de Investigação e Inovação para a Especialização Inteligente da Região Autónoma dos Açores – RIS3 Açores*. Governo Regional dos Açores.
- SREA (2011). *Estatísticas do Turismo janeiro a dezembro de 2010*. Serviço Regional de Estatística dos Açores, Açores.
- SREA (2012). *Estatísticas do Turismo janeiro a dezembro de 2011*. Serviço Regional de Estatística dos Açores, Açores.

- SREA (2013). *Estatísticas do Turismo janeiro a dezembro de 2012*. Serviço Regional de Estatística dos Açores, Açores.
- SREA (2014). *Estatísticas do Turismo janeiro a dezembro de 2013*. Serviço Regional de Estatística dos Açores, Açores.
- SREA (2015). *Estatísticas do Turismo janeiro a dezembro de 2014*. Serviço Regional de Estatística dos Açores, Açores.
- SREA (2016). *Estatísticas do Turismo janeiro a dezembro de 2015*. Serviço Regional de Estatística dos Açores, Açores.
- SREA (2017). *Estatísticas do Turismo janeiro a dezembro de 2016*. Serviço Regional de Estatística dos Açores, Açores.
- SREA (2018). *Estatísticas do Turismo janeiro a dezembro de 2017*. Serviço Regional de Estatística dos Açores, Açores.
- TRENMO (2016). *Plano de Mobilidade Urbana Sustentável da Região Autónoma dos Açores – Relatório Final*. Governo Regional dos Açores.
- Turismo de Portugal, I.P. (2015). *Turismo 2020 – Plano de Ação para o Desenvolvimento do Turismo em Portugal 2014-2020*. Ministério da Economia do Governo de Portugal.
- Turismo de Portugal, I.P. (2017). *Desempenho Ambiental do Alojamento em Portugal | 2016. Boas práticas nos Estabelecimentos Hoteleiros, Aldeamentos e Apartamentos Turísticos*. Travel Bi by Turismo de Portugal.
- Turismo de Portugal, I.P. (2017). *Estratégia Turismo 2027*. Ministério da Economia do Governo de Portugal.
- UNWTO (2017). *UNWTO Tourism Highlights - 2016 Edition*. UNWTO, Madrid.
- Vieira, J., Couto, G., Pimentel, P., Menezes, A. e Sousa, F. (2013). *The Satisfaction of the Nordic Tourist with the Azores as Destination*. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 13 (1), 59-73.
- World Economic Forum (2017). *The Global Competitiveness Report 2017-2018*. Fórum Económico Mundial, Geneva.
- World Economic Forum (2017). *The Travel & Tourism Competitiveness Report 2017*. Fórum Económico Mundial, Geneva.
- Xiang, Z., Tussyadiah, I. e Buhalis, D. (2015). *Smart Destinations: Foundations, analytics, and applications*. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4 (3), 143-144.

Legislação

- Decreto-Lei n.º 163/2006. Aprova o regime da acessibilidade aos edifícios e estabelecimentos que recebem público, via pública e edifícios habitacionais. *Diário da República*, 1ª série - N.º 152 – 8 de agosto de 2006.
- Resolução do Concelho do Governo n.º 41/2008, de 3 de abril. Aprova o Plano Integrado para a Ciência, Tecnologia e Inovação. Revoga a Resolução a Resolução n.º 100/2005, de 16 de junho. *Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 64, de 3 de abril de 2008*.
- Decreto Legislativo Regional n.º 38/2008/A, de 11 de agosto. Aprova o Plano Regional de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA). *Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 155, de 19 de agosto de 2008*.
- Decreto Legislativo Regional n.º 13/2010/A, de 7 de abril. Suspensão parcial do Plano Regional de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos

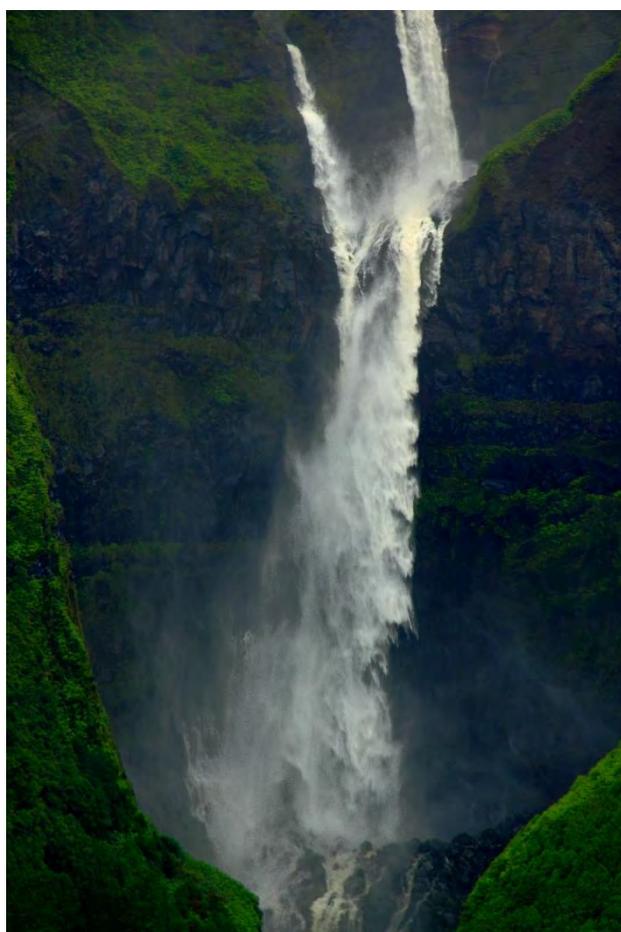
Açores (POTRAA). Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 59, de 8 de abril de 2010.

- Decreto Legislativo Regional n.º 26/2010/A, de 12 de agosto. Aprova o Plano Regional de Ordenamento do Território dos Açores (PROTA). Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 134, de 18 de agosto de 2010.
- Decreto Legislativo Regional n.º 10/2012/A, de 26 de março. Estabelece o regime jurídico do Sistema Científico e Tecnológico dos Açores (SCTA) e cria o respetivo sistema de atribuição de incentivos financeiros. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 49, de 27 de março de 2012.
- Portaria n.º 36/2015, de 31 de março. Estabelece as normas necessárias à execução do regime jurídico da taxa ambiental pela utilização de sacos de plástico distribuídos ao consumidor final na Região Autónoma dos Açores. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 47, de 31 de março de 2015.
- Decreto Legislativo Regional n.º 13/2015/A, de 27 de abril. Primeira alteração ao Decreto Legislativo Regional n.º 10/2014/A, de 3 de julho, que cria medidas para a redução do consumo de sacos de plástico. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 61, de 28 de abril de 2015.
- Decreto Legislativo Regional n.º 9/2016/A, de 18 de maio. Segunda alteração ao Decreto Legislativo Regional n.º 12/2014/A, de 9 de julho, que cria o Sistema de Incentivos para a Competitividade Empresarial – Competir+. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 61, de 19 de maio de 2016.
- Resolução do Conselho do Governo n.º 19/2018, de 21 de fevereiro. Autoriza a abertura do procedimento de formação do contrato de concessão de serviços, mediante a abertura de um concurso público, com vista à “Concessão de Exploração de vinte e seis pontos de carregamento rápido de mobilidade elétrica”. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 20, de 21 de fevereiro de 2018.
- Anúncio n.º 54/2018, de 12 de março. Concessão da exploração de 26 pontos de carregamento rápido de mobilidade elétrica. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, II Série, N.º 50, de 12 de março de 2018.
- Resolução do Conselho do Governo n.º 46/2018, de 14 de maio. Aprova o Plano de Ação para a Cultura Científica e Tecnológica (PACCTO Açores). Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 59, de 14 de maio de 2018.
- Resolução do Conselho do Governo n.º 47/2018, de 14 de maio. Aprova a Iniciativa para a Promoção das Competências Digitais e Tecnologias da Informação e Comunicação (PRO-TIC). Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 59, de 14 de maio de 2018.
- Resolução do Conselho do Governo n.º 48/2018, de 14 de maio. Aprova a Iniciativa “TRANSFER+”. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 59, de 14 de maio de 2018.
- Resolução do Conselho do Governo n.º 49/2018, de 14 de maio. Aprova o Plano de Internacionalização de Ciência e Tecnologia (C&T) dos Açores. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 59, de 14 de maio de 2018.
- Resolução do Conselho do Governo n.º 58/2018, de 15 de maio. Define o modelo organizativo do processo conducente à certificação dos Açores como Destino Turístico Sustentável. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 60, de 15 de maio de 2018.

- Portaria n.º 52/2018, de 23 de maio. Aprova o Regulamento de acesso à Reserva Natural da Montanha do Pico. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 63, de 23 de maio de 2018.
- Portaria n.º 66/2018, de 20 de junho. Aprova o Regulamento de acesso ao Ilhéu de Vila Franca do Campo. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 75, de 20 de junho de 2018.
- Portaria n.º 67/2018, de 21 de junho. Aprova o Regulamento de acesso ao Vulcão dos Capelinhos. Presidência do Governo dos Açores, Jornal Oficial, I Série, N.º 76, de 21 de junho de 2018.

Base Estatísticas Online

- Direção Regional de Estatística da Madeira (DREM)
<http://estatistica.madeira.gov.pt>
- Instituto Canário de Estadística (ISTAC)
www.gobiernodecanarias.org/istac/
- Instituto Nacional de Estatística (INE)
www.ine.pt
- Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA)
<http://estatistica.azores.gov.pt>
- Travel BI by Turismo de Portugal
<http://travelbi.turismodeportugal.pt>





7

● Anexos

ANEXO I – Catálogo de fotografias

- 1:** Capa – Criação Velha
azoresphotos.visitadores (Olga Sharko)
- 2:** Página 4 – Angra do Heroísmo
azoresphotos.visitadores (José Mendes)
- 3:** Página 4 – Trilho do Sanguinho
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 4:** Página 4 – Artesanato
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 5:** Página 4 – Observação de Cetáceos
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 6:** Página 5 – Vista Praia Formosa e Encosta do Figueiral
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 7:** Página 6 – Montanha do Pico
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 8:** Página 7 – Passeios Pedestres - Lagoa das Sete Cidades
azoresphotos.visitadores (Veraçor)
- 9:** Página 8 – Igreja da Misericórdia
azoresphotos.visitadores (José Mendes)
- 10:** Página 8 – Trilho do Sanguinho
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 11:** Página 8 – Praia dos Moinhos
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 12:** Página 8 – Horta
azoresphotos.visitadores (MarkM)
- 13:** Página 9 – Ilhéu de Vila Franca
azoresphotos.visitadores (Hélder Afonso)
- 14:** Página 22 – Horta
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 15:** Página 24 – Angra do Heroísmo
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 16:** Página 25 – Montanha do Pico
azoresphotos.visitadores (Publiçor)
- 17:** Página 27 – Padrão dos Descobrimentos
azoresphotos.visitadores (Turismo Açores)
- 18:** Página 43 – Vila das Velas
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 19:** Página 48 – Caldeirão
azoresphotos.visitadores (Maurício de Abreu/DRT)
- 20:** Página 50 – Ponta Delgada
azoresphotos.visitadores (Maurício de Abreu/DRT)
- 21:** Página 50 – Ilhéu do Topo
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 22:** Página 57 – Montanha do Pico
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 23:** Página 75 – Lagoa das Sete Cidades
azoresphotos.visitadores (Turismo Açores)
- 24:** Página 75 – Fajã dos Cubres
azoresphotos.visitadores (Turismo Açores)
- 25:** Página 78 – Observação de Cetáceos
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 26:** Página 79 – Centro Histórico de Angra do Heroísmo
azoresphotos.visitadores (Turismo Açores)
- 27:** Página 80 – Passeios Pedestres
azoresphotos.visitadores (4D / Turismo dos Açores)
- 28:** Página 86 – Vulcão dos Capelinhos
azoresphotos.visitadores (Turismo Açores)

- 29:** Página 87 – Lagoa Negra e Comprida
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 30:** Página 109 – Ribeira dos Maloás
azoresphotos.visitadores (Publiçor)
- 31:** Página 113 – Ilhéu da Baleia
azoresphotos.visitadores (Maurício de Abeu/DRT)
- 32:** Página 116 – Vila em Santa Maria
azoresphotos.visitadores (Maurício de Abeu/DRT)
- 33:** Página 118 – Poço das Alagoinhas
azoresphotos.visitadores (Turismo Açores)
- 34:** Página 119 – Artesanato
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 35:** Página 120 – Igreja da Sé
azoresphotos.visitadores (Turismo Açores)
- 36:** Página 121 – Parque Terra Nostra
azoresphotos.visitadores (Eurico Silva)
- 37:** Página 122 – Barco Cruzeiro – Portas do Mar
azoresphotos.visitadores (Turismo Açores)
- 38:** Página 123 – Poça Simão Dias
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 39:** Página 124 – Vulcão dos Capelinhos
azoresphotos.visitadores (Maurício de Abreu/ DRT)
- 40:** Página 125 – Ponta Delgada
azoresphotos.visitadores (Maurício Abreu/ DRT)
- 41:** Página 126 – Casas Velhas
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 42:** Página 127 – Paisagem
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 43:** Página 149 – Praia do Porto Pim
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 44:** Página 149 – Cozido das Furnas
azoresphotos.visitadores (Turismo Açores)
- 45:** Página 156 – Parque Terra Nostra
azoresphotos.visitadores (Eurico Silva)
- 46:** Página 157 – Império do Espírito Santo
azoresphotos.visitadores (José Mendes)
- 47:** Página 159 – Museu dos Baleeiros
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)
- 48:** Página 160 – Porto da Ilha do Corvo
azoresphotos.visitadores (Turismo Açores)
- 49:** Página 161 – Horta
azoresphotos.visitadores (MarkM)
- 50:** Página 163 – Flores
azoresphotos.visitadores (Floreesha)
- 51:** Página 168 – Igreja da Matriz
azoresphotos.visitadores (Veraçor)
- 52:** Página 168 – Ribeira Grande
azoresphotos.visitadores (Marcus)
- 53:** Página 169 – Moinho
azoresphotos.visitadores (Turismo dos Açores)

ANEXO II – Guião das entrevistas

1. Como encara a possibilidade de transformar os Açores num Destino Turístico Inteligente (DTI), baseado numa aposta nos seguintes pilares:

- 1.1 Inovação;
- 1.2 Tecnologia;
- 1.3 Sustentabilidade;
- 1.4 Acessibilidade inclusiva?

2. Como avalia a capacidade de inovação das instituições dos Açores nos seguintes domínios:

- 2.1 Desenvolvimento de novos produtos e serviços;
- 2.2 Práticas inovadoras de promoção e marketing.
- 2.3 Satisfação das novas necessidades dos turistas, perante um mundo cada vez mais global e dinâmico (pagamentos automáticos, mobilidade sem fricções, conectividade, experiências únicas e memoráveis, etc.)?

3. Como avalia a capacidade de inovação das empresas dos Açores nos seguintes domínios:

- 3.1 Desenvolvimento de novos produtos e serviços;
- 3.2 Práticas inovadoras de promoção e marketing.
- 3.3 Satisfação das novas necessidades dos turistas, perante um mundo cada vez mais global e dinâmico (pagamentos automáticos, mobilidade sem fricções, conectividade, experiências únicas e memoráveis, etc.)?

4. Entende que a cadeia de valor do turismo nos Açores é inovadora nos seguintes aspetos?

- 4.1 Integração de tecnologias e processos facilitadores e capazes de melhorar a experiência do turista, antes, durante e depois da viagem;
- 4.2 Recorre a processos de Investigação & Desenvolvimento devidamente estruturados?

5. Em termos tecnológicos acha que o sector do turismo da Região possui o conhecimento e as infraestruturas necessárias para dinamizar:

5.1 A conectividade permanente;

5.2 A internet das coisas (*Internet of Things*) tirando partido de tecnologias como wi-fi, sensorização, entre outras, para melhorar a experiência turística.

6. Na sua opinião os atuais sistemas de informação da Região, nas suas várias fases – incluindo recolha, processamento, armazenamento e análise de dados, bem como a disponibilização da informação – são eficazes:

6.1 Permitindo um conhecimento detalhado, permanente e devidamente atualizado das dinâmicas turísticas e das suas evoluções;

6.2 Chegando de forma adequada e atempada a todos os parceiros e decisores?

7. Há um correto aproveitamento e a devida integração dos instrumentos tradicionais de pesquisa de mercado (ex.: questionários) e dos dados e informação disponível na web, nas redes sociais e em sistemas de Big Data, para:

7.1 Conhecer melhor o perfil e preferências dos turistas consumidores;

7.2 Elaborar sistemas de indicadores de monitorização da atividade turística?

8. Que visão tem da governança turística dos Açores?

8.1 A Região apresenta uma política turística devidamente estruturada, assente numa estratégia clara e numa visão de longo prazo, capaz de promover um destino turístico que seja:

8.1.1 Competitivo;

8.1.2 Valorizador dos recursos locais;

8.1.3 Focado na adequação da oferta à procura de experiências de qualidade pelos turistas?

9. Em que medida o atual modelo de liderança e de governança, ao nível governativo, está orientado para uma gestão turística:

9.1 Baseada em compromissos de longo prazo;

9.2 Claramente comunicada a todos os parceiros do turismo na região;

9.3 Implicando grandes exigências ao nível do investimento público e privado;

9.4 Respondendo a constantes inovações e a um ambiente altamente dinâmico?

10. Em que medida o atual modelo de liderança e de governança, ao nível empresarial, está orientado para uma gestão turística:

10.1 Baseada em compromissos de longo prazo;

10.2 Claramente comunicada a todos os parceiros do turismo na região;

10.3 Implicando grandes exigências ao nível do investimento público;

10.4 Implicando grandes exigências ao nível do investimento privado;

10.5 Respondendo a constantes inovações e a um ambiente altamente dinâmico?

11. Considerando a Região como um todo, entende que tem sido seguido um modelo de desenvolvimento que privilegie:

11.1 O equilibrado desenvolvimento urbano;

11.2 A eficiente gestão do território;

11.3 A preparação para o turismo, alterando a oferta (em matéria, por exemplo de formação, de infraestruturação, etc.);

11.4 O respeito pelo ambiente e pelos recursos naturais?

12. Como avalia a articulação das políticas turísticas com os seguintes aspetos:

12.1.1. As políticas de transportes terrestres e a mobilidade estão dirigidos para satisfazer as necessidades do sector do turismo?

12.1.2. As políticas de transportes marítimos e a mobilidade estão dirigidos para satisfazer as necessidades do sector do turismo;

12.1.3. As políticas de transportes aéreos e a mobilidade estão dirigidos para satisfazer as necessidades do sector do turismo;

12.2 As políticas de eficiência energética (e seus incentivos) estão dirigidas para satisfazer as necessidades do sector do turismo;

12.3 As políticas da gestão de resíduos e a sua monitorização estão dirigidos para satisfazer as necessidades do sector do turismo?

12.4 As restantes políticas sectoriais estão dirigidas para satisfazer as necessidades do sector do turismo?

13. Na sua opinião, o destino Açores oferece condições facilitadoras de uma acessibilidade para todos, em termos físicos e digitais, nomeadamente:

13.1 Circulação facilitada;

13.2 Acesso facilitado à informação;

13.3 Acesso facilitado ao consumo dos produtos e serviços turísticos;

13.4 Adequação de infraestruturas e equipamentos a turistas com necessidades especiais?

13.5 Profissionais do turismo e dos serviços conexos preparados para gerir o contacto com estes turistas e corresponder adequadamente às suas necessidades e expectativas?