

Proposta de Estratégia de Conversão para um Destino Turístico Inteligente: Praia da Vitória, ilha Terceira



smartdest

DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE



fundo de maneiio

Este estudo foi desenvolvido dentro do Projeto “Evaluación e proposta de estratègia y desarrollo de herramientas para la conversi3n de las islas del espàcio de colaboraci3n como Destinos Turísticos Inteligentes - SmartDest” (MAC/1.1b/133), aprovado na primeira convocatória do Programa de Cooperaç3o 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 avaliaç3o e proposta de uma estratègia e desenvolvimento de ferramentas para a convers3o das ilhas do espaco do colaboraç3o (Açores, Madeira, Canárias e Cabo Verde) como Destino Turístico Inteligente.

Proposta de Estratégia de Conversão em Destino Turístico Inteligente: Praia da Vitória, ilha Terceira

Desenvolvimento



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



GOVERNO
DOS AÇORES



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

As fotografias foram extraídas do banco de imagem do Visit Azores, a quem pertence todos os direitos.

Ponta Delgada, julho de 2019

ÍNDICE

1. INTRODUÇÃO	5	7. CONSIDERAÇÕES FINAIS	54
2. CARACTERIZAÇÃO DA PRAIA DA VITÓRIA	6	8. DOCUMENTAÇÃO DE REFERÊNCIA	55
2.1. ÂMBITO GEOGRÁFICO	6	9. ANEXO	58
2.2. DEMOGRAFIA	6	9.1. ANEXO I - FICHAS DOS PROJETOS	58
2.3. ECONOMIA LOCAL	7		
2.4. VISÃO POLÍTICA E INSTITUCIONAL	9		
2.5. BOAS PRÁTICAS IMPLEMENTADAS	11		
3. NECESSIDADES DO TURISMO	14		
3.1. ALOJAMENTO	14		
3.2. ANIMAÇÃO TURÍSTICA	15		
3.3. SERVIÇOS COMPLEMENTARES	16		
3.4. RECURSOS TURÍSTICOS	16		
3.5. MODELO DE GOVERNAÇÃO	17		
3.6. MODELO DE TRANSFERÊNCIA DE CONHECIMENTO	18		
4. PRAIA DA VITÓRIA COMO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE	21		
4.1. POTENCIALIDADES	21		
4.2. LIMITAÇÕES	22		
4.3. ENTIDADES RELEVANTES	23		
4.4. OBJETIVOS	25		
5. PROCESSO DE CONVERSÃO DA PRAIA DA VITÓRIA EM DTI	26		
5.1. DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE: DEFINIÇÃO E EIXOS DE DESENVOLVIMENTO	26		
5.2. ROADMAP	28		
5.3. PLANEAMENTO ESTRATÉGICO	29		
5.4. PROPOSTA DE PLANO DE AÇÃO	32		
6. ÁREA PILOTO SMARTDEST - POTENCIAIS SOLUÇÕES INICIAIS	34		
6.1. POTENCIAIS AÇÕES E MEDIDAS	34		
6.2. EMPRESAS RELEVANTES	40		
6.3. SOLUÇÕES A IMPLEMENTAR	52		
6.4. INDICAÇÕES PARA O CADERNO DE ENCARGOS	53		



1. INTRODUÇÃO

A **Proposta de Estratégia de Conversão Destino Turístico Inteligente: Praia da Vitória, ilha Terceira** decorre do desenvolvimento do projeto **SMARTDEST**, que pretende promover a cooperação entre os arquipélagos dos Açores, Madeira, Canárias e Cabo Verde para transformar estes territórios em Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). O projeto propõe-se a 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.

Na Região Autónoma dos Açores, o Fundo Regional para a Ciência e Tecnologia (FRCT) é o parceiro beneficiário, responsável pela implementação do projeto. Em setembro de 2018, foi apresentado o documento **Proposta de Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente - Diagnóstico**, no qual se apurou o grau de maturidade da inteligência dos Açores e se identificaram as áreas que, segundo um modelo proposto para o desenvolvimento do conceito de *Smart Destination*, apresentam maiores necessidades de intervenção para a fase de desenvolvimento do plano de ação.

De acordo com o explanado no referido documento, a conversão de um destino turístico para Destino Turístico Inteligente deve passar pela implementação de projetos-piloto, envolvendo testes, análise de resultados e ações corretivas. Neste sentido, o concelho da Praia da Vitória foi selecionado para a implementação de ações-piloto, nomeadamente soluções tecnológicas desenvolvidas pelas empresas locais juntamente com centros de investigação, com vista à obtenção de resultados práticos.

A metodologia aplicada ao desenvolvimento da **Proposta de Estratégia de Conversão Destino Turístico Inteligente: Praia da Vitória, ilha Terceira** envolve a aplicação de técnicas adequadas a um processo de planeamento estratégico, envolvendo uma fase de diagnóstico, a definição de objetivos estratégicos e a estruturação de ações que permitirão atingir os objetivos estratégicos definidos, em consonância com os preceitos de um Destino Turístico Inteligente.

Para além da recolha e consulta bibliográfica de diversas fontes e da análise de dados estatísticos oficiais publicados, foi recolhida informação de fontes primárias por meio de um inquérito a agentes ligados ao setor turístico, aquando da realização do primeiro *workshop* nos Açores do projeto **SMARTDEST** a 11 de setembro de 2018 no concelho da Praia da Vitória da ilha Terceira, e de uma consulta ao mercado. Esta recolha de informação junto dos *players* que atuam no mercado permite um conhecimento aprofundado da realidade local e está de acordo com as melhores práticas implementadas por outros destinos turísticos internacionais (como, por exemplo, Espanha) e referenciadas em diversos documentos relevantes sobre a temática.

O documento encontra-se estruturado da seguinte forma: o Capítulo 2 apresenta a caracterização do concelho da Praia da Vitória, no Capítulo 3 são identificadas as necessidades do setor turístico, no Capítulo 4 explana-se as potencialidades, limitações e objetivos estratégicos para a conversão, no Capítulo 5 apresenta-se a proposta de processo de conversão da Praia da Vitória em Destino Turístico Inteligente e no Capítulo 6 propõe-se soluções tecnológicas para implementar no concelho para o desenvolvimento da área-piloto. Por fim, são apresentadas as Considerações Finais, a Documentação de Referência e os Anexos.

2. CARACTERIZAÇÃO DA PRAIA DA VITÓRIA

A definição de uma estratégia de conversão de um destino turístico em destino turístico envolve uma fase de diagnóstico, de forma a alinhar a estratégia definida para o setor do turismo, as potencialidades e as limitações do destino e os ideais de um destino turístico.

Neste capítulo, proceder-se-á a uma caracterização sumária do concelho da Praia da Vitória no que se refere ao âmbito geográfico, à demografia, à economia local e à visão política e institucional. Por fim, são apresentadas as principais boas práticas já implementadas no concelho da Praia da Vitória que se enquadram nos desígnios de um destino turístico inteligente.

2.1. Âmbito geográfico

O concelho da Praia da Vitória, um dos 19 concelhos dos Açores, localiza-se na zona leste da ilha Terceira, ocupando uma área de aproximadamente 162,3 km² e é composto por 11 freguesias. Possui relevos diferenciados, com a existência de linhas de costa acentuadas, serras e o maior areal do arquipélago.

Figura 1 - Localização do Concelho da Praia da Vitória



Fonte: www.accessibletourism.org

Para além da Praia da Vitória, faz parte da ilha Terceira o concelho de Angra de Heroísmo. Esta ilha, com uma área total de cerca de 402,2 km², integra o Grupo Central em conjunto com as ilhas do Pico, Faial, Graciosa e São Jorge, sendo a ilha que se localiza mais a oriente.

Praia da Vitória foi elevada a cidade no início da década de 80 e possui uma importância geoestratégica elevada, especialmente na relação com os Estados Unidos da América por via da utilização da Base Militar das Lajes. De facto, esta relação perdura desde a II Guerra Mundial, altura em que a Base Militar das Lajes teve um papel fulcral na instalação de efetivos militares britânicos e americanos. É, pois, evidente o património cultural e militar existente na Praia da Vitória.

É no concelho da Praia da Vitória que se localizam as principais portas de entrada e saída da ilha Terceira, quer seja por via marítima, através do Porto da Praia da Vitória, quer seja por via aérea, através da Aerogare Civil das Lajes.

2.2. Demografia

De acordo com os dados dos recenseamentos da população e habitação (Censos), a população residente do concelho da Praia da Vitória cresceu 3,9% entre o ano de 2001 e o ano de 2011, significando um aumento de 783 indivíduos. Este foi um dos 7 concelhos da Região Autónoma dos Açores em que se verificou um efetivo aumento populacional.

Para este aumento da população no concelho da Praia da Vitória contribuiu o resultado de um saldo natural positivo, conforme atestado pelos dados disponíveis no Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA), que registam, entre 2001 e 2011, um valor agregado de 242 indivíduos.

Relativamente ao saldo migratório existem poucos dados sobre a sua evolução, mas poder-se-á inferir que apresenta um valor positivo, dado que o crescimento da população é superior ao saldo natural agregado de 2001 a 2011.

Tabela 1 - População residente (n.º) por local de residência (à data dos Censos)

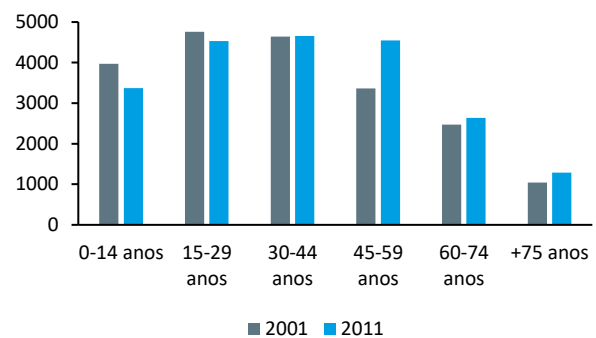
	2001	2011	Variação
	Total	Total	%
Santa Maria	5.578	5.552	-0,5%
Vila do Porto	5.578	5.552	-0,5%
São Miguel	131.609	137.856	4,7%
Lagoa	14.126	14.442	2,2%
Nordeste	5.291	4.937	-6,7%
Ponta Delgada	65.854	68.809	4,5%
Povoação	6.726	6.327	-5,9%
Ribeira Grande	28.462	32.112	12,8%
Vila Franca do Campo	11.150	11.229	0,7%
Terceira	55.833	56.437	1,1%
Angra do Heroísmo	35.581	35.402	-0,5%
Praia da Vitória	20.252	21.035	3,9%
Graciosa	4.780	4.391	-8,1%
Santa Cruz da Graciosa	4.780	4.391	-8,1%
São Jorge	9.674	9.171	-5,2%
Calheta	4.069	3.773	-7,3%
Velas	5.605	5.398	-3,7%
Pico	14.806	14.148	-4,4%
Lajes do Pico	5.041	4.711	-6,5%
Madalena	6.136	6.049	-1,4%
São Roque do Pico	3.629	3.388	-6,6%
Faial	15.063	14.994	-0,5%
Horta	15.063	14.994	-0,5%
Flores	3.995	3.793	-5,1%
Lajes das Flores	1.502	1.504	0,1%
Santa Cruz das Flores	2.493	2.289	-8,2%
Corvo	425	430	1,2%
Corvo	425	430	1,2%
Açores	241.763	246.772	2,1%

Fonte: Censos (2001,2011)

Pelos dados dos Censos, verifica-se, ainda, que na Praia da Vitória há uma ligeira predominância do número de mulheres, com uma proporção de 50,4% face ao número total de indivíduos.

À semelhança do resto do país, a Praia da Vitória está a assistir a um envelhecimento da população, conforme se comprova pela comparação dos dados censitários de 2001 e 2011. Verifica-se uma clara diminuição das faixas etárias abaixo dos 30 anos e um significativo aumento na faixa etária entre os 45 e os 59 anos.

Gráfico 1 - População residente na Praia da Vitória por faixa etária



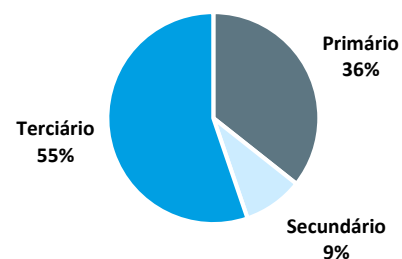
Fonte: Censos (2001,2011)

De acordo com as estimativas do SREA, a população residente da Praia da Vitória apresentou uma trajetória de crescimento até 2013, iniciando, a partir daí, um período com taxas de variação negativas. Em 2017, a estimativa da população residente foi de 21.414 indivíduos, ainda superior ao valor registado nos Censos de 2011.

2.3. Economia local

De acordo com os dados do SREA, o número de empresas com sede na Praia da Vitória era de 2.370 em 2016 (último ano com dados disponíveis), das quais 55% afetas ao setor terciário, 36% ao setor primário e 9% afetas ao setor secundário. É, pois, perceptível a importância que o setor agropecuário continua a ter na dinamização da economia local.

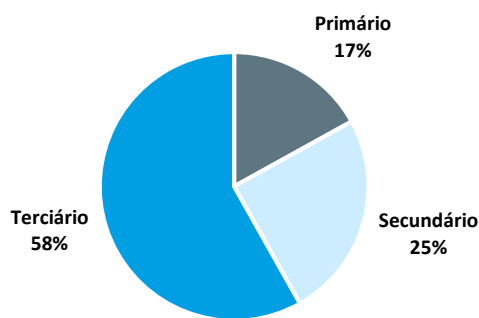
Gráfico 2 - Empresas na Praia da Vitória, 2016



Fonte: SREA (2019)

Em termos de VAB gerado, o setor primário é aquele onde é gerado o menor valor, com uma proporção de 17%, face ao valor gerado pelo setor secundário (25%) e pelo setor terciário (58%), embora albergue 36% das empresas existentes. Por outro lado, o setor secundário, com apenas 9% das empresas, gera 25% do valor total da Praia da Vitória. Note-se que a indústria dos laticínios da ilha Terceira tem um peso considerável no total da atividade desta indústria na Região Autónoma dos Açores, tal como se verifica pela quantidade de leite recolhido (26,2% em 2018) e pela produção de manteiga (38,2%), leite em pó (42,9%) e nata embalada para consumo (24,8%).

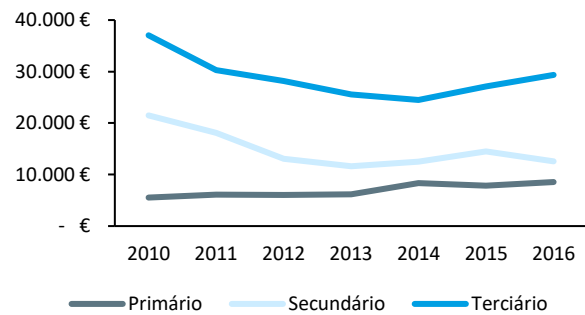
Gráfico 3 - VAB das empresas da Praia da Vitória, 2016



Fonte: SREA (2019)

A evolução do VAB gerado pelas empresas do concelho da Praia da Vitória desde 2010 a 2016 evidencia, por um lado, o período de recessão existente até 2013, com uma diminuição de 32,4% de 2010 a 2013, e, por outro lado, os sinais de retoma económica a partir desse ano, com um crescimento no VAB gerado de 16,4% de 2013 a 2016, embora ainda distante do valor gerado em 2010. É possível, ainda, verificar que foi o setor secundário que sofreu a maior recessão, com uma diminuição de 41,6% em 2016 face a 2010. Contrariamente, o setor primário foi o único que cresceu em termos de geração da VAB, apresentando uma variação de 54,4% em 2016 face a 2010.

Gráfico 4 - Evolução do VAB gerado pelas empresas do concelho da Praia da Vitória



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

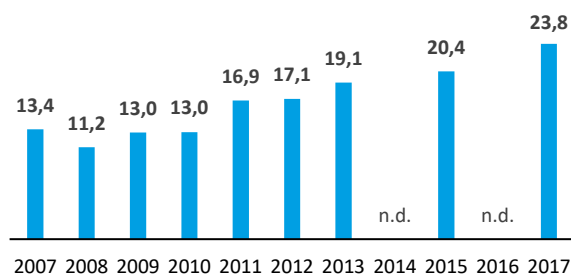
Para o período de recessão evidenciado no gráfico anterior contribuiu não apenas a crise económica e financeira instalada no país e na Região, mas também a redução do efetivo militar na Base das Lajes. Ambos os fatores afetam, inevitavelmente, economias pequenas e frágeis como a da ilha Terceira. Por estes motivos, o Governo Regional dos Açores elaborou o Plano de Revitalização Económica da Ilha Terceira (PREIT), com um leque alargado de medidas que permitissem aumentar a competitividade e a sustentabilidade da economia da ilha Terceira, nos quais se incluem a promoção do turismo, a captação de investimento externo, o fomento à inovação e desenvolvimento tecnológico do tecido empresarial terceirense e a qualificação dos recursos humanos.

Relativamente à qualificação dos recursos humanos, este tem sido, de facto, um dos maiores problemas estruturais da economia açoriana e que produz efeitos diretos no combate ao desemprego, que ainda regista valores elevados. De acordo com os dados dos Censos, a população residente da Praia da Vitória apresentou melhorias significativas ao nível da qualificação, com 17,5% da população a possuir no mínimo o ensino secundário completo face aos 8,9% registados em 2001. No entanto, ainda cerca de 50% da população não tem nenhum nível de escolaridade ou possui apenas o 1º ciclo do ensino básico.

O setor turístico, que é uma aposta clara para o desenvolvimento da economia açoriana e terceirense, apresenta uma nova vitalidade na Região, em virtude das alterações estruturais ocorridas na Região Autónoma dos Açores (como a liberalização parcial do espaço aéreo) e da crescente atratividade do destino «Açores», que se tem repercutido no concelho da Praia da Vitória. Note-se que, desde de dezembro de 2016, que as rotas entre a Praia da Vitória, o Continente Português e a Madeira estão liberalizadas, permitindo a operação de companhias *low cost*, como a Ryanair. Adicionalmente, a diversidade da oferta de produtos turísticos torna o concelho como um destino turístico muito relevante, devido às paisagens naturais, às atividades náuticas, à praia e ao património histórico e cultural.

Esta vitalidade está refletida em diversos indicadores de performance turística, como o crescimento do número de hóspedes e dormidas nos estabelecimentos de Hotelaria Tradicional. De 2007 a 2017, as taxas de crescimento médias anuais dos hóspedes e das dormidas cifraram-se em 5,9% e em 6,6%, respetivamente. A estada média (historicamente baixa em toda a Região Autónoma dos Açores) no concelho foi de 2,5 noites em 2017, a taxa de ocupação das camas cifrou-se em 33,2% (21,3% em 2007) e os proveitos dos aposentos duplicaram de 2009 a 2017, passando de 1,02 milhões de euros para 2,09 milhões de euros.

Gráfico 5 - Número de hóspedes na Hotelaria Tradicional, Praia da Vitória (milhares)



Fonte: SREA (2019)

De acordo com a Direção Regional de Turismo, a oferta de alojamento no concelho da Praia da Vitória em junho de 2019 era composta por 7 hotéis (2 de três estrelas, 3 de duas estrelas e 2 de uma estrela), 2 apartamentos turísticos de quatro estrelas, 139 estabelecimentos de alojamento local e 4 estabelecimentos de turismo em espaço rural, correspondendo a um total de 1.265 camas em todas as tipologias de alojamento.

O potencial e a relevância do concelho da Praia da Vitória no seio da economia açoriana, especialmente no setor turístico, são também evidentes no *Portugal City Brand Ranking*, um estudo da consultora Bloom Consulting que hierarquiza o desempenho e o impacto da marca dos 308 municípios do País. Em termos globais, o concelho da Praia da Vitória posicionou-se em 5.º lugar no ranking regional (Açores) em 2019, tendo conquistado o 6.º lugar na dimensão Negócios e o 5.º lugar nas dimensões Visitar (Turismo) e Viver.

2.4. Visão política e institucional

Segundo o Presidente da Câmara Municipal da Praia da Vitória aquando do seu discurso no Seminário Internacional dedicado ao Turismo Criativo e Inteligente, o turismo é um setor prioritário para o desenvolvimento económico do concelho e que a atuação de todos os *stakeholders* deve estar orientado para o desenvolvimento do turismo sustentável.

A natureza e a cultura são os principais elementos diferenciadores do turismo do concelho, de acordo com o explanado no Plano Estratégico de Desenvolvimento Local - Praia da Vitória 2020 (2015), nos quais devem estar sustentados a oferta turística do concelho. Defende-se a valorização da vertente contemplativa desses produtos e a interação com a população local. Para além destes, a consolidação e a expansão de produtos destinados a nichos de mercado (a exemplo do bem-estar e do golfe) é uma estratégia complementar que permitirá ter

repercussões na dimensão socioeconómica do concelho, a exemplo da valorização do parque habitacional existente. Estes produtos estão alinhados com as estratégias defendidas para o desenvolvimento turístico dos Açores e da ilha Terceira.

Em 2016, o Governo Regional dos Açores apresentou o Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (PEMTA) (2016), um documento que explana a estratégia a seguir para o desenvolvimento do turismo dos Açores e que deverá orientar a atuação de todos os *stakeholders* regionais. Neste documento define-se 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.

O Turismo de Natureza, especialmente na vertente ativa, foi selecionado como o produto prioritário para o desenvolvimento turístico dos Açores. Para diversificar e enriquecer a oferta, foram selecionados como complementares o turismo náutico, o *touring* cultural e paisagístico e o turismo de saúde e bem-estar. Não obstante, a estratégia para o turismo dos Açores prevê, também, a valorização da genuinidade e das diferenças que existem entre as nove ilhas do arquipélago, uma vez que cada ilha tem um grupo de características peculiar, que pode, como um todo, tornar a experiência turística altamente diversificada e enriquecedora. Esta estratégia de valorização das características peculiares de cada ilha já tinha sido explorada no Plano de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores (POTRAA) (2008), que se encontra atualmente em profunda revisão.

Especificamente no que se refere à ilha Terceira, o PEMTA (2016) define como produtos âncora para o seu desenvolvimento o *touring* cultural e paisagístico, sol e mar e negócios/congressos e incentivo. Os passeios a

pé/hiking, passeios equestres, geoturismo, passeios de barco, *whale watching*, mergulho e *windsurf*, subprodutos do turismo de natureza e do turismo náutico, são, também, definidos como âncora.

Por sua vez, o POTRAA (2008), parcialmente suspenso e atualmente em profunda revisão, definiu o património edificado, o vulcanismo e a natureza como os principais “produtos” turísticos da ilha Terceira. Relativamente à nova versão do POTRAA (2019), a versão disponibilizada para consulta pública revela que a vocação primária da ilha Terceira deve ser o Turismo de Natureza na vertente *soft*, o Turismo Náutico nas vertentes passiva e ativa, o *touring cultural* e o turismo gastronómico. Também o Plano Estratégico de Desenvolvimento da Ilha Terceira (2013), elaborado pela Associação para a Gestão do Parque Industrial da ilha Terceira (AGESPI), aponta que o turismo desta ilha deve ser diferenciado pela natureza e pela cultura, e que o turismo de aventura é uma vertente promissora para reforçar a oferta turística.

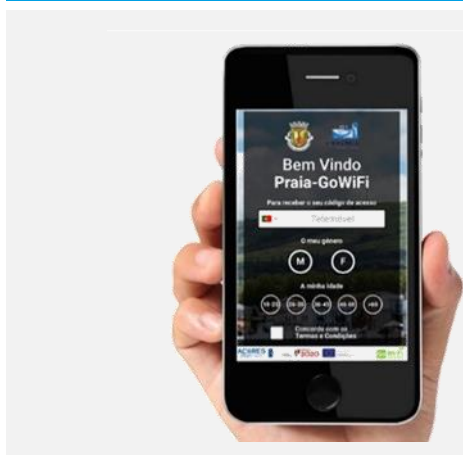
Assim, é facilmente perceptível que a visão política e institucional assume a cultura (onde se inclui o património, as festividades e a gastronomia) e a natureza como os principais produtos turísticos da ilha Terceira e do concelho da Praia da Vitória, os quais deverão ser complementados com muitos outros recursos turísticos. Importa, ainda, destacar que, segundo o Vereador da Câmara Municipal da Praia da Vitória com o pelouro do turismo, que discursou no 1.º *workshop* do projeto **SMARTDEST**, é imperativo aproveitar a tecnologia disponível para reforçar a qualidade dos serviços e dos produtos turísticos, sem, contudo, descuidar o respeito pela memória e pelas características que definem o concelho da Praia da Vitória. Esta visão deve, pois, estar imbuída aquando da estruturação do plano de conversão do concelho da Praia da Vitória em Destino Turístico Inteligente.

2.5. Boas práticas implementadas

Tal como evidenciado na **Proposta de Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente - Diagnóstico** (Fundo de Maneio e OTA, 2018), a conversão para um destino turístico inteligente não se inicia do zero, devendo ser aproveitadas ou adaptadas as boas práticas já em vigor no destino. Neste sentido, são apresentadas as principais boas práticas do concelho da Praia da Vitória

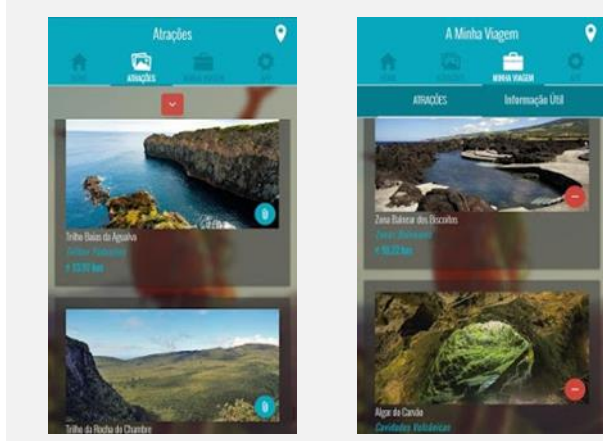
que vão ao encontro dos preceitos de um *smart destination*. Algumas das práticas abaixo apresentadas já foram apresentadas na **Proposta de Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente - Diagnóstico** (Fundo de Maneio e OTA, 2018), às quais se juntam outras boas práticas assinaladas pelos participantes do *workshop* e, ainda, resultantes do diagnóstico mais profundo ao concelho da Praia da Vitória por parte da equipa técnica.

Praia-GoWi-fi | Disponibilização gratuita de Wi-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 vocacionada para aproximar a procura e a oferta.

Tour Praia | Aplicação para dispositivos móveis



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.

Praia Links | Incubadora de negócios e ninho de empresas



A Praia Links, inaugurada em 2016, é uma incubadora de negócios e ninho de empresas gerida pelo Município da Praia da Vitória e integra a Rede de Incubadoras de Empresas dos Açores (RIEA). Para além da incubação de empresas, a Praia Links foca-se, também, na capacitação de empresas e novos investimento e no *networking* e *mind control* tendo como *target* primordial a comunidade estudantil e universitária. A Praia Links tem como objetivo a concretização de um ecossistema de inovação, empreendedorismo e dinamização empresarial no concelho da Praia da Vitória.

Terceira Tech Island | Atração de empresas de IT



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. Tem 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. De acordo com o Governo Regional, já foram instaladas várias empresas do ramo informático no concelho da Praia da Vitória em resultado deste projeto.

Explore Terceira | Website de promoção turística



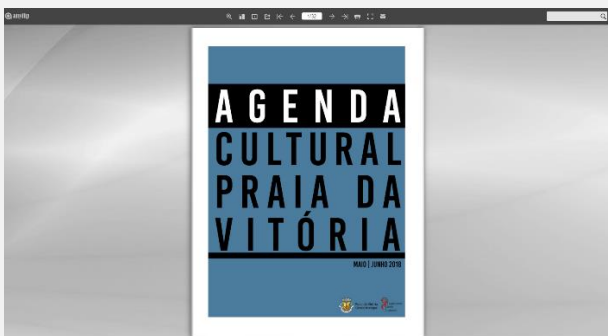
A Câmara de Comércio de Angra do Heroísmo, em parceria com a Associação Regional do Turismo e com o cofinanciamento de fundos comunitários, desenvolveu um website de promoção turística da ilha Terceira, disponibilizado a partir de fevereiro de 2018, com o objetivo de aumentar a estada média do turista. Atualmente, a informação é disponibilizada em três línguas e há a possibilidade de planear um roteiro de viagem após um registo prévio. É um instrumento que permite a promoção não apenas da Praia da Vitória, mas da ilha Terceira enquanto destino turístico.

Praia Smart City | Cidade inteligente



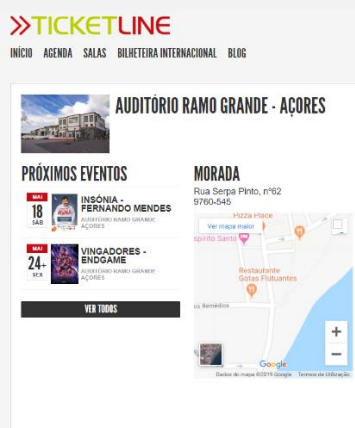
Praia Smart City foi um projeto candidatado ao PO Açores 2020, com um custo total elegível de cerca de 1 milhão de euros. Tem o objetivo de fomentar uma administração inteligente, com recurso a equipamentos e *software* especializado capaz de desmaterializar processos, e a utilização de TIC por parte dos cidadãos, especialmente os pertencentes às zonas mais rurais e periféricas. Faz parte deste projeto o desenvolvimento da aplicação Tour Praia e a disponibilização gratuita de Wi-fi (Praia-GoWi-Fi). As sinergias com os preceitos de um Destino Turístico Inteligente são elevadas e devem, claramente, ser potenciadas.

Agenda Cultural Praia da Vitória | Formato digital



Através das secções Cultural e Turismo do *website* da Câmara Municipal da Praia da Vitória é possível aceder à Agenda Cultural da Praia da Vitória em formato digital. Apesar das limitações evidentes, como o facto de não ser interativa, não ser atualizada de forma integrada e recorrente (a que está disponível é referente a maio e junho de 2018) e não estar otimizada para versão *mobile*, esta é uma boa prática que, devidamente desenvolvida e integrando novas funcionalidades, poderá ser um excelente aplicativo e instrumento para a dinamização cultural do concelho.

Espectáculos no Auditório Ramo Grande | Compra de bilhetes online



Através do serviço Ticketline, os bilhetes para os espetáculos no Auditório Ramo Grande da Praia da Vitória podem ser adquiridos *online*. Após a compra, e consoante o evento, os bilhetes podem ser emitidos eletronicamente ou levantados no local do evento, podendo, ainda, haver a opção de entrega por correio (com custos associados). Com este serviço, os clientes podem comprar múltiplos bilhetes por evento, bilhetes para vários eventos e selecionar os lugares que pretendem dentro daqueles que estão disponíveis. Os modos de pagamento são PayPal, cartão de crédito, referência multibanco e MBWay.

3. NECESSIDADES DO TURISMO

A identificação das necessidades do setor turístico de um destino faz parte da fase de diagnóstico do processo de conversão em destino turístico inteligente, permitindo detetar lacunas e estruturar medidas e ações para responder aos constrangimentos detetados.

Como fonte de informação para a identificação das necessidades do turismo do concelho da Praia da Vitória, foram consideradas as respostas dos participantes no *workshop* SMARTDEST. Foi, então, analisada a sua potencial importância e relevância no âmbito da conversão da Praia da Vitória em Destino Turístico Inteligente, a sua interligação com a estratégia regional para o turismo e com a **Proposta de Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente - Diagnóstico** (Fundo de Maneio e OTA, 2018).

3.1. Alojamento

De acordo com os participantes do *workshop* SMARTDEST, o concelho da Praia da Vitória carece de mais estabelecimentos de alojamento turístico, nomeadamente estabelecimentos hoteleiros. Esta é uma consideração muito relevante uma vez que, tal como explica a SEBRAE (2008), o alojamento faz parte da cadeia principal do sistema produtivo do turismo (i.e. a cadeia de valor), onde se encontram os agentes que têm os principais contactos com os turistas.

Tal como já explanado no capítulo anterior, os dados da Direção Regional do Turismo sobre a oferta de alojamento neste concelho revelam a existência, em junho de 2019, de 2 hotéis de três estrelas, 3 hotéis de duas estrelas, 2 hotéis de uma estrela, 2 apartamentos turísticos de quatro estrelas, 139 estabelecimentos de alojamento local e 4 estabelecimentos de turismo em espaço rural.

Atendendo apenas aos dados dos estabelecimentos hoteleiros disponibilizados pelo SREA, verifica-se que a capacidade de alojamento (medida em número de camas) tem-se mantido sem grandes flutuações desde 2011, ano em que se registaram 508 camas (em 2010 registaram-se 387). Em 2017, o número de camas foi de 498. Considerando o crescimento no número de dormidas no concelho, a taxa de ocupação das camas tem apresentado uma tendência de crescimento, registando um valor de 33,2% face aos 23,5% registado em 2010. Não obstante, estes são valores ainda distantes dos principais polos turísticos da Região Autónoma dos Açores. Em 2017, a taxa de ocupação das camas em Ponta Delgada foi de 60,4%, na Povoação foi de 65,6% e em Angra do Heroísmo foi de 48,6%.



Apesar das “portas de entrada” da ilha Terceira se localizarem no concelho da Praia da Vitória, é no concelho vizinho que há uma maior concentração da oferta turística (proporção de 72,1% das camas em 2017) e dos hóspedes (proporção de 77,7% em 2017) da ilha Terceira. Também em termos de estada média, o concelho da Praia da Vitória tem uma performance pior do que Angra do Heroísmo (2,4 noites face a 2,8 noites).

Para além da maior capacidade de alojamento, os dados disponíveis apontam para uma maior qualidade da

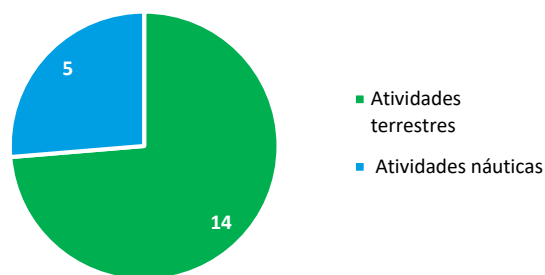
oferta turística em Angra de Heroísmo do que na Praia da Vitória, uma vez que os dados do SREA evidenciam, no concelho vizinho, a existência de 1 hotel de cinco estrelas e 2 hotéis de quatro estrelas, categorias não disponíveis na Praia da Vitória. Há poucos anos, a consultora EY (2016) apontava a excelência comercial como uma das 10 tendências para a indústria do alojamento e o PEMTA refere que os estabelecimentos hoteleiros dos Açores devem dispor de um serviço profissional e de elevado valor acrescentado.

3.2. Animação Turística

A consolidação e qualificação da oferta de animação turística também foi uma das necessidades salientadas pelos participantes do *workshop*.

De acordo com a informação disponível no *website* da Direção Regional do Turismo (consultada em maio de 2019), existem, no concelho da Praia da Vitória, 19 agentes de animação turística identificados com uma morada ou uma unidade comercial neste concelho, 14 dos quais ligados às atividades terrestres e os restantes 5 ligados às atividades náuticas.

Gráfico 6 - Agentes (n.º) de animação turística por tipo de atividade na Praia da Vitória



Fonte: DRT (2019)

Relativamente às atividades terrestres, a atividade de passeio em veículos todo o terreno e outros veículos



automóveis é a atividade mais disponibilizada pelos agentes de animação turística com atividades terrestres (85,7%), seguindo-se os passeios em percursos pedestres e interpretativos e observação de fauna de flora (71,4%).

Nas atividades náuticas, verifica-se que, dos 5 agentes com esta tipologia de atividades, 2 têm apenas licença para a atividade de canoagem, windsurf e aluguer de pequenas embarcações (são os únicos com esta última licença) e 1 dos agentes oferece duas atividades (passeios turísticos/táxi marítimo e pesca). Os restantes 2 agentes têm um portfolio muito mais diversificado (um com 8 atividades e outro com 5 atividades), em que ambos oferecem, por exemplo, a atividade de observação de cetáceos e mergulho.

Estes dados apontam para uma baixa oferta de atividades náuticas, o que vai ao encontro das respostas dadas pelos inquiridos de promover mais atividades na baía da Praia da Vitória e de desenvolver o turismo náutico.

O turismo de cruzeiros foi outra das necessidades apontada pelos inquiridos que, com os investimentos perspetivados para o Porto da Praia da Vitória, poderá beneficiar diretamente e ter melhor condições para o seu desenvolvimento.

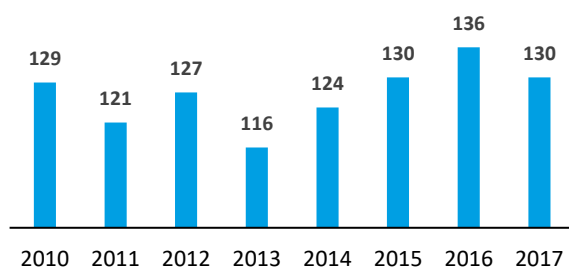
A oferta de mais *tours* e o reforço do turismo histórico, aproveitando e qualificando o património material e imaterial do concelho, foram também salientados pelos inquiridos.

3.3. Serviços complementares

Relativamente a outros serviços pertencentes à cadeia de valor do turismo, os inquiridos salientaram que a restauração deve ser uma das áreas a melhorar. Esta é, na verdade, uma das necessidades mais identificadas nos estudos realizados sobre o turismo dos Açores. O serviço prestado pelos restaurantes é um dos fatores que gera menor satisfação nos turistas que visitam os Açores (OTA, 2018).

De acordo com os dados do INE, o número de estabelecimentos com CAE de restauração e similares no concelho da Praia da Vitória foi de 130 no ano de 2017, após uma diminuição de 6 estabelecimentos face a 2016, ano em que se registou o maior número de estabelecimentos desde 2010.

Gráfico 7 - Estabelecimentos (n.º) com CAE de restauração e similares na Praia da Vitória



Fonte: INE (2019)

Para além da qualidade do serviço, a capacidade de diferenciação dos restaurantes é outros dos aspetos mais negativos apontados a este setor, mesmo considerando



que a qualidade dos pratos na Região Autónoma dos Açores tem um elevado reconhecimento, quer pela cozinha tradicional, quer pelos pratos da alta cozinha (Fundo de Maneio, 2018). A abertura de restaurantes vocacionados para o segmento dos vegetarianos foi uma das sugestões apresentadas pelos inquiridos.

A melhoria da mobilidade e o alargamento dos horários são outras necessidades referenciadas pelos participantes do *workshop*, que também vão ao encontro dos aspetos mais negativos apontados pelos turistas que visitam os Açores (OTA, 2018).

Por fim, os inquiridos salientaram a necessidade de haver mais espaços comerciais no concelho e a existência de painéis interativos, sendo esta última necessidade muito importante para a conversão da Praia da Vitória em destino turístico inteligente, uma vez que se trata de uma *smart tool* - ferramentas que estão imbuídas na envolvente do destino e fornecem informação de uma forma tecnológica e digital, em interfaces *friendly-user* e em total conveniência para o turista (Smith, 2015).

3.4. Recursos turísticos

No que concerne aos recursos turísticos existentes, os inquiridos identificaram como principais necessidades:

- Conservação e beneficiação do património construído, principalmente o relacionado com o património militar;
- Qualificação dos espaços interpretativos;
- Acesso mais alargado à baía do Paul da Praia da Vitória, reconhecido pela Convenção de RAMSAR como zona húmida de importância internacional desde 2012 e um dos locais privilegiados para a atividade de *birdwatching*, sugerindo-se a construção de passadiços que permita uma melhor e mais próxima circulação dos visitantes na baía.

3.5. Modelo de governação

Relativamente à governação do município da Praia da Vitória, um dos elos mais importantes do modelo de referência para garantir o sucesso de um destino turístico inteligente (Invat.tur, 2015; Fundo de Maneio e OTA, 2018), os participantes do *workshop* apontaram muitas necessidades que devem ser colmatadas.

A nível estratégico, os inquiridos referiram a necessidade de existir um plano estratégico para o turismo da ilha Terceira, capaz de orientar o desenvolvimento turístico de forma concertada entre os dois concelhos desta ilha. De acordo com Phillips e Moutinho (2014), o planeamento estratégico no setor turístico é crítico, uma vez que permite criar vantagens competitivas para o destino e providencia orientação para os *stakeholders*. Este planeamento estratégico deve reforçar os aspetos diferenciadores dos concelhos e envolver a comunidade local e os agentes turísticos, tal como referenciado pelos participantes, e estar articulado com a estratégia regional. Os inquiridos defendem que a cidade da Praia da Vitória deve ser um polo turístico mais relevante, capaz de reter os visitantes e de induzir o incremento da estada média, considerando que o planeamento estratégico permitiria definir, entre outros, estas necessidades como objetivos estratégicos e desenvolver ações e medidas para os alcançar.

Também se referiu a necessidade de estudar e analisar os fluxos turísticos da ilha. Diversos estudos científicos, como, por exemplo, o de Suriñach et al. (2017), referem que, ao nível local, tem havido uma grande falta de informação quantitativa e estatística, ao contrário do que acontece a nível nacional. Já Lorenzini et al. (2011) referem que a análise à competitividade de destino está muito mais desenvolvida a nível nacional do que a nível local, apesar deste último ser mais relevante para a competitividade de um país ou região. A conversão para um destino turístico inteligente permitirá dotar o

concelho da Praia da Vitória com as ferramentas adequadas para estudar os fluxos turísticos e verter informação valiosa para os decisores públicos e privados.

Ao nível da informação turística sobre o concelho, reforçou-se a necessidade de disponibilizar mais e melhor informação sobre o concelho, nomeadamente informação temática e informação sobre os recursos turísticos existentes.

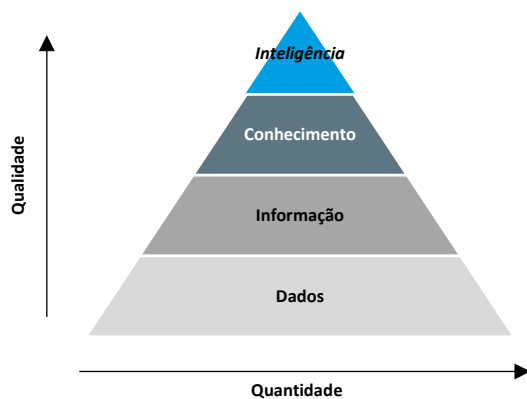
A formação dos recursos humanos é também uma das necessidades apontadas pelos inquiridos, que vai ao encontro das necessidades de melhoria da qualidade dos serviços turísticos já referidos anteriormente. Apesar da melhoria significativa nos níveis de escolaridade da população do concelho da Praia da Vitória e dos Açores, os níveis de qualificação e formação dos recursos humanos ainda se encontram distantes do ideal, o que se tem repercutido nas avaliações à qualidade do serviço das empresas turísticas regionais, especialmente na restauração. Os planos de formação devem estar focados nas especificidades dos turistas que visitam os Açores, nos seus diversos segmentos. Adicionalmente, o *mindset* dos empregadores públicos e privados não pode estar focado na contratação de pessoas de baixo custo e com baixo grau de formação, sob pena de se conceder más experiências turísticas e denegrir a imagem do destino.

Por fim, ressaltam-se as últimas necessidades referidas nos inquéritos: melhoria do estacionamento; melhoria das ligações inter-ilhas, de forma a reforçar a mobilidade dos visitantes na região e conceder experiências únicas com os produtos característicos de cada ilha; apoio à instalação de novas empresas ligadas ao setor turístico; e melhoria da capacidade de tráfego de dados. Este último ponto está ligado ao conceito de destino turístico inteligente e poderá potenciar a conectividade e a *sensorização* do destino, permitindo a ligação permanente dos turistas à internet e a recolha de dados.

3.6. Modelo de transferência de conhecimento

O conhecimento é uma das características intrínsecas mais relevante do conceito de Destino Turístico Inteligente. Tal como apresenta a Segittur (2015), a pirâmide do conhecimento reflete indubitavelmente a importância do conhecimento na produção da *inteligência*. A produção de conhecimento a partir dos dados que geram informação permite incrementar a disciplina e a qualidade das decisões, reduzir a entropia e diminuir o risco associado às decisões. O Manual de Oslo (2005), um dos documentos de maior referência no que concerne à inovação, refere mesmo que “a geração, a exploração e a difusão do conhecimento são fundamentais para o crescimento económico, o desenvolvimento e o bem-estar das nações”.

Figura 2 - Pirâmide do conhecimento



Fonte: Segittur (2015)

Nos modelos dos Destinos Turísticos Inteligentes, o conhecimento não é apenas necessário para perceber a informação produzida no que concerne ao desempenho e ao estado do destino, mas é também crucial para fomentar a inovação nesse contexto, reconhecendo que estas duas componentes estão intimamente ligadas. A inovação no turismo é um processo contínuo de reinvenção permanente dos destinos, criando soluções disruptivas com elevado valor acrescentado que lhe permitem explorar novas oportunidades e, conseqüentemente, ganhar vantagens competitivas. Exige a capacidade de gerar, recolher, armazenar e

analisar informação que lhe permite adaptar ao ambiente agressivo e globalmente competitivo do setor turístico e conhecer constantemente as necessidades dos consumidores, dos restantes *stakeholders* e do próprio destino.

Segundo o Manual de Oslo (2005), a importância do conhecimento no fomento à inovação está relacionada com os maiores fluxos de informação e com os avanços tecnológicos, que permitem a todos os *players* um acesso muito mais facilitado e liberalizado a grandes volumes de informação e a novos mercados. Exige-se, por isso, a capacidade de filtrar e tratar a informação e criar soluções adequadas e com valor acrescentado para o destino. A falta na transmissão e na adoção do conhecimento constitui-se, por isso, como uma das barreiras à inovação no turismo (Segittur, 2015).

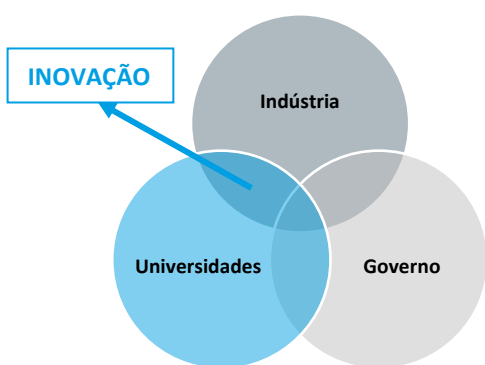
Segundo diversos autores, apesar da importância capital da implementação de tecnologias na gestão de um Destino Turístico Inteligente e no incremento do valor das experiências turísticas, estas não podem ser encaradas como um fim em si mesmo. É uma das componentes de todo o processo de incremento de valor, o qual facilita a recolha e o tratamento de dados. O Capital Humano continua a ser a componente central na gestão do destino turístico, uma vez que são os indivíduos qualificados que dispõem de conhecimento técnico e científico para colocar a tecnologia ao serviço da cocriação da inovação e do aumento da competitividade do destino. Adicionalmente, dever-se-á reconhecer que são as pessoas os veículos de liderança/governança, do empreendedorismo, da inovação e do capital social, das dimensões cruciais nos modelos dos Destinos Turísticos Inteligentes (Boes *et al.*, 2015).

No contexto de Destino Turístico Inteligente onde tudo é conectado, interligado e orientado para a cocriação, é facilmente perceptível que os ecossistemas de inovação das empresas e dos destinos turísticos não

podem ser compostos apenas pelos próprios. Impõe-se a necessidade de se criarem atividades de inovação que relacionam diversos *stakeholders* com diferentes graus de especialização, conhecimento e responsabilidades, entre os quais: governo, universidades, consumidores, fornecedores, centros de I&D, entre outros.

Estas relações entre diversos intervenientes para as atividades de inovação podem ser visíveis no modelo de inovação *triple helix* proposto por Etzkowitz e Leydesdorff (1995), que teoriza sobre as interações entre três intervenientes: governo, indústria e universidades.

Figura 3 - Modelo de inovação *triple helix*



Criado a partir de: Etzkowitz e Leydesdorff (1995)

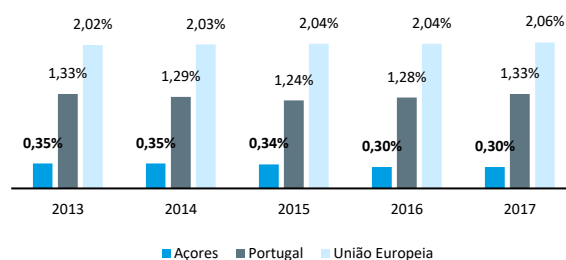
Com este modelo, os autores explicam que existem relações bilaterais entre cada um dos intervenientes com os outros que permitem, em conjunto, fomentar uma economia baseada no conhecimento, ao contrário dos modelos lineares de inovação propostos até então. Apesar de todas as relações serem fundamentais para fomentar a inovação, destaca-se, em especial, a relação entre as universidades e a indústria. Nas universidades (acrescenta-se, também, os centros de I&D) cria-se e desenvolve-se o conhecimento, e este é transferido para a indústria (no contexto atual, para todos os setores de atividade) para ser transformado em bens e serviços. As empresas, por sua vez, detetam necessidades e requisitam aos centros de I&D que procure e desenvolva soluções. É neste elo que se dá de forma mais direta o fomento à inovação, sendo, por isso, fundamental que um

Destino Turístico Inteligente tenha capacidade de fomentar a transferência de conhecimento entre os centros de I&D e as empresas, sem descurar as restantes sinergias e interações nos outros elos.

O modelo de inovação *triple helix* foi, posteriormente, expandido para um modelo de *quadruple helix* por Carayannis e Campbell (2009), onde se acrescenta um quarto interveniente - a sociedade civil - uma vez que, segundo aqueles autores, o modelo *triple helix* não permitia o encontro entre o potencial das tecnologias emergentes e as necessidades e procura da sociedade civil. Este modelo é, na realidade, o que tem gerado maior consenso no seio da União Europeia para o desenvolvimento da *sociedade baseada no conhecimento* e servido de base para a estruturação de projetos e políticas europeias. Uma quinta hélice foi, também, proposta por Carayannis, Barth e Campbell (2012) - ambientes naturais da sociedade - que pretende conjugar as preocupações com a sustentabilidade à inovação, à economia e à *sociedade baseada no conhecimento* com vista a uma transição socio-ecológica.

O concelho da Praia da Vitória, ao pretender converter-se num Destino Turístico Inteligente, deverá fomentar o ambiente inovador, especialmente no que se refere à transferência de conhecimento entre a academia e as empresas. Note-se que, nos Açores, o investimento em atividades de I&D representou apenas 0,3% do PIB em 2017, muito abaixo do valor registado em Portugal, da União Europeia e da meta de 3% definida para 2020.

Gráfico 8 - Proporção da despesa em I&D no PIB (%)



Fonte: INE (2019)

Na realidade, desde 2013 que a tendência na Região Autónoma dos Açores tem sido de diminuição da proporção da despesa em I&D no PIB, em contrariedade com o que acontece a nível nacional e europeu. Dos 0,3% registados em 2017, 0,23% diz respeito a despesas executadas pelas instituições de ensino superior, 0,04% pelas empresas e 0,03% pelo Estado, evidenciando-se, por um lado, o peso e a importância das instituições de ensino superior nas atividades de I&D realizadas nos Açores e, por outro lado, a baixa penetração destas atividades nas empresas.

Estes são dados que revelam a baixa cultura de I&D e de inovação nos Açores, pese embora o espírito empreendedor da população tenha resultado na abertura de muitas microempresas com propostas de valor diferenciadas, especialmente no setor da animação turística. Tal como se refere na **Proposta de Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente - Diagnóstico** (Fundo de Maneio e OTA, 2018), a integração da tecnologia e o fomento à inovação em vários setores de atividade económica tem sido uma aposta nas estratégias para o desenvolvimento regional, o que tem vindo a incrementar, ainda que de forma algo subtil, a competitividade das empresas regionais. A necessidade de ombrear com produtos e *players* 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. Destaque-se, neste contexto, o projeto Terceira Tech Island, que tem dado um contributo fundamental na formação de programadores na Terceira, com o objetivo de tornar esta ilha num *hub* tecnológico, captando investimento externo.

Não obstante, os vários diagnósticos efetuados nos Açores, incluindo a **Proposta de Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente - Diagnóstico** (Fundo de Maneio e OTA, 2018), revelam, ainda, a resistência à mudança e à alteração ao *status quo*. O recurso à inovação ocorre, em grande parte, para enfrentar situações de maior dificuldade para resolver problemas específicos, não se constituindo como um elemento fundamental e constante na melhoria da cadeia de valor e no aumento do valor criado. As atividades de I&D podem acarretar investimentos de avultado valor que, para um tecido empresarial ainda frágil, constitui-se como uma barreira à sua adoção, principalmente se não for acompanhada de uma visão e uma estratégia que permita obter retorno económico.

Neste sentido, importa referir que a inserção no espaço comunitário confere excelentes oportunidades para o financiamento de atividades de I&D, quer no setor público, quer no setor privado. Programas como o Competir+, AÇORES2020, Horizonte 2020, Erasmus+, Interreg Atlantic Area e o Interreg MAC 2014-2020 são alguns exemplos de programas que podem ser acedidos por diferentes entidades, mas que continuam a mostrar-se pouco utilizados. Os principais argumentos para a não utilização estão associados ao desconhecimento da sua existência ou à elevada burocracia que resulta num difícil acesso. Há, pois, uma necessidade considerável de sensibilizar e formar os diferentes *stakeholders* para os benefícios da sua utilização.

Numa Região com dificuldades de financiamento para estas atividades, a utilização dos fundos estruturais comunitários e a adoção mais afincada do modelo *quadruple helix* são soluções cruciais para aumentar as atividades de I&D e a transferência de conhecimento entre os centros de I&D e as empresas da Região Autónoma dos Açores, em especial no concelho da Praia da Vitória.

4. PRAIA DA VITÓRIA COMO DESTINO TURÍSTICO INTELIGENTE

Após a caracterização do concelho da Praia da Vitória e da identificação das necessidades do setor turístico, são apresentadas, no âmbito do processo de diagnóstico, as principais potencialidades e limitações do processo de conversão da Praia da Vitória em destino turístico inteligente. São, ainda, identificadas as entidades relevantes que deverão estar envolvidas neste processo de conversão. São apresentados, adicionalmente, os objetivos da estratégia de conversão da Praia da Vitória em destino turístico inteligente, resultado de todo o processo de diagnóstico realizado.

4.1. Potencialidades

Os resultados dos inquéritos realizados aos participantes do primeiro *workshop* do projeto SMARTDEST na ilha Terceira evidenciam, por um lado, o baixo grau de maturidade dos eixos de desenvolvimento em que se sustenta um Destino Turístico Inteligente apresentados pela Segittur (2015), mas, por outro lado, o elevado potencial que este concelho possui, justificando, assim, a sua escolha para o desenvolvimento do projeto piloto.

Numa escala de 1 a 5, em que 1 significa baixíssimo e 5 significa altíssimo, os inquiridos atribuíam ao eixo da inovação o menor grau de maturidade (média de 2,7). Este foi o eixo que apresentou maior desvio-padrão nas respostas, sendo que a resposta mais frequente (a moda) foi o 4, o que poderá traduzir-se numa dissonância entre os inquiridos sobre a possibilidade de o concelho da Praia da Vitória desenvolver adequadamente este eixo.

O eixo da sustentabilidade foi o que recebeu maior pontuação e menor desvio-padrão, gerando, assim, um maior consenso em torno deste eixo. Recorde-se que o eixo da sustentabilidade foi, também, o eixo que apresentou maior grau de maturidade no diagnóstico

realizado à Região Autónoma dos Açores (Fundo de Maneio e OTA, 2018).

Tabela 2 - Grau de maturidade do concelho da Praia da Vitória e possibilidade de se transformar em destino turístico inteligente

	Média	Moda	Desvio-Padrão
Inovação	2,7	4	1,1
Tecnologia	3,0	2, 3 e 4	0,8
Sustentabilidade	3,3	3	0,4
Acessibilidade	3,1	2 e 3	0,9

Escala: 1 - Baixíssima 5 - Altíssima

Quando questionados especificamente sobre as potencialidades do concelho da Praia da Vitória se converter em destino turístico inteligente, os inquiridos responderam que, no que concerne ao eixo da tecnologia, já existe trabalho realizado e que deve ser aproveitado nas ações a implementar, nomeadamente no que concerne à existência de *wi-fi* gratuito, de boas comunicações móveis e de uma *app* para dispositivos móveis com informação turística. A presença de empresas tecnológicas resultantes do projeto Terceira Tech Island é, também, vista como uma potencialidade a ser explorada para o processo de conversão do concelho em destino turístico inteligente, fomentando a produção de soluções tecnológicas, inovadoras e adequadas à realidade local e aos objetivos estabelecidos.



A pequena dimensão do concelho, a proximidade entre as freguesias, a elevação recente a cidade e o seu em crescimento, bem como o facto de acolher as principais portas de entrada da ilha são pontos fortes do concelho enumerados pelos inquiridos. De facto, tal como referenciado no diagnóstico da Região Autónoma dos Açores, a pequena dimensão do território poderá configurar-se como uma vantagem para a instalação de projetos-piloto em pequena escala, permitindo um estudo exaustivo para a captação de *know-how* essencial.

Os inquiridos também referiram que o concelho da Praia da Vitória tem condições para prestar serviços com qualidade a todos os níveis e que o eixo das acessibilidades poderá ser, ainda, mais desenvolvido. No que concerne à população, referiu-se que a população praiense é muito ambiciosa, fator que contribuirá para construir uma atitude pró-turismo, melhorar a qualidade dos produtos e serviços turísticos e envolver a população nas experiências turísticas.

Uma vez que o plano de conversão para um destino turístico inteligente deve estar articulado com a estratégia para o turismo, exponenciando a qualidade dos produtos e serviços turísticos existentes, os participantes do *workshop* foram questionados sobre quais os produtos e serviços emblemáticos do concelho da Praia da Vitória.

Tabela 3 - Produtos e serviços emblemáticos do concelho da Praia da Vitória

• Mar	• Produtos de origem local	• <i>Birdwatching</i>
• Praia e baía	• Artesanato	• Festividades
• Desportos aquáticos	• Gastronomia	• Base das Lajes
• Passeios pedestres	• Natureza	• Serra do Cume
• Passeios de bicicleta	• Turismo religioso	• Turismo de cruzeiros
• Património cultural e arquitetónico	• Turismo cultural	• Turismo criativo
• Azenhas	• Hotelaria	• Miradouros

Importa ressaltar que o turismo militar, suportado pela riqueza e diversidade do património militar, foi um produto referenciado pelos inquiridos como tendo muito potencial para ser explorados pelas soluções tecnológicas a implementar no âmbito do plano de conversão da Praia da Vitória em destino turístico inteligente.

4.2. Limitações

Para além das potencialidades identificadas pelos inquiridos no concelho da Praia da Vitória, um conjunto de limitações foram, igualmente, identificadas e deverão ser consideradas na definição da estratégia de conversão deste concelho em destino turístico inteligente.

Numa apreciação global, os inquiridos referem que o concelho tem, atualmente, pouca apetência para desenvolver os eixos dos destinos turísticos inteligentes apresentados pela Segittur (2015), em especial no que concerne ao eixo da inovação.

Ao nível da governação, a falta de um plano estratégico para o turismo a nível local, o fraco diálogo entre os agentes turísticos do concelho e a elevada burocracia são pontos fracos que poderão dificultar o processo de conversão. Estes reparos surgem tendo em conta a importância de existir uma colaboração público-privada efetiva e a necessidade de incorporar a estratégia para o setor turístico do destino na estratégia de conversão em destino turístico inteligente.



Adicionalmente, a fraca qualificação dos recursos humanos também é vista como uma limitação relevante, que poderá dificultar a implementação de soluções tecnológicas e inovadoras no concelho.

Relativamente aos recursos turísticos, refere-se que estes ainda são insuficientes para tornar Praia da Vitória num verdadeiro destino turístico inteligente. Dão-se como exemplos a fraca vocação para o turismo das festividades existentes, o baixo aproveitamento do património militar e do património construído pela comunidade americana neste concelho e um número insuficiente de trilhos pedestres qualificados. Na opinião dos inquiridos, a cidade da Praia da Vitória não atende às necessidades dos turistas, com limitações ao nível dos serviços, como por exemplo o comércio, resultando numa baixa afluência de pessoas ao centro urbano, bem como num acesso limitado à informação turística.

Por fim, refira-se que os inquiridos mencionam, ainda, a falta de investimento privado no setor turístico da Praia da Vitória. A colaboração público-privada, um dos fatores de sucesso apontados pela Invat.tur (2015) para conversão de destinos turísticos inteligentes, envolve não apenas o diálogo e a envolvimento na estruturação e validação das soluções, mas também a partilha do risco e a captação de financiamento.

Note-se que algumas soluções necessárias para a conversão exigem avultados montantes de investimento e o processo não deverá ficar dependente da alocação de verbas provenientes dos fundos estruturais comunitários ou somente da disponibilidade de fundos públicos.

4.3. Entidades relevantes

Para o concelho da Praia da Vitória ter as condições estruturais de se transformar num destino turístico inteligente, uma colaboração público-privado efetiva e ativa é exigida. Deve ser capaz de planear estrategicamente, coordenar e implementar todo o processo de conversão.

Assim, os participantes do *workshop* identificaram as organizações públicas e privadas que – pelo seu know-how, pelas responsabilidades que possuem na governação do concelho da Praia da Vitória, da ilha Terceira e dos Açores e pelos produtos e serviços disponibilizados – terão um papel fulcral na validação, implementação e divulgação da estratégia para o processo de conversão do concelho num Destino Turístico Inteligente. Perspetiva-se que contribuam através da implementação de soluções, de sugestões para as necessidades e intervenções identificadas na fase de diagnóstico e/ou na interligação com todos os agentes intervenientes.

Tabela 4 - Entidades relevantes para o processo de conversão da Praia da Vitória em Destino Turístico Inteligente

Governo Regional dos Açores

www.azores.gov.pt

Principais áreas de intervenção: Órgão executivo da condução da política da Região Autónoma dos Açores e órgão superior da administração regional.



Câmara Municipal da Praia da Vitória

www.cmpv.pt

Principais áreas de intervenção: Órgão executivo do Município da Praia da Vitória.



Câmara Municipal de Angra do Heroísmowww.cmah.pt

Principais áreas de intervenção: Órgão executivo do Município de Angra do Heroísmo (concelho pertencente à ilha Terceira, a par da Praia da Vitória).

**Câmara de Comércio de Angra do Heroísmo**www.ccah.pt

Principais áreas de intervenção: Representar as empresas que exercem atividade nos setores do secundário e terciário nas ilhas Terceira, Graciosa e São Jorge.

**Associação do Turismo dos Açores**www.visitazores.pt

Principais áreas de intervenção: Promoção do destino «Açores» e qualificação da oferta turística regional.

**Fundo Regional para a Ciência e Tecnologia**<http://www.azores.gov.pt/Portal/pt/entidades/srmct-frct/>

Principais áreas de intervenção: Financiamento da investigação científica e do desenvolvimento tecnológico.

**Universidade dos Açores**www.uac.pt

Principais áreas de intervenção: Instituição de ensino superior e investigação científica.

**Parque Natural da Ilha Terceira**<http://www.azores.gov.pt/Gra/srrn-natureza/>

Principais áreas de intervenção: Gestão das áreas protegidas da ilha Terceira.

Para além destas entidades, os participantes do *workshop* consideram, ainda, muito importante a envolvimento de:

- Juntas de freguesia;
- Empresas de animação turística;
- Empresas de restauração;
- Lojas locais;
- Outras entidades de ensino;
- Empresas tecnológicas;
- Empresas de telecomunicações;
- Empresas com serviços de marketing;
- Associações.

Adicionalmente, foi mencionada a relevância de criar uma associação de turismo da ilha Terceira, capaz de promover o destino «Terceira» e qualificar a oferta turística local. A integração destas entidades no plano de conversão, devidamente coordenada por um órgão gestor, afigura-se como uma situação imprescindível para uma conversão em concordância com o estado da arte e com as melhores práticas a nível global. Trata-se de planear estrategicamente a conversão do destino e a sua correta implementação de forma coerente e integrada, eliminando-se conflitos nas políticas públicas e nas iniciativas privadas.

4.4. Objetivos

O diagnóstico realizado ao concelho da Praia da Vitória permitiu conjugar informações muito relevantes para a definição de objetivos concretos relativos à conversão deste concelho em destino turístico inteligente. Estes objetivos permitirão balizar e orientar a atuação dos *stakeholders*, sobretudo no que se refere à implementação e desenvolvimento do projeto piloto.



1. MELHORAR A GOVERNAÇÃO TURÍSTICA DO DESTINO

As indicações recolhidas junto dos *stakeholders* apontam para uma fraca colaboração público-privado, assim como para a falta de uma estratégia para o turismo a nível local. Sendo a governação de um destino turístico um elo fundamental nos modelos dos destinos turísticos inteligentes, tanto para o processo de conversão, como para a garantia do sucesso do modelo no futuro, torna-se imprescindível alinhar os diferentes interesses e atuações em torno de uma visão, missão e objetivos comuns, fomentando uma liderança participativa com os diferentes agentes públicos e privados.

3. QUALIFICAR OS RECURSOS TURÍSTICOS

Em linha com o posicionamento desejado para o destino «Açores», a Praia da Vitória assume-se como um destino de Natureza, complementado com a oferta cultural do destino. Adicionalmente, a baía da Praia da Vitória confere oportunidades para o desenvolvimento do turismo náutico e do produto sol e mar. A inovação e a tecnologia, aliados aos princípios da sustentabilidade, eixos basilares de um destino turístico inteligente, devem ser forças motrizes na qualificação dos recursos turísticos, permitindo a conectividade de *gadgets* e a *sensorização* de forma a conceder experiências com recurso, por exemplo, à realidade aumentada.

2. DOTAR A CIDADE DA PRAIA DA VITÓRIA DE SMART TOOLS

O ambiente citadino da Praia da Vitória, alimentado com o programa de *smart city* em vigor, constitui inúmeras oportunidades para qualificar a cidade da Praia da Vitória com ferramentas de turismo inteligente - as *smart tools* -, capazes de oferecer aos novos turistas “tecnológicos” e “digitais” serviços adequados às suas necessidades - ágeis, *on time*, *in loco* e com qualidade. Estas ferramentas, a exemplo dos *tomis* interativos, imbuídos no ambiente do destino, permitirão projetar a Praia de Vitória, em especial a cidade, como um destino turístico inovador. Adicionalmente estas ferramentas possibilitarão o estudo dos fluxos turísticos.

4. MELHORAR A DISPONIBILIZAÇÃO DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA

A disponibilização de informação turística de forma adequada é um fator importante na tomada de decisão de um turista de viajar para um determinado destino. A informação turística sobre o concelho da Praia da Vitória deverá ser melhorada, recorrendo, por um lado, às potencialidades das tecnologias e à inovação, e, por outro, baseando-se em boas práticas já devidamente testadas. O *website* e a *app* para dispositivos móveis são alguns exemplos de ferramentas que carecem de melhorias, tanto ao nível do grafismo, como na disponibilização da informação referente aos recursos e às experiências turísticas disponíveis no destino.

5. PROCESSO DE CONVERSÃO DA PRAIA DA VITÓRIA EM DTI

O processo de conversão do concelho da Praia da Vitória em Destino Turístico Inteligente deverá seguir os mesmos princípios e passos daqueles apresentados na **Proposta de Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente - Diagnóstico** (Fundo de Maneio e OTA, 2018). Não obstante, há a necessidade de ajustar o plano às especificidades, ao nível de desenvolvimento e ao contexto socioeconómico deste município em particular.

Neste sentido, apresenta-se, de forma sumária, o processo de conversão que deverá ser implementado para que o concelho da Praia da Vitória possa transitar para um Destino Turístico Inteligente. Inicia-se, assim, com a definição e os construtos deste novo paradigma.

5.1. Destino Turístico Inteligente: Definição e Eixos de Desenvolvimento

Embora amplamente explanado o que é um Destino Turístico Inteligente na **Proposta de Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente - Diagnóstico** (Fundo de Maneio e OTA, 2018), importa agora realçar os aspetos mais relevantes da referida definição, para que se possa estruturar o plano de conversão em conformidade com os preceitos de um Destino Turístico Inteligente e com as necessidades do setor turístico da Praia da Vitória.

Uma das mais completas e disseminadas definições de Destino Turístico Inteligente é a da AENOR – Asociación Española de Normalización y Certificación:

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.

Por esta definição, percebe-se os desígnios de um Destino Turístico Inteligente e os desafios que se propõe a resolver.

Por um lado, foca-se a necessidade de fornecer uma experiência turística de qualidade aos turistas cada vez mais *smart* - tecnológicos, informados e exigentes - num setor em crescimento e cada vez mais competitividade e global. Força, por isso, a adoção de soluções disruptivas e com elevado valor acrescentado, dando um papel preponderante às tecnologias de informação e comunicação, para responder aos novos hábitos de consumos e aos novos modelos de negócio que surgem. Exige uma 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. O turista tem um papel ativo na gestão do destino, sendo um utilizador e um fornecedor de dados.

Por outro lado, a preocupação generalizada com a sustentabilidade e as acessibilidades, em aspetos como o ordenamento do território, a preservação ambiental, a pressão turística, a harmonia com a população local e o acesso livre e independente a todos, são fatores que cada vez mais moldam as estratégias dos destinos turísticos e se apresentam como variáveis críticas no sucesso a longo prazo. As TIC têm, também, um papel fundamental neste campo, gerando informação real e atualizada para as tomadas de decisões racionais pelos gestores do destino e pelos *stakeholders* intervenientes nas diferentes áreas do Destino Turístico Inteligente.

Assim, percebe-se porque o conceito de Destino Turístico Inteligente tem ganho uma importância crítica no planeamento de destinos turísticos com o intuito de fomentar maior competitividade e eficiência no setor, com impactos na atratividade do mesmo. Espanha tem sido pioneira na adoção deste conceito.

Com o turista no centro da estruturação deste novo paradigma de desenvolvimento turístico, a definição de Destino Turístico Inteligente apresentada 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, segundo a Segittur (2015):

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, sendo 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*.

INOVAÇÃO



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.

SUSTENTABILIDADE



Nos Destinos Turísticos Inteligentes, 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. É uma intervenção estruturante, englobando contextos e intervenções específicas ao nível do ambiente, da economia e socio-cultural.

ACESSIBILIDADES



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.

Importa ressaltar que, apesar das inevitáveis semelhanças entre uma cidade inteligente e um destino turístico inteligente, estes conceitos não são sinónimos e apresentam realidades diferentes. Enquanto o primeiro se constrói em torno da melhoria da qualidade de vida dos residentes, o último foca-se na melhoria das experiências turísticas dos visitantes, pese embora a necessidade de estender os benefícios aos residentes para melhorar a qualidade de vida. Não obstante as diferenças, os Destinos Turísticos Inteligentes podem (e devem) construir-se a partir das cidades inteligentes, caso já existam planos de conversão para o efeito. Ao fomentar a *inteligência* da cidade, os destinos turísticos estão, simultaneamente, a fomentar a *inteligência* em várias áreas relevantes do domínio dos Destinos Turísticos Inteligentes.

5.2. Roadmap

O processo de conversão para um Destino Turístico Inteligente deverá seguir as mesmas fases presentes nos *frameworks* para a elaboração e implementação de planos estratégicos, tal como se depreende pelo processo de conversão apresentado pela Segittur (2015).

O processo de conversão inicia-se com o diagnóstico ao destino, onde se identifica as necessidades do mesmo e se aferem as áreas que carecem de maior intervenção. O planeamento estratégico estará muito dependente do grau de maturidade do destino, uma vez que já poderão haver projetos e ações implementados no âmbito de outros planos e de iniciativas individuais, que se enquadram no modelo de desenvolvimento para destinos turísticos inteligentes. Tal como refere a Invat.tur (2015) este apuramento do grau de maturidade pode ser realizado através da comparação entre a situação atual do destino e o modelo de referência dos Destinos Turísticos Inteligentes.

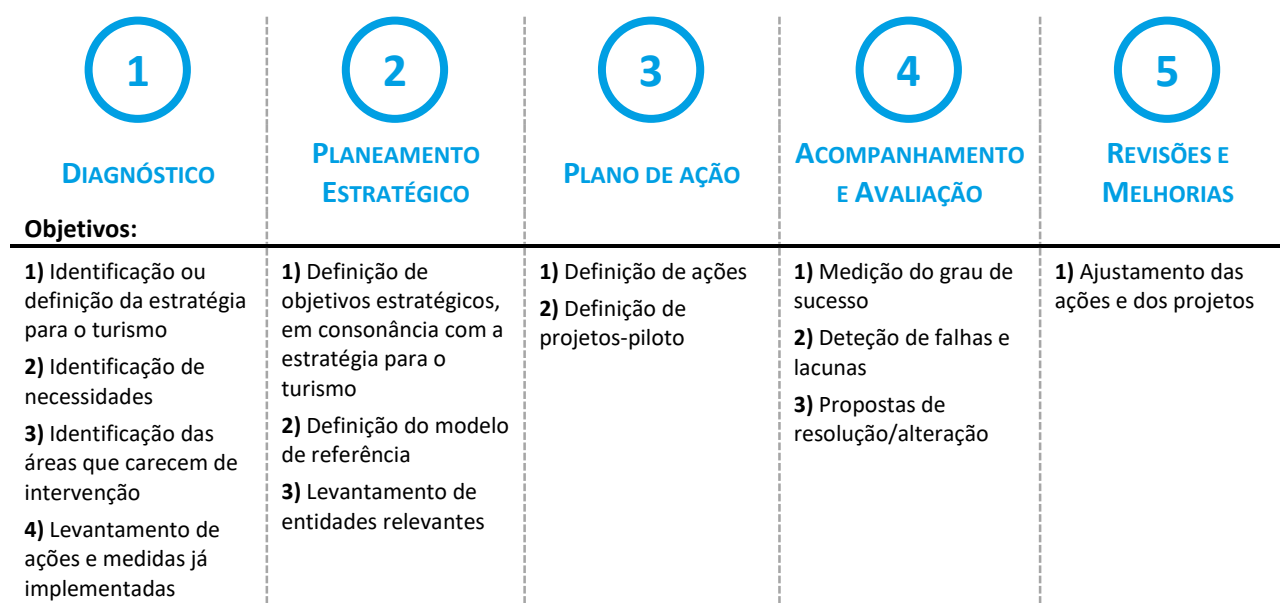
A fase seguinte refere-se ao planeamento estratégico, onde se define os objetivos estratégicos que irão permitir colmatar as falhas identificadas e projetar o destino como

Destino Turístico Inteligente em consonância com posicionamento do destino. 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 do município (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.

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.

Por fim, 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.

Figura 4 - Roadmap do processo de conversão de um destino turístico em Destino Turístico Inteligente



5.3. Planeamento Estratégico

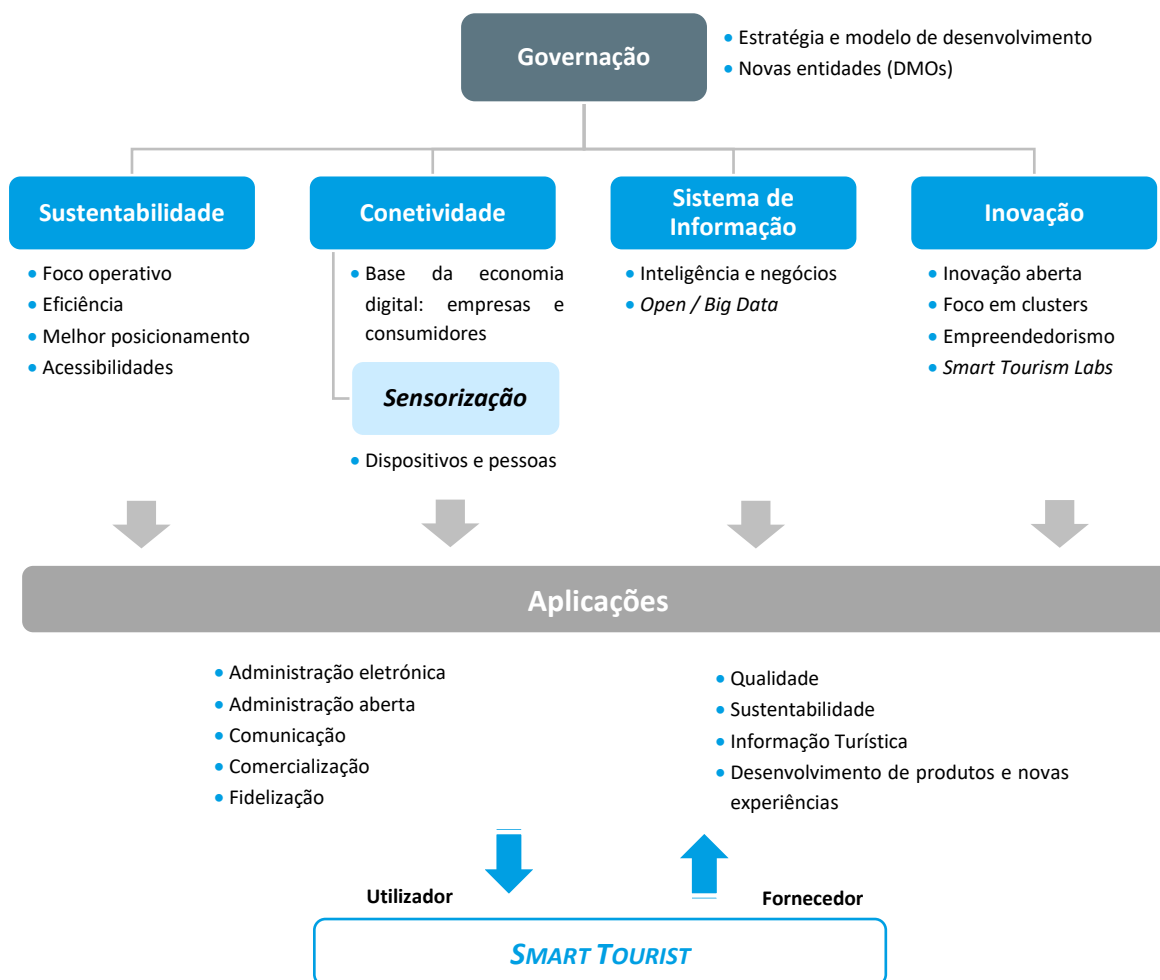
Tal como já referido, a adoção de um modelo de referência permite orientar todo o planeamento estratégico e a implementação do plano de conversão em torno dos preceitos de um Destino Turístico Inteligente. Neste sentido, o diagnóstico efetuado ao concelho da Praia da Vitória incluiu uma análise às áreas estruturais e funcionais que sustentam o modelo de referência, adotando-se, para este efeito, o mesmo modelo que o adotado no processo de diagnóstico aos Açores enquanto Destino Turístico Inteligente (Fundo de Maneio e OTA, 2018), o qual se apresenta na Figura 5.

Este modelo atribui um papel fundamental e central à governação, a qual irá promover âmbitos fundamentais, relacionados entre si, para cumprir com os eixos de

desenvolvimento de um Destino Turístico Inteligente: a sustentabilidade, a conectividade, os sistemas de informação e a inovação.

Ao explorar estes âmbitos, o destino ficará dotado de um conjunto de aplicações em todas as áreas, as quais demonstrarão inequivocamente a adoção do conceito de Destino Turístico Inteligente. Ao utilizar as aplicações 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 turista, para além de consumidor, é também fornecedor do Destino Turístico Inteligente, sendo que esta relação dicotómica de consumidor/fornecedor permitirá uma contínua qualificação do destino turístico em todos os seus eixos.

Figura 5 - Modelo de referência dos Destinos Turísticos Inteligentes



Adaptado de: Invat.tur (2015)

O diagnóstico efetuado ao concelho da Praia da Vitória, a primeira fase do processo de conversão, permitiu identificar as principais potencialidades e limitações do concelho da Praia da Vitória para o processo de conversão em Destino Turístico Inteligente.

Na fase de planeamento estratégico foi considerada a coordenação com a estratégia municipal e regional para o desenvolvimento do setor turístico. Esta é uma componente crítica, uma vez que a estratégia de conversão de um destino turístico em Destino Turístico Inteligente deve estar articulada com a estratégia para o turismo desse mesmo destino (Segittur, 2015; Invat.tur, 2015). Tal como referenciado no subcapítulo 2.4., a estratégia para o desenvolvimento do turismo dos Açores encontra-se explanado no PEMTA (2016), a qual orienta a atuação de todos os *stakeholders* regionais, incluindo o poder autárquico. O PEMTA (2016) refere que, não obstante de deverem ser exploradas as características e os recursos diferenciadores de cada ilha, de forma a conceder uma experiência única em cada uma delas, o destino «Açores» deverá ser promovido como um todo.

A promoção do destino tem estado a cargo da Associação de Turismo dos Açores (ATA), que tem seguido uma estratégia específica para posicionar a Região como um destino de natureza, implementando diversas iniciativas para atingir este objetivo. *Azores, Certified by Nature* é a 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. Baseia-se tanto em atividades ativas como atividades contemplativas, agilizando uma comunicação para vários públicos-alvo. Esta campanha faz parte da estratégia do Governo Regional dos Açores para a promoção interna e externa dos Açores, não apenas enquanto destino

turístico, mas também como produtor de bens e serviços de qualidade e de elevado valor ambiental.

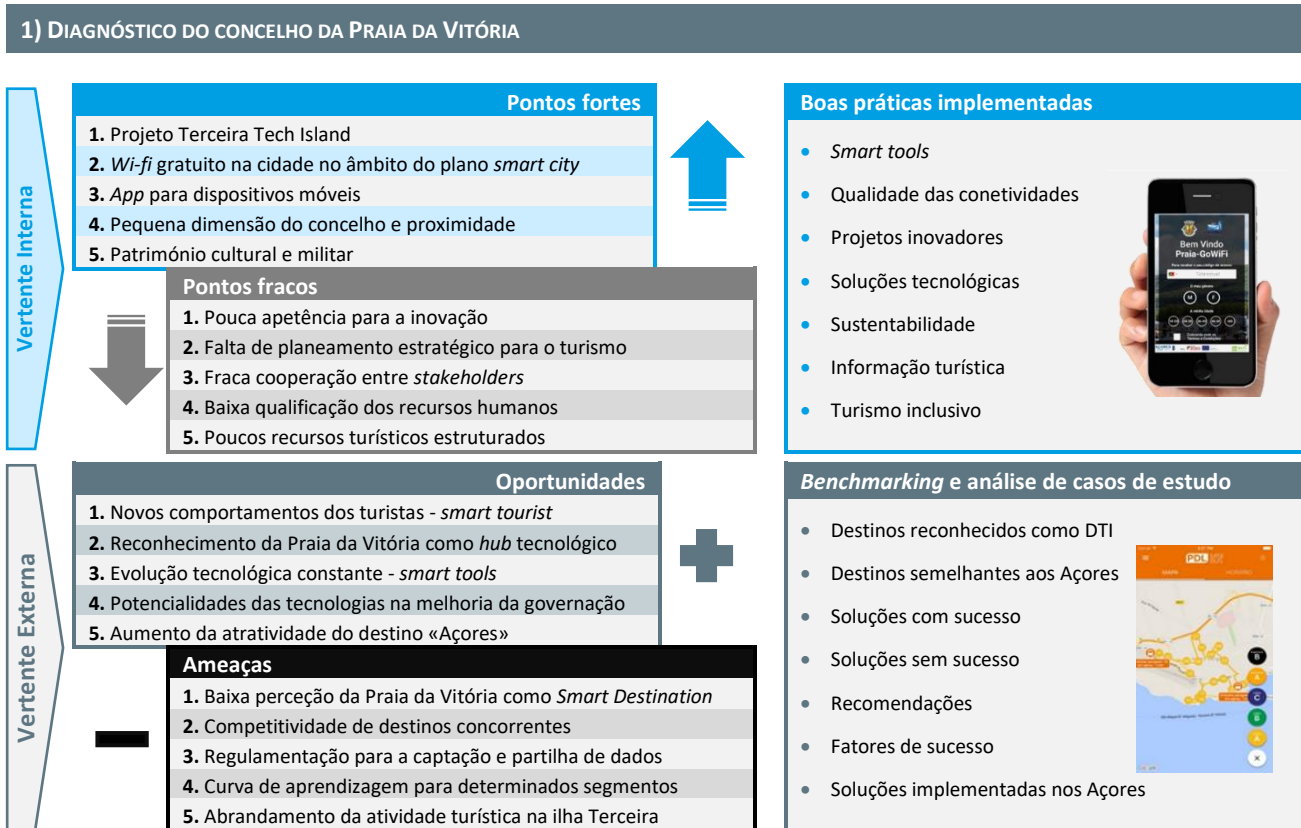
Os esforços promocionais têm sido consequentes, tanto no crescimento efetivo da procura turística, como na projeção e reconhecimento internacional dos Açores enquanto destino turístico de natureza, de aventura e sustentável. Para além dos prémios referentes à sustentabilidade do destino, são vários os destaques da imprensa internacional e as distinções com referência à excelência da qualidade das experiências, dos produtos e dos recursos turísticos da Região.

Assim sendo, seguindo as boas práticas e as recomendações feitas no estado da arte, a conversão do concelho da Praia da Vitória em Destino Turístico Inteligente não deverá suscitar o aparecimento de uma nova marca, mas sim alavancar a marca já existente para o destino «Açores». As ações a desenvolver neste concelho deverão ser delineadas segundo o posicionamento desejado para a Região Autónoma dos Açores, criando sinergias e benefícios para os gestores do destino, para todos os *stakeholders* e para os visitantes.

Adicionalmente, o atual processo de certificação dos Açores como Destino Turístico Sustentável deverá potenciar sinergias com a Entidade de Coordenação do Destino Turístico Sustentável (Açores DMO) ao nível da validação, monitorização e avaliação de medidas, de forma a desenvolver o eixo da sustentabilidade de acordo com as exigências do Global Sustainable Tourism Council, as necessidades do concelho e os preceitos de um DTI.

Tal como se apresenta na Figura 6, as fases seguintes do processo de planeamento estratégico referiram-se à identificação das áreas prioritárias de intervenção, a definição dos objetivos estratégicos para a conversão e a estruturação do plano de ação, no qual se inclui o desenho das medidas a implementar no âmbito do desenvolvimento da área-piloto **SMARTDEST**.

Figura 6 - Processo de planeamento estratégico para a conversão da Praia da Vitória em Destino Turístico Inteligente



2) COORDENAÇÃO COM A ESTRATÉGIA PARA O TURISMO DA PRAIA DA VITÓRIA E DA REGIÃO AUTÓNOMA DOS AÇORES



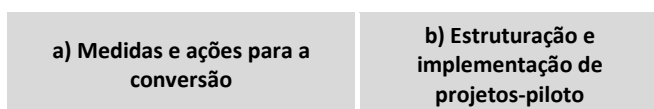
3) DEFINIÇÃO DAS ÁREAS PRIORITÁRIAS DE INTERVENÇÃO DE ACORDO COM OS EIXOS DE DESENVOLVIMENTO



4) DEFINIÇÃO DOS OBJETIVOS ESTRATÉGICOS



5) ESTRUTURAÇÃO DO PLANO DE AÇÃO



5.4. Proposta de Plano de Ação

A estruturação de um plano de ação para a conversão de um destino turístico em Destino Turístico Inteligente reveste-se de elevada complexidade. Para atingir os objetivos estratégicos definidos e os preceitos desejados, deverão ser definidas ações específicas a um determinado setor, assim como um conjunto de medidas transversais a várias áreas da governação e a vários setores de atividade socioeconómicas, exigindo, por isso, uma colaboração e cooperação de todos os *players* intervenientes.

Assim, para o processo de conversão da Praia da Vitória, importa salientar os alertas realizados pela 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 alteração 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, bem como deverá ser tomada maior 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.

Dada a complexidade inerente a todo o processo, reforça-se a necessidade de haver um acompanhamento permanente aos projetos e ações implementadas. Adicionalmente, 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.

Destaca-se, ainda, a exigência de uma forte e comprometida liderança dos órgãos de governação do destino, uma das questões mais críticas e que tem implicações diretas no seu sucesso. Apesar de não existir um modelo ótimo de liderança, visto que há casos bem-sucedidos com abordagens *bottom-up* e *top-down*, há a necessidade de haver uma liderança firme e uma governação estável para que a transição ocorra com sucesso.

Com todos estes *inputs*, é possível estruturar uma proposta de plano de ação específico para o concelho da Praia da Vitória. Seguindo as boas práticas recomendadas pela Segittur (2015), as ações e medidas foram estruturadas segundo os quatro eixos de desenvolvimento dos Destinos Turísticos Inteligentes, acrescido do âmbito da Governação, dada a sua importância capital no modelo de referência definido. Adicionalmente, é indicado em qual (ou quais) objetivo(s) estratégico(s) impacta cada ação ou medida definida. Desta forma, fica visível a relevância e adequabilidade de cada ação ou medida no cumprimento da estratégia definida.

Importa salientar que este não é um plano exaustivo e detalhado. A versão final do plano de ação deverá ser realizada após uma audição exaustiva de todos os *stakeholders*, estudando-se pormenorizadamente a viabilidade e adequação de cada ação proposta.

Eixo de Desenvolvimento	Medidas	Objetivo Estratégico
GOVERNAÇÃO  CONSTRUTO TEÓRICO DE REFERÊNCIA Definir e implementar estratégias e modelos de desenvolvimento no destino, promovendo a participação social e a colaboração público-privada	1) Elaborar o Plano Estratégico para o Desenvolvimento Turístico Inteligente da Praia da Vitória.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	2) Incorporar os princípios subjacentes a um DTI nos restantes planos municipais.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	3) Criar plataformas de colaboração público-privada entre os <i>stakeholders</i> do concelho, em articulação com o Greenteam da ilha Terceira (no âmbito da certificação dos Açores em Destino Sustentável).	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	4) Desenvolver da Administração Eletrónica na Câmara Municipal da Praia da Vitória.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	5) Formar os colaboradores da autarquia para os aspetos relacionados com Destino Turístico Inteligente.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
INOVAÇÃO  CONSTRUTO TEÓRICO DE REFERÊNCIA Incrementar o valor com base no conhecimento em todos os elos da cadeia de valor	1) Melhorar a disponibilização de informação turística digital sobre a Praia da Vitória nos principais canais institucionais (Câmara Municipal e VisitAçores).	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	2) Incrementar a interação entre os intervenientes da quadrupla hélice.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	3) Fomentar a penetração das TIC's nas empresas do setor turístico.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	4) Promover a realização de projetos de I&D em contexto empresarial em parceria com Centros de Investigação.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	5) Reforçar a qualificação dos recursos humanos das empresas do setor turístico.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
TECNOLOGIA  CONSTRUTO TEÓRICO DE REFERÊNCIA Implementar infraestruturas de informação e comunicação e ferramentas necessárias para a gestão dos destinos e empresas	1) Desenvolver a <i>sensorização</i> do concelho para melhorar a gestão turística.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	2) Criar automatismos e mecanismos para a recolha e análise de dados (<i>big data</i>).	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	3) Disponibilizar dados aos <i>stakeholders</i> (<i>open data</i>).	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	4) Criar uma plataforma <i>Smart Destination</i> para a gestão do destino.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	5) Incrementar a utilização de ferramentas tecnológicas para valorizar as experiências turísticas.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
SUSTENTABILIDADE  CONSTRUTO TEÓRICO DE REFERÊNCIA Garantir o equilíbrio entre o crescimento económico e a preservação do ambiente, da cultura e da sociedade	1) Incrementar a utilização de energias de fontes renováveis.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	2) Realizar campanhas a favor da sustentabilidade para os turistas e residentes.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	3) Melhorar a eficiência da gestão energética nos edifícios e nos espaços públicos.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	4) Aumentar a interação entre a população local e os turistas para valorizar a experiência turística e a uma atitude pró-turismo.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	5) Acompanhar a evolução da sustentabilidade através de um sistema de indicadores.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
ACESSIBILIDADES  CONSTRUTO TEÓRICO DE REFERÊNCIA Promover a liberdade de escolha a todas as pessoas sem condicionalismos ou impedimentos	1) Adaptar os transportes públicos a pessoas com mobilidade reduzida.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	2) Qualificar os recursos turísticos para acessibilidade plena a todos os turistas.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	3) Elaborar um guia turística adaptado, áudio-guias e guias de sinal.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	4) Adaptar os meios de informação turística às normas de acessibilidades (<i>website</i> , <i>app</i> e postos de informação turística).	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4
	5) Desenvolver rotas de turismo acessível, aproveitando o património cultural e militar do concelho.	OE 1 OE 2 OE 3 OE 4

6. ÁREA PILOTO SMARTDEST - POTENCIAIS SOLUÇÕES INICIAIS

Neste capítulo apresentam-se potenciais soluções iniciais para a conversão da Praia da Vitória em Destino Turístico Inteligente. Note-se que este não é um plano de ação completo, mas apenas define as ações adequadas para o desenvolvimento do projeto na área-piloto Praia da Vitória no âmbito do projeto **SMARTDEST**. As soluções identificadas resultam dos processos de diagnóstico efetuados ao concelho e à Região Autónoma dos Açores, e das sugestões apresentadas pelos participantes do *workshop*, estando de acordo com uma das recomendações mais vincadas para o processo de conversão em DTI - a colaboração entre *stakeholders* públicos e privados.

Tendo a Praia da Vitória sido selecionada para o desenvolvimento do projeto-piloto no eixo da tecnologia, foram selecionadas as soluções tecnológicas que,

atendendo às restrições orçamentais existentes, melhor se adequam à instalação e desenvolvimento de projeto piloto desta natureza. A implementação destes projetos deve ser acompanhada de um rigoroso processo de validação de resultados e melhoria dos mesmos.

6.1. Potenciais ações e medidas

Do diagnóstico efetuado e das sugestões apresentadas pelos inquiridos, foram selecionadas as 12 soluções tecnológicas que mais se adequam ao desenvolvimento do projeto-piloto no concelho da Praia da Vitória. Adicionalmente, apresenta-se, para cada projeto, um *benchmark* regional, nacional ou internacional que poderá servir de referência para a estruturação e implementação das soluções.

Projeto n.º 1		Website de informação turística	
Tipologia: Software Hardware		Eixos: Inovação Tecnologia Sustentabilidade Acessibilidade	
Necessidade		Principais funcionalidades/requisitos	
A atual secção de turismo do <i>website</i> da Câmara Municipal da Praia da Vitória carece de melhorias substanciais, uma vez que apresenta um visual desadequado e pouco apelativo. Adicionalmente, a informação sobre a oferta turística encontra-se pouco estruturada e acessível. Está apenas disponível em dois idiomas (Português e Inglês), sendo necessária adequá-la a novos padrões de qualidade.		<ul style="list-style-type: none"> • Visual inovador e apelativo; • Disponibilização da informação em mais idiomas; • Informação sobre a oferta turística atualizada, em interligação com o <i>website</i> Visit Azores; • Acessível e inclusivo; • Recolha de dados sobre os visitantes. 	
Benefícios para a <i>inteligência</i> do destino		Benchmark	
<ul style="list-style-type: none"> • Promoção do concelho enquanto destino turístico inteligente; • <i>Engagement</i> do turista na fase de planeamento da viagem; • Perfil sociodemográfico e preferências dos visitantes do <i>website</i>; • Disponibilização de informação turística em formato digital. 		<p>Website da Câmara Municipal de Porto Moniz</p> 	

Projeto n.º 2

Aplicação para dispositivos móveis

Tipologia: Software Hardware

Eixos: Inovação Tecnologia Sustentabilidade Acessibilidade

Necessidade

Apesar da aplicação Tour Praia ter informações relevantes sobre a oferta turística do concelho da Praia da Vitória, esta carece de funcionalidades que permitam tornar a aplicação numa verdadeira *smart tool*, ideal para os amantes da tecnologia. A aplicação deverá tornar-se numa ferramenta imprescindível para uma experiência única e personalizada, capaz de conectar-se com outras *smart tools* do destino.

Principais funcionalidades/requisitos

- Áudio guias para os principais recursos turísticos;
- Leitor de códigos QR;
- Localização por GPS;
- Gestão de filas de espera;
- Informação sobre a oferta turística, em interligação com os *websites* da Câmara Municipal e Visit Azores;
- Oferta turística de acordo com a proximidade (*beacons*).

Benefícios para a *inteligência* do destino

- Melhoria da experiência turística;
- Recolha de dados;
- Disponibilização de informação turística em formato digital;
- Disponibilização de informação atualizada;
- Interligação com as empresas;
- Dispersão da procura turística.

Benchmark

Aplicação da Câmara Municipal da Ribeira Grande



Projeto n.º 3

Quiosques interativos

Tipologia: Software Hardware

Eixos: Inovação Tecnologia Sustentabilidade Acessibilidade

Necessidade

Os quiosques interativos são excelentes ferramentas para melhorar o ambiente citadino e tecnológico da cidade, para além de serem ferramentas importantes para a conexão com os *gadgets* do turista (funcionando como *hotspots* e permitindo a recolha de dados), e para a disponibilização da informação turística e de outros serviços existentes. O concelho da Praia da Vitória não dispõe de quiosques interativos.

Principais funcionalidades/requisitos

- Ligação à internet;
- Ligação às redes sociais e correio eletrónico;
- Câmara fotográfica;
- Conexão aos *gadgets*;
- *Design* e grafismo apelativo, inserido no ambiente;
- Informação atualizada sobre a oferta turística e serviços.

Benefícios para a *inteligência* do destino

- Disponibilização de informação turística em formato digital;
- Disponibilização de informação atualizada;
- Interligação com as empresas;
- Fonte de receitas com publicidade;
- Ambiente inovador e tecnológico na cidade;
- Recolha de dados.

Benchmark

Cidade de Lisboa



Projeto n.º 4

Agenda cultural digital

Tipologia: **Software** Hardware

Eixos: **Inovação** Tecnologia **Sustentabilidade** Acessibilidade

<p>Necessidade</p> <p>A agenda cultural digital disponível no <i>website</i> da Câmara Municipal da Praia da Vitória, para além de estar desatualizada, não dispõe de funcionalidades básicas que permitem qualificar a experiência dos <i>smart tourists</i>. Num destino turístico com uma oferta cultural rica, cria-se uma oportunidade única para desenvolver uma agenda cultural digital para o concelho da Praia da Vitória.</p>
<p>Benefícios para a inteligência do destino</p> <ul style="list-style-type: none"> • Promoção da sustentabilidade cultural e ambiental; • Disponibilização de informação turística em formato digital; • Recolha de dados sobre as preferências dos turistas; • Aumento da procura; • Melhoria da imagem do destino; • Gestão da oferta turística cultural.

<p>Principais funcionalidades/requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Área restrita aos promotores dos eventos; • Informações sobre o evento (descrição, horário e imagens); • Compra de bilhetes <i>online</i>; • Emissão e leitura de bilhetes eletrónicos; • Notificações sobre os eventos; • Criação de agenda individual com eventos desejados.
<p>Benchmark</p> <p>App Agenda Cascais</p> 


Projeto n.º 5

Rotas turísticas com recurso a códigos QR

Tipologia: **Software** Hardware

Eixos: **Inovação** Tecnologia **Sustentabilidade** Acessibilidade

<p>Necessidade</p> <p>O diagnóstico efetuado ao concelho da Praia da Vitória evidenciou, por um lado, o fraco aproveitamento da história e do património cultural local para qualificar a oferta turística cultural e, por outro, o potencial que estes têm para criar um produto turístico diferenciador dentro da Região Autónoma dos Açores, com recurso às novas tecnologias e ao <i>storytelling</i>, aliado ainda aos princípios da sustentabilidade ambiental e turística.</p>
<p>Benefícios para a inteligência do destino</p> <ul style="list-style-type: none"> • Qualificação da oferta turística cultural; • Valorização da história e do património local; • Sustentabilidade cultural, ambiental e socioeconómica; • Recolha de dados sobre o perfil do turista; • Melhoria da experiência turística; • Valorização da imagem do destino (cultural e tecnológico).

<p>Principais funcionalidades/requisitos</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ligação ao <i>website</i> da Câmara Municipal e ao Visit Azores; • Áudio-guias; • Recurso ao <i>storytelling</i>; • Estruturas físicas adequadas ao ambiente envolvente; • Possibilidade de recorrer à realidade aumentada; • Articulação com a equipa de gestão de produtos e recursos turísticos da Direção Regional do Turismo.
<p>Benchmark</p> <p>Projeto Torres Code (Torres Novas)</p> 

Projeto n.º 6

Aplicação de turismo cultural com recurso à realidade aumentada

Tipologia: Software Hardware

Eixos: Inovação Tecnologia Sustentabilidade Acessibilidade

Necessidade

A riqueza do património cultural e o contexto histórico do concelho da Praia da Vitória são recursos endógenos muito relevantes para posicionar a Praia da Vitória como um destino turístico cultural. Assim, estes deverão ser aproveitados para desenvolver uma aplicação para dispositivos móveis que incorpore recursos tecnológicos inovadores, como é o caso da realidade aumentada.

Principais funcionalidades/requisitos

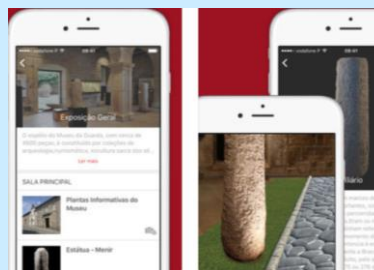
- Interligação com os *websites* institucionais;
- *Storytelling*;
- Informação sobre a história e o património cultural;
- Incorporação de recursos multimédia;
- Articulação com a equipa de gestão de produtos e recursos turísticos da Direção Regional do Turismo.

Benefícios para a *inteligência* do destino

- Valorização da oferta turística cultural;
- Melhoria da experiência dos *smart tourists*;
- Recolha de dados sobre os turistas;
- Ordenamento da oferta turística;
- Sustentabilidade cultural;
- Valorização da imagem do destino (cultural e tecnológico).

Benchmark

Aplicação do Museu da Guarda



Projeto n.º 7

Menus digitais para restaurantes

Tipologia: Software Hardware

Eixos: Inovação Tecnologia Sustentabilidade Acessibilidade

Necessidade

O diagnóstico efetuado à Região Autónoma dos Açores e ao concelho da Praia da Vitória demonstram que o setor da restauração é um dos que carece maior intervenção estrutural, quer em termos de inovação e diferenciação, quer em termos de qualidade do serviço. A adoção de menus digitais nos restaurantes é uma solução atrativa para diferenciar e valorizar o serviço prestado.

Principais funcionalidades/requisitos

- Visualização do menu com fotografias;
- Escolha da ementa;
- Pagamento com recurso a QR Code ou Contactless;
- Encomenda ou reserva de refeições;
- Informação calórica e sobre os ingredientes;
- Utilização nos *tablets* do restaurante ou dos clientes.

Benefícios para a *inteligência* do destino

- Valorização do concelho como destino turístico inteligente;
- Recolha de dados sobre os consumidores e o setor da restauração;
- Valorização do setor da restauração;
- Melhoria da qualidade do serviço;
- Sustentabilidade ambiental (redução do uso de papel).

Benchmark

Restaurante Paladares da Quinta (Lagoa)



Projeto n.º 8

Aplicação para os transportes públicos citadinos

Tipologia: **Software** **Hardware**

Eixos: **Inovação** **Tecnologia** **Sustentabilidade** **Acessibilidade**

Necessidade

Em termos de serviços de apoio, os transportes públicos também geram um consenso sobre a necessidade de qualificar este serviço. Dispondo a cidade da Praia da Vitória de um serviço de transportes públicos citadinos, a criação de uma aplicação para dispositivos móveis mostra-se relevante para que os seus utilizadores possam ter conhecimento, em tempo real, do posicionamento e dos tempos de espera.

Principais funcionalidades/requisitos

- Disponibilização dos tempos de espera;
- Visualização do posicionamento dos autocarros em tempo real;
- Informação sobre as rotas;
- Ligação com a *app* turística para mostrar informações dos recursos e serviços nas proximidades.

Benefícios para a inteligência do destino

- Valorização dos serviços de transporte público;
- Redução dos tempos de espera;
- Redução da insatisfação dos utilizadores;
- Redução do número de veículos a circular na cidade;
- Qualificação da experiência turística;
- Valorização do concelho como destino turístico inteligente.

Benchmark

App PDL Minibus (Ponta Delgada)



Projeto n.º 9

Sensorização da cidade

Tipologia: **Software** **Hardware**

Eixos: **Inovação** **Tecnologia** **Sustentabilidade** **Acessibilidade**

Necessidade

A *sensorização* de um destino turístico é um processo crucial para a conversão em destino turístico inteligente. Permite a recolha e o processamento de dados para uma gestão eficiente e eficaz dos vários serviços e recursos públicos do destino (i.e., a criação de *inteligência*), como é o caso dos resíduos, dos transportes públicos, da água, do tráfego e da eletricidade, e para as tomadas de decisões racionais.

Principais funcionalidades/requisitos

- Recolha de dados automática;
- Processamento de dados;
- Ações racionais com base na informação processada;
- *Dashboard* com a performance dos serviços;
- Impacto no desempenho económico e sustentável do município.

Benefícios para a inteligência do destino

- Gestão eficiente e eficaz dos recursos públicos;
- Tomadas de decisões racionais;
- Diminuição dos gastos;
- Fomento da sustentabilidade;
- Desenvolvimento sustentável;
- Aumento da satisfação dos residentes e turistas.

Benchmark

Contentores de resíduos em Lisboa




Projeto n.º 10

Beacons na cidade

Tipologia: Software Hardware

Eixos: Inovação Tecnologia Sustentabilidade Acessibilidade

Necessidade
Os <i>beacons</i> são dispositivos que permitem transmitir e recolher dados dos <i>smartphones</i> dos turistas. Em interligação com a <i>app</i> do destino, são muito relevantes para oferecer uma experiência turística personalizada, permitindo que, consoante a localização e a preferência dos turistas, sejam transmitidas a oferta turística nas proximidades, promoções ou produtos favoritos disponíveis.
Benefícios para a inteligência do destino
<ul style="list-style-type: none"> • Personalização da experiência turística; • Conhecimento do perfil do turista; • Aumento do consumo pelos produtos locais; • Promoção dos recursos turísticos mais distantes do centro urbano; • Melhoria da imagem do destino.

Principais funcionalidades/requisitos
<ul style="list-style-type: none"> • Interligação com a <i>app</i> e <i>website</i> da Praia da Vitória; • Transmissão de informação para os dispositivos móveis; • Recolha de dados; • Possibilidade de efetuar pagamentos; • Navegação sem recurso a GPS; • Área restrita a comerciantes.
Benchmark
Jacksonville (Flórida, EUA)



Projeto n.º 11

Mapeamento dos fluxos turísticos

Tipologia: Software Hardware

Eixos: Inovação Tecnologia Sustentabilidade Acessibilidade

Necessidade
Uma das principais vantagens claramente identificadas dos destinos turísticos inteligentes é a sua capacidade que têm para conhecer aprofundadamente os fluxos turísticos e, desta forma, tomar decisões racionais para reajustar os mesmos às necessidades do destino. Com recurso ao <i>big data</i> recolhido dos <i>gadgets</i> , dos sensores e dos <i>beacons</i> instalados, será possível mapear os fluxos turísticos na Praia da Vitória.
Benefícios para a inteligência do destino
<ul style="list-style-type: none"> • Conhecimento dos fluxos turísticos do concelho; • Conhecimento do perfil do turista; • Planeamento e ordenamento turístico do destino; • Gestão e preservação dos recursos turísticos; • Desenvolvimento sustentável; • Melhoria da imagem do destino.

Principais funcionalidades/requisitos
<ul style="list-style-type: none"> • Recolha de dados dos <i>gadgets</i> dos turistas, dos sensores e dos <i>beacons</i>; • Mapa com os fluxos turísticos em tempo real; • Tratamento de dados e produção de <i>outputs</i> por zonas e recursos; • <i>Dashboard</i> com os principais indicadores.
Benchmark
Cidade de Como


Projeto n.º 12

Posto de turismo tecnológico e digital

Tipologia: **Software** **Hardware**

Eixos: **Inovação** **Tecnologia** **Sustentabilidade** **Acessibilidade**

Necessidade

Os postos de turismo são estruturas fundamentais para disponibilizar informação turística de qualidade e em vários idiomas aos visitantes do concelho. Tal como defende a Invat.tur (2015), os postos de turismo de um destino turístico inteligente devem estar equipados com ferramentas tecnológicas que permitem disponibilizar informação de qualidade, recolher dados e alugar *smart tools*, assim como dispor de uma imagem inovadora.

Principais funcionalidades/requisitos

- Imagem/design inovador;
- Inclusão de *smart tools* (quiosques, áudio-guias, etc.);
- Em articulação com a Direção Regional do Turismo e com o projeto para a renovação dos postos de turismo dos Açores;
- Informação sobre o destino disponível em várias línguas;
- Informação acessível para todos;
- Recolha automatizada de dados sobre os turistas.

Benefícios para a inteligência do destino

- Valorização do concelho como destino turístico inteligente;
- Presença de *smart tools* no destino;
- Mais e melhor informação disponível sobre o destino;
- Qualificação da experiência turística;
- Melhoria da imagem do destino;
- Aumento da satisfação dos turistas.

Benchmark

Lojas interativas do Turismo do Porto e Norte de Portugal



6.2. Empresas relevantes

Neste subcapítulo apresentam-se potenciais fornecedores para as soluções tecnológicas sugeridas para os procedimentos de contratação pública, os quais foram contactados no âmbito da consulta ao mercado. Nesta listagem encontram-se empresas da ilha Terceira e empresas de outras ilhas dos Açores especializadas na área das tecnologias de informação e comunicação. Para cada uma das empresas, para além dos contactos e da morada, apresentam-se os principais produtos e serviços e os trabalhos mais relevantes já desenvolvidos.

Para o processo de seleção e convite às empresas, deverão ser tidas em consideração as áreas de especialização de cada uma delas e a sua adequabilidade a cada uma das ações (desenvolvimento de *software* ou *hardware*, design, fornecimento de equipamento informático ou outros equipamentos tecnológicos ou montagem e instalação de equipamentos).



Via Oceânica

Produtos e serviços oferecidos:

Web design
 Aplicações para dispositivos móveis
 Desenvolvimento *web*
 Design gráfico

Trabalhos desenvolvidos:

App PROCIV Açores, Azoris e Uma Aventura na Ilha das Palavras
 Website para o Restaurante Pires Grill, Unoffice, Labjovem e Promotora

Localização:

Rua Dr. Alfredo Silva Sampaio, 38 R/C
 9700-013 Angra do Heroísmo

Contactos:

Gerente: Décio Toste
Telefone: 295 215 601
E-mail: geral@viaoceanica.com
Website: www.viaoceanica.com



Netspin

Produtos e serviços oferecidos:

Web design e e-commerce

Trabalhos desenvolvidos:

Website para a Lactaçores, Clínica Dentária Alexandrino Cardoso, Ilha9 e Via Livre

Localização:

Rua do Marquês, 14
 9700-157 Angra do Heroísmo

Contactos:

Gerente: Frederico Duarte
Telefone: 296 281 155 / 929 129 634
E-mail: geral@netspin.pt
Website: www.netspin.pt



Weba

Produtos e serviços oferecidos:

Gestão de redes e servidores
 Desenvolvimento de *software*

Localização:

Atalaia, 11-Esq
 9700-416 Angra do Heroísmo

Contactos:

Gerentes: Cátia Oliveira / Paulo Vaz

Telefone: 295 206 206

E-mail: info@weba.pt

Website: www.weba.pt



Lavaimagem

Produtos e serviços oferecidos:

Web design
 Aplicações para dispositivos móveis

Trabalhos desenvolvidos:

Website, aplicação para dispositivos móveis e *e-ticket* para as Festas da Madalena

Website, plataforma e *cloud applications* para a DREQP

Website e aplicação para dispositivos móveis para a Rádio Pico

Localização:

Rua do Moinho, 7
 9940-335 São Roque do Pico

Contactos:

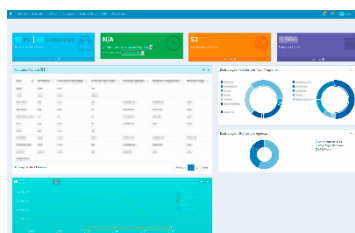
Gerente: Rui Pedro Veríssimo

Telefone: 292 642 161

E-mail: geral@lavaimagem.com

Website: www.lavaimagem.com

LAVAIMAGEM
 WEB & BRANDS
 AGENCY



AcoresPro

Produtos e serviços oferecidos:

Web design

Aplicações para dispositivos móveis

Multimédia

Trabalhos desenvolvidos:

Responsive website para a Unileite, Yoçor, Portas do Mar, entre outros

App para a Lotaçor e Câmara Municipal de Ponta Delgada

Localização:

Rua de São Gonçalo, 203, 4º. Frente

9500-343 Ponta Delgada

Contactos:

Gerentes: Marco Ferreira / Filipe Raposo

Telefone: 296 684 900 / 916 636 504

E-mail: geral@acorespro.com

Website: www.acorespro.pt



Zona de Ideias

Produtos e serviços oferecidos:

Web design

Aplicações para dispositivos móveis

Multimédia

Trabalhos desenvolvidos:

Responsive website para a Prevenção Rodoviária Açoreana

App para a Casas Açorianas

Localização:

Rua Ernesto do Canto, 54, R/C

9500-312 Ponta Delgada

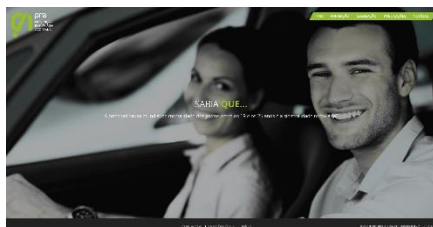
Contactos:

Gerente: Luís Oliveira

Telefone: 296 308 600 / 296 308 609

E-mail: geral@zonadeideias.pt

Website: www.zonadeideias.pt



WeandYou Media

Produtos e serviços oferecidos:

Web design

Trabalhos desenvolvidos:

Website para o Espaço Riso

Localização:

Avenida Infante D. Henrique, 71 - 1º, Porta 116
9504-529 Ponta Delgada (São Pedro)

Contactos:

Gerente: Luís Gonçalo Pimentel

Telefone: 935 647 842

E-mail: info@weandyou.pt

Website: www.weandyou.pt



4D Produções

Produtos e serviços oferecidos:

Web design

Aplicações para dispositivos móveis

Multimédia

Trabalhos desenvolvidos:

Website para a Poça da Dona Beija, Tunídeos e Serralharia Outeiro

App Turismo Militar

Localização:

Rua Rainha D. Amélia, 5, Livramento
9500-606 Ponta Delgada

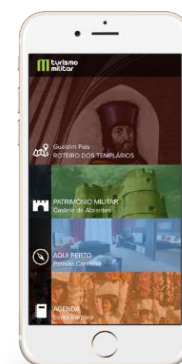
Contactos:

Gerentes: João Pedro Ponte

Telefone: 296 703 254

E-mail: geral@4dproducoes.com

Website: www.4dproducoes.pt



Açores no Coração

Produtos e serviços oferecidos:

Web design

Trabalhos desenvolvidos:

Website e imagem corporativa para a Malditus, Casa Senhora do Rosário e Quinta das Candeias

Localização:

Rua Vigário Geral, 7, R/C Direito

9500-443 Ponta Delgada

Contactos:

Gerente: João Paulo Santos

Telefone: 296 382 758 / 919 581 467

E-mail: geral@acoresnocoracao.pt

Website: www.acoresnocoracao.pt



Web Azores

Produtos e serviços oferecidos:

Web design

Trabalhos desenvolvidos:

Website para a Happy Words, Ana Mécia Design e CGlow Cosmetics

Projeto Linuxando.com

Localização:

Ponta Delgada

Contactos:

Gerente: André Ruela

Telefone: 967 304 006 / 912 889 464

E-mail: geral@webazores.pt

Website: www.webazores.pt



Azores Lab

Produtos e serviços oferecidos:

Web design

Aplicações para dispositivos móveis

Trabalhos desenvolvidos:

Responsive website para a Associação Agrícola de São Miguel, Paladares da Quinta e Azores Golf Islands

App para a Associação Agrícola de São Miguel

Localização:

Lomba da Bica, 31, Ajuda da Bretanha

9545-021 Ponta Delgada

Contactos:

Gerente: Rúben Medeiros

Telefone: 919 871 924

E-mail: azoreslab@gmail.com

Website: www.azoreslab.com



Cubo & BeeBrand

Produtos e serviços oferecidos:

Web design

Trabalhos desenvolvidos:

Website para a Pérola da Ilha e Chá da Gorreana

Localização:

Rua de Santa Catarina, 51 A

9500-240 Ponta Delgada

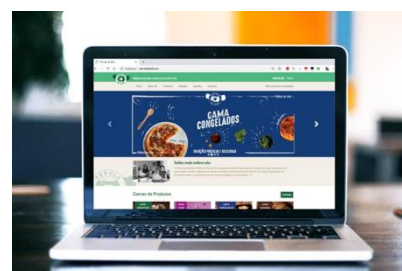
Contactos:

Gerente: Hugo Santos / Nuno Melo

Telefone: 296 281 155 / 929 129 634

E-mail: hugo.santos@cbb.com.pt / nuno.melo@cbb.com.pt

Website: www.cbb.com.pt



Globaleda

Produtos e serviços oferecidos:

Web design, multimédia, design gráfico e 3D

Administração de sistemas

Desenvolvimento aplicacional (sistemas físicos, bases de dados, plataformas de software)

Desenho e implementação de redes

Recolha de dados (sensores)

Trabalhos desenvolvidos:

Rede digital terrestre para a Câmara Municipal de Ponta Delgada

Website para a Associação de Atletismo de São Miguel

Localização:

Rua Eng.º José Cordeiro, n.º 6

9504-535 Ponta Delgada

Contactos:

Presidente do Conselho de Administração: Maria do Carmo Martins

Telefone: 296 202 527 / 296 628 073

E-mail: globaleda@globaleda.pt

Website: www.globaleda.pt



Cybermap

Produtos e serviços oferecidos:

Web design e e-commerce

Aplicações para dispositivos móveis

Multimédia

Sistemas de informação

Sistemas de informação geográfica (SIG)

Trabalhos desenvolvidos:

App Carnaval Terceira, CIVISA, Azores Airlines e Correio dos Açores

Localização:

Rua da Tecnologia K - Épsilon, 2 (Nonagon)

9560-421 Lagoa

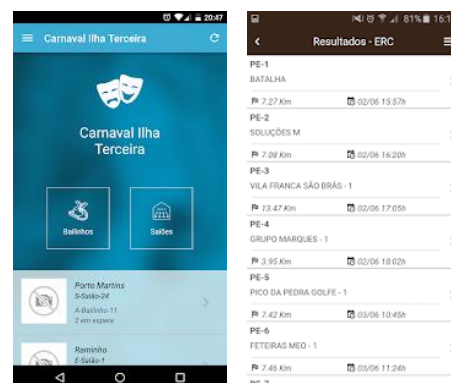
Contactos:

Gerente: Luís Melo

Telefone: 296 629 805

E-mail: comercial@cybermap.eu

Website: www.cybermap.eu



Cereal Games

Produtos e serviços oferecidos:

Desenvolvimento de *software*

Desenvolvimento *web*

Aplicações informáticas

Trabalhos desenvolvidos:

Website do projeto NaTOUREza para a Fundo de Maneio

App NaTOUREza para a Fundo de Maneio

Localização:

Rua da Tecnologia K - Épsilon, 2 (Nonagon)

9560-421 Lagoa

Contactos:

Gerente: Lázaro Raposo

Telefone: 966 470 846

E-mail: info@cerealgames.net

Website: www.cerealgames.net



Tetrapi Creative Solutions

Produtos e serviços oferecidos:

Desenvolvimento aplicacional

Design multimédia

Trabalhos desenvolvidos:

App PDL Minibus para a Câmara Municipal de Ponta Delgada

Sistema de gestão para a Associação de Socorros Mútuos de Ponta Delgada

Gestão de conteúdos e *apps* para a delegação de Israel do UNCHR

Localização:

Rua da Tecnologia K - Épsilon, 2 (Nonagon)

9560-421 Lagoa

Contactos:

Presidente do Conselho de Administração: João António Correia

Telefone: 912 241 597

E-mail: creative@tetrapi.pt

Website: http://creative.tetrapi.pt



Morfose

Produtos e serviços oferecidos:

Sistemas de informação
Desenvolvimento *web*

Trabalhos desenvolvidos:

Website para os Amigos dos Açores, Advantage Reisen e Azores for All
Sistema de reservas para a Magical Spots Azores, Quinta da Tília e Praia dos Santos
Sistema de gestão para a Meka Center, Marques e Advantage Reisen

Localização:

Rua da Misericórdia, 450 - 1º Piso
9500-335 Ponta Delgada

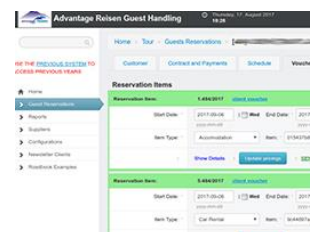
Contactos:

Gerente: Duarte Vieira

Telefone: 296 384 408

E-mail: geral@morfose.net

Website: www.morfose.net



Native Pixel Solutions

Produtos e serviços oferecidos:

Web design
Aplicações para dispositivos móveis
Design

Trabalhos desenvolvidos:

App para a Monbike
Website para a Casas da Fajã, A Cigarra Natur e House Andrade

Localização:

Avenida Dom João III, 33 S1
9500-789 Ponta Delgada

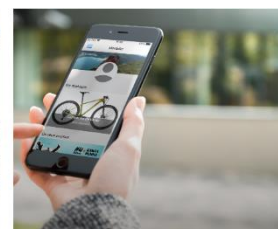
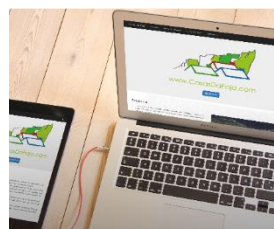
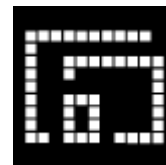
Contactos:

Gerente: Nuno Cristiano Bem

Telefone: 296 107 000 / 961 608 994

E-mail: info@nativepixel.solutions

Website: http://nativepixel.solutions



Control Alt Delete

Produtos e serviços oferecidos:

Fornecimento de *hardware*

Desenvolvimento *web*

Trabalhos desenvolvidos:

Website para a Atlântico Vila Eventos, Totalima e Clínica Veterinária de Vila Franca do Campo

Localização:

Rua da Palma, 26

9680-128 Vila Franca do Campo

Contactos:

Gerente: Pedro Miguel Lima

Telefone: 914 398 283

E-mail: geral@controlaltdelete.pt

Website: www.controlaltdelete.pt






Multic

Produtos e serviços oferecidos:

Plataformas com soluções informáticas

Web design

Aplicações para dispositivos móveis

Trabalhos desenvolvidos:

Apps Guia Turístico e Cultural da Ribeira Grande e Ribeira Grande II

Quiosques interativos na cidade da Ribeira Grande e na Direção Regional do Emprego e Qualificação Profissional

Localização:

Rua da Tecnologia K - Épsilon, 2 (Nonagon)

9560-421 Lagoa

Contactos:

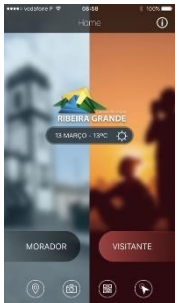
Gerente: Gonçalo Almeida

Telefone: 296 249 425 / 962 812 756

E-mail: geral@multic.pt

Website: www.multic.pt



Custom Project

Produtos e serviços oferecidos:

User Experience Design

User Interface

Trabalhos desenvolvidos:

Design e desenvolvimento do website da Global Living

Design do website AzoresAirlines StopOver

Localização:

Rua da Tecnologia K - Épsilon, 2 (Nonagon)

9560-421 Lagoa

Contactos:

Gerente: Heloísa Cerqueira

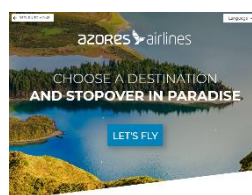
Telefone: 296 249 400

E-mail: geral@customproject.pt

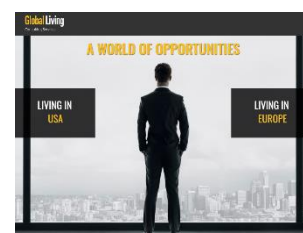
Website: www.customproject.pt

CUSTOM

PROJECT



WHAT IS STOPOVER?



6.3. Soluções a implementar

Uma vez que existem restrições orçamentais no âmbito do projeto **SMARTDEST**, foi realizada uma consulta ao mercado regional para quantificar o custo com a implementação de cada uma das 12 soluções tecnológicas estruturadas. Neste sentido, foi elaborado um convite para colaboração, onde se apresentou o enquadramento do projeto, o objetivo da consulta e as informações a recolher, salientando-se que as informações recolhidas não tinham carácter vinculativo e que apenas serviriam para uma análise mais pormenorizada ao potencial e ao custo de implementação de cada uma das soluções.

Foram convidadas 22 empresas regionais, 3 das quais sedeadas na ilha Terceira, 1 na ilha do Pico e as restantes na ilha de São Miguel, a 9 de julho de 2019. Das 22 empresas convidadas, 14 responderam ao convite, permitindo a recolha de informação para todas as soluções estruturadas de um considerável número de empresas.

Após a análise à informação recolhida das empresas que responderam à consulta de mercado, e de acordo com as verbas disponíveis, foram selecionadas 2 soluções para serem efetivamente implementadas no concelho da Praia da Vitória, a saber:

- **Projeto n.º 1:** *Website* de informação turística;
- **Projeto n.º 5:** Rotas turísticas com recurso a códigos QR.

Estas soluções foram selecionadas de acordo com o custo estimado para o seu desenvolvimento (nas fichas dos projetos do Anexo I indica-se o custo estimado para o desenvolvimento de cada uma das soluções), as necessidades do concelho da Praia de Vitória, a capacidade para gerar, recolher e analisar dados para uma melhor gestão do destino, as sinergias capazes de serem geradas entre as soluções e os benefícios para a

qualificação da oferta turística e para a melhoria da informação disponível sobre o destino.

O *website* de informação turística é de imensa importância para a fase de *engagement* e planeamento da viagem por parte do turista. Deve, por isso, ter um visual inovador, apelativo e que apresente, de forma inequívoca, o posicionamento desejado para o destino. A informação sobre a oferta turística do destino deve estar constantemente atualizada e disponível em vários idiomas. Adicionalmente, deverá permitir a criação de uma área individual, permitindo ações como a criação de uma agenda personalizada. Deve ter em consideração os aspetos relacionados com as acessibilidades, cumprindo com as normas em vigor sobre a temática. Por fim, o *website* deve recolher dados sobre os seus utilizadores, permitindo aos gestores do destino ter mais informações sobre o perfil do visitante do *website* como a nacionalidade, páginas mais e menos visitadas, tempo médio dispendido em cada páginas, entre outros indicadores relevantes.

As rotas turísticas com recurso a códigos QR permitirão uma qualificação à oferta turística e, por isso, com impactos óbvios na fase de estadia do turista do destino. Permitirá dar a conhecer a história e o património cultural do concelho, com ênfase no património militar existente e o seu contexto histórico. O *storytelling* deve, por isso, ser um recurso a explorar neste projeto. Também os áudio-guias e a realidade aumentada poderão ser recursos a explorar. As estruturas físicas a instalar nos recursos turísticos devem ter um visual inovador, apelativo, enquadrado no posicionamento e na imagem de marca do destino. Através de um leitor QR instalado no *smartphone* ou no *tablet* do visitante, este lê o código presente nos recursos turísticos do destino e é reencaminhado para o *website* renovado do concelho da Praia da Vitória, onde haverá secções específicas com informação para cada rota turística a ser criada.

6.4. Indicações para o caderno de encargos

Dado o âmbito do projeto **SMARTDEST** (projeto de I&D cofinanciado por fundos comunitários), a complexidade técnica das soluções a desenvolver e as limitações orçamentais existentes, devem ser vertidas no caderno de encargos um conjunto de indicações específicas para esclarecer as entidades consultadas sobre o contexto da prestação de serviços ou do fornecimento de produtos e as regras que deverão ser cumpridas, para além de regras de cariz mais genéricas já exigidas pelo Código de Contratação Pública e pelo próprio FRCT.

Especificamente, é essencial que o caderno de encargos contenha as seguintes indicações:

1. Descrição do serviço ou produto e funcionalidades/requisitos básicos a cumprir, conforme o ponto 6.1. deste documento;
2. Obrigação de celebração de um acordo com um centro de investigação para o desenvolvimento solução, o qual deverá ser indicado no documento da proposta;
3. O acordo a celebrar entre a empresa e o centro de investigação deverá traduzir-se numa transferência de conhecimento entre a vertente científica e a vertente empresarial;
4. Minuta do acordo a celebrar entre a empresa e o centro de investigação, o qual deverá ser celebrado após a adjudicação e devidamente comprovado pelo Fundo Regional para a Ciência e Tecnologia (FRCT);
5. Indicação explícita, justificada e argumentada de que o valor a conceder pelo produto ou serviço, embora revestido na forma de contratualização de um serviço ou fornecimento de produtos, é um apoio à investigação e desenvolvimento de novas soluções tecnológicas por parte da empresa;
6. Indicação de que a empresa ficará com a propriedade intelectual da solução desenvolvida e com o direito de a comercializar no mercado, nomeadamente a outros municípios açorianos;
7. O FRCT compromete-se a divulgar e a publicitar as empresas que desenvolverem as soluções em apresentações públicas, em documentos redigidos no âmbito do projeto e em contactos com outros parceiros;
8. Deverão ser cumpridas as regras de publicitação dos apoios concedidos por fundos comunitários na solução a fornecer ao FRCT (menção ao projeto SMARTDEST, aprovado pelo Programa de Cooperação INTERREG V-A Espanha-Portugal MAC e cofinanciado pelo FEDER e utilização de logoss);
9. A proposta da empresa deve conter, para além do preço a que se dispõe a desenvolver o produto ou serviço e prazos de entrega, as funcionalidades e requisitos técnicos das soluções a desenvolver e o impacto na promoção da *inteligência* no concelho da Praia da Vitória;
10. A empresa compromete-se a prestar apoio técnico ao FRCT durante a fase de desenvolvimento do projeto-piloto.



7. CONSIDERAÇÕES FINAIS

A Proposta de Estratégia de Conversão em Destino Turístico Inteligente: Praia da Vitória, ilha Terceira incluiu um elevado número de *inputs* e uma metodologia baseada nas melhores práticas técnico-científicas. Incluiu a análise documental, a interpretação de dados estatísticos e a recolha de informação junto de agentes económicos e políticos, com elevado grau de conhecimento da realidade local.

A fase de diagnóstico evidenciou que a Praia da Vitória já possui algum grau de maturidade, principalmente no que se refere ao eixo da sustentabilidade. Por outro lado, o eixo da inovação é aquele que apresenta menor grau de maturidade e maiores entraves ao seu desenvolvimento, não obstante os resultados já verificados pela implementação do projeto Terceira Tech Island. No que se refere ao eixo da tecnologia, nota-se que já existe algum trabalho efetuado, em termos de *websites*, aplicações para dispositivos móveis, serviços *online* e disponibilização gratuita de *wi-fi*, mas ainda carecem de ações mais estruturais, capazes de, por um lado, fomentar uma experiência turística com maior valor acrescentado em todas as fases da viagem, e, por outro, recolher e analisar dados para uma gestão do destino mais *inteligente*.

O concelho da Praia da Vitória possui condições muito favoráveis para o desenvolvimento do projeto-piloto. Note-se que o desenvolvimento do setor turístico e da implementação de TIC na gestão do destino e nas experiências turísticas são objetivos definidos para a Região Autónoma dos Açores (explanado, por exemplo, no documento da RIS3 Açores) e para a ilha Terceira (como explanado no Plano de Revitalização Económica da Ilha Terceira que originou, por exemplo, a criação do projeto Terceira Tech Island). Adicionalmente, o concelho da Praia da Vitória dispõe de recursos turísticos de

excelência, quer em termos naturais, quer em termos culturais, o que resultou na definição do Turismo de Natureza e do Turismo Cultural como produtos turísticos estratégicos, complementados, ainda, com produtos como o Sol e Mar e o Turismo Náutico.

A conjugação do processo de diagnóstico com a definição de Destino Turístico Inteligente e com as estratégias já delineadas para a Região Autónoma dos Açores, para a ilha Terceira e para o concelho da Praia da Vitória resultou na definição de 4 objetivos estratégicos, que deverão orientar a atuação dos *stakeholders* para o processo de conversão da Praia da Vitória em Destino Turístico Inteligente. Estes objetivos estratégicos permitirão orientar a atuação dos *stakeholders* no desenvolvimento do projeto-piloto, rumo a um ambiente tecnológico e inovador, aliado aos princípios da sustentabilidade e acessível para todos.

Foram estruturadas 12 soluções a implementar no concelho da Praia da Vitória que, de acordo com as orientações dadas para o desenvolvimento do projeto-piloto e com as restrições orçamentais do próprio projeto, estão todas relacionadas com o desenvolvimento do eixo da tecnologia (quer em termos de *software*, quer em termos de *hardware*), não obstante a sua ligação simultânea a um ou mais dos restantes eixos de desenvolvimento propostos pela Segittur (2015). Estas soluções permitem, não apenas uma experiência turística de maior valor para os turistas (cada vez mais digitais e tecnológicos), mas também uma gestão mais eficaz e eficiente dos recursos turísticos e dos bens públicos. Por fim, identificaram-se 21 empresas regionais capazes de desenvolver as soluções tecnológicas propostas, assim como foram apresentadas indicações importantes a constar no caderno de encargos para a contratualização dos seus serviços.

8. DOCUMENTAÇÃO DE REFERÊNCIA

- AGESPI (2013). *Plano Estratégico de Desenvolvimento da Ilha Terceira. Fase 1: Diagnóstico e Concepção da Estratégia de Desenvolvimento*. Aprovado pela Assembleia Municipal de Angra do Heroísmo em fevereiro de 2015. Obtido de <http://www.cmah.pt/fotos/documentos/1424374822.pdf>
- Bloom Consulting (2019). *Portugal City Brand Ranking. Municípios Portugueses*. Madrid: Bloom Consulting. Obtido de https://www.bloom-consulting.com/pdf/rankings/Bloom_Consulting_City_Brand_Ranking_Portugal.pdf
- 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
- Carayannis, G. e Campbell, D. (2009). 'Mode 3' and 'Quadruple Helix': toward a 21st century fractal innovation ecosystem". *International Journal of Technology Management*, 46 (3/4), 201-234. doi:10.1504/IJTM.2009.023374
- Carayannis, G., Barth, T., e Campbell, D. (2012). The Quintuple Helix innovation model: global warming as a challenge and driver for innovation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 1: 2. doi:10.1186/2192-5372-1-2
- Direção Regional do Turismo (2019). *Revisão do Programa de Ordenamento Turístico da Região Autónoma dos Açores*. Relatório POTRAA Intermédio. Versão Consulta Pública.
- Etzkowitz, H. e Leydesdorff, L. (1995). *The Triple Helix - University-Industry-Government Relations: A Laboratory for Knowledge Based Economic Development*. Rochester.
- EY (2016). *Global hospitality insights - Top thoughts for 2016*. EYGM Limited. Obtido de [https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-hospitality-insights/\\$FILE/EY-global-hospitality-insights-2016.pdf](https://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/EY-global-hospitality-insights/$FILE/EY-global-hospitality-insights-2016.pdf)
- Fundo de Maneio (2018). *Açores: Guia do investidor para o turismo sustentável*. Lisboa: Fundação Luso-Americana para o Desenvolvimento.
- Fundo de Maneio e Observatório do Turismo dos Açores (2018). *Proposta de Plano para Tornar os Açores num Destino Turístico Inteligente - Diagnóstico*. Elaborado para o Fundo Regional para a Ciência e Tecnologia.
- Governo Regional dos Açores (2015). *Plano de Revitalização Económica da Ilha Terceira*. Açores: Governo Regional dos Açores. Obtido de http://www.ccah.eu/fotos/gestao_incentivos/91423765215.pdf
- 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. Obtido de <https://www.thinktur.org/media/Manual-de-destinos-tur%C3%ADsticos-inteligentes.pdf>
- IPDT (2016). *Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores*. Elaborado para o Governo Regional dos Açores. Obtido de http://www.azores.gov.pt/PortalAzoresgov/external/portal/misc/PEM_ACORES2.pdf
- Lorenzini, E., Calzati, V. & Giudici, P. (2011). Territorial brands for tourism development: A statistical analysis

- on the Marche region. *Annals of Tourism Research*, 38(2), 540-560. doi: 10.1016/j.annals.2010.10.008
- Município da Praia da Vitória (2015). *Plano Estratégico de Desenvolvimento Local - Praia da Vitória 2020*. Obtido de http://www.cmpv.pt/ficheiros/outros/PEDL_PV2020.pdf
 - OCDE e Eurostat (2005). *Oslo Manual – Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. 3ª Edição.
 - OTA (2018). *Inquérito à Satisfação do Turista que Visita os Açores 2017*. Ponta Delgada: Observatório do Turismo dos Açores. Disponível em <https://otacores.com/inquerito/ano-2017/#1453266957006-3f3e3dff-6ef8>
 - Phillips, P., & Moutinho, L. (2014). Critical review of strategic planning research in hospitality and tourism. *Annals of Tourism Research*, 48, 96-120. doi: 10.1016/j.annals.2014.05.013
 - SEBRAE (2008). *Cadeia produtiva do turismo: Cenários económicos e estudos setoriais*. Recife: SEBRAE. Obtido de <http://189.39.124.147:8030/downloads/Turismo.pdf>
 - Segittur (2015). *Smart Destination Report: building the future*. A pedido da Secretaria de Estado das Telecomunicações de Espanha. Obtido de <https://www.segittur.es/opencms/export/sites/segittur/.content/galerias/descargas/documentos-en/Smart-Destination.pdf>
 - 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 Ciência Aplicadas. Obtido de <https://documents.nhtv.nl/load.aspx?doc=thesis%5C2015%5CAT%5CITMC%5CSmithR.pdf>
 - SREA (2011). *Anuário Estatístico da Região Autónoma dos Açores 2010*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores. Obtido de <https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Media/file.aspx?ida=3311>
 - SREA (2012). *Anuário Estatístico da Região Autónoma dos Açores 2011*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores. Obtido de <https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Media/file.aspx?ida=3734>
 - SREA (2013). *Anuário Estatístico da Região Autónoma dos Açores 2012*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores. Obtido de <https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Media/file.aspx?ida=4187>
 - SREA (2014). *Anuário Estatístico da Região Autónoma dos Açores 2013*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores. Obtido de <https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Media/file.aspx?ida=4681>
 - SREA (2015). *Anuário Estatístico da Região Autónoma dos Açores 2014*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores. Obtido de <https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Media/file.aspx?ida=6338>
 - SREA (2016). *Anuário Estatístico da Região Autónoma dos Açores 2015*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores. Obtido de <https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Media/file.aspx?ida=7553>
 - SREA (2017). *Anuário Estatístico da Região Autónoma dos Açores 2016*. Angra do Heroísmo: Serviço Regional de Estatística dos Açores. Obtido de <https://srea.azores.gov.pt/Conteudos/Media/file.aspx?ida=7553>

- Suriñach, J., Casanovas, J., André, M., Murillo, J., & Romaní, J. (2017). How to quantify and characterize day trippers at the local level: An application to the comarca of the Alt Penedès. *Tourism Economics*, 32(2), 360-386. doi: 10.1177/1354816616656273

Bases Estatísticas Online

- Instituto Nacional de Estatística (INE)
www.ine.pt
- Serviço Regional de Estatística dos Açores (SREA)
<http://estatistica.azores.gov.pt>

Websites

- Direção Regional do Turismo (DRT)
<https://www.azores.gov.pt/Portal/pt/entidades/sreat-drturismo/>

9. ANEXO

9.1. Anexo I - Fichas dos projetos

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
1	Website de informação turística	Desenho	A atual secção de turismo do <i>website</i> da Câmara Municipal da Praia da Vitória carece de melhorias substanciais, apresentando um visual desadequado e pouco apelativo. A informação sobre a oferta turística encontra-se pouco estruturada e acessível e apenas está disponível em dois idiomas. Neste sentido, uma melhoria global à secção de turismo do <i>website</i> da Câmara Municipal da Praia da Vitória é necessária, dotando-o com um design moderno e inovador, capaz de suscitar interesse e desejo ao turista na fase de planeamento da viagem. A informação sobre a oferta turística deverá estar completa, organizada e atualizada. Deverão, ainda, ser disponibilizadas funcionalidades que permitem ao turista personalizar a sua área restrita (ex: calendário de eventos e recursos favoritos). O <i>website</i> deve ser multilíngue (incluindo português, inglês, alemão e francês) e cumprir com as normas de acessibilidade.
Viabilidade técnica e empresarial		A viabilidade técnica e empresarial deste projeto é elevada, uma vez que este é um serviço comum e amplamente oferecido pelas empresas de TIC dos Açores. Caso não seja viável a melhoria do <i>website</i> existente, sugere-se a criação de um <i>website</i> de informação específico para o concelho da Praia da Vitória em alternativa.	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Este projeto permitirá melhorar o conhecimento do destino turístico, uma vez que disponibilizará informação atualizada e completa sobre a oferta turística do destino.	
Melhoria dos processos produtivos		N/A. Impacto sobretudo ao nível promocional.	
Estímulo da procura		O estímulo à procura é evidente e bastante elevado. A consulta de informação pelos turistas em <i>websites</i> oficiais é uma prática comum. A disponibilização de informação em grafismo inovador, comunicando o posicionando do destino, suscitará o desejo e o interesse dos turistas, que sairão reforçados com a disponibilização de informação verdadeira, completa e atualizada.	
Apoio a investigação tecnológica		As funcionalidades a integrar no <i>website</i> e os métodos de recolha e análise de dados sobre os visitantes do <i>website</i> são algumas das vertentes em que este projeto poderá contribuir para a investigação tecnológica.	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser facilmente reutilizados em todos os destinos no espaço de colaboração aquando da decisão de criar ou melhorar um <i>website</i> de informação turística.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		O <i>website</i> deve ter a capacidade de integrar e operar em ligação com outros sistemas, como é o caso das aplicações para dispositivos móveis, a plataforma de gestão do concelho e o <i>website</i> Visit Azores. Assim, fomenta-se a criação de <i>inteligência</i> através de análise integrada de dados provenientes de várias fontes, para além de evitar ineficiências na gestão de informação e disponibilização de informação desatualizada e/ou contraditória.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		Este projeto poderá estimular os <i>stakeholders</i> a desenvolver <i>websites</i> mais atrativos e funcionais para as suas empresas ou instituições.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 1.000 € e 75.000 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 27.167 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
2	Aplicação para dispositivos móveis	Desenho	Apesar da aplicação turística da Praia da Vitória (Tour Praia) ser recente e ter informações relevantes sobre a oferta turística do concelho da Praia da Vitória, tornando-a num bom guia turístico, esta carece de funcionalidades que permitam tornar a aplicação numa verdadeira <i>smart tool</i> , ideal para os amantes da tecnologia. A aplicação deverá tornar-se numa ferramenta imprescindível para uma experiência única e personalizada, capaz de conectar-se com outras <i>smart tools</i> existentes e apresentar informação real e atualizada sobre o destino, nomeadamente no que concerne a horários e filas de espera. Adicionalmente, deverá ter funcionalidades como o leitor QR, disponibilização da oferta turística baseada na localização (através de GPS e <i>beacons</i>) e áudio-guias. Deverá, ainda, cumprir com as boas práticas no que concerne às acessibilidades.
Viabilidade técnica e empresarial		A construção de aplicações para dispositivos móveis é um serviço comum no portfólio das empresas de TIC dos Açores, pelo que a viabilidade técnica e empresarial é elevada. A integração de funcionalidades como a gestão de filas de espera ou horários de funcionamento estará dependente da colaboração das empresas ou das instituições para o efeito, nomeadamente no que concerne à qualidade de informação que conseguem disponibilizar. Caso não seja viável a melhoria da <i>app</i> existente, sugere-se a criação de uma nova <i>app</i> .	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Este projeto permitirá melhorar o conhecimento do destino turístico, uma vez que disponibilizará informação atualizada e completa sobre a oferta turística local.	
Melhoria dos processos produtivos		A aplicação poderá dar contributos indiretos para a melhoria dos processos produtivos, uma vez que a capacidade de conhecer as avaliações dadas pelos turistas aos serviços turísticos, a dimensão da procura em cada momento do tempo, a disponibilização de oferta segmentada ou baseada na localização poderá ajudar as empresas a orientar o seu foco de atuação e a melhorar a qualidade do serviço dos seus produtos e serviços.	
Estímulo da procura		O estímulo à procura é evidente e bastante elevado. Para além da disponibilização de informação na fase de planeamento da viagem, a aplicação é uma ferramenta que poderá ser utilizada pelo turista para ter uma experiência turística personalizada, planeada e mais fluída.	
Apoio a investigação tecnológica		As funcionalidades a integrar no <i>app</i> e os métodos de recolha e análise de dados sobre os utilizadores da <i>app</i> são algumas das vertentes em que este projeto poderá contribuir para a investigação tecnológica.	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser facilmente reutilizados em todos os destinos no espaço de colaboração aquando da decisão de criar ou melhorar uma aplicação turística.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		O <i>app</i> deve ter a capacidade de integrar e operar em ligação com outros sistemas, como é o caso dos <i>websites</i> da Câmara Municipal e do Visit Azores, a plataforma de gestão do concelho, os <i>beacons</i> , os códigos QR e sensores. Assim, fomenta-se a criação de <i>inteligência</i> através de análise integrada de dados provenientes de várias fontes, dando <i>inputs</i> para uma gestão eficiente do destino e concedendo uma experiência turística de elevado valor acrescentado.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		Este projeto poderá gerar novos subprodutos, na medida em que as empresas ou instituições poderão desenvolver novas aplicações para os seus serviços com base nas funcionalidades implementadas na aplicação desenvolvido no âmbito deste projeto.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 8.500 € e 70.000 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 35.215 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
3	Quiosques interativos	Desenho	Os quiosques interativos são excelentes ferramentas para melhorar o ambiente citadino e tecnológico da cidade. Devem permitir a conexão com os <i>gadgets</i> dos turistas, funcionando como <i>hotspots</i> e permitindo a recolha de dados, e para a disponibilização da informação turística. Adicionalmente, permitem, ainda, a disponibilização de uma oferta turística segmentada com base na localização e com a ligação aos <i>beacons</i> .
Viabilidade técnica e empresarial		Apesar de não ser um produto amplamente oferecido pelas empresas regionais, este é um produto já desenvolvido e que poderá ser fornecido pelas empresas regionais através do contacto com fabricantes nacionais ou internacionais, podendo estas estar, ainda, envolvidas no desenvolvimento do <i>software</i> em operação nos quiosques.	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Este projeto permitirá melhorar o conhecimento do destino turístico, uma vez que disponibilizará informação atualizada e completa sobre a oferta turística local.	
Melhoria dos processos produtivos		Este projeto poderá dar contributos indiretos para a melhoria dos processos produtivos através da disponibilização de promoções e serviços específicos das empresas com recurso aos <i>beacons</i> ou informação carregada pelas empresas numa área restrita ou do conhecimento do número de visitantes na proximidade dos quiosques, permitindo orientar a atuação destas empresas.	
Estímulo da procura		O estímulo direto à procura é reduzido. Não obstante, a melhoria do ambiente citadino da Praia da Vitória e a projeção como destino turístico inteligente, que derivarão da implementação deste projeto, impactarão no estímulo da procura, especialmente os <i>smart tourists</i> .	
Apoio a investigação tecnológica		As funcionalidades a integrar nos quiosques, a ligação com os <i>gadgets</i> e os métodos de recolha e análise de dados sobre os utilizadores dos quiosques são algumas das vertentes em que este projeto poderá contribuir para a investigação tecnológica.	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser facilmente reutilizados em todos os destinos no espaço de colaboração aquando da decisão de instalar quiosques interativos nestes destinos.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		Os quiosques devem ter a capacidade de integrar e operar em ligação com outros sistemas, como é o caso do <i>website</i> , da <i>app</i> , plataforma de gestão do concelho, os <i>beacons</i> e os sensores. Assim, fomenta-se a criação de <i>inteligência</i> através de análise integrada de dados provenientes de várias fontes, dando <i>inputs</i> para uma gestão eficiente do destino e concedendo uma experiência turística de elevado valor acrescentado.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		Este projeto poderá gerar novos subprodutos, na medida em que as empresas ou instituições poderão implementar quiosques específicos a instalar nos seus estabelecimentos com base nos desenvolvimentos obtidos neste projeto.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 9.500 € e 52.500 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 30.398 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
4	Agenda cultural digital	Desenho	A agenda cultural digital disponível no <i>website</i> da Câmara Municipal da Praia da Vitória, para além de estar desatualizada, não dispõe de funcionalidades básicas que permitem qualificar a experiência dos <i>smart tourists</i> . Num destino com uma oferta cultural rica, impõe-se a criação de uma verdadeira agenda cultural digital para o concelho da Praia da Vitória, com funções como a compra e emissão de bilhetes <i>online</i> , notificações, interligação com o calendário do turista e personalização da agenda cultural com base nas preferências.
Viabilidade técnica e empresarial		Este projeto apresenta uma alta viabilidade técnica e empresarial, uma vez que as empresas regionais de TIC detêm as capacidades para desenvolver este tipo de <i>software</i> .	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Este projeto permitirá melhorar o conhecimento do destino turístico, sobretudo no que se refere ao produto Turismo Cultural, uma vez que disponibilizará informação atualizada e completa sobre os eventos a decorrer no concelho.	
Melhoria dos processos produtivos		Esta solução poderá incorporar várias funções que agilizam o processo de aquisição de alguns serviços e de organização da agenda personalizada de cada turista. Entre outros, inclui-se a compra e emissão de bilhetes <i>online</i> , notificações, interligação com o calendário do utilizador e personalização da agenda cultural com base nas preferências.	
Estímulo da procura		O estímulo à procura verificar-se-á sobretudo no produto Turismo Cultural, em específico no que se refere às festividades e eventos existentes no concelho. Permitirá induzir o desejo no turista e a possibilidade de compra/reserva com antecipação.	
Apoio a investigação tecnológica		As funcionalidades desenvolvidas no âmbito deste projeto poderão dar contributos para a investigação tecnológica, nomeadamente no que se refere a métodos de recolha e análise de dados, a sistemas de <i>e-ticket</i> e sistemas de reservas <i>online</i> .	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser reutilizados nos destinos do espaço de colaboração que apresentam o Turismo Cultural como produto estratégico.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		A agenda cultural deve ter a capacidade de integrar e operar em ligação com outros sistemas, como é o caso do <i>website</i> , da <i>app</i> , plataforma de gestão do concelho, os <i>beacons</i> e os quiosques. Assim, permite-se uma gestão eficiente da oferta cultural do destino e uma experiência personalizada com elevado valor acrescentado. Adicionalmente, deve ser promovida uma gestão integrada com a Direção Regional do Turismo.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		A agenda cultural é algo em constante evolução. Por esse motivo, e considerando dinâmicas, por exemplo de segmentos de mercado como o turismo criativo ou os Millennials, poderão surgir spin-offs ou derivações da app base para outras aplicações, incluindo de gestão de eventos, calendarização de festivais e acontecimentos ou mesmo de gestão integrada de bilhética, de cross-selling ou de promoções.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 1.000 € e 60.000 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 26.010 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
5	Rotas turísticas com recurso a códigos QR	Desenho	Este projeto pretende aproveitar a história e o património cultural local para qualificar a oferta turística cultural, de forma a criar um produto turístico diferenciador dentro da Região Autónoma dos Açores, com recurso às novas tecnologias e ao <i>storytelling</i> e aliado aos princípios da sustentabilidade turística. Através da instalação de códigos QR nos recursos turísticos e com recurso à aplicação turística do concelho da Praia da Vitória, os visitantes poderão visitar e conhecer a cultura local, especialmente no que se refere à história militar do concelho e a sua importância no século XX.
Viabilidade técnica e empresarial		A tipologia das intervenções necessárias para implementar este projeto revelam que a viabilidade técnica e empresarial é elevada, uma vez que se refere à criação e impressão de códigos QR. Após a leitura do código QR (através da aplicação turística da Praia da Vitória ou de uma aplicação específica para leitura de códigos QR), será aberta a aplicação turística da Praia da Vitória na secção específica da rota de turismo militar contendo a informação e as funcionalidades necessárias.	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Este projeto permitirá melhorar o conhecimento do destino turístico, sobretudo no que se refere ao produto Turismo Cultural, uma vez que disponibilizará informação atualizada e completa sobre a história e o património militar.	
Melhoria dos processos produtivos		A estruturação desta rota agiliza a criação de produtos turísticos e serviços complementares em seu redor. Possibilita, por exemplo, que guias locais possam explorar este recurso para criar experiências ou que potenciais locais culturais criem novos modelos de exploração dos seus recursos com base em toda a experiência turística proporcionada pela inovação desta iniciativa.	
Estímulo da procura		O estímulo à procura verificar-se-á sobretudo no produto Turismo Cultural através da melhoria da imagem do destino e da qualificação da oferta turística.	
Apoio a investigação tecnológica		As funcionalidades desenvolvidas no âmbito deste projeto poderão dar contributos para a investigação tecnológica, nomeadamente no que se refere à estruturação de produtos turísticos e a incorporação da tecnologia nas experiências turísticas tradicionais.	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser reutilizados nos destinos do espaço de colaboração que apresentam o Turismo Cultural como produto estratégico, permitindo a qualificação da oferta turística e das experiências.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		Este projeto deve ter a capacidade de integrar e operar em ligação com os <i>websites</i> da Câmara Municipal e do Visit Azores e a <i>app</i> do destino, onde serão disponibilizadas informações sobre a rota e os recursos turísticos incorporados na rota. Adicionalmente, deve ser promovida uma gestão integrada com a Direção Regional do Turismo.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		Este projeto poderá gerar novos subprodutos, na medida em que poderão ser criadas novas rotas utilizando a mesma tecnologia ou semelhante e incorporando-as na <i>app</i> do destino. Poderão, ainda, surgir novas iniciativas em redor da rota (ex.: restaurante temático) ou novas experiências em locais culturais que integrem essa rota (ex: exposição itinerante; dramatizações; encenações épicas, etc.).	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 6.000 € e 60.000 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 29.992 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
6	Turismo cultural com recurso à realidade aumentada	Desenho	Dada a riqueza do património cultural e o contexto histórico do concelho da Praia da Vitória, a criação de uma aplicação específica para explorar o turismo cultural com recurso a soluções tecnológicas inovadoras, como é o caso da realidade aumentada, é justificada e desejável. Esta é uma solução que está a ser explorada por outros destinos a nível internacional e que terá um elevado potencial diferenciador face a outras aplicações existentes na Região Autónoma dos Açores. Esta aplicação deverá ser uma extensão da aplicação principal do turismo da Praia da Vitória.
Viabilidade técnica e empresarial		Esta é, porventura, a solução com maior risco de viabilidade técnica e empresarial, uma vez que esta tecnologia ainda está muito pouco explorada na Região Autónoma dos Açores, para além de ser substancialmente onerosa e demorada a desenvolver. Não obstante, esta também é a solução com maior potencial para beneficiar de acordos com centros de investigação e do <i>know how</i> já adquirido pelos parceiros do projeto, eventualmente através de trabalhos em consórcio/parceria.	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Este projeto permitirá melhorar o conhecimento do destino turístico, sobretudo no que se refere ao produto Turismo Cultural, uma vez que disponibilizará informação atualizada e completa sobre os recursos turísticos culturais.	
Melhoria dos processos produtivos		A realidade aumentada permite a diversificação de uma experiência já existente, i.e., aporta uma nova forma de usufruto. Deste modo, há a revitalização de experiências estáticas e menos atrativas a segmentos jovens, melhora-se a eficiência produtiva (dado que se reutilizam recursos existentes e se criam diferentes formas de obter a mesma informação) e favorece-se uma nova abordagem por parte dos guias turísticos na gestão da informação e dos seus grupos de turistas.	
Estímulo da procura		O estímulo à procura verificar-se-á sobretudo no produto Turismo Cultural através da melhoria da imagem do destino e da qualificação da oferta turística.	
Apoio a investigação tecnológica		As funcionalidades desenvolvidas no âmbito deste projeto poderão dar contributos para a investigação tecnológica, nomeadamente no que se refere à estruturação de produtos turísticos e a incorporação das novas tecnologias nas experiências turísticas tradicionais.	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser reutilizados em todos os destinos no espaço de colaboração para a criação de novas aplicações turísticas incorporando a realidade aumentada.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		Este projeto deve ter a capacidade de integrar e operar em ligação com a <i>app</i> , o <i>website</i> destino e a plataforma de gestão do destino, de forma a disponibilizar informação atualizada e coerente entre as várias plataformas e ter a capacidade de recolher e analisar dados.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		Este projeto poderá gerar novos subprodutos, na medida em que poderão ser criadas novas aplicações e produtos utilizando a mesma tecnologia ou semelhante.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 12.000 € e 66.600 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 40.988 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
7	Menus digitais para restaurantes	Desenho	Este projeto permitirá a substituição dos tradicionais menus em papel por menus digitais, quer para instalação em <i>tablets</i> , quer para instalação nos dispositivos móveis dos clientes. Permitirá a visualização de fotografias/vídeos do menu, a realização de reservas e pagamentos e a disponibilização de informação nutricional e sobre a origem dos produtos utilizados. Adicionalmente, fomentará uma redução de custos e a recolha e análise de dados dos utilizadores da aplicação/dispositivo, gerando informação essencial sobre o perfil dos consumidores dos restaurantes. A partir do menu digital deverá ser possível aceder ao <i>website</i> turístico para a promoção da Praia da Vitória.
Viabilidade técnica e empresarial		A viabilidade técnica e empresarial é elevada. Já existe um estabelecimento de restauração nos Açores que utiliza menus digitais, sendo que o <i>software</i> foi desenvolvido por uma empresa regional. Neste sentido, verifica-se que existe <i>know how</i> adquirido nesta temática.	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		O impacto deste projeto para a melhoria do conhecimento do destino turístico pode ser limitado (em função do modelo de aplicação), uma vez que abrange a atividade de agentes económicos de forma individual. Não obstante, a possibilidade de ligação ao <i>website</i> permite um conhecimento mais aprofundado sobre o destino. Adicionalmente, incorporando dados adicionais descritivos de cada prato tradicional (envolvendo até <i>storytelling</i>), poderá configurar-se como uma forma de informação dos turistas sobre a gastronomia tradicional e de entretenimento no processo de escolha da sua alimentação (é uma inovadora dimensão na experiência turístico-gastronómica).	
Melhoria dos processos produtivos		A implementação de menus digitais nos restaurantes fomentará melhorias nos processos produtivos ao agilizar as reservas de mesas, os pedidos de refeições e os pagamentos. O serviço será mais fluído tanto ao nível da cozinha como ao nível da sala.	
Estímulo da procura		O estímulo à procura verificar-se-á sobretudo nos restaurantes que implementarem a esta solução. Não obstante, a melhoria da imagem do destino como <i>smart</i> e de elevado valor fomentará a procura pelo destino a médio e longo prazo.	
Apoio a investigação tecnológica		Apesar de já ser uma solução existente, poderão ser desenvolvidas novas funcionalidades a incorporar na aplicação/ <i>software</i> que fomentem a investigação tecnológica (ex: gestão de filas de espera).	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser reutilizados em todos os destinos no espaço de colaboração, na medida em que os restaurantes estejam disponíveis para aderir a esta solução.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		Os menus digitais devem ter a capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas, nomeadamente a plataforma de gestão do destino para a recolha e análise de dados e o <i>website</i> para a promoção do destino.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		Este projeto poderá gerar novos subprodutos na medida em que poderão ser criadas novas aplicações e produtos utilizando a mesma tecnologia ou semelhante para a implementar noutros setores de atividade.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 1.000 € e 65.000 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 22.748 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
8	Aplicação para os transportes públicos citadinos	Desenho	Dispondo a cidade da Praia da Vitória de um serviço de transportes públicos citadinos, a criação de uma aplicação para dispositivos móveis mostra-se relevante para que os seus utilizadores possam ter conhecimento, em tempo real, do posicionamento e dos tempos de espera dos autocarros. Este projeto já está implementado em muitos destinos internacionais, e até regionais, e é fundamental para conceder ao turista informação <i>on time</i> sobre os serviços de transporte.
Viabilidade técnica e empresarial		A viabilidade técnica e empresarial desta solução é elevada, uma vez que esta já foi implementada num concelho dos Açores e foi desenvolvido por uma empresa regional, para além de já ter sido implementada por outros destinos internacionais, pelo que o <i>know how</i> necessário já se encontra desenvolvido.	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Este projeto permite o conhecimento aprofundado sobre o setor dos transportes públicos citadinos, que é essencial para conceder mobilidade aos turistas dentro da cidade da Praia da Vitória.	
Melhoria dos processos produtivos		A implementação deste projeto fomentará melhorias nos processos produtivos do setor dos transportes públicos citadinos, na medida em que permitirá reduzir ineficiências e o estudo sobre a eficácia das rotas realizadas. Para além disso, contribui para a uma maior satisfação do turista e para a agilização dos seus próprios horários.	
Estímulo da procura		Apesar de não haver um estímulo direto à procura, este projeto contribuirá para a melhoria da imagem do destino e para a conceção de serviços de qualidade, o que impactará na procura futura do destino.	
Apoio a investigação tecnológica		Apesar de já ser uma solução existente, poderão ser desenvolvidas novas funcionalidades a incorporar na aplicação/ <i>software</i> que fomentem a investigação tecnológica (ex: gestão de filas de espera).	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser reutilizados nos centros urbanos dos destinos no espaço de colaboração que possuem transportes públicos citadinos.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		A aplicação deve ter a capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas, nomeadamente a plataforma de gestão do destino para a recolha e análise de dados.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		Este projeto poderá gerar novos subprodutos na medida em que poderão ser criadas novas aplicações para a utilização de serviços públicos.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 9.500 € e 51.975 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 25.786 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
9	Sensorização da cidade	Desenho	A <i>sensorização</i> de um destino turístico permite a recolha e o processamento de dados para uma gestão eficiente e eficaz dos vários serviços e recursos públicos do destino (i.e., a criação de <i>inteligência</i>), como é o caso dos resíduos, dos transportes públicos, da água, do tráfego e da eletricidade, e para as tomadas de decisões racionais. Implica a instalação de sensores nas várias componentes dos referidos setores e a interligação como uma plataforma de gestão do destino.
Viabilidade técnica e empresarial		A <i>sensorização</i> dos vários recursos públicos já se encontra implementada em muitas cidades internacionais, sobretudo por via da implementação de projetos de <i>smart city</i> , pelo que esta é uma solução com viabilidade técnica e empresarial. Apesar de não ser um serviço comum oferecido pelas empresas açorianas, estas poderão beneficiar de uma colaboração com os centros de investigação e com as empresas envolvidas no projeto SMARTDEST.	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Apesar deste projeto não contribuir diretamente para a promoção e conhecimento da Praia da Vitória enquanto destino turístico, irá projetar a Praia da Vitória enquanto Destino Turístico Inteligente, promotor da sustentabilidade económica e ambiental, junto dos mercados. Adicionalmente, o destino tem a possibilidade de criar indicadores e <i>dashboard</i> do destino, dando a conhecer a sua performance aos turistas.	
Melhoria dos processos produtivos		Este projeto contribuirá para a melhoria dos processos produtivos, sobretudo às empresas e organizações responsáveis pela gestão dos recursos públicos, permitindo um incremento na eficiência e eficácia das operações, deteção atempada de falhas e adoção de medidas proativas e reativas.	
Estímulo da procura		Apesar de não haver um estímulo direto à procura, este projeto contribuirá para a melhoria da imagem do destino e para a conceção de serviços de qualidade, o que impactará na procura futura do destino.	
Apoio a investigação tecnológica		Apesar de ser uma solução existente em outros destinos, poderão ser desenvolvidas novos sensores ou aplicações, contribuindo, assim, para o fomento da investigação tecnológica.	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser reutilizados nos destinos no espaço de colaboração para uma gestão mais eficiente dos recursos públicos e dos serviços de apoio ao setor do turismo.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		Os sensores devem ter a capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas, nomeadamente a plataforma de gestão do destino para a recolha e análise de dados e apoio à tomada de decisão.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		Este projeto poderá gerar novos modelos e subprodutos na medida em que poderão ser criadas novos meios de <i>sensorização</i> dos recursos públicos e dos serviços de apoio.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 60.000 € e 99.300 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 76.433 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
10	<i>Beacons</i> na cidade	Desenho	Os <i>beacons</i> são dispositivos que transmitem e recolhem dados dos <i>smartphones</i> dos turistas. Em interligação com a <i>app</i> do destino, estes permitem que, consoante a localização e a preferência dos turistas, sejam transmitidas a oferta turística nas proximidades, promoções existentes ou produtos favoritos disponíveis.
Viabilidade técnica e empresarial		A instalação de <i>beacons</i> é um projeto já implementado em muitas cidades internacionais, pelo que esta é uma solução com viabilidade técnica e empresarial. Apesar de não ser um serviço comum oferecido pelas empresas açorianas, estas poderão beneficiar de uma colaboração com os centros de investigação e com as empresas envolvidas no projeto SMARTDEST.	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Este projeto contribui para a melhoria do conhecimento do destino turístico por parte dos turistas, especialmente durante a viagem. Estes receberão notificações e alertas sobre a oferta turística existente nas proximidades. É uma excelente medida para dar a conhecer a especificidade de cada localidade do concelho.	
Melhoria dos processos produtivos		Apesar de não haver um impacto direto na melhoria dos processos produtivos, as empresas poderão ajustar a sua atuação diária consoante a procura existente na área e as promoções que decidem efetuar consoante as preferências dos turistas que circulam no local.	
Estímulo da procura		Apesar não haver um impacto direto no estímulo da procura pelo destino, este projeto permite estimular o consumo por produtos e serviços locais.	
Apoio a investigação tecnológica		O projeto poderá apoiar a investigação tecnológica na medida em que podem ser desenvolvidas novas funcionalidades e serviços disponíveis na <i>app</i> com recurso aos <i>beacons</i> e outras soluções tecnológicas existentes no destino.	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser reutilizados nos destinos no espaço de colaboração para uma promoção mais eficaz dos recursos turísticos e das empresas locais durante a estadia do turista no destino.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		Os <i>beacons</i> devem ter a capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas, nomeadamente a plataforma de gestão do destino, para a recolha e análise de dados, e a <i>app</i> do destino, onde serão disponibilizadas as informações baseadas na localização.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		A utilização de <i>beacons</i> pode ser integrada em diferentes serviços e na diversificação da informação turística. Poderão surgir, assim, novas formas de comunicar e atrair turistas para diferentes serviços e recursos turísticos. Os <i>beacons</i> poder, ainda, ser utilizados de formas inovadoras, por exemplo para eventos ou animação de rua.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 2.000 € e 70.000 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 44.000 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
11	Mapeamento dos fluxos turísticos	Desenho	Com recurso ao <i>big data</i> recolhido dos <i>gadgets</i> , dos sensores e dos <i>beacons</i> instalados, será possível mapear os fluxos turísticos na Praia da Vitória, permitindo, assim, conhecer aprofundadamente os fluxos turísticos do concelho e tomar decisões racionais para reajustar os mesmos às necessidades do destino. Com este projeto, será possível dispor de um mapa com os fluxos turísticos em tempo real, tratar dados e produzir <i>outputs</i> por zonas e recursos e visualizar um <i>dashboard</i> com indicadores.
Viabilidade técnica e empresarial		Este projeto deverá apresentar um maior risco de viabilidade face aos restantes, uma vez que é um projeto de elevada dificuldade. Terá de interligar diversos sistemas e estar de acordo com as leis da proteção de dados. Especialmente em locais mais isolados e remotos, este projeto deverá apresentar muitas dificuldades, podendo exigir projetos paralelos de melhoria das conectividades.	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Este projeto não permitirá um conhecimento do destino turístico por parte dos turistas, mas sim pelos gestores do destino.	
Melhoria dos processos produtivos		Este projeto não terá impactos diretos e imediatos na melhoria dos processos produtivos, mas poderá fomentar racionalização de recursos e adaptação dos serviços a prestar conforme a informação a extrair do mapeamento.	
Estímulo da procura		Não haverá impactos diretos no estímulo da procura. O estímulo verificar-se-á após as decisões tomadas no âmbito da análise dos dados obtidos do mapeamento, que possibilitarão a identificação de locais, serviços ou atrações que carecem de estímulos adicionais.	
Apoio a investigação tecnológica		A dimensão e complexidade deste projeto terá inevitavelmente repercussões na investigação tecnológica. Ajudará a compreender os mecanismos e processos para o mapeamento dos fluxos turísticos com recursos a diversas ferramentas tecnológicas em consonância com o Regulamento Geral de Proteção de Dados.	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto podem ser reutilizados em todos os destinos no espaço de colaboração, mas estarão condicionados ao grau de maturidade do destino no que concerne à <i>sensorização</i> e <i>conetividade</i> .	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		Este projeto terá de ter uma elevada capacidade e interoperabilidade com outros sistemas, nomeadamente os <i>beacons</i> , os sensores e os <i>gadgets</i> dos turistas para recolher e analisar os dados para o mapeamento dos fluxos turísticos.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		A partir deste projeto, poderão ser desenvolvidas novas ferramentas para o mapeamento de fluxos turísticos. Poderão desenvolver-se, também, ações específicas de valorização de áreas identificadas como de menor atratividade ou atividade turística.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 4.000 € e 90.000 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 37.140 €.	

FICHA PROJETOS



#	Projeto	Fase	Descrição
12	Posto de turismo tecnológico e digital	Desenho	Este projeto refere-se à qualificação dos postos de turismo do concelho da Praia da Vitória, de forma a equipá-los com ferramentas tecnológicas que permitam disponibilizar informação de qualidade, recolher dados dos visitantes e alugar <i>smart tools</i> , assim como dispor de uma imagem inovadora e atrativa. O projeto de qualificação deverá ser realizado em articulação com a Direção Regional do Turismo e com o projeto de renovação dos postos de turismo dos Açores, de forma a promover uma qualificação uniformizada e harmonizada em todos os postos de turismo da Região e a interoperabilidade entre todos os sistemas.
Viabilidade técnica e empresarial		Este é um projeto com viabilidade técnica e empresarial, capaz de ser realizado por empresas açorianas. Refere-se ao fornecimento de <i>hardware</i> , <i>design gráfico</i> e desenvolvimento de <i>software</i> a ser instalado nos equipamentos tecnológicos.	
Melhoria do conhecimento do Destino Turístico		Os postos de turismo ficarão dotados de ferramentas tecnológicas que permitirão ao turista conhecer pormenorizadamente o concelho da Praia da Vitória. Adicionalmente, estes poderão alugar <i>smart tools</i> que permitirão explorar e conhecer o destino.	
Melhoria dos processos produtivos		Este projeto não terá impactos diretos na melhoria dos processos produtivos.	
Estímulo da procura		Apesar de não haver um estímulo direto à procura, este projeto contribuirá para a melhoria da imagem da Praia da Vitória como Destino Turístico Inteligente e para a conceção de um serviço de qualidade nos postos de turismo, o que impactará na procura futura do destino.	
Apoio a investigação tecnológica		O projeto poderá apoiar a investigação tecnológica na medida em que podem ser desenvolvidas novas funcionalidades e serviços disponíveis no posto de turismo.	
Reutilização dos desenvolvimentos em todos os destinos no espaço de colaboração		Os desenvolvimentos obtidos no âmbito deste projeto poderão ser reutilizados nos destinos no espaço de colaboração aquando da qualificação tecnológica e digital dos postos de turismo destes destinos, devidamente ajustados ao posicionamento e visão do destino.	
Capacidade de integração e interoperabilidade com outros sistemas		As soluções a implementar nos postos de turismo deverão ter capacidade de interligar com outros sistemas, sobretudo a plataforma <i>smart destination</i> que recolhe e trata todos os dados referentes destino. Adicionalmente, as ferramentas produzidas deverão ter a capacidade interligação com os <i>gadgets</i> do turista, com o <i>website</i> , com a <i>app</i> do destino e a plataforma de gestão do destino Açores.	
Possibilidade de gerar novos modelos e subprodutos		No âmbito deste projeto, poderão ser criados novos produtos a instalar nos postos de turismo ou para serem alugados pelos turistas de acordo com as necessidades dos utilizadores.	
Custo estimado para o desenvolvimento		Entre 12.000 € e 80.000 €, de acordo com a consulta ao mercado. A média dos preços das propostas recebidas foi de 42.248 €.	