



Organização do acolhimento turístico

Módulo III



1. A política de acolhimento no contexto da atividade turística

1.1.Noção e dimensão das políticas de acolhimento em turismo

1.2.Recursos, técnicos e financeiros ao serviço do acolhimento Necessidades turísticas

1.3. Acolhimento turístico e padrões de qualidade



1.A política de acolhimento no contexto da atividade turística

- A atividade turística assenta no pressuposto da movimentação das pessoas, como tal é essencial que os locais tenham bem definidas as regras de receber e acolher essas pessoas , de forma a oferecerem serviços e condições que demonstrem a sua vocação, preparação e capacidade de as fazer bem-vindas, criando um afável, cordial e simpático, onde os visitantes se possam sentir confortáveis e desfrutem do local como se estivessem nas suas próprias casas.

1. Política de acolhimento no contexto da atividade turística

- A capacidade hospitaleira, traduzida na habilidade de acolher e receber pessoas, é essencial no setor do turismo é uma mais-valia para a região visitada, pois permite a entrada de divisas, a criação e desenvolvimento de infraestruturas que, ainda que vocacionadas para o turismo, são também utilizadas pelos residentes, a manutenção de postos de trabalho, etc.

1 Política de acolhimento no contexto da atividade turística

- Na sociedade contemporânea, a atividade turística assume uma importância económica inegável, a todos os níveis – local, regional, nacional ou internacional, desempenhando um importante papel enquanto geradora de riqueza.
- Assim, é fundamental que cada local defina uma política de acolhimento eficaz e funcional, constituída por regras adequadas à estratégia turística da região, de forma a beneficiar dos recursos existentes e trabalhando no sentido de proporcionar um crescimento sustentável do destino.



1.1. Noção e dimensão das políticas de acolhimento em turismo

- **Definem as regras e orientações para receber os visitantes;**
- **Assumem diferentes níveis de atuação, que vão desde o local ao internacional;**
- **Cada empreendimento ou recurso vocacionado para o turismo deve definir quais as normas a adotar enquanto elemento potenciador da atividade turística;**
- **O sucesso da política seguida por cada unidade ou destino é visível através do grau de satisfação do visitante, sendo contudo de referir que a satisfação é conceito muito heterogéneo, havendo diversas definições e modos de medida, pois está dependente da avaliação e das expectativas de cada indivíduo que utiliza os serviços disponibilizados.**

1.1. Noção e dimensão das políticas de acolhimento em turismo

- São definidas ao nível nacional e local.
- É no plano local que a recessão se processa e que as perceções principais dos visitantes são formadas, e por isso é imprescindível que os agentes do poder local estejam envolvidos no processo – Câmaras Municipais e Juntas de Freguesia.
- O Decreto-Lei n.º 67/2008, de 10 de abril, que estabelece o regime jurídico das Áreas Regionais de Turismo de Portugal, é introduzido pelo seguinte texto:

1.1. Noção e dimensão das políticas de acolhimento em turismo

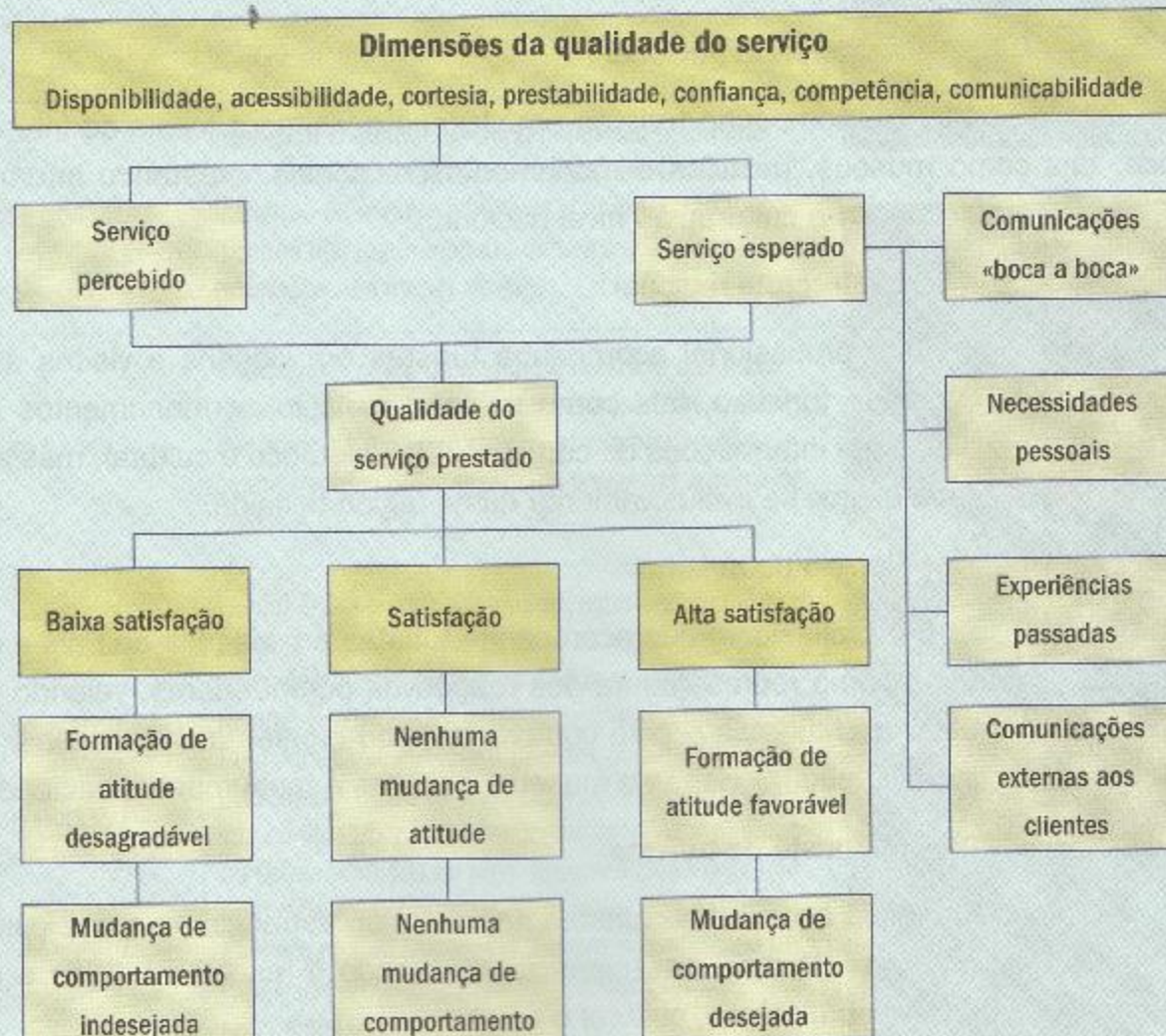
- O Decreto-Lei n.º 67/2008, de 10 de abril, que estabelece o regime jurídico das Áreas Regionais de Turismo de Portugal, é introduzido pelo seguinte texto:

« O Governo considera o turismo como fator estratégico de desenvolvimento da economia portuguesa e está fortemente empenhado na criação e consolidação de estruturas públicas fortes, modernas e dinâmicas, preparadas para responder aos desafios que o turismo enfrenta.

O turismo não se desenvolve por si, necessita do envolvimento, da mobilização e da responsabilização de todos os agentes públicos e privados, impondo-se a existência de organismos que o qualifiquem, incentivem e promovam.»

1.1. Noção e dimensão das políticas de acolhimento em turismo

Mediante a satisfação obtida pelo cliente no serviço prestado, as suas ações e comportamentos são diferentes. Seguidamente apresenta-se um quadro onde estas relações são evidenciadas.



Recursos humanos, técnicos e financeiros ao serviço do acolhimento

- A essência do sucesso de qualquer empresa são os recursos humanos.
- No caso do turismo, para acolher de forma eficaz e completa é necessário um conjunto de recursos humanos, técnicos, tecnológicos e financeiros que garantam a qualidade do acolhimento e a satisfação do visitante.
- O produto turístico deve ser o mais completo possível, sendo composto por pessoas, recursos, serviços , tecnologias, instalações, facilidades, acessibilidades e oportunidades adequadas às necessidades e desejos do visitante.

1.2 Recursos humanos, técnicos e financeiros ao serviço do acolhimento

- O turismo de Portugal, remetendo para a legislação mais antiga (Decreto Regulamentar n.º 71-F/79 de dezembro), reconhece as seguintes habilitações profissionais para a atuação do turismo:

Guia –intérpete nacional

Acompanha turistas em viagens e visitas a locais de interesse turístico, tais como museus, palácios e monumentos nacionais, prestando informações de carácter geral, histórico e cultural, ao nível nacional.

Guia –intérpete regional

Acompanha turistas em viagens e visitas a locais de interesse turístico, tais como museus, palácios e monumentos nacionais, prestando informações de carácter geral, histórico e cultural, mas a sua atividade exerce-se exclusivamente numa região definida.



1.2. Recursos humanos, técnicos e financeiros ao serviço do acolhimento

Correio de turismo

Acompanha turistas em viagens ao país e ao estrangeiro, como representante dos respetivos organizadores, velando pelo bem-estar dos turistas e pelo cumprimento do programa das viagens, sendo-lhe vedado conduzir visitas a museus, palácios e monumentos nacionais.

Motorista de turismo

Acompanha turistas nacionais ou estrangeiros em veículos ligeiros com a lotação máxima de nove passageiros, conduzindo o respetivo veículo e prestando informações de carácter histórico, cultural e geral.

1.2. Recursos humanos, técnicos e financeiros ao serviço do acolhimento

Transferista

Acolhe e acompanha os turistas de estações terrestres, marítimas ou aéreas para locais de alojamento ou destes para aqueles, em trânsito de uma estação para a outra, ou em deslocações cuja finalidade seja a ligação entre dois locais onde forem prestados outros serviços turísticos.

Rececionista de turismo (Definição do Catálogo Nacional das Qualificações)

Acolhe turistas nacionais e estrangeiros em «postos de turismo», fixos, móveis, de entidades públicas ou privadas, em regiões de turismo, cidades, vilas, termas, estâncias balneares, monumentos, museus, parques, feiras, campos, apartamentos turísticos, escritórios de rent-a-car, e instalações portuárias ou aeroportuárias, instalações de acolhimento junto às fronteiras, prestando informações relevantes para o bem-estar dos turistas.

1.2 Recursos humanos, técnicos e financeiros ao serviço do acolhimento

Profissional de banca nos casinos (Lei n.º 8/2006, de 15 de março)

Profissão e categorias	Conteúdo funcional
Chefe de partida	Assegurar, sob a orientação do diretor de serviço de jogos, a regularidade da exploração dos jogos tradicionais e manter a disciplina dos empregados e dos frequentadores.
Fiscal-chefe	Coadjuvar o chefe de partida no exercício das suas funções, substituindo-o nos seus impedimentos e ausências.
Chefe de banca	Assegurar o normal funcionamento das mesas de jogo, fiscalizar todas as operações nelas efetuadas, incluindo as relacionadas com o apuramento das receitas dos jogos e operar os terminais informáticos instalados nas mesas do jogo.
Fiscal de banca	Coadjuvar o chefe de banca no exercício das suas funções, substituindo-o nas suas ausências e proceder antes da voz «nada mais» às marcações que sejam pedidas pelos jogadores presentes à mesa de jogo.
Pagador	Lançar bolas e dados, baralhar, estender, distribuir e recolher cartas, de acordo com as regras do jogo, nomeadamente oferecer os dados ao jogador e recolhê-los, proceder antes da voz «nada mais» às marcações que lhe forem pedidas pelos jogadores presentes à mesa de jogo, fazer os anúncios relativos ao funcionamento dos jogos, recolher o dinheiro ou fichas perdidas ao jogo, realizar o pagamento de prémios correspondentes às paradas que tenham ganho e efetuar trocos, vender fichas nas mesas de jogo e operar os terminais informáticos instalados nas mesas de jogo.



1.2. Recursos humanos, técnicos e financeiros ao serviço do acolhimento

O CÓDIGO MUNDIAL DE ÉTICA DO TURISMO

Os membros da Organização Mundial do Turismo (OMT), representantes da indústria mundial, delegados dos Estados, territórios, empresas, instituições, em 1 de outubro de 1999, proclamaram 10 artigos para orientação ética do turismo. O artigo 9.º refere-se aos direitos dos trabalhadores e empresários do setor, conforme se transcreve.

ARTIGO 9.º

Direito dos trabalhadores e dos empresários da indústria turística

- 1.** Os direitos fundamentais dos trabalhadores assalariados e independentes da indústria turística e atividades conexas devem ser assegurados sob controlo das administrações, quer dos Estados de origem, quer dos países de acolhimento, com especial atenção dados os obstáculos específicos ligados especialmente à sazonalidade da sua atividade, à dimensão global da sua indústria e à flexibilidade que a natureza do seu trabalho muitas vezes impõe;
- 2.** Os trabalhadores assalariados e independentes da indústria e das atividades conexas têm o direito e o dever de adquirir uma formação ajustada, inicial e contínua; é-lhes assegurada uma proteção social adequada; a precariedade do emprego deve ser limitada ao máximo possível; um estatuto especial, nomeadamente no que diz respeito à sua proteção social, deve ser proposto aos trabalhadores sazonais do setor;
- 3.** Toda a pessoa física e moral, desde que cumpra as imposições e disponha das qualificações necessárias, deve ver-se reconhecido o direito de desenvolver uma atividade profissional no domí-

nio do turismo, no quadro das legislações nacionais em vigor; os empresários e os investidores – especialmente no domínio das pequenas e médias empresas – devem ver-lhes reconhecido o livre acesso ao setor turístico com um mínimo de restrições legais ou administrativas;

- 4.** As trocas de experiência oferecidas aos quadros e trabalhadores, assalariados ou não, de diferentes países, contribuem para o desenvolvimento da indústria turística mundial, devendo ser incentivadas sempre que possível, no respeito pelas legislações nacionais e convenções internacionais aplicáveis;
- 5.** Fator insubstituível de solidariedade no desenvolvimento e dinamismo das trocas internacionais, as empresas multilaterais da indústria turística não devem abusar das situações de posição dominante que por vezes detêm; devem evitar tornar-se vetor de modelos culturais e sociais artificialmente impostos às comunidades de acolhimento; em troca da liberdade de investir e operar comercialmente, que lhes deve ser plenamente reconhecida, devem comprometer-se com o desenvolvimento local evitando, pelo repatriamento excessivo dos seus benefícios ou pelas importações induzidas, reduzir a contribuição que dão às economias onde estão implantadas;
- 6.** O partenariado e o estabelecimento de relações equilibradas entre empresas dos países emissores e recetores concorrem para o desenvolvimento sustentável do turismo e para uma repartição equitativa dos benefícios do seu crescimento.

Fonte: OMT, 1999



1.3. Acolhimento turístico e padrões de qualidade

- O conceito de qualidade é multifacetado;
- De um modo geral, podemos definir **qualidade** como a condição da empresa em satisfazer todos os seus públicos – clientes, consumidores, fornecedores, funcionários e a sociedade em geral – melhor do que a concorrência, obtendo assim maior participação no mercado, maior produtividade dos seus processos e funcionários e aumentando o seu lucro.
- Um serviço de qualidade constitui o caminho da viabilidade do turismo, em Portugal e no mundo. Assim, a **implementação de um sistema de qualidade turística** constitui um dos projetos do Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT).

1.3. Acolhimento turístico e padrões de qualidade

- O turismo de Portugal, IP, defende que « a qualidade é hoje um tema central para os vários atores do sistema turístico, em que o desenvolvimento dos órgãos centrais da administração pública e, em particular, do turismo de Portugal, IP, na sua qualidade de autoridade turística nacional , em articulação com as instâncias nacionais do Sistema Português da Qualidade, surge como decisivo para apoiar e enquadrar as iniciativas do setor privado».
- A qualidade é assim entendida como um fator competitivo que pode diferenciar os produtos e as competências nacionais e apoiar a sua afirmação nos mercados e promover a inovação.

1.3. Acolhimento turístico e padrões de qualidade

- Com o intuito de harmonizar conceitos e criar estruturas capazes de responder a esta preocupação, o Turismo de Portugal, IP, tem colaborado com o Sistema Português de Qualidade em questões de normalização no domínio turístico.

ISO é a sigla da Organização Internacional de Normalização (*International Organization for Standardization*), com sede em Genebra – Suíça, cujo objetivo é promover o desenvolvimento de normas, testes e certificação da qualidade ao nível mundial.

A ISO propõe normas nos mais variados segmentos, adequando as suas propostas para cada área específica de atuação.

O trabalho que maior reconhecimento deu à ISO foi a Série 9000, correspondente às normas que tratam de Sistemas para Gestão e Garantia da Qualidade nas empresas.

A família ISO 9000 é uma extensa série de normas de requisitos, orientações e outros documentos de suporte que, juntos, podem fornecer, aos utilizadores, um conjunto de ferramentas com as quais poderão gerir e melhorar as suas organizações.

1.3. Ambiente turístico e padrões de qualidade

- A qualidade total de um serviço ocorre quando todas as pessoas e departamentos de uma empresa se envolvem para realizar ou prestar um trabalho conjunto.
- É importante referir que só a qualidade total conduzirá à excelência, no entanto é possível identificar algumas diretrizes que irão conduzir a esse grau de satisfação:
 - Manter contacto com os clientes, de modo a conhecer a imagem que estes têm da organização;
 - Fazer bem à primeira pois a importância da «primeira imagem» é vital e só ocorre uma vez;
 - Criar uma atmosfera agradável e motivadora, desde o primeiro momento, fazendo cada cliente sentir-se único e especial;
 - Manter uma atitude positiva, transmitindo as mensagens claramente;
 - Manter energia e interesse, resolvendo cada situação com diálogo e sem conflitos, demonstrando prazer em receber o cliente;
 - Entender a posição do cliente, compreendendo as suas necessidades e expectativas e tentando oferecer os serviços desejáveis a preços acessíveis;
 - Ser flexível e receptivo à mudança, aceitando a opinião e sugestões do cliente.

1.3. Ambiente turístico e padrões de qualidade


- Desta forma, identificam-se alguns atributos ou condições para se disponibilizar um produto (bem ou serviço) de qualidade:
 - **Atitude** – o comportamento ou a postura profissional deve ser mais idóneo, correto e honesto possível, pois comportamento gera comportamento, e a atitude que transmitimos aos outros será a retribuída.
 - **Competência** – a capacidade técnica e humana dos intervenientes num serviço é essencial para a qualidade, pois não se pode exigir algo a alguém que não está habituado para tal, uma vez que por vezes a boa vontade não chega.
 - **Conhecimento** – é imperativo que se conheçam os pormenores de todas as atividades, produtos, ou serviços que a empresa disponibiliza, de modo a esclarecermos todas as questões que o cliente possa ter. Ainda que não tenhamos de ser especialistas em cada caso, devemos ter o máximo de conhecimentos possíveis e saber e encaminhar o cliente quando ele necessitar de mais informação.
 - **Imagem** – o poder da imagem é indiscutível, sendo que o chavão «não basta sê-lo, há também que parecê-lo» se adequa completamente à qualidade de uma empresa.
 - **Cortesia** – A cortesia deve ser um hábito. Só com simpatia e disponibilidade se irá conseguir demonstrar que o cliente é especial e importante.
 - **Esforço** –Efetivamente, só com esforço e trabalho se conseguirão ultrapassar as espetativas dos clientes. A qualidade pode ser algo controverso e difícil de se alcançar, a menos que exista empenho, interesse e compromisso.

2. Tipos de agentes de níveis de responsabilidade no acolhimento turístico

- No caso do turismo, a premissa de que « a união faz a força » é evidente e incontestável. Neste sentido tem-se assistido a um esforço de integração, de modo que as medidas que buscam o sucesso e a qualidade de Portugal enquanto o destino turístico não sejam ações isoladas, mas sim retratem um trabalho comum de entidades públicas e privadas de todos os níveis de atuação – locais, regionais, nacionais e até internacionais.
- A qualidade do acolhimento turístico deve ser praticada por todos os agentes, desde entidades políticas e administrativas, profissionais do setor do turismo (público e privado) e representantes da sociedade civil (organizações não governamentais, representantes da população, cidadãos).

2 Entidades e agentes com responsabilidade de carácter geral

- O setor do turismo é transvesal a todas as áreas económicas, tendo impactos diretos e indiretos. Este setor económico envolve um elevado número de agentes e instituições, que são responsáveis pelas orientações, crescimento e sentido de desenvolvimento do setor.
- Todos os intervenientes devem estar atentos e adotar políticas e medidas que permitam um desenvolvimento sustentável do turismo, pois a sua ação terá fortes consequências para o presente e para o futuro.



○ Reconhecendo esta preocupação e necessidade de orientações políticas consertadas, a administração central, através do ministério da tutela a pasta do Turismo – Ministério da Economia e da Inovação -, propôs um **Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT)** que deverá «servir de base à concretização de ações definidas para o crescimento sustentado do turismo nacional».

2. 1. Entidades e agentes com responsabilidade e caráter geral

- Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) – sintetiza as conclusões do diagnóstico, objetivos e linha de desenvolvimento estratégico para o setor, e reconhece que a implementação desses projetos requer a participação de várias entidades que influenciam, direta ou indiretamente, a qualidade do destino de Portugal e dos seus produtos turísticos.
- Entende-se assim que todos os intervenientes deverão:
 - Refletir e articular esforços, contribuindo para a organização, desenvolvimento e aumento das competências deste setor;
 - Reconhecer, divulgar e promover as boas práticas para o acolhimento turístico;
 - Sensibilizar a opinião pública para a importância da atividade turística;
 - Sensibilizar as instituições – públicas ou privadas – para a importância de um desenvolvimento sustentável;
 - Sensibilizar a comunicação social para a importância de promover uma cultura de turismo.

2. 1. Entidades e agentes com responsabilidade de carácter geral

Plano Estratégico Nacional do Turismo

O Plano Estratégico Nacional do Turismo – PENT, define as ações para o crescimento sustentado do turismo nacional nos próximos 10 anos.

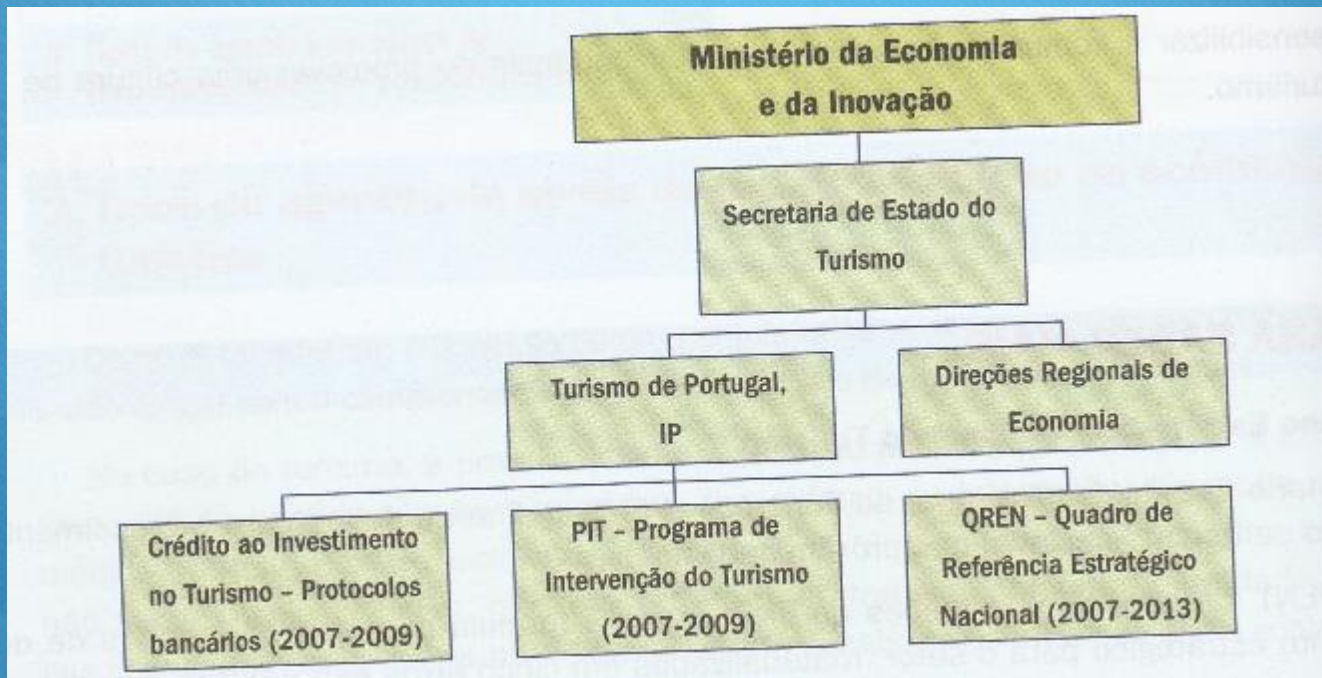
O PENT sintetiza as conclusões do diagnóstico e formula os objetivos e linhas de desenvolvimento estratégico para o setor, materializados em cinco eixos estratégicos, através de 11 projetos de implementação.

Os projetos de implementação para o desenvolvimento do turismo em Portugal são:

- 1. Produtos, destinos e polos:** envolve a estruturação e desenvolvimento de propostas de consumo, distintivas e inovadoras, perspetivadas na ótica do cliente, suportadas na capitalização da vocação natural de cada destino e alinhadas com a proposta de valor de Portugal, que permitam competir, com êxito, nos mercados-alvo.
- 2. Intervenção em zonas turísticas de interesse (urbanismo, ambiente e paisagem):** incide numa intervenção criteriosa e selecionada, multidisciplinar e multientidade, com ganhos de coerência e de capacidade de atuação, para melhoria da qualidade urbana, ambiental e paisagística do território, enquanto componente fundamental do produto turístico e da atratividade global de Portugal e dos seus destinos regionais.
- 3. Desenvolvimento de conteúdos distintivos e inovadores:** requer o desenvolvimento de conteúdos tradicionais portugueses, associados à História de Portugal, à literatura ou à música, assim como adequação das condições de fruição da nossa oferta cultural e gastronómica, que possibilitem a vivência de experiências distintivas e inovadoras aos turistas que selecionam Portugal como destino de férias.

2.2. Estruturas e agentes com responsabilidades específicas

- O setor do turismo é transvesal, dependente e com efeitos e repercussões em diversas áreas e níveis. Deste modo, e de forma a garantir a participação ativa de todos os agentes envolvidos no setor, os governos têm um papel fundamental.
- Em Portugal, O Governo exerce principalmente um papel de executor das normas e de inspetor da sua aplicação.
- Atualmente, a estrutura organizada do turismo em Portugal é a seguinte:



2. 2. Entidades e agentes com responsabilidades específicas

○ O Ministério da Economia e da Inovação (MEI) :

- tem por missão conceber, executar e avaliar as políticas dirigidas às atividades económicas, designadamente de produção de bens e prestação de serviços, a energia, o comércio, o turismo, a defesa do consumidor, as políticas de regulação dos mercados e de dinamização do investimento, assim como as políticas horizontais dirigidas à inovação visando a competitividade e internacionalização das empresas portuguesas.
- O seu objetivo é incentivar o crescimento acelerado e sustentável da economia, da sociedade e do território da República Portuguesa, tendo como valores a inovação, a competitividade e a ética empresarial.

2.2. Entidades e agentes com responsabilidades específicas

- As Direções Regionais da Economia são serviços da administração direta do Estado, dotadas de autonomia administrativa, criados conforme o Decreto Regulamentar n.º58/2007, de 27 de abril.
- Têm por missão a representação e atuação do MEI a nível regional, no âmbito das circunscrições territoriais respetivas, na configuração definida pelo nível II da nomenclatura de unidades territoriais (NUT) para fins estatísticos e têm a seguinte identificação:
 - Direção Regional da Economia do Norte;
 - Direção Regional da Economia do Centro;
 - Direção Regional da Economia de Lisboa e Vale do Tejo;
 - Direção Regional da Economia do Alentejo;
 - Direção regional do Algarve.

2.2. Entidades e agentes com responsabilidades específicas

- As atribuições das Direções Regionais da Economia são as seguintes:
 - Representar o MEI junto dos órgãos do poder local, bem como assegurar a articulação com os órgãos desconcentrados do poder central de incidência regional;
 - Assegurar funções desconcentradas de execução das políticas do MEI, através da produção de bens e serviços em matéria de licenciamento, fiscalização e controlo meteorológico no âmbito da atividade industrial, da atividade de pesquisa e exploração de massas minerais, do comércio e dos serviços, do turismo e da energia;
 - Proporcionar aos agentes económicos da respetiva região os serviços que lhes permitam cumprir as obrigações regulamentares com o MEI;
 - Garantir a aplicação da legislação nos setores da indústria, comércio e serviços, energia, recursos geológicos, qualidade e turismo.

2.2. Entidades e agentes com responsabilidades específicas



- As atribuições do Turismo de Portugal, IP, foram definidas pelo Decreto-Lei n.º 141/2007, de 27 de abril, que concretiza o objetivo de criar uma única estrutura política para promover a valorização e sustentabilidade da atividade turística nacional, constituindo-se como uma verdadeira autoridade turística nacional.
- São atribuições do Turismo de Portugal, IP:
 - a) Apoiar o membro do Governo responsável pelo Turismo na definição, enquadramento normativo e execução da política nacional e comunitária aplicável ao setor;
 - b) Propor ao Governo as linhas estratégicas aplicáveis ao desenvolvimento do setor turístico e definir os planos de ação de produtos e destinos que as concretizam;

2. 2. Entidades e agentes com responsabilidades específicas

- c) Assegurar a coordenação de estudos e estatísticas, nomeadamente em matéria de definição, acompanhamento e avaliação das políticas e planos estratégicos e de desenvolvimento do setor, estando habilitado a funcionar como entidade delegada no quadro do Sistema Estatístico Nacional e a participar nas atividades de organismos internacionais;
- d) Prestar apoio técnico e financeiro às entidades públicas e privadas do setor, assegurar a gestão dos respetivos sistemas de incentivos, aprovar e acompanhar o investimento público de interesse turístico;
- e) Planear, coordenar e executar a política de promoção do país, e as suas marcas como destino turístico, bem como assegurar a recolha, tratamento e divulgação de informação turística;
- f) Incentivar e desenvolver uma adequada política de qualificação de recursos humanos através da coordenação, criação e reconhecimento de cursos e ações profissionais;
- g) Acompanhar a evolução da oferta turística nacional, designadamente através do registo e classificação de empreendimentos e atividades turísticas;

2. 2. Entidades e agentes com responsabilidades específicas

- h) Promover uma política adequada de ordenamento turístico e de estruturação da oferta, em colaboração com organismos competentes, intervindo na elaboração dos instrumentos de gestão territorial, participando no licenciamento ou autorização de empreendimentos e atividades, reconhecendo o seu interesse para o Turismo, ou propondo ao Governo o reconhecimento da respetiva utilidade turística;
- i) Apoiar tecnicamente o membro do Governo responsável pelo Turismo em matéria de jogos de fortuna ou azar, bem como contribuir para a elaboração da respetiva regulamentação;
- j) Fiscalizar a exploração dos jogos da fortuna e do azar e do funcionamento dos casinos e bingos e colaborar com as autoridades e agentes policiais em matéria de prevenção e punição de práticas ilícitas relativas a jogos de fortunas e azar.

2.2. Entidades e agentes com responsabilidades específicas



Quadro de Referência Estratégico Nacional:

- Consiste no enquadramento para a aplicação da política comunitária de coesão e social em Portugal;
- O seu grande objetivo é a aposta na qualificação dos portugueses, valorizando o conhecimento, a ciência, a tecnologia e a inovação. Pretende ainda incentivar o desenvolvimento económico e sociocultural, assim como a qualificação territorial. Pretende criar condições de igualdade de oportunidades e aumentar a eficiência e qualidade das instituições públicas.

2. 2. Entidades e agentes com responsabilidades específicas

- O QREN foi estruturado através da criação de Programas Operacionais Tematicos e de Programas Operacionais Regionais para as regiões do continente e para as duas Regiões Autónomas. São também instituídos Programas Operacionais de Assistência Técnica ao QREN.
- O QREN consagra uma oportunidade para que Portugal e as suas regiões possam realizar investimentos e ações de desenvolvimento que, de outra forma, não existiriam ou ficariam adiados, proporcionando uma ocasião propícia à expansão, crescimento ou aperfeiçoamento de diversas áreas económicas, nomeadamente o Turismo. Só o future dirá se esta oportunidade foi devidamente aproveitada.

2.3. Lócus de atuação do setor público na ótica de acolhimento

- O sucesso do destino turístico implica uma política de gestão integrada, dizendo respeito a todos os participantes – oferta turística de base (element principal de tração para o visitante) e serviços complementares.
- De acordo com as diretrizes europeias, as condições que suscitam, mantêm e desenvolvem a dinâmica da parceria de vários intervenientes turísticos, públicos e privados, são:
 - Estabelecer uma direção forte, bem estruturada, institucionalizada, dotada de meios de ação (financeiros e humanos), que disponha de autonomia e competências e beneficie do apoio dos poderes públicos, dos agentes do setor privado e da população local;

2.3. **Ló**is de atuação do setor público na ótica de acolhimento

- Incrementar uma intervenção de parceria, desde a fase de definição do projeto até ao acompanhamento da sua execução, baseada na colaboração estreita e coerente entre todos os agentes turísticos ao nível local, regional, nacional e até internacional, beneficiando assim dos efeitos de sinergia e de desmultiplicação das ações das economias de escala daí resultants;
- Criar uma visão comum de desenvolvimento do Turismo, balizada pela concentração entre intervenientes, na consulta à população local e num Sistema eficaz de circulação interna da informação;
- Encontrar uma distribuição equilibrada dos impactos positivos do desenvolvimento turístico entre os visitantes, os investidores do setor, os profissionais e a população local. Trata-se de um equilíbrio positivo, em que cada um obtenha valor acrescentado e beneficie com a existência da atividade.

2.3. **Ló**cas de atuação do setor público na ótica de acolhimento

- Desenhar uma política de acolhimento coerente e coordenar, in loco, as medidas tomadas pelos responsáveis pelo Turismo e de outros serviços responsáveis pelo desenvolvimento do destino, que contribuam de forma substancial para a qualidade da experiência do visitante, como sejam: o ambiente, a urbanização, os transportes, a limpeza pública, a polícia, etc;
- Criar estímulos que favoreçam o aparecimento e incentive o desenvolvimento da iniciativa privada na melhoria da qualidade do Turismo. Estes incentivos deverão ser construtivos ou repressivos e poderão assumir múltiplas formas (fiscalidade, ajudas e subsídios, informação e promoção, prémios e recompensas, formação, etc.).

3. Organização e políticas de acolhimento em Portugal



- O Turismo em Portugal atravessa uma fase de evolução muito positiva.
- Portugal apresenta «matéria-prima» para trabalhar com qualidade e distinção na atividade turística, falta agora o empenho e a dedicação para rentabilizar os recursos e gerar riqueza para o país.
- Para competir por uma posição no ranking mundial, o Turismo não pode parar pois é uma atividade de aposta para o futuro, promissora e capaz de gerar divisas e multiplicar todos os aspetos sociais, culturais e ambientais da região, trazendo para todos os que nela trabalham melhores condições de vida,
- O investimento na receção turística e em estruturas de acolhimento capazes de receber turistas é impreterível e inadiável.

O turismo é um dos principais setores da economia portuguesa, tendo o seu peso na economia vindo a crescer nos últimos anos.

- As receitas de turismo representam 6,3 mil milhões de euros, correspondendo a 11% do PIB e apresentam uma tendência crescente.
- O turismo é um dos principais setores geradores de emprego, representando 10,2% da população ativa.

Fonte: INE, 2007

3.1. Caracterização das diferentes estruturas de acolhimento

- Ter uma oferta turística capaz de satisfazer os desejos de todos os visitantes é a ambição de qualquer destino.
- Os recursos naturais são componentes de elevada importância da oferta turística e que geralmente estão na base da escolha do Turismo. Contudo, os recursos naturais são insuficientes para garantir a continuidade dos visitantes na região.
- É necessário a intervenção humana, que irá encontrar alternativas para rentabilizar os elementos naturais.

3.1. Caracterização das diferentes estruturas de acolhimento



➤ É imperativo o aparecimento, manutenção e evolução de equipamentos:

1. Que permitam e facilitem a deslocação dos viajantes – transportes, operadores turísticos, agências de viagens, etc;
 2. Que assegurem o bem-estar dos visitantes – alojamentos, restaurantes, serviços gerais de apoio à estada, etc.
- A prática turística está dependente destas estruturas, uma vez que estas possibilitam as trocas comerciais, consumos e transferência de divisas de um local para outro (da região emissora para a região recetora).

3.1. Caracterização das diferentes estruturas de acolhimento



- Além, das estruturas básicas, os turistas apresentam necessidades adicionais, como a ocupação dos tempos livres, animação, comunicação, etc.
- Potencializar a satisfação destas necessidades implica a construção de novos equipamentos e a produção de outros bens e serviços diversificados que serão utilizados tanto por visitantes como por residentes.

As atividades turísticas podem-se definir como **características ou conexas**.

Uma **atividade diz-se característica** do turismo quando existe essencialmente para dar resposta às necessidades dos visitantes, mas é também utilizada por residentes. Este é, por exemplo, o caso dos hotéis e das lojas de recordações.

Uma **atividade diz-se conexa** do turismo quando existe essencialmente para dar resposta às necessidades dos residentes, mas é também utilizada por visitantes. Alguns exemplos serão as autoestradas, os supermercados, os postos de correios, etc.

3.1. Caracterização das diferentes estruturas de acolhimento

➤ O acolhimento turístico é um conjunto compost por três elementos:

1. Elementos primários ou básicos: resultam da ação da natureza (recursos naturais) e ação do ser humano (recursos culturais e históricos), constituindo condição indispensável para o surgimento do produto turístico.
 2. Elementos secundários: têm um propósito turístico e visam a satisfação dos desejos e necessidades dos turistas. A sua criação é condicionada pelo fenómeno turístico.
 3. Elementos complementares ou terciários: destinam-se à população em geral (residentes e visitantes) mas em particular à comunidade recetora, assumindo-se como elementos complementares do produto turístico.
- A funcionalidade e a saúde destes elementos contribuem para o bom acolhimento ao visitante.

3.1. Caracterização das diferentes estruturas de acolhimento

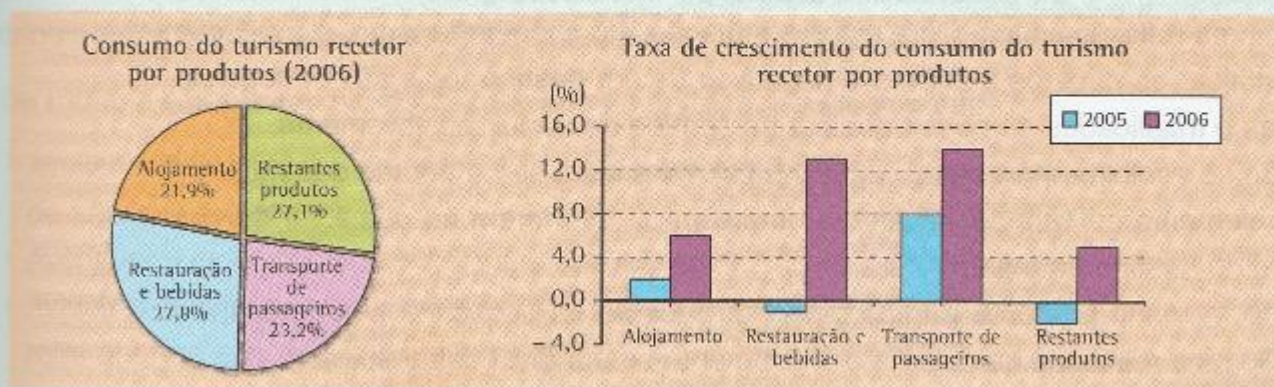
➤ O crescimento e a consolidação da região como destino turístico dependem de uma boa estratégia de marketing e de uma eficaz segmentação de Mercado e também da oferta de «algo» que proporcione satisfação, como por exemplo:

- Qualidade – aspeto que valoriza o produto – bem ou serviço, e reduz a ideia de risco, sendo um element diferenciador da concorrência;
- Relação humana – no produto turístico é indispensável a relação humana. Se o produto turístico for agradável mas o serviço ineficaz o resultado será negative;
- Abrangência do destino – é importante agradar ao maior Mercado possível e reunir o máximo de produtos diversificados e diferenciadores;

3.1. Caracterização das diferentes estruturas de acolhimento

- **A marca** – refere-se à imagem que o cliente tem do produto, sendo que o “passa – a – palavra” é a melhor publicidade e a forma mais barata de promover efetivamente o destino.
- **Benefício** – é um aspeto determinante para a seleção do destino, já que qualquer consumidor pretende sempre beneficiar com a escolha do «produto».

De acordo com os resultados da Conta Satélite do Turismo, entre 2005-2007, publicado pelo Instituto Nacional de Estatística, em 21 de dezembro de 2007, os produtos mais importantes foram o alojamento (22,2%), a restauração (27,4%) e o transporte de passageiros (22,7%).



3.2. Objetivos e ações no âmbito das políticas de acolhimento

- O objetivo de qualquer política de acolhimento é o de estabelecer regras, condutas e procedimentos que permitam o sucesso e a prosperidade do local.
- De modo a garantir a harmonia, consonância e padronização das atuações de todos estes atores, sugerem-se algumas ações:
 - Fomentar a aceitação, conhecimento, compreensão dos visitantes que escolhem Portugal como destino. Por ex: através de ações de sensibilização, reuniões, etc;
 - Estimular a participação da sociedade civil nos fluxos turísticos, criando condições de harmonia entre os visitantes e os residentes;
 - Adotar, promover e divulgar condutas de aceitação e de não discriminação em relação ao visitante, acolhendo com simpatia e profissionalidade qualquer visitante, independentemente da sua cor, raça, nacionalidade ou religião;
 - Providenciar a devida formação e qualificação a todos os colaboradores do setor do Turismo;
 - Conhecer a legislação e os códigos éticos de Turismo;
 - Oferecer programas e atividades de acolhimento para os turistas que permitam a aquisição de conhecimentos linguísticos, da história da região, dos seus hábitos, culturas, tradições, etc,

3.2. Objetivos e ações no âmbito das políticas de acolhimento

- Proporcionar a igualdade de acesso às instituições, aos bens e aos serviços públicos e privados, aos turistas e cidadãos locais;
- Reforçar a capacidade de interação dos prestadores de serviços públicos e privados com os turistas;
- Desenvolver instrumentos informativos e divulgativos do destino;
- Conceber programas de recolha e análise de informações para conhecer as necessidades e expetativas dos visitantes.

3.3. Avaliação do acolhimento turístico em Portugal

- No caso do Turismo, a avaliação pretende identificar os aspetos positivos e negativos de um destino, pois só conhecendo as deficiências e fragilidades se pode trabalhar no sentido de evoluir positivamente.
- A avaliação do acolhimento turístico em Portugal materializa-se no estudo dos momentos, fatores, elementos e características que intervêm ou interferem na perceção que os visitantes têm do destino de Portugal.
- Atualmente, e tendo presente a importância do Turismo na economia portuguesa, as avaliações são uma realidade que auxilia o crescimento sustentável deste setor.

3.3. Avaliação do acolhimento turístico em Portugal

➤ Para orientar o desenvolvimento do Turismo são avaliadas duas realidades:

1. Satisfação dos visitantes;
2. Satisfação dos agentes envolvidos no Turismo.

➤ Para avaliar a satisfação dos visitantes existem indicadores que devem ser averiguados antes, durante e depois da visita e/ou estada do visitante, dando uma perceção das espetativas e vivências.

➤ As informações são conseguidas através da aplicação dos inquéritos que têm como objetivos:

- Prever tendências do Mercado do Turismo e determinar a posição do destino relativamente a essas tendências;
- Identificar os perfis dos visitantes, os seus comportamentos e preferências;
- Descrever a imagem que os visitantes têm acerca do destino;
- Averiguar as espetativas dos visitantes e dos candidatos a visitantes;
- Verificar a promoção efetuada sobre o destino.

3.3. Avaliação do acolhimento turístico em Portugal

- A aplicação dos inquéritos no momento da partida ou após a visita irá permitir:
 - Avaliar a correspondência de expectativas do visitante e grau de satisfação;
 - Avaliar a imagem do destino, depois da concretização da visita;
 - Conhecer a opinião que o visitante irá passar sobre o destino;
 - Recolher comentários e sugestões dos visitantes.
- Tendo em atenção que a atividade de acolhimento é prestada de pessoas para pessoas, é igualmente importante avaliar e conhecer a **satisfação dos profissionais do Turismo**. Manter estes profissionais satisfeitos e motivados irá contribuir decisivamente para a qualidade do serviço prestado ao visitante.

3.3. Avaliação do acolhimento turístico em Portugal

- De modo a garantir um saudável crescimento do setor do Turismo é fundamental:
 - Avaliar o desempenho do setor do Turismo por categoria dos visitantes e de serviços prestados;
 - Averiguar o esforço dos profissionais dos diferentes ramos do Turismo;
 - Avaliar a qualidade dos contratos de trabalho e das perspetivas de carreiras abertas aos profissionais de Turismo.
- A avaliação do Turismo deverá passar ainda pela análise do seu **impacto**, nos seguintes aspetos:
 - Economia regional e nacional;
 - Desenvolvimento das regiões;
 - Ambiente;
 - Qualidade de vida dos residentes;

3.3. Avaliação do acolhimento turístico em Portugal

- Neste sentido, é importante averiguar e conhecer:
 - A perceção dos residentes face ao Turismo, identificando as suas vantagens e inconvenientes;
 - Os efeitos socioeconómicos, a criação de postos de trabalho e de receitas (riqueza), as novas infraestruturas e a melhoria de determinados equipamentos e serviços públicos, provenientes da atividade turística;
 - O impacto do desenvolvimento da atividade turística na qualidade do seu ambiente e a incidência da intervenção sobre o desenvolvimento sustentável.
- As avaliações permitem que se procedam a eventuais ações corretivas e que seja dado aos diversos agentes envolvidos no acolhimento um feedback do seu desempenho.

3.3. Avaliação do acolhimento turístico em Portugal

- O Turismo de Portugal, IP, realiza estatísticas anuais que permitem ao Mercado conhecer todas as características do seu público, de modo a adequarem a oferta ao tipo de visitante que a procura.
- As informações recolhidas permitem saber de onde vem, para onde vão, por que motive escolhem determinado destino e quais as suas opiniões finais em relação aos vários elementos utilizados durante a sua estada.

3.3. Avaliação do acolhimento turístico em Portugal

Relatório Anual de 2007 – Determinação da Representatividade das Motivações Primárias e Estádio de Satisfação dos Turistas em Portugal

Algumas das conclusões do inquérito são:

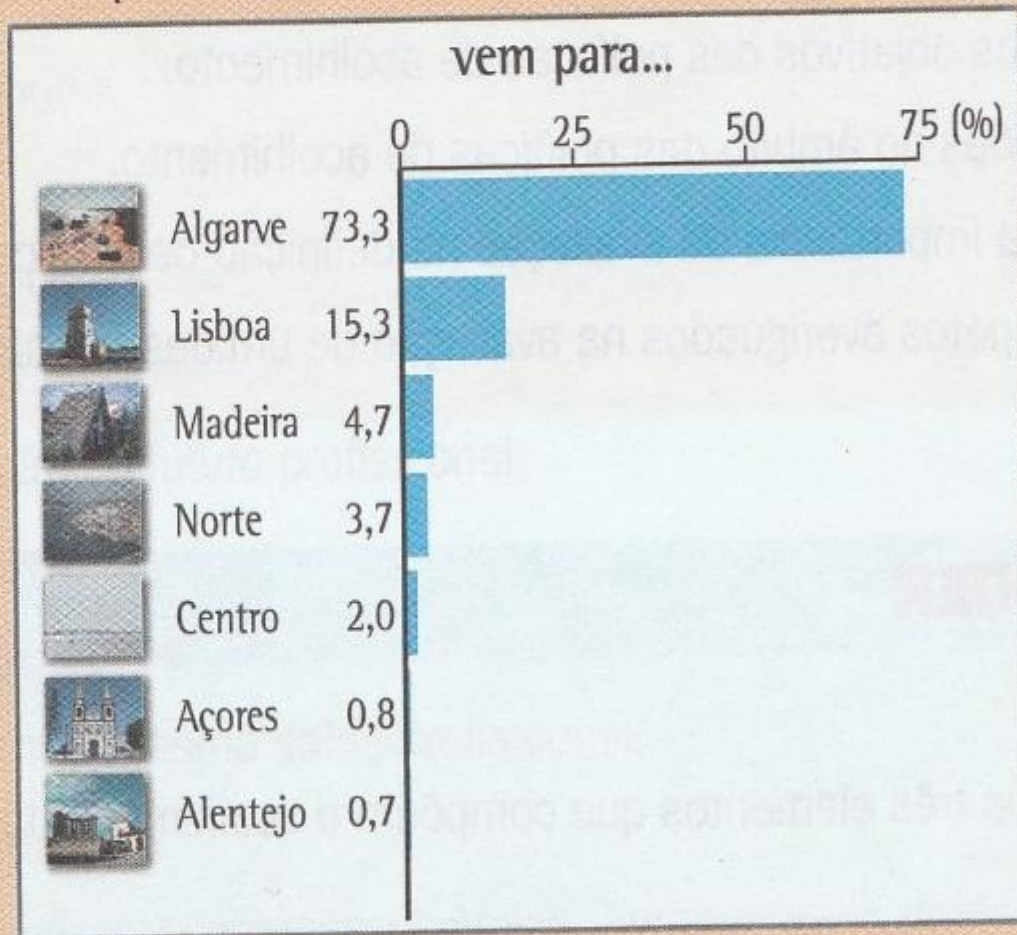
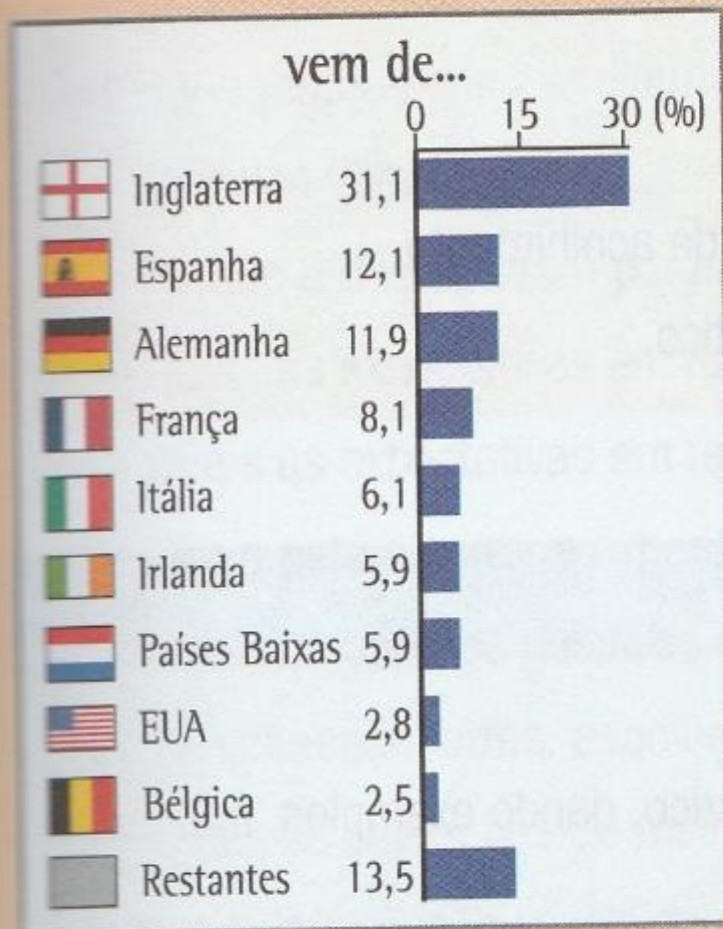
- 83% das visitas a Portugal são explicadas por quatro motivações primárias:
- Sol e mar, 37,8%
- Touring cultural e paisagístico, 29,7%
- Turismo de natureza, 8,2%
- City break, 7,6%



3.3. Avaliação do acolhimento turístico em Portugal

- De todos os turistas que visitam Portugal motivados pelo sol e pela praia, 31% são ingleses e 73,3% direcionam-se para o Algarve;

Quem vem por sol e mar



Base: total de inquiridos motivação primária é sol e mar n = 7562

3.3. Avaliação do acolhimento turístico em Portugal

- O Mercado espanhol é o principal emissor de turistas motivados pelo touring cultural e paisagístico (24, 3%).
- 63,5% dos turistas city break selecionam Lisboa como destino e 33,8% o Porto.
- 54% dos turistas motivados pelo golfe selecionam o Algarve como região de destino.
- Existe forte concentração de motivações primárias na captação de turistas na maioria das regiões, sendo particularmente intenso no Algarve (84% sol e mar), Alentejo (80% touring cultural e paisagístico) e centro (66% touring cultural e paisagístico).

3.3. Avaliação do acolhimento turístico em Portugal

- No que se refere à valorização que o visitante dá a cada element ou aspeto da visita, identificam-se as seguintes ponderações:



Base: total de inquiridos à saída do país n = 8711