

TURISMO

INTERVENÇÃO DO ESTADO NO SETOR DO TURISMO

Incentivar a criação de uma oferta de formação universitária e profissional de qualidade na área do turismo no ensino universitário público (ou apoiar o ensino privado de qualidade)

Os turistas procuram cada vez mais a experiência de umas férias de qualidade. Portugal tem boas infraestruturas físicas, mas em muitos casos falta qualidade tanto no que diz respeito ao serviço ao turista, como na gestão das empresas. Esta é uma das razões que tem levado muitos empreendimentos hoteleiros a diminuir os seus preços. No entanto, a diminuição dos preços transmite uma imagem de menor qualidade, entrando-se assim num círculo vicioso que prejudica a imagem e o lucro dos empreendimentos hoteleiros.

Neste contexto, torna-se premente aumentar a cultura de serviço no turismo.

Mais e melhores cursos de formação, alguns com uma perspetiva internacional, permitem a formação de quadros portugueses e estrangeiros, o desenvolvimento de know-how na área e a possibilidade de realização de estudos e estágios que beneficiem as entidades turísticas portuguesas.

Assim, deve promover-se a formação dos quadros dirigentes, pois em muitos casos necessitam de mais conhecimento de gestão de empresas de turismo e “hospitalidade”, assim como também mais e melhor formação nas profissões relacionadas com o serviço. Para além disso, é importante promover-se socialmente estas ocupações profissionais, que podem ser muito úteis para as regiões onde se inserem. Por exemplo, é muito importante apoiar o ensino técnico profissional, de modo a dar consistência e dignificar essas funções, que são cruciais para o sucesso do turismo.

Esta medida trará um impacto muito positivo na qualidade dos serviços na área do turismo, e um impacto social no aumento do emprego mais qualificado, incluindo em zonas menos desenvolvidas do país.

Consolidar o esforço de promoção em menos mercados

Tendo em conta os recursos limitados de promoção do destino Portugal, deve consolidar-se o esforço de promoção em menos mercados, mas mais intenso nesses mercados. O Estado, através das entidades responsáveis (Turismo de Portugal), deverá consolidar o esforço de promoção turístico em menos mercados, versus uma abordagem de promoção mais dispersa.

Após uma análise profunda a realizar, uma abordagem poderá passar for focar nos mercado com quem Portugal tem boas ligações aéreas, regulares (*low-cost* ou não) ou voos charters. Por exemplo, Portugal tem hoje aproximadamente 1% do turismo *outgoing* alemão, que pode ser significativamente aumentado. Existindo mercados com muito elevado potencial sem estar bem servido por ligações aéreas, também deverá haver um esforço para tentar criar boas ligações com esses destinos.

Para os mercados de maior promoção a definir (e para os maiores mercados em geral), o Estado deverá simplificar a política de acolhimento e de vistos para turistas vindos desses países (nos casos em que isso ainda não aconteça)

Assegurar legislação atualizada e orientada para um desenvolvimento sustentado do setor

Assegurar a atualização da legislação do setor e adequá-la ao surgimento de novos conceitos turísticos que possam ser relevantes para Portugal. Simultaneamente, deverá assegurar-se a atualização da legislação do alojamento local de modo a satisfazer o crescimento sustentável do setor e as necessidades de qualidade de vida dos habitantes locais, com uma fiscalização atenta, destacando-se temas como a higiene e segurança e a garantia de pagamento de impostos.

Deverá procurar estender-se às regras de licenciamento geral algumas das facilidades hoje dadas ao alojamento local e vice-versa. Ou seja, deve exigir-se a este segmento algumas regras (sobretudo de higiene e segurança) já exigidas aos restantes tipos de alojamento.

A legislação e regulação deverá responsabilizar cada vez mais os promotores, dando liberdade de atuação dentro de regras claras e posteriormente fiscalizar os empreendimentos turísticos de modo a assegurar o cumprimento das regras.

Flexibilizar a legislação face à sazonalidade do setor

A existência da sazonalidade no turismo, embora se tente minimizar, existe e deverá continuar a existir. Para isso, as empresas precisam de ter mais empregados nas épocas altas e menos empregados nas épocas baixas. Contudo, a legislação laboral pode ser um entrave se limitar a entrada e saída dos quadros das empresas ao longo dos ciclos de sazonalidade. Assim, deverá assegurar-se a flexibilização da legislação laboral para acomodação do emprego sazonal, permitindo assim dar mais flexibilidade às empresas para responder às variações de fluxos de turistas nos diversos destinos portugueses.

Deverá flexibilizar-se a legislação para permitir o encerramento temporário de empreendimentos turísticos nas épocas baixas, nos casos em que os proprietários tenham vantagens em encerrar

temporariamente os empreendimentos versus a situação de os manter abertos ao público, acumulando prejuízos durante esses períodos. Isto permite reduzir custos a esses empresários mas também diminuir a concorrência face aos outros *players* do setor, que individualmente acabam por ter mais clientes pelo facto de existirem menos empreendimentos turísticos a concorrer entre si por uma procura de turistas mais reduzida nessas épocas.

Uma iniciativa do grupo de trabalho do Turismo, com a coordenação de Pedro Fontes Falcão