ESTRATÉGIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO DO FUTURO

UNIÃO DE CIDADES CAPITAIS IBERO-AMERICANAS

2022











ESTRATÉGIA IBERO-AMERICANA DE TURISMO DO FUTURO

UNIÃO DE CIDADES CAPITAIS IBERO-AMERICANAS

2022







UNIÃO DE CIDADES CAPITAIS IBERO-AMERICANAS (UCCI)

- Almudena Maillo: Secretária-Geral
- Ana Román: Diretora Geral
- Francisco Mugaburu: Diretor Adjunto de Relações Internacionais e Cooperação

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DE TURISMO (OMT)

- Zurab Pololiskashvili: Secretário-Geral
- Natalia Bayona: Diretora de Inovação, Educação e Investimento
- Sandra Carvão: Chefe de Inteligência de Mercado e Competitividade

CÂMARA MUNICIPAL DE MADRID

- Almudena Maíllo: Vereadora Delegada de Turismo
- Héctor Coronel: Diretor Geral de Turismo

COMUNIDADE DE ANDORRA LA VELLA

- Conxita Marsol: Consol Major
- Meritxell López: Conselheira do Desenvolvimento Estratégico e Comercial e de Projetos Participativos

CÂMARA MUNICIPAL DE BOGOTÁ

- Claudia López: Presidenta da Câmara
- Karol Fajardo Mariño: Diretora do Instituto Distrital de Turismo (IDT)

GOVERNO DA CIDADE AUTÓNOMA DE BUENOS AIRES

- Horacio Rodríguez Larreta: Chefe de Governo
- David Groisman: Diretor de Inteligência de Mercado e Observatório da Entidade de Turismo (ENTUR)

GOVERNO DA CIDADE DO MÉXICO

- Claudia Sheinbaum: Chefe de Governo
- Tanya Aguilar Murrieta: Diretora de Desenvolvimento de Projetos Turísticos

CÂMARA MUNICIPAL DE LIMA

- Miguel Romero: Presidente da Câmara
- María Paz Ramos Grimaldo: Subgerente de Turismo

CÂMARA MUNICIPAL DO RIO DE JANEIRO

- Eduardo Paes: Presidente da Câmara
- Fabiana Misse: Diretora de Marketing (RIOTUR)

CÂMARA MUNICIPAL DE SÃO PAULO

- Ricardo Nunes: Presidente da Câmara
- Rodolfo Marinho: Secretário de Turismo

ORGANIZAÇÃO MUNDIAL DAS CIDADES UNIDAS E GOVERNOS LOCAIS (CGLU)

Fmilia Saiz: Secretária-Geral

UNIÃO INTERNACIONAL DE TRANSPORTE PÚBLICO (UITP)

■ Khalid Alhogail: Presidente

COM A COLABORAÇÃO DE:

■ Tourism Data Driven Solutions (TDDS)

Depósito legal: M-27195-2022

Índice

Apresentação UCCI				
Apr	resentação OMT	g		
l.	Resumo executivo	11		
II.	Considerações sobre o cenário global atual	15		
III.	Finalidade da EIT	21		
	Missão da EIT	24		
	Visão da EIT	24		
	Valores da EIT	24		
IV.	EIT: recomendações estratégicas	25		
	Governação	28		
	Sustentabilidade	33		
	Acessibilidade	37		
	Inovação	30		
	Tecnologia	41		
	Segurança	43		
V.	Conclusão	45		

Apresentação

Enquanto Secretária-Geral da União de Cidades Capitais Ibero-americanas (UCCI) e Vereadora de Turismo da Câmara Municipal de Madrid, tenho o grande prazer de apresentar e divulgar a Estratégia Ibero-Americana para o Turismo do Futuro (EIT), elaborada em associação estratégica com a Organização Mundial do Turismo (OMT).



O turismo tem sido um dos setores que mais sofreram com a crise desencadeada pela pandemia da COVID-19, tendo um impacto significativo no emprego, na mobilidade humana e no desenvolvimento socioeconómico e cultural. Neste contexto, e com o espírito de apoiar as nossas cidades na procura de soluções de recuperação, em 2021, a UCCI decidiu centrar os seus esforços na promoção de uma Estratégia Ibero-Americana para o Turismo do Futuro (EIT) assente nos eixos transversais da inovação e do desenvolvimento sustentável.

Isso manifesta-se na nossa Estratégia UCCI 2021-2024, que adota a Agenda 2030 como marco e reconhece o Turismo como um setor chave para alcançar os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável e, em particular, o ODS 11, que estabelece "Garantir que as cidades e comunidades sejam inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis".

A EIT é o resultado dos esforços e trabalho conjunto entre as cidades UCCI, Madrid, Buenos Aires, Cidade do México, Lima, São Paulo, Rio de Janeiro e Andorra la Vella, bem como o apoio estratégico da União Internacional de Transporte Público (UITP) e Cidades e Governos Locais Unidos (UCLG), o que reflete a importância de gerar parcerias sustentáveis e eficazes, conforme indicado no ODS 17.

Esta iniciativa, sem precedentes no âmbito ibero-americano, visa ser um instrumento de recuperação económica e sectorial, garantindo o uso eficiente e sustentável dos recursos naturais e o reforço dos direitos culturais, o que permite colocar as pessoas e o planeta no centro. Em linha com as agendas globais, é concebida como uma iniciativa para um mundo sustentável, para lá da pandemia, reforçando a identidade turística ibero-americana com o Futuro em vista.

Na verdade, a nossa área ibero-americana tem um passado comum, uma história, cultura e valores partilhados que representam um valor agregado único em comparação com qualquer outra zona do planeta. Partindo dessa visão, o diálogo, a cooperação e as parcerias devem ser o caminho prioritário para encontrar soluções e resultados favoráveis para todas as nossas cidades.

Nesse sentido, a EIT é proposta como uma ferramenta concreta de recomendações de políticas públicas para os nossos governos locais, com a forte convicção de ser um instrumento de reativação e de sustentabilidade com um olhar transformador para o futuro do setor, com ênfase em seis eixos



fundamentais para a criação de destinos turísticos urbanos inteligentes: Governação; Sustentabilidade; Acessibilidade; Inovação; Tecnologia e Segurança.

Como roteiro para as grandes cidades e capitais ibero-americanas, esta Estratégia tem também o grande potencial de servir como exemplo para outros destinos turísticos de outras regiões do mundo, pois trata-se de uma iniciativa pioneira com grande impacto em todos os setores de desenvolvimento, e de uma forma comprometida com um futuro sustentável, equitativo e inclusivo.

Almudena Maillo del Valle

Secretária-geral União de Cidades Capitais Ibero-americanas

Apresentação

Prezada Comunidade Ibero-Americana:

Este trabalho é fruto da colaboração com a União de Cidades Capitais Ibero-americanas (UCCI). Reflete o compromisso da região em promover um turismo cada vez mais sustentável, inclusivo e inovador.



UINVVIO

VVorld

A Organização Mundial do Turismo (OMT) pro-

move a inovação e a tecnologia como a espinha dorsal para desenvolver Destinos Turísticos Inteligentes para o benefício das comunidades locais e dos Objetivos de Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas (ODS).

O turismo tem um impacto transversal, como poucos setores têm, e é um significativo gerador de emprego. Dada a previsão de que em 2050¹ 68% da população mundial viverá em zonas urbanas, e face à natureza dinâmica e inovadora do turismo, o nosso setor é um parceiro natural para contribuir para um desenvolvimento integral das cidades. De facto, o turismo urbano é um alicerce do trabalho da OMT.

Para desenvolver todo o seu potencial, o turismo requer uma abordagem conjunta entre as administrações do turismo, o setor privado, as comunidades locais e os próprios turistas.

Requer também políticas efetivas, como as geradas a partir das "Recomendações sobre o Turismo Urbano" da nossa Organização. Da mesma forma, o "Fórum de Presidentes de Câmaras Municipais para o Turismo Urbano Sustentável" da OMT³ oferece uma estrutura única para discussões sobre o papel do turismo urbano nos ODS e na Agenda Urbana.

Quero destacar a liderança de Espanha na criação da metodologia de Destinos Turísticos Inteligentes, que serviu de fonte de inspiração para este documento. Ao final desta edição, são 437 destinos certificados, três deles na América Latina (Bogotá e Medellín na Colômbia, e Tequila no México⁴). Isto

¹ Departamento de Assuntos Económicos e Sociais das Nações Unidas (UN DESA) (2018). As cidades continuarão a crescer, especialmente nos países em desenvolvimento. Recuperado de https://www.un.org/development/desa/es/news/population/2018-world-urbanization-prospects.html

² Aprovado pela Assembleia Geral da OMT. Organização Mundial do Turismo (2020), Recomendações da OMT sobre o Turismo Urbano, OMT, Madrid, DOI: https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284422012

³ Esta plataforma global de troca de conhecimento e experiências entre cidades foi lançada em 2019. Em 2023, a sede será em Madrid. https://www.unwto.org/europe/event/unwto-mayors-forum-sustainable-urban-tourism https://www.unwto.org/event/unwto-mayors-forum-for-sustainable-urban-tourism

⁴ Ministério da Indústria, Comércio e Turismo do Reino de Espanha. (2022). Destinos Turísticos Inteligentes (DTI). Recuperado de https://www.destinosinteligentes.es/.



demonstra a adaptação do modelo à realidade diversificada dos Estados Membros da Organização Mundial do Turismo e, claro, das cidades que pertencem à UCCI.

Da OMT, destacamos a importância de criar uma estrutura comum para a inovação no turismo. Estamos satisfeitos porque este documento destaque-se por ser pioneiro na inclusão de fatores estratégicos chave: empreendedorismo, inovação aberta, inovação social e promoção de uma cultura de capital de risco e investimentos não tradicionais.

Reitero o nosso apoio através da Rede de Inovação que formamos, disponibilizando uma panóplia de soluções tecnológicas e de impacto social para acelerar o alcance dos objetivos aqui propostos. Devemos continuar a trabalhar em conjunto para uma crescente contribuição do turismo na sociedade. Desta forma, poderemos potenciar o contributo do nosso setor para uma transformação positiva global, que vai além do turismo.

Zurab Pololikashvili Secretário-geral Organização Mundial do Turismo



Resumo executivo



Resumo Executivo

Em 11 de fevereiro de 2021, a Secretária-Geral da UCCI participa pela primeira vez como membro, na qualidade de conselheira, do Conselho Político da Organização Mundial de Cidades e Governos Locais Unidos (UCLG)5 sobre cidades mais seguras, resilientes e sustentáveis, capazes de enfrentar as crises.

Neste Conselho, a UCCI propõe o desenvolvimento de uma **'Estratégia Ibero-Americana para o Turismo do Futuro (EIT)'**, como ferramenta de recuperação económica e do setor, para um mundo sustentável, para lá da pandemia, e para fortalecer a identidade turística ibero-americana.

Na sequência da proposta de desenvolvimento da EIT apresentada ao Conselho Político da CGLU, é desenvolvido um roteiro como documento de partida para dar operacionalidade e viabilidade ao processo de criação da EIT. Neste descrevem-se os principais destaques, o mapeamento preliminar de agentes e a identificação inicial de ferramentas e espaços de trabalho que facilitam a construção da EIT, a partir de uma ação conjunta coordenada, com a **Organização Mundial do Turismo (OMT)** enquanto parceiro prioritário.

Seguindo a sua política de parcerias, a UCCI e a OMT decidiram unir forças para o desenvolvimento desta 'Estratégia Ibero-Americana para o Turismo do Futuro' da UCCI. Esta ferramenta permitirá fortalecer e redefinir o modelo de turismo das cidades, em torno da inovação e sustentabilidade das capitais ibero-americanas. O objetivo é trabalhar para um número crescente de destinos, apoiados na inovação e na tecnologia, melhorar a experiência turística e atingir o objetivo comum de elevar o bem-estar das suas comunidades.

A EIT é uma iniciativa pioneira na região, que se propõe à tarefa estratégica da recuperação económica do setor, com ênfase no reforço da identidade turística ibero-americana através de ferramentas que permitem desenvolver estratégias para que as cidades sejam reconhecidas como destinos turísticos inteligentes.

A Comissão de Trabalho, criada em abril de 2021 para estruturar e operacionalizar a EIT, é liderada pela UCCI e OMT e constituída pelos responsáveis pelo turismo nas cidades de Andorra la Vella, Bogotá, Buenos Aires, Cidade do México, Lima, Madrid, Rio de Janeiro e São Paulo, bem como altos representantes das Cidades e Governos Locais Unidos (CGLU) e da União Internacional de Transporte Público (UITP), na sua qualidade de entidades parceiras.

A parceria entre a UCCI e a OMT foi formalizada através do Acordo de Cooperação para a elaboração de uma Estratégia Ibero-Americana para o Turismo do Futuro (EIT), assinado pelos Secretários-Gerais de ambas as organizações.

A transformação digital para promover destinos turísticos inteligentes, a tomada de decisões com base em dados, o empreendedorismo, os ecossistemas de inovação com foco no turismo, as experiências turísticas únicas sustentadas pela tecnologia, bem como a cooperação entre cidades são algumas das prioridades partilhadas pelas capitais participantes.

Esta "Estratégia Ibero-Americana de Turismo" (EIT) é a primeira a ser elaborada pela UCCI, com o objetivo de servir como ferramenta de planeamento e organização de políticas públicas nas

⁵ https://www.uclg.org/



cidades em termos de turismo. Pretende-se a implementação de um modelo responsável, sustentável, acessível, inclusivo e inteligente, de acordo com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS) das Nações Unidas no âmbito da Década de Ação.

O turismo é uma alavanca de enorme poder para alcançar cada um deles e, em particular, o avanço do ODS 8 (Crescimento económico e emprego), ODS 10 (Redução das desigualdades), ODS 11 (Cidades e comunidades sustentáveis) e ODS 12 (Produção e consumo sustentável), todos no âmbito do ODS 17 (Parcerias para a implementação dos objetivos).

A estratégia segue as recomendações da OMT sobre o turismo urbano aprovadas pela sua Assembleia Geral⁶ com base nas discussões dos Fóruns de Presidentes de Câmaras Municipais da OMT para Turismo Urbano Sustentável, bem como na Declaração de Glasgow sobre Ação Climática no Turismo⁷.

A UCCI estabelece o Turismo como uma das suas prioridades temáticas, conforme especificado no Plano Estratégico UCCI 2021-2024, para além de definir os eixos transversais de Inovação e Sustentabilidade sobre os quais a EIT assenta. Por sua vez, foi decidida a criação de uma Vice-Presidência Temática em Desenvolvimento Económico, Inovação e Turismo. Essa Vice-Presidência facilita um ambiente de trabalho e intercâmbio de grande potencial para promover a agenda sobre esses temas e alcance a todas as cidades que compõem a Rede.

O desenvolvimento da EIT é definido com base em quatro princípios estratégicos:

- A pandemia trouxe luz ao modelo de consumo de muitas cidades e sistemas de produção. No turismo do futuro será essencial reequilibrar a relação entre as pessoas, o crescimento económico, o ambiente e as prioridades públicas.
- A trajetória e a importância que o turismo representa para as cidades da região e do mundo, como ferramenta de recuperação económica sustentável, colocando as pessoas e o planeta no centro, contribuindo para recuperar a confiança dos cidadãos e a reconexão entre a sociedade e as instituições públicas.
- A utilização da inovação, da tecnologia adaptada e dimensionada a cada necessidade, implementada como meio e nunca como fim por si própria – e a digitalização com uma abordagem humana ocupam um lugar de destaque na promoção e consolidação do modelo de turismo latino-americano do futuro.
- A importância da cooperação técnica entre cidades e instituições como fator multiplicador de parcerias na esfera pública e privada, como ferramenta inovadora para implementar políticas de turismo com capacidade de transformação e de implementação da agenda 2030. A **Multilateralidade**, vista como a cooperação entre todos os agentes públicos e privados, em todos os níveis: local, nacional, regional e internacional.

⁶ Organização Mundial do Turismo (2020), Recomendações da OMT sobre o Turismo Urbano, OMT, Madrid, DOI: https://doi.org/10.18111/9789284422036

⁷ https://www.unwto.org/the-glasgow-declaration-on-climate-action-in-tourism





Considerações sobre o cenário global atual

O papel das cidades na tomada de decisões a nível global é cada vez mais relevante, pois algumas, no seu exercício e crescimento urbano, acumulam conhecimento e experiências superiores a alguns Estados ou países de dimensão semelhante. Segundo a ONU, 70% da população viverá em cidades em 2050, sendo essencial desenvolver as cidades não apenas para se tornarem mais ecológicas, mas também mais sustentáveis e justas, onde o turismo desempenha um papel importante e, como tal, é mencionado na Nova Agenda Urbana sobre Habitação e Desenvolvimento Urbano Sustentável (Habitat III) das Nações Unidas (2016)8. Desta forma, as cidades passam a ter uma grande responsabilidade, uma vez que as estratégias e os modelos que agora marcam o seu desenvolvimento turístico vão marcar o caminho a seguir noutros territórios da região.

A OMT já salienta nas suas "Recomendações da OMT sobre o Turismo Urbano", no ponto XIV: "As cidades devem promover a contribuição do turismo para a criação de cidades que sejam espaços que promovam a regeneração urbana, a diversidade cultural, o diálogo intercultural, a inovação e a criação e troca de conhecimento".

Neste momento, estamos perante um desenvolvimento crescente da consciencialização pública, que obriga as empresas e entidades públicas a cumprirem os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável, que marcam a Agenda 2030 das Nações Unidas. A atividade turística é uma ferramenta de valor incalculável para alcançar avanços em todos os ODS. Especificamente, foi incluído em algumas

das metas dos objetivos 8, 12 e 14 relacionados, respetivamente, ao crescimento inclusivo e sustentável, consumo e produção sustentáveis e uso sustentável dos oceanos e recursos marinhos; mas a sua ação vai muito além e é reconhecida como uma das grandes alavancas para alcançar os ODS em muitas regiões do mundo.

Perante um ano 2019 de record histórico nos números do turismo global, a pandemia de COVID-19 veio provocar uma queda global de 73% nas viajantes internacionais e a perda de milhões de empregos por todo o mundo¹⁰. A esfera ibero-americano sofreu um forte impacto devido à importância do seu setor turístico que, em muitos destinos, é a principal fonte de receitas e de criação de emprego.

Neste momento, em que a recuperação parece estar a consolidar-se, muitos destinos e empresas têm de reorientar a sua estratégia para responder às exigências aceleradas dos turistas durante a pandemia; um turista muito mais digitalizado e consciente do impacto da ação humana no ambiente. Também é necessário acelerar a integração da inovação e da tecnologia, como preconiza o modelo de desenvolvimento de "Destinos Turísticos Inteligentes", e promover o empreendedorismo no setor para ganhar competitividade, eficiência e sustentabilidade. Conforme assinalado pela OMT no seu documento "Recomendações da OMC sobre o Turismo Urbano" no ponto V: "As cidades devem aplicar o conceito de destinos turísticos urbanos inteligentes, integrando plenamente os seguintes alicerces nas suas políticas e estratégias: governação, inovação,

⁸ https://habitat3.org/the-new-urban-agenda/

⁹ https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036

¹⁰ https://www.unwto.org/tourism-data/international-tourism-and-covid-19



tecnologia, acessibilidade e sustentabilidade nas suas três dimensões (social, económica e ambiental)¹¹.

A maioria das cidades, após o impacto da COVID-19, está a acelerar um processo de mudança em que a sustentabilidade do modelo, as novas tecnologias, a inovação ou a digitalização se tornam mais relevantes. É necessário chegar ao novo turista pós-pandemia, tanto nacional como internacional, e traçar um novo roteiro para alcançar um modelo sustentável, inclusivo e inteligente para benefício tanto dos residentes como dos visitantes.

Mais especificamente, a recuperação é definida em termos de sustentabilidade nos seus três aspetos (económica, social e ambiental), onde cada ação deve ter uma correlação direta com os Objetivos do Desenvolvimento Sustentável das Nações Unidas, e em termos de inteligência. A prioridade é minimizar o impacto no ambiente, na cultura e nas pessoas, contribuindo simultaneamente para a criação de rendimentos, emprego e bem-estar da população local.

Essas ações que foram iniciadas requerem ser continuadamente alimentadas de conteúdos e adaptadas às necessidades da procura e dos mercados, que estão em constante mudança. Assim, vemos como em tempos de transformação contínua, é fundamental que as cidades continuem a apoiar a recuperação do turismo com medidas específicas e traçando estratégias que lhes permitam reforçar a sua competitividade e sustentabilidade com ferramentas e ações em concreto. São tempos para iniciar novas formas de agir e de pensar o destino a partir dos princípios e valores dos Destinos Turísticos Inteligentes.

Atualmente, ainda há muita incerteza acerca dos possíveis cenários após a pandemia e o período de recuperação. Por isso, as cidades têm por certo de que é preciso **ouvir o visitante**, o que lhes

permitirá compreender e atender às suas necessidades futuras, chegar a ele de forma mais eficaz em ações promocionais e vencer a batalha da recuperação mais cedo.

Principalmente, a pandemia tem sido um catalisador de várias iniciativas com caráter inovador, nas quais as cidades confiam uma parte importante da recuperação da atividade turística. Assim, entre as principais medidas realizadas pelos destinos temos:

- Definição de vários incentivos económicos para o ecossistema turístico num apoio à sua recuperação.
- Criação de instrumentos de colaboração público-privada para avançar de forma conjunta na recuperação.
- Capacitação do empreendedor do turismo.
- Reforço da autenticidade dos bairros e criação de experiências autênticas no seu contexto.

A pandemia acentuou mudanças profundas nos padrões de consumo do turismo, onde predominam os turistas preocupados com as condições sanitárias dos destinos e o seu impacto no ambiente. Por sua vez, as empresas e os destinos estão cada vez mais conscientes de que se devem alinhar com esses princípios e não apenas reduzir o seu impacto ambiental (as cidades geram 70% das emissões que causam as mudanças climáticas¹² e devem ser mitigadas e compensadas com políticas ativas), gerando ainda um maior valor ecológico e social.

Assim, estamos perante uma nova era de gestão, organização e investimento no turismo responsável e digitalizado onde são necessárias **novas políticas públicas** que acompanhem esta necessária mudança do modelo e reconheçam o **potencial transformador do Turismo** nas cidades. Um modelo de turismo ao serviço do desenvolvimento social, cultural, económico e ambiental de cada um dos territórios em que se desenvolve a

¹¹ https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036

¹² https://uhabitat.org/node/92208



atividade e que esteja efetivamente alinhado com os ODS¹³. Um modelo que passa de um consumidor do meio ambiente para um criador de capital ecológico, social e cultural, de referência para outros setores produtivos a nível global.

Neste momento, inicia-se uma nova Era do Turismo Sustentável. Esta nova Era deve assentar num modelo de respeito e valorização do capital ecológico e social dos destinos e num modelo de governação de uma cogestão eficaz entre o setor público, a todos os níveis, o setor privado e os residentes (modelo Público-Privado - Comunidade). Um modelo de governação multinível (do local ao nacional), que escuta o residente e que integra, sem hesitação, a tecnologia necessária (principalmente os processos de digitalização e a Inteligência Artificial) para poder medir, planear e gerir o setor. E, por outro lado, deve estimular ao máximo possível o diálogo entre a sociedade local e o ecossistema produtivo (direto e relacionado, como o setor do transporte e os pequenos produtores ou artesãos) para atingir a necessária coesão social e cultural.

A OMT, no seu documento *Making Tourism More* Sustainable – A Guide for Policy Makers¹⁴, estabelece as bases para este modelo de Turismo Sustentável, que considera que deve:

- Utilizar de forma otimizada os recursos ambientais que constituem um elemento fundamental do desenvolvimento turístico, mantendo os processos ecológicos essenciais e ajudando a conservar o património natural e a biodiversidade.
- Respeitar a autenticidade sociocultural das comunidades anfitriãs, preservar o seu património cultural construído e natural e os seus valores tradicionais, bem como contribuir para o entendimento e a tolerância intercultural.
- Garantir a viabilidade das operações a longo prazo, fornecendo benefícios socioeconómicos para todas as partes interessadas, que se distribuem equitativamente, incluindo oportunidades estáveis de emprego e rendimentos

e serviços sociais para as comunidades anfitriãs, e ainda contribuir para a redução da pobreza.

A OMT salienta ainda que o desenvolvimento sustentável do turismo requer a participação informada de todas as partes interessadas, bem como uma forte liderança política para garantir uma ampla participação e criação de um consenso. Alcançar um turismo sustentável é um processo sistémico e contínuo e requer uma monitorização constante dos impactos (algo em que a tecnologia desempenha um papel relevante e necessário), introduzindo as medidas preventivas e/ou corretivas necessárias sempre que seja essencial. Estamos na era do "data-driven" (gestão através de dados) e a tecnologia desempenha um papel fundamental neste processo, acompanhada por uma procura e harmonia de fontes, para além de uma regulamentação essencial.

O turismo sustentável também deve manter um elevado nível de satisfação dos turistas e garantir-lhes uma experiência significativa, educando-os sobre as questões da sustentabilidade e promovendo práticas de turismo sustentável.

Considerando que o crescimento do setor do turismo nos últimos anos antes da pandemia transformou as cidades em destinos turísticos cada vez mais populares, é necessário delinear uma estratégia base para o futuro modelo de um turismo responsável, sustentável, inclusivo e digitalizado nas cidades.

Neste contexto, a UCCI, em parceria com a OMT, lidera a promoção e implementação da **Estratégia Ibero-Americana para o Turismo do Futuro (EIT)**, a partir de um diagnóstico inicial elaborado sobre a realidade turística das cidades da rede, que constituem a Comissão de Trabalho da EIT: Andorra La Vella, Bogotá, Buenos Aires, Madrid, Cidade do México, Lima, São Paulo e Rio de Janeiro.

A atual aproximação dessas cidades ao modelo de Destino Turístico Inteligente nos seus cinco

¹³ https://www.un.org/sustainabledevelopment/cities/ (ODS 11 Cidades mais inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis)

¹⁴ Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 2005, p.11-12



alicerces (governação, inovação, tecnologia, sustentabilidade e acessibilidade) tem sido significativa. O modelo desenvolvido pela SEGITTUR desde 2012 e tendo como enfogue a Sustentabilidade do modelo do turismo, define um Destino Inteligente¹⁵ como: "Um destino turístico inovador, consolidado numa infraestrutura tecnológica de ponta, que garante o desenvolvimento sustentável do território turístico, acessível a todos, o que facilita a interação e integração do visitante com o ambiente e aumenta a qualidade da sua experiência no destino e melhora a qualidade de vida do residente". Mas, acrescentando mais um eixo: a segurança. A segurança como o eixo das ações que promove a criação de ambientes seguros para turistas e residentes.

Estes são os aspetos prioritários para a UCCI, estabelecidos no seu Plano Estratégico 2021-2024, que reflete uma visão assente na Inovação e na Sustentabilidade, enquanto eixos estratégicos e transversais.

Assim, sob a liderança da UCCI e em parceria com a OMT, é elaborada esta Estratégia Ibero-Americana de Turismo (EIT), fundamental para o futuro modelo de desenvolvimento do turismo

da região, com o objetivo de servir como um marco de referência e coerência num primeiro nível de decisão estratégica. Em suma, recolhe, de forma sistematizada, os aspetos fundamentais dos principais desafios para a transformação do turismo nas cidades até 2030, especificamente:

- Finalidade da EIT. Contribuir para a transformação do setor a partir das cidades, num modelo sistémico, responsável, sustentável, inclusivo e digitalizado, e reforçar a identidade turística ibero-americana em linha com os ODS e outras agendas globais.
- Missão da IET. Servir como guia para as cidades no âmbito global da sua atividade turística enquanto alavanca de transformação, criação de experiências, criação de emprego, integração, inclusão e respeito pelo ambiente, cultura e comunidades locais.
- Visão da IET. Alcançar um modelo de desenvolvimento do turismo Responsável, Sustentável, Inclusivo e Inteligente em todas as cidades da região.
- Valores da EIT. Responsabilidade, sustentabilidade, diversidade, inclusão, acessibilidade, inovação, inteligência e segurança.

¹⁵ https://www.segittur.es/destinos-turisticos-inteligentes/proyectos-destinos/destinos-turisticos-inteligentes/





Finalidade da EIT

- As cidades precisam de uma estratégia de turismo sólida. Uma estratégia de curto prazo, fortemente influenciada pela atual situação pós-pandemia e ligada à pronta recuperação do setor e da atividade. Assim como de uma estratégia de médio e longo prazo que aposta na responsabilidade e na sustentabilidade do modelo, na inclusão, inovação e tecnologia.
- 2. É necessário ter um documento estratégico onde fica expresso o compromisso da cidade para com o desenvolvimento turístico do destino, integrando todas as áreas de competência da cidade, uma vez que o turismo é uma atividade com repercussões em todas as áreas, da mesma forma que o seu desenvolvimento depende de muitas outras. É preciso definir uma política de turismo horizontal e adaptada às particularidades e idiossincrasias do território que sirva de roteiro para o ecossistema turístico da cidade e para os cidadãos, sempre alinhada com a estratégia de desenvolvimento que os gestores têm para o governo local como um todo. Deve estabelecer, de uma forma ou de outra, uma base sobre a qual os motores são os eixos dos Destinos Turísticos Inteligentes: governação, inovação, tecnologia, sustentabilidade (económica, social e cultural) e acessibilidade. Deve ainda acrescentar o eixo da Segurança, como contributo da EIT para este novo modelo turístico das cidades.
- 3. Nesse sentido, também se tem verificado, como prática fundamental na governação, a consulta e revisão da estratégia com o setor privado (acordos público-privados) e a sociedade civil e, na medida do possível, haver um consenso ou aceitação dos diversos agentes políticos da corporação para garantir a continuidade a médio e longo prazo do documento da política turística.

- 4. Neste sentido, a UCCI está a trabalhar no desenvolvimento de uma Estratégia Ibero-Americana para o Turismo do Futuro (EIT), como ferramenta de recuperação económica e transformação do setor, para um mundo sustentável, para lá da pandemia e para reforçar a identidade turística ibero-americana apresentada em destaque pelo Secretário Geral da UCCI no evento "Cities are Listening", que decorreu em abril de 2021 e que serviu como espaço de diálogo multi-agentes para apontar necessidades e prioridades em torno da criação da Estratégia. Entre os principais marcos a destacar, alguns do ano de 2021:
 - Fevereiro: Participação no Conselho Político da CGLU.
 - Março: Reunião a alto nível entre os Secretários-Gerais da UCCI e CGLU.
 - Abril: Celebração do Fórum #CitiesareListening sobre Turismo para o Futuro em conjunto com a CGLU, como espaço de diálogo multissetorial para apontar necessidades e prioridades em torno da criação da Estratégia.
 - Maio: Posicionamento no Fórum de Cidades IFEMA; Apresentação no Bureau Executivo da CGLU.
 - Junho: Parceria estratégica com a OMT.
 - Julho: Apresentação no evento da CGLU no Dia dos Governos Locais no âmbito do Fórum Político de Alto Nível das Nações Unidas (HLPF 2021).
 - Setembro: 4ª Cúpula de Cultura da CGLU "A cultura define o futuro" (Izmir, Turquia).
 - Evento virtual: #CitiesAreListening: Melhorar a qualidade de vida das pessoas e do planeta, através da mobilidade urbana sustentável no âmbito da II Conferência



Mundial das Nações Unidas sobre o Transporte Sustentável, organizada pela CGLU e UITP.

5. Desta forma, a UCCI considera que a principal utilidade e o alvo desta Estratégia

Ibero-Americana de Turismo (EIT) deve ser o ajudar as cidades a proporem a sua estratégia de turismo com base nas recomendações gerais no âmbito do seu Plano Estratégico 2021-2024.

Missão da EIT

- O turismo é um dos fenómenos económicos e sociais mais importantes do mundo. No entanto, as constantes transformações do contexto económico global, as alterações demográficas e ambientais e, fundamentalmente, os rápidos avanços tecnológicos, colocam múltiplos desafios nos destinos turísticos, enquanto oferecem grandes oportunidades de desenvolvimento.
- 2. Para além de todas estas, existem as questões que estão presentes há décadas na gestão do turismo, tais como a sazonalidade, a redistribuição de fluxos ou a mobilidade, e ainda outros que foram incorporados e que se tornaram prioritários, a participação dos cidadãos nas decisões, o acordo público-privado e as comunidades, o impacto sociocultural e ambiental.
- 3. A missão da EIT é servir de guia para as cidades nos aspetos gerais do seu desenvolvimento turístico, tornando-se numa alavanca de recuperação, criação de emprego, integração e inclusão e respeito pelo ambiente, cultura e comunidades locais, através de um guia de recomendações validado pela Organização Mundial do Turismo e pela UCCI.

Visão da EIT

Por todas estas razões, a UCCI lança a EIT, com o intuito de alcançar um modelo de desenvolvimento do turismo sustentável, inclusivo e inteligente em todas as cidades da região.

Valores da EIT

A Estratégia Ibero-Americana de Turismo (EIT) representa os seguintes valores:

- Sustentabilidade, diversidade, inclusão e acessibilidade: Com respeito pelo ambiente, Criação de riqueza, Onde todos se encaixam.
- Inovação: Criativa, Empreendedora, Geradora de tendências.
- Inteligência: Digital, Tecnológica.
- Segurança: Confiável, Responsável, Sanitária.





IV EIT: recomendações estratégicas

O turismo é um dos fenómenos económicos e sociais mais importantes do mundo e isso reflete-se nos números recolhidos anualmente pelos principais indicadores do turismo. Neste sentido e conforme destacado pelo documento "Recomendações da OMC sobre o Turismo Urbano" nos pontos I e IV:

I. O turismo deveria integrar-se plenamente na agenda urbana mais vasta como meio de garantir a sua contribuição efetiva para o desenvolvimento de cidades inclusivas, resilientes e sustentáveis.

IV. O turismo deve fazer parte das políticas e estratégias urbanas para alcançar a implementação da Nova Agenda Urbana e dos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, especialmente o Objetivo 11 de "Fazer com que as cidades e as comunidades sejam inclusivas, seguras, resilientes e sustentáveis" 16.

As grandes cidades e capitais latino-americanas desempenham um papel determinante no desenvolvimento turístico da região. Principalmente, a sua capacidade de desenvolver novos modelos sustentáveis, inclusivos e inteligentes que inspirem e sirvam de exemplo para outros destinos nos seus próprios países. Além disso, o seu poder de dinamização de outros destinos dentro dos seus próprios países é decisivo para a futura recuperação da atividade turística na região.

As constantes transformações do ambiente económico global, as alterações demográficas e ambientais e, fundamentalmente, os rápidos avanços tecnológicos, colocam múltiplos desafios aos destinos turísticos, enquanto oferecem grandes oportunidades de desenvolvimento. Para além de todas estas, existem as questões que estão presentes há décadas na gestão do turismo, tais como a sazonalidade, a redistribuição de fluxos ou a mobilidade, e ainda outros que foram incorporados e que se tornaram prioritários, a participação dos cidadãos nas decisões, o acordo público-privado e as comunidades, o impacto sociocultural e ambiental.

Desta forma, o objetivo dos destinos e de todos os agentes turísticos que operam num território deve ser medir e reduzir, o mais localmente possível, o impacto negativo da própria atividade turística e contribuir para maximizar os seus efeitos positivos.

A transformação digital tornou-se essencial para garantir o avanço desses objetivos, especialmente pelo seu papel na segurança, na competitividade das empresas, na qualidade da experiência do visitante, na análise dos dados ou na escuta ativa de novas necessidades e tendências. Avançar na digitalização, no uso da inteligência artificial ou na promoção da inovação já são uma necessidade, à par da formação dos agentes turísticos para garantir a recuperação, continuidade e sustentabilidade da atividade turística, independentemente da dimensão ou da experiência dos destinos.

Neste sentido, e com o objetivo de facilitar todo este processo para os destinos e dotá-los de uma ferramenta de melhoria contínua que permita desenvolver um modelo turístico sustentável a longo prazo e em todas as suas vertentes (socioculturais, ambientais e económicas), surge o modelo de desenvolvimento de Destinos Turísticos

¹⁶ https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036



Inteligentes (DTI). Esta iniciativa foi e é uma das grandes apostas do setor do turismo mundial. Uma metodologia viva, em torno de cinco eixos fundamentais (sustentabilidade, governação, inovação, tecnologia e acessibilidade universal), em constante análise das tendências, que em 2021 foi revista e atualizada de forma colegial entre o setor público e privado e a sociedade civil, sobre os requisitos que apoiam a conversão para o DTI com o objetivo de adaptá-los às novas realidades, oportunidades e desafios.

Desta forma, os Destinos Turísticos Inteligentes implementam uma metodologia pioneira no mundo que aposta na incorporação de novas tecnologias e na inovação dos processos de trabalho, sempre ao serviço dos objetivos de sustentabilidade e acessibilidade num modelo de governação que procura eficiência, transparência e participação.

Considerando os componentes que definem um Modelo de Destino Turístico Inteligente, existem algumas recomendações básicas sobre cada eixo:

Governação



Visão estratégica e implementação

Deve ser conseguida uma verdadeira priorização do setor de turismo nas agendas políticas e públicas dos destinos, com um planeamento assertivo e alocação de recursos. A colaboração do setor privado deve ser entendida como uma alavanca na inovação do ecossistema turístico das cidades, sendo dinamizado pelo fortalecimento da governação multinível.

São especialmente poderosas as parcerias público-públicas, público-privadas, privadas (grupos de empresas com um objetivo comum) e todas elas com a sociedade, já que marcam uma nova forma de entender o modelo do desenvolvimento do turismo nas cidades, um ecossistema turístico cada vez mais complexo e consciente, mais do que nunca, do seu impacto e das suas sinergias e que procura uma maior sustentabilidade do modelo, aumentando a sua própria competitividade e rentabilidade.

Sob esta premissa da cooperação público-privada-comunidades, garante-se uma gestão eficiente, transparente e participativa, bem como uma maior capacidade para chegar aos mercados de origem e criar sinergias.

Conforme destacado nas "Diretrizes da OMT para o Fortalecimento das Organizações de Gestão de Destinos (OGD). Preparando as OGD para novos desafios" (2019)¹⁷, as entidades públicas devem sair do seu papel tradicional de gestores de marketing e promoção de destinos para passarem a ser organizações de gestão de destinos abrangentes, para fortalecer a competitividade e a sustentabilidade dos destinos num quadro de relação harmoniosa entre residentes e visitantes.

Por outro lado, no documento "Recomendações da OMC sobre o Turismo Urbano" é indicado no ponto II: "As cidades devem criar modelos de governação e mecanismos de colaboração para o turismo urbano que conta com a participação da administração turística, assim como de outras áreas de interesse a todos os níveis (nacional, local e regional) no setor privado e nas comunidades locais" 18.

RECOMENDAÇÕES

G.1 Criação do Plano Estratégico para um Destino Turístico Inteligente 2.0

Deve ser delineado um plano estratégico, público e participativo para um horizonte temporal de curto a médio prazo, alinhado os princípios do DTI, priorizando as linhas estratégicas e estabelecendo objetivos, metas e planos de ação, em torno dos cinco eixos fundamentais nos quais se baseia um DTI: governação, inovação, tecnologia, acessibilidade universal e sustentabilidade,

¹⁷ https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420933

¹⁸ https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036



adicionando o eixo da Segurança ligado a ambientes seguros e geradores de confiança.

A entidade gestora do turismo das cidades deve participar sempre na definição e elaboração de regulamentos locais que tenham um impacto direto ou indireto no turismo. O plano estratégico deve contemplar a criação de um comité ou uma mesa do turismo que permita a tomada de decisões com conselhos representativos do ecossistema da inovação: meio académico, instituições públicas, *startups*, investidores, corporações e órgãos que facilitam a inovação em cada cidade.

Com o desenvolvimento dos planos, sugere-se a existência de objetivos claros que permitam medir: o impacto do turismo nas capitais graças ao desenvolvimento do capital humano, ecológico e económico, a medição da sustentabilidade graças ao uso da tecnologia e a melhoria no utilizador/ turista graças às aplicações móveis ou ao desenvolvimento de tecnologias que promovem uma melhor visita.

Dentro do plano, devem ser consideradas ações viradas para a formação e educação dos cidadãos, polícia, órgãos de segurança e controlo, bem como instituições públicas, para partilhar a metodologia dos destinos turísticos inteligentes e, principalmente, consciencializar a população sobre os benefícios do seu uso e o impacto numa melhoria da qualidade de vida.

Este plano deve refletir-se numa política pública de digitalização, inovação e sustentabilidade, onde são oferecidos incentivos ao setor privado para que a possa adotar e executar. Incentivos económicos para quem demonstra uma inclusão social, medição da sustentabilidade e desenvolvimento de negócios que beneficiam a comunidade podem ser o início de um modelo proativo baseado na sustentabilidade e inovação enquanto modelo de turismo do futuro.

As parcerias público-privadas devem ser consideradas prioritárias neste plano, assim como as ações viradas para a inovação aberta para que governo, instituições, *startups*, investidores e meio académico possam trabalhar ativamente para encontrar soluções para os desafios que cada cidade enfrenta, especificamente para garantir a sustentabilidade e a inovação no seu modelo de turismo.

G.2 Criação de Planos de Ação anual ligados a um Plano Estratégico plurianual

Deve ser elaborado um Plano de Ação anual de acordo com as linhas estratégicas de ação definidas no Plano Estratégico Plurianual de Destinos Turísticos Inteligentes, no qual as ações sejam planeadas, orçamentadas e os resultados sejam monitorizados.

Essas ações específicas devem ser realizadas atempadamente e de forma que possam ser medidas para verificação da sua eficácia e realização de correções, em caso de necessidade. Essas ações devem ter um plano de execução cujo feedback e o acompanhamento fiquem a cargo da direção da inovação turística de cada cidade.

A comissão ou a mesa de turismo deve ser quem aprova as suas ações e possíveis formas de financiamento. Neste devem estar incluídos: atividades de inovação aberta, plataformas de inteligência artificial ou análise de dados, relatórios de acompanhamento do uso da tecnologia e a sua medição, projetos-piloto para aplicação de soluções que permitam um destino sustentável, formação, educação e formação para todos os agentes, planos de promoção, medição do impacto e incentivos para o setor privado, para reforçar e alinhar as estratégias empresariais com a visão pública do destino, entre outros.

G.3 Ligação aos ODS

Muitas cidades ligaram diretamente certos ODS à sua política de turismo, como forma de os alcançar: trabalho decente e crescimento económico, educação de qualidade, cidades mais sustentáveis, inovação e infraestrutura, redução das desigualdades, produção e consumo responsáveis, ação climática e, particularmente, parcerias para atingir os objetivos.

É preciso implementar novos modelos de governação para as cidades, alinhados com os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável (ODS), que



já estão claramente presentes nessas novas políticas públicas.

Os ODS vão ter de ser medidos como parte do plano de trabalho definido para cada cidade e o seu impacto. O trabalho do meio académico e das *startups* será fundamental para acelerá-los. Recomenda-se incluí-los como parte integrante do comité de coordenação e monitorização.

Os resultados devem ser apresentados anualmente ao público num fórum de inovação que permita a articulação dos seis agentes do ecossistema: *startups*, meio académico, investidores, corporações, instituições, governo e administração pública.

Esses resultados devem servir para construir o futuro plano estratégico que permite uma interação proativa do ecossistema do empreendedorismo e inovação e a atualização das políticas públicas e do modelo inicial de DTI.

Deve-se tirar partido dos fóruns das Nações Unidas sobre outros assuntos que não o turismo, bem como os fóruns de inovação da Organização Mundial do Turismo (UNWTO Tourism Tech Adventures) para que os casos de sucesso e os modelos DTI possam ser partilhados a nível regional, assim como a internacionalização de empreendedores que possam dimensionar as suas ideias com base na inovação e sustentabilidade em cada uma das cidades.

G.4 Criação de um Plano de Marketing (offline e online)

Após a pandemia, considera-se importante que as cidades dediquem tempo suficiente à elaboração de um novo plano de marketing adaptado às circunstâncias e mudanças, tendo em conta as tendências dos mercados e os objetivos definidos no seu Plano Estratégico plurianual.

O plano de marketing deve contribuir para os objetivos de posicionamento, marketing e promoção do destino turístico, bem como para os objetivos genéricos de desenvolvimento do turismo, sendo específico em ações mensuráveis com periodicidade anual.

O plano de marketing e promoção deve estar ligado aos incentivos oferecidos pelo destino para atrair e desenvolver novas tecnologias, à sua promoção de políticas de turismo sustentável e inclusivo, e deve basear-se na análise dos dados gerados pelas plataformas utilizadas pela cidade no intuito de medir o turismo: fluxo de viajantes, sazonalidade, despesa média, nacionalidade, impacto no desenvolvimento do capital humano, ecológico e social, afim de criar estratégias de posicionamento e aumento dos indicadores que geram um impacto positivo no turismo.

G.5 Dimensionamento do orçamento destinado ao turismo

Dimensionar o orçamento destinado ao turismo de acordo com as ações previstas no seu Plano Estratégico ou Plano de Ação anual é um elemento essencial para poder implementar as propostas e ações que garantem a mudança. Deve ser significativo, sustentado e transparente, devendo ser usado de forma eficiente e responsável.

O orçamento deve ser destinado a: medição do modelo de destinos turísticos inteligentes, uso de tecnologias, desenvolvimento de planos piloto com *startups* ou empreendedores com casos de sucesso em matéria de sustentabilidade, inclusão e inovação. Deverá ser no mínimo 10% do orçamento global, de forma a torná-lo prioritário, e com uma dotação específica para uma mudança gradual no tipo de modelo de turismo da cidade.

Além das fontes de financiamento público local, podem ser procuradas novas fontes de financiamento (contribuições privadas em ações cooperativas, programas de financiamento nacionais ou internacionais através da banca de desenvolvimento BID, CAF, Banco Mundial).

Um maior investimento do qual os residentes também são beneficiados, já que muitas das ações propostas no turismo têm impacto na melhoria da cidade e no emprego.



G.6 Linhas de apoio para os empresários do turismo

Devem ser criados incentivos e apoios específicos para o setor do turismo, bem como apoios a iniciativas turísticas inovadoras com programas específicos (redução de impostos e tratamento fiscal favorável), bem como um serviço de apoio aos empresários turísticos, após análise das suas necessidades, tendo sempre em conta as linhas estratégicas do destino.

É possível criar as linhas próprias de financiamento a partir da Câmara Municipal ou prestar um serviço de assessoria para aceder a financiamentos de outras administrações e entidades nacionais e internacionais.

Exemplos de casos de sucesso listados pela Organização Mundial do Turismo devem ser tomados como referência e *benchmarking* a ser desenvolvido proactivamente em conjunto com a UCCI para criar critérios claros sobre como os incentivos são entregues, como são aplicados, como são medidos e os requisitos mínimos para a apresentação de propostas.

G.7 Criação de uma Mesa de Turismo

No âmbito da cooperação público-privada e com o ecossistema da inovação, deve ser criada uma Mesa Redonda do Turismo onde podem ser discutidas e comentadas as estratégias e as políticas públicas do Turismo a implementar, bem como exercer um mecanismo de controlo e avaliação dos objetivos e resultados alcançados.

A mesa deve ser um caráter consultivo para aprovar a estratégia, sugerir atualizações ao governo municipal e ser um potencial doador ou procurar possíveis fontes de financiamento e apoio em espécie para implementar o plano estratégico.

O governo será autónomo na sua execução, mas apresentará o plano estratégico à mesa para incluir os 6 agentes do ecossistema. O modus operandi dos comités da Organização Mundial do Turismo será tomado como exemplo.

Eficiência na Gestão

G.8 Sistema de gestão do destino turístico inteligente

Para uma gestão adequada do Destino Turístico Inteligente (DTI), as cidades devem ter um sistema de gestão adequado (estrutura organizacional, gestores, funções e processos, planeamento de ações e avaliação dos objetivos estabelecidos com o seu nível de execução baseado em dados de fontes públicas e privadas), um quadro operacional aprovado e uma Comissão de Acompanhamento público-privada coordenada pelo Departamento do Turismo. Este Comité deve ser multinível e multi-agente para garantir o seu caráter responsável, sustentável e inclusivo.

G.9 Criação de uma *Smart Office* do Destino Turístico Inteligente

Deve ser criado um *Smart Office* do Destino. As suas principais funções serão:

- Coordenação, execução e acompanhamento da estratégia;
- Integração de dados, análise e publicação de relatórios com base na inteligência turística;
- Desenvolvimento de funções de vigilância tecnológica e gestão da inovação no destino;
- Execução do orçamento;
- Relacionamento com a Mesa ou com o comité de turismo.

G.10 Plano de formação adaptado às necessidades do DTI

É necessário desenhar e implementar um plano de ações de formação para os empregados do governo local, bem como para todo o ecossistema turístico da cidade, que garanta a capacitação para atender aos objetivos do DTI a curto, médio e longo prazo em termos das novas tecnologias, da acessibilidade e da sustentabilidade.

Os cursos organizados pela Organização Mundial do Turismo (OMT) através da OMT Academy¹⁹ são particularmente recomendados.

¹⁹ https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/



Gestão transparente, aberta e participativa

G.11 Publicação de Resultados

A gestão transparente da estratégia de turismo requer que o órgão gestor publique periodicamente os objetivos do plano, bem como o ponto de situação daqueles que estão a ser implementados.

G.12 Promoção da participação dos cidadãos na estratégia do turismo

A gestão pública já não pode ser entendida sem a participação dos cidadãos; portanto, o órgão gestor deve procurar fórmulas que tornem possível a participação dos representantes dos cidadãos, tornando-se participativos nas decisões que impactam diretamente no seu dia a dia

G.13 Promoção de programas de consciencialização sobre a importância do turismo para a cidadania

Deve ser realizado um plano de sensibilização sobre a importância do impacto positivo da atividade turística na cidade: aumento do PIB, criação de emprego, melhoria das infraestruturas, dinamização cultural, entre outros.

Gestão responsável e controlada

G.14 Estabelecimento de sistemas de medição dos objetivos

Deve ser criado um sistema para medir os objetivos fixados em termos de tempo, forma, conteúdo e alcance. Recomenda-se sistematizar, automatizar e digitalizar os indicadores de conformidade que possam ser analisados e exibidos no Sistema de Inteligência Turística, podendo ser avaliado o impacto direto e indireto de cada medida e realizadas projeções futuras sobre cada um deles.

G.15 Criação de um Observatório de Turismo ou similar

Recomenda-se a criação de um Observatório de Turismo, ou uma entidade que cumpra esta função, que coordene, recolha e analise os dados do destino e elabore e publique no seu website relatórios que sirvam todo o ecossistema turístico para uma tomada de decisões ajustada, rápida e eficiente.

Essa entidade deve gerar informações com impacto real nas cidades. É o primeiro passo para estabelecer uma política pública baseada nos dados e relatórios que são tratados e que propõe diversos objetivos e ações para serem alcançados.

Recomenda-se a criação de um mapa onde são identificadas as necessidades de informação para atingir os objetivos do destino e as fontes atualmente disponíveis (públicas ou privadas) para fazer face às mesmas, tanto no âmbito do turismo como noutras áreas com um impacto indireto.

Da mesma forma, este Observatório deverá poder elaborar relatórios a pedido do setor, tanto público como privado, e disponibilizá-los através de uma plataforma interoperável e automatizada.

Deve ser realizado sob os princípios de "dados abertos" e interoperabilidade, para que todas as partes interessadas possam aceder a esses dados e análises e tomar decisões com base nos mesmos, bem como contribuir e partilhar os seus próprios dados de interesse para os outros.

Recomenda-se que esses observatórios sejam criados dentro da Rede INSTO da OMT²⁰. Conforme referido nas "Recomendações da OMT sobre o Turismo Urbano": "X. As cidades devem promover a medição e a monitorização do turismo urbano para garantir um desenvolvimento sustentável dos destinos de forma relevante e oportuna. Nesse sentido, a Rede de Observatórios de Turismo Sustentável da OMT pode ser um modelo a ser considerado, pois fornece uma estrutura para a

²⁰ https://www.unwto.org/sustainable-development/OMT-international-network-of-sustainable-tourism-observatories



monitorização sistemática, pontual e regular do uso de recursos e uma melhoria na compreensão do impacto do turismo em nove áreas: sazonalidade, emprego, benefícios económicos, governação, satisfação local, gestão de energia, gestão da água, gestão de águas residuais (saneamento) e gestão de resíduos sólidos"²¹.

Sustentabilidade



A sustentabilidade nas suas três vertentes (sociocultural, económica e ambiental) é o eixo fundamental dos Destinos Turísticos Inteligentes. Deve ser considerada como um princípio necessário para garantir a continuidade da atividade turística e o seu impacto positivo, tanto para os turistas como para os residentes, e evitar que os fluxos turísticos tenham um impacto negativo na vida local e nos recursos do destino (saturação de infraestruturas, aumento descontrolado dos resíduos, colapso dos serviços públicos ou gentrificação, entre outros).

Conforme apontado pelo documento "Recomendações da OMC sobre o Turismo Urbano" nos seus pontos V e XI:

V. "O turismo urbano deveria promover práticas sustentáveis para um uso mais eficiente dos recursos e uma redução das emissões e dos resíduos no âmbito de uma economia circular".

XI. "A sustentabilidade do turismo urbano só pode funcionar se for adotada uma estratégia de planeamento abrangente e de longo prazo, com base numa abordagem participativa de ações e múltiplos agentes"²².

Assim, o modelo de Destino Turístico Inteligente deve ser capaz de otimizar o uso dos recursos ambientais, não apenas ajudando a conservar os recursos naturais e a diversidade biológica do destino, mas também contribuindo ativamente

para a criação de capital natural nos mesmos (proteção e recuperação de espécies animais e vegetais, políticas de economia circular e regeneração de territórios empobrecidos, energias limpas, redução da pegada de carbono, entre outros).

Deve contribuir para a criação de atividades económicas rentáveis e viáveis a médio e longo prazo, que tragam benefícios socioeconómicos positivos para todos (redução da pobreza, criação de novas empresas, oportunidades de emprego estáveis e de qualidade, rendimentos de trabalho, melhoria dos serviços sociais para os residentes) e alcançar um alto grau de bem-estar social e económico para a população local, tendo em consideração as comunidades mais vulneráveis.

Devem ser ativadas políticas públicas que valorizam a autenticidade sociocultural e patrimonial das cidades, pois tornaram-se na maior atração para os turistas e são um dos seus grandes diferenciais competitivos. Assim, os gestores devem cuidar das suas tradições e apoiá-las para que consigam a sua integração no ecossistema turístico de forma respeitada e equilibrada, sendo um motivo de orgulho e riqueza para a população local (festas populares, artesanato, artistas, gastronomia, entre outros).

Por fim, é necessário fortalecer a cooperação dos destinos turísticos Ibero-Americanos, promovendo um turismo responsável, sustentável, inclusivo e regenerativo, com vínculos de apoio mútuo, promovendo a padronização nas medições do turismo sustentável e o cumprimento dos ODS que permitem a comparação e a tomada de decisões.

Em resumo, a região ibero-americana, com a sua diversidade cultural e ecossistémica, deve ser pioneira na implementação dos ODS com uma redução do seu impacto ambiental e regenerativo no âmbito social.

Os ODS podem ser o seu melhor guia nas políticas públicas, pois abrangem todas as áreas

²¹ https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036

²² https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036



necessárias para implementar um modelo de turismo sustentável no futuro. Principalmente, os seguintes ODS: 3 (Saúde e bem-estar), 4 (Educação de qualidade), 8 (Trabalho decente e crescimento económico), 9 (Indústria, inovação e infraestrutura), 10 (Redução das desigualdades), 11 (Cidades e comunidades), 12 (Produção e consumo responsável), 13 (Ação climática) e 17 (Parcerias para atingir os objetivos).

RECOMENDAÇÕES

Instrumentos de política para um turismo responsável e sustentável

S.1 Diagnóstico dos impactos do turismo

O destino deve realizar uma avaliação do impacto do turismo na cidade para iniciar a sua estratégia mediante uma imagem real e atual da situação e nesse sentido poder tomar decisões e planear ações corretivas ou de apoio. Além disso, deve haver um sistema de medição contínua para todos os indicadores dentro da estrutura OMT/INSTO²³.

S.2 Ações que envolvam o turista na sustentabilidade do destino

Devido à pandemia, os turistas estão mais conscientes e preocupados com o impacto ambiental do turismo. Querem visitar um destino que seja sustentável e respeitador do ambiente como um todo, tanto público como privado. Será recomendável promover ações específicas destinadas ao setor privado com vista à introdução de ferramentas que permitam que o turista contribua para a redução do impacto ambiental nos seus estabelecimentos (sensores, medição do consumo de água e energia, criação de resíduos, políticas de economia circular, entre outros).

Por outro lado, a parte pública deve facilitar a participação do turista em ações voluntárias

ou criar projetos específicos, onde o visitante possa colaborar diretamente na sustentabilidade do destino através de campanhas de sensibilização do viajante antes e durante a viagem.

S.3 Gestão de Visitantes/Turistas por chegadas, impacto na sua visita (despesa, emprego, criação de investimento e impacto no ambiente)

Deve ser medido de forma inovadora e não apenas centrada no número de viajantes, a fim de controlar a afluência de visitantes aos espaços e recursos turísticos, tendo em conta variáveis como a sua capacidade de carga, as faixas horárias, os eventos pontuais ou recorrentes (festivais, feriados locais e eventos desportivos, para citar alguns).

S.4 Medidas para evitar a turistificação/ gentrificação

A OMT destaca nas "Recomendações da OMT sobre Turismo o Urbano" no ponto XVI: "As cidades devem planear e gerir o desenvolvimento das cidades e do turismo urbano de forma integrada, tanto para residentes como para visitantes"²⁴.

Um dos impactos mais negativos que o turismo pode trazer é a gentrificação dos bairros mais turísticos das cidades. A expulsão gradual da população local com finalidades turísticas gera um processo de turistificação que tem um elevado custo social e provoca a perda da autenticidade das cidades, um elemento fundamental na sua diferenciação e competitividade.

Por este motivo, devem ser tomadas medidas coordenadas através de processos de participação dos cidadãos, que permitam às cidades terem o seu próprio modelo de turismo sustentável que gera riqueza coletiva e bem-estar para a comunidade.

²³ https://www.unwto.org/en/taxonomy/term/338

²⁴ https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036



Controlo e conservação ambiental

S.5 Políticas de redução do impacto ambiental

Depois de medidos, devem ser implementados Planos para Reduzir o impacto ambiental do setor do turismo, tanto público como privado: estratégias de mobilidade eficientes e adaptadas ao destino, energia limpa, redução do consumo de água e energia poluente.

Políticas de redução, mitigação e compensação da pegada de carbono (CO2) nas cidades e em todo o ecossistema turístico, bem como políticas de economia circular (redução do plástico, papel e resíduos orgânicos e a sua reutilização).

S.6 Mapas de qualidade ambiental

Recomenda-se iniciar uma rede de sensores, que permita conhecer facilmente os indicadores ambientais das cidades. É importante mostrar aos cidadãos e visitantes que o destino é um espaço com boa qualidade ambiental e, além disso, oferecer informações sobre outros indicadores (a qualidade do ar, o índice de radiação solar, a temperatura, a humidade, entre outros).

S.7 Ações que favorecem a Economia Circular

A prevenção, redução em peso, volume e periculosidade dos resíduos gerados no ecossistema turístico das cidades é de grande importância. Devem ser promovidas políticas públicas e privadas de reaproveitamento e implementação da recolha seletiva de materiais recicláveis, recuperação energética dos resíduos orgânicos para continuar o seu ciclo na economia circular e, por fim, a correta eliminação dos resíduos em aterros ou incineração.

Devem ser apoiados Planos de Minimização de Resíduos, que consistem na redução na fonte dos resíduos gerados por uma organização. Através do Estudo de Minimização, obtém-se a realidade da empresa e permite estabelecer objetivos alcançáveis para a organização num determinado período.

Desenvolvimento social económico do destino

S.8 Comércio justo e produtividade

- Iniciar programas de assistência técnica, financiamento e articulação produtiva entre os agentes do destino, que facilitem e promovam a produção e o abastecimento local. Ao estabelecer vínculos entre empresas que compõem diferentes etapas ou ligações de um determinado processo produtivo, aumenta-se e fortalece-se a sua competitividade nos mercados.
- Promover a formalização dos negócios turísticos e a promoção de condições para uma concorrência saudável.
- Destacar o valor cultural e identidade dos artesãos e produtores locais, facilitando a sua visibilidade e acesso aos produtos, serviços e roteiros turísticos geridos pelos locais.

S.9 Consumo de Produtos KMO

Políticas de consumo de Produtos "Km 0" devem ser promovidas²⁵ e os turistas devem ser informados de que, com isso, contribuem para a economia local e para a sociedade envolvida na atividade turística.

Na definição de iniciativas de gestão sustentável, começa-se por saber, por exemplo, de onde vem o alimento ou se a produção local é apoiada. Contribui para o desenvolvimento da economia local através do consumo de produtos e serviços locais.

^{25 &}quot;Km 0" inclui a produção realizada a menos de 100 km do ponto de consumo.



S.10 Avaliação da satisfação dos residentes

Conforme foi apontado nas "Recomendações da OMC sobre o Turismo Urbano" no seu ponto XII: "As cidades devem incentivar a plena integração das comunidades locais no planeamento e gestão do turismo". Assim como também deveriam "XIII. (...) promover a inclusão das comunidades locais na cadeia de valor do turismo, garantindo que os benefícios do turismo se traduzam na criação de riqueza comunitária, empregos dignos e inclusão social, especialmente para mu-Iheres, jovens e grupos menos favorecidos". E aos visitantes da cidade: "XV. As cidades devem considerar os turistas como "residentes temporários" e garantir que a política de turismo promova a participação de visitantes e residentes de forma holística e totalmente integrada"26.

Por esta razão, e para garantir o cumprimento destas importantes recomendações, que asseguram que a atividade turística não será vista como uma ameaça para a convivência nas cidades, recomenda-se a realização de inquéritos regulares à população residente, para recolher a sua opinião e eventuais problemas que estejam a ocorrer devido ao impacto da atividade turística da cidade nas suas vidas, para que se sintam ouvidos e possam ser tomadas ações para reduzir os possíveis impactos negativos que possam estar ocorrendo²⁷. Além disso, esses pareceres podem ser de grande utilidade na elaboração dos Planos Estratégicos das cidades.

Conservação e melhoria do património cultural

S.11 Planos de conservação e melhoria

As cidades devem ter planos para a conservação e melhoria do seu património cultural e devem estudar o seu melhor uso para o turismo sem pôr em risco o seu estado atual ou futuro.

Devem ser lançados programas de sensibilização da população local e dos turistas sobre a valorização e a proteção do património.

S.12 Promover experiências sustentáveis

Recomenda-se trabalhar num programa de incentivos para o setor privado, a fim de estimular e promover práticas de turismo sustentável em cada uma das experiências turísticas oferecidas, que cumpram de forma equilibrada os três aspetos da sustentabilidade (económico, sociocultural e ambiental) e que possam ser incorporados na sua promoção, reforçando o reconhecimento da sustentabilidade integral do destino junto dos visitantes.

Promover a Educação, Qualificação das pessoas e Ambientes de Trabalho Responsáveis

S.13 Programas de Cooperação Educacional

Desenvolver programas de cooperação para reforçar as taxas de integração de jovens no setor do turismo, facilitando o acesso a programas de intercâmbio, educação virtual (técnica e profissional) e bilinguismo, com especial ênfase na promoção de iniciativas empreendedoras e na criação de programas de mentoria de empreendedores turísticos.

S.14 Promover ambientes de trabalho seguros, acessíveis e saudáveis

Promover políticas e programas que melhoram os ambientes de trabalho para que sejam seguros, acessíveis e saudáveis, adotando medidas e práticas razoáveis e viáveis que facilitam a redução de riscos a um nível aceitável, incluindo a prevenção como parte da cultura organizacional.

²⁶ https://www.e-OMT.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036

^{27 &}quot;Diretrizes da OMT para o Fortalecimento das Organizações de Gestão de Destinos (OGDs). Preparando OGDs para novos desafios" (2019) https://www.e-OMT.org/doi/book/10.18111/9789284420933



S.15 Emprego Pleno, Produtivo e Decente

Segundo a Organização Mundial do Trabalho, o trabalho decente sintetiza as aspirações das pessoas durante a sua vida profissional. Significa a oportunidade de acesso a um emprego produtivo que resulta num rendimento justo, a segurança no trabalho e a proteção social para as famílias, melhores perspetivas de desenvolvimento pessoal e integração social, liberdade para os indivíduos expressarem as suas opiniões, organizarem-se e participarem das decisões que afetam as suas vidas e igualdade de oportunidades e tratamento para todos – mulheres e homens²⁸.

Assim, recomenda-se a criação de condições que promovam o emprego pleno e produtivo e o trabalho digno, bem como a atribuição de salários competitivos e a promoção da igualdade de remuneração por trabalho de igual valor.

S.16 Promover boas práticas e certificações

Promover o cumprimento dos regulamentos, bem como a promoção de boas práticas, adesão a padrões e certificações, que trazem confiança e qualidade aos produtos e serviços fornecidos no destino.

S.17 Promover a educação e qualificação das pessoas

Promover a formação e qualificação dos profissionais do setor do turismo e fortalecer as capacidades dos empresários e empreendedores, permitindo a criação de um ecossistema empresarial sólido e inovador. As cidades têm programas de treino lançados pela OMT como a OMT Tourism Online Academy²⁹e a OMT Jobs Factory³⁰.

S.18 Atualizar o Programa Académico de estudos do Turismo

Os agentes locais do ecossistema do turismo devem promover uma profunda atualização dos programas académicos de estudos do turismo, de forma que tanto o ensino superior, técnico, universitário e a educação continuada incluam a inovação e a transformação digital como alicerces do crescimento.

Além disso, deve-se solicitar formalmente aos órgãos académicos que incluam o modelo de desenvolvimento turístico proposto nesta estratégia nos estudos sobre a "gestão de destinos turísticos", a fim de garantir os princípios da Responsabilidade, Sustentabilidade, Inclusão, Inovação e Digitalização nos estudos.

O currículo atualizado deve incluir o empreendedorismo como parte das suas práticas e vincular o turismo desde o ensino pré-escolar à educação contínua para ter um impacto em todas as esferas da sociedade e aumentar a sensibilização para os benefícios deste setor económico desde a infância.

Recomenda-se a criação de bolsas em conjunto com o meio académico, especialmente nas carreiras técnicas, de forma a fortalecer e promover o emprego de qualidade na hotelaria, acomodação e turismo.

Acessibilidade



Todos os destinos devem aspirar a níveis de acessibilidade universal nos seus territórios, produtos, serviços e experiências. A acessibilidade consiste em desenvolver um turismo que permita o acesso, uso e gozo por todas as pessoas, sem exclusões, garantindo o direito à igualdade de oportunidades para usufruir dos ambientes, bens, serviços, produtos e tecnologias da forma mais segura, confortável, autónoma e natural possível.

²⁸ https://www.ilo.org/global/topics/decent-work/lang--en/index.htm

²⁹ https://www.unwto-tourismacademy.ie.edu/

³⁰ https://www.unwto.org/jobs-factory



Por outro lado, no âmbito das metas ODS 8 (Trabalho Decente) e ODS 10 (Redução das desigualdades), é importante que os destinos criem iniciativas de inclusão produtiva e empresarial para populações vulneráveis e/ou com deficiência, de modo que não sejam apenas incluídos nos planos e estratégias de acessibilidade como destinatários, mas também como parte importante da força de trabalho do destino.

Referido nas Recomendações da OMT sobre Turismo o Urbano no seu ponto VII: "As cidades devem promover o turismo urbano com acesso universal, segundo as Recomendações da OMT para um turismo acessível a todos". Em linhas gerais, recomenda-se seguir o trabalho da OMT:

- "Recomendações da OMT para um Turismo Acessível a Todos", que foram adotadas pela Assembleia Geral da Organização em 2013³¹
- E o "Manual do Turismo Acessível a Todos"³².

RECOMENDAÇÕES

Marco normativo

A.1 Criação e/ou atualização da portaria de acessibilidade

Atualização das portarias locais relativas à acessibilidade, incluindo um regime sancionatório. Esta atualização deverá ter uma fase de participação dos cidadãos, que permita identificar novas necessidades não detetadas anteriormente e incluir novos meios e ferramentas.

A.2 Criação de mecanismos de controlo do cumprimento do regulamento

É necessário dispor de mecanismos que garantam o cumprimento das condições de acessibilidade exigidas pelo regulamento em vigor para os estabelecimentos turísticos.

Recomenda-se a elaboração de um protocolo de monitorização do referido cumprimento, dirigido a todos os edifícios, infraestruturas e serviços existentes de uso público e privado. O protocolo deverá estabelecer a realização de inspeções, a fim de verificar as condições de acessibilidade e promover as ações necessárias ao cumprimento do regulamento.

A.3 Regulamentos para a inclusão laboral

Favorecer as condições para promover a inclusão laboral e produtiva da população deficiente ou vulnerável por meio de programas, regulamentos, incentivos, promoções e parcerias.

A.4 Ações de formação em acessibilidade para técnicos municipais

É preciso profissionalizar o corpo técnico da Câmara Municipal em Acessibilidade Universal, de todas as áreas municipais, e principalmente aquelas que têm relação mais direta com o tema. Deve ser sistematizado dentro de um plano de formação, para que todas as áreas recebam pelo menos uma formação básica sobre o tema.

³¹ https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284415991

³² https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/9789284416486



Gestão de Acessibilidade no destino

A.5 Plano de Turismo Acessível

O Plano Estratégico de Turismo nas cidades deve conter referências ao turismo acessível e ações viradas para a melhoria ou promoção da acessibilidade. Assim, recomenda-se a elaboração de um Plano de Turismo Acessível para a cidade, em consonância com os demais planos já existentes ou em desenvolvimento.

Um dos seus objetivos será harmonizar as ações propostas nos demais planos relacionados com a acessibilidade (Plano Universal de Acessibilidade, Plano Especial de Mobilidade Urbana Sustentável, Plano Geral de Planeamento Urbano), para estabelecer as principais ações a serem realizadas no turismo.

A.6 Promoção e informação sobre acessibilidade para turistas (offline e online)

Será necessário elaborar um guia com informação sobre as condições de acessibilidade dos recursos turísticos, estabelecimentos, transportes, rotas urbanas e serviços.

É imprescindível a existência de uma página web de promoção turística que inclua informação sobre a acessibilidade dos estabelecimentos e recursos turísticos, transportes e outras atividades complementares (visitas guiadas adaptadas), bem como a existência de serviços fornecidos no destino para pessoas com necessidades especiais (intérpretes de língua gestual, empréstimo/ aluguer de produtos de apoio, descontos para pessoas com deficiência, entre outros).

Recomenda-se também ter em conta a acessibilidade e usabilidade das ferramentas tecnológicas (sites, apps, postos de informação turística).

A.7 Formação e sensibilização do setor do turismo

Recomenda-se o lançamento de ações de formação e sensibilização dirigidas a técnicos locais, gestores, profissionais do setor do turismo e profissionais em geral relacionados com a experiência no destino.

Inovação

A União de Cidades Capitais Ibero-americanas (UCCI) tem a Inovação como um dos seus alicerces fundamentais, conforme definido no seu Planeamento Estratégico 2021-2024. Da mesma forma, a Organização Mundial do Turismo reconhece que a sua missão e o seu compromisso para com a transformação digital do setor do turismo só podem ser bem sucedidos se garantir que as orientações, ferramentas e competências necessárias sejam dadas aos governos e partes interessadas em toda a cadeia de valor do turismo. Esse papel impulsionado pela inovação inclui o encorajamento da adoção de tecnologias disruptivas para disponibilizar uma oferta turística mais integrada e sustentável, reforçando o desenvolvimento de capacidades, bem como proporcionando a oportunidade para as startups se conectarem, associarem e alargarem³³.

É necessário impor ideias inovadoras nos processos, sistemas, recursos e produtos com ênfase no turismo do destino. Conforme indicado no documento "Recomendações da OMC sobre o Turismo Urbano" (2022): "As cidades devem desenvolver experiências e produtos turísticos inovadores e o uso da tecnologia para diversificar os fluxos turísticos no tempo e no espaço, promover estadias mais longas e atrair segmentos de visitantes que melhor contribuem para a sua visão e estratégia³⁴ a longo prazo".

³³ https://www.unwto.org/travel-and-tourism-tech-startup-ecosystem-and-investment-landscape

³⁴ https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036



RECOMENDAÇÕES

Fomentar a inovação social

I.1 Promover Espaços de inovação social com base nos Objetivos do Desenvolvimento Sustentável, como competições de *startups*, *hackathons*, fóruns de inovação e empreendedorismo

Promover e viabilizar espaços para desenvolver processos de inovação social, onde as parcerias comunidade-setor privado-meio académico-setor público sejam institucionalizadas, operacionalizadas e tenham resultados que resultam num maior compromisso e sentimento de pertença face às soluções adotadas.

I.2 Laboratórios de inovação social para o turismo

Promover projetos de laboratórios de incubação, aceleração e inovação social para o turismo, oferecendo às cidades um acesso à transferência de conhecimentos, metodologias, experiências de sucesso e a criação de projetos em conjunto com o meio académico.

Esses laboratórios devem incluir uma rede de mentores e uma agenda anual para ativar programas que permitam que os empreendedores locais ou estrangeiros sejam beneficiários dos serviços prestados.

I.3 Plano de internacionalização de empreendedores e fortalecimento da cultura de capital de risco

Aproveitando a rede UCCI, deve ser desenvolvido um plano regional de incentivo e apoio para as startups em fase de aceleração e crescimento para garantir um ecossistema de scaleups, que dê acesso a um rendimento regional pelo seu empreendedorismo e inovação.

Sugere-se a criação de guias de investimento no turismo em conjunto com a OMT de forma a criar um "Doing Business" (fazer negócio) regional,

onde se valorize o motivo pelo qual os fundos de capital devem investir na região e criar incentivos para que o capital de risco invista nas diferentes cidades da UCCI.

Promoção da inovação do produto

1.4 Criação de novos produtos e serviços

Promover a criação de novos produtos e experiências autênticas relativamente ao turismo e às cidades: os seus monumentos, história, cultura e gastronomia, oferta de espaços públicos e privados, os seus costumes.

É aconselhável criar desafios de inovação turística dirigidos às PMEs, estabelecimentos hoteleiros, agências de viagens e operadores turísticos para incentivar a criação de novas experiências turísticas que possam ser promovidas no estrangeiro. Vejamos como exemplo os já desenvolvidos pela OMT nos últimos quatro anos na Ibero-América.

1.5 Promover estratégias multidestino

As cidades devem trabalhar em conjunto e em coordenação com o setor privado para criar estratégias multidestino. Estas estratégias, dirigidas a turistas de mercados distantes, promovem a criação de programas e pacotes turísticos que incluem várias cidades de um mesmo país ou região e requerem a definição de objetivos comuns e os recursos necessários à sua promoção nos mercados de origem.

1.6 Promover ambientes de inovação aberta

Promover o empreendedorismo inovador e a criação de ecossistemas inovadores, bem como a capacidade de colocar em prática o que as *startups* locais fazem para o desenvolvimento de destinos inteligentes.

Criar uma **cultura de inovação aberta** onde o meio académico, investidores, corporações e o governo local se comprometam com o desenvolvimento e internacionalização de talentos.



Neste sentido, seria recomendável que as cidades da UCCI, através da Vice-Presidência Temática para o Desenvolvimento Económico, Turismo e Inovação, se juntassem às diferentes iniciativas que a OMT tem em curso: UNWTO Startup Competitions³⁵, UNWTO Innovation Challenges³⁶, UNWTO Tourism Tech Adventures (TTA) – Innovation Forums, UNWTO Innovation Network³⁷ e UNWTO Digital Futures for Small and Medium Enterprises (SMEs) Programme³⁸.

1.7 Atrair investidores

É importante criar políticas e leis públicas que encorajam o desenvolvimento de investimentos em "venture capital" para a inovação no turismo e coordenar o capital de risco entre cidades, a fim de criar uma rede ibero-americana de investimento para projetos inovadores no turismo, o que crie sinergias e economias de escala rápidas e permite a promoção da inovação em todas elas.

Nesse sentido, seria recomendável que as cidades da UCCI se juntassem às diferentes iniciativas que a OMT tem em curso para promover o investimento: UNWTO Investment Guidelines and Reports³⁹, UNWTO Investment Network, High-impact Investments and Multilateral Cooperation⁴⁰ e UNWTO Invstment Forums⁴¹.

Tecnologia

Para acelerar a reativação do setor na Ibero-América e garantir a sua sustentabilidade e rentabilidade futura, deve ser desenhada uma estratégia de gestão "data-driven" muito clara e que inclua a empresa e o território.

Conforme indicado pela OMT no seu documento relativo às Recomendações para o Turismo Urbano, ponto III "O turismo deve ser incluído nos sistemas de monitorização e medição das cidades para garantir que decisões, planeamento e gestão sejam baseados em dados verificados empiricamente" 12.

Gestão do turista: Antes, durante e depois da visita

A tecnologia deve ser orientada, principalmente, para os seguintes usos:

- a. Facilitar o acesso à informação para o turista no seu local de origem: é necessário desenvolver novas estratégias de promoção e apoios com base, precisamente, na intensificação do uso digital.
- b. Melhorar a comunicação e o acesso aos recursos e serviços para os turistas no destino.
- C. Desenvolver ferramentas TIC que permitem aos gestores de DTI otimizar a gestão do seu destino, gerir a informação recolhida junto do visitante no destino para o desenvolvimento do conhecimento turístico, criar novos produtos e táticas de fidelização do turista, bem como medir o seu impacto global na atividade turística.
- d. Promover a governação pública e o seu acesso à tecnologia.

Incorporação das tecnologias

A gestão e promoção dos recursos turísticos de uma cidade são atualmente determinadas por muitas e diversas ferramentas tecnológicas, em muitos casos complementares, entre as quais se destacam:

³⁵ https://www.unwto.org/omt-startup-competitions

³⁶ https://www.unwto.org/unwto-challenges

³⁷ https://www.unwto.org/es/unwto-innovation-network

³⁸ https://www.unwto.org/form/smes-unwto-digital-futures

³⁹ https://www.unwto.org/es/inversion/guias-de-inversion-turistica-sa1

⁴⁰ https://www.unwto.org/investments

⁴¹ https://www.unwto.org/event/unwto-investment-forum

⁴² https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036



- Rede de Sensores e Internet das Coisas (LOT)
- Ferramentas de Obtenção e Visualização de Dados (Sistema de Inteligência Turística)
- Ferramentas de Inteligência Artificial (IA) para análise de dados
- Ferramentas de marketing digital
- Chatbots
- Apps para espaços urbanos/patrimoniais/culturais
- Mesas digitais interativas em museus e/ou centros de informação turística
- Realidade aumentada/Óculos de Realidade Virtual

RECOMENDAÇÕES

Gestão e análise de dados

T.1 Inteligência Turística

A Inteligência Turística é a chave na nova gestão do território turístico, necessária para controlar e melhorar o conhecimento disponível relativamente ao impacto real da atividade turística num território.

Consiste na recolha, criação ou aquisição de dados e sua subsequente visualização e análise, de forma a desenvolver soluções adequadas para o destino. Mas é necessário estar consciente do valor e utilidade dos dados gerados ou fornecidos pelos diferentes fornecedores, como integrá-los em plataformas de visualização, bem como conhecer a experiência dos destinos turísticos que já implementaram este tipo de soluções, para que possam contar em primeira mão com os benefícios do seu desenvolvimento na gestão dos seus destinos.

Alinhado com o documento "Recomendações da OMC sobre o Turismo Urbano, no ponto VIII "As cidades devem maximizar o uso da inteligência de dados e da tecnologia para planear, medir e gerir melhor o turismo urbano e promover decisões baseadas em dados empíricos comprovados em

áreas-chave como a infraestrutura, a capacidade de acolhimento, o alojamento, o transporte e mobilidade, a gestão dos recursos naturais e culturais e a participação das comunidades no turismo".⁴³

T.2 Sistema de Inteligência Turística (SIT)

O Sistema de Inteligência Turística (SIT) é um instrumento tecnológico que permite realizar a gestão, visualização e análise exaustiva das diferentes fontes de informação (globais e locais, estruturadas e não estruturadas, gratuitas e comercializadas).

As fontes são selecionadas com base nas necessidades e idiossincrasias de um território e nas prioridades estabelecidas pelos seus gestores. O sistema deve ser capaz de carregar, processar e analisar a informação que transforma em conhecimento útil, relevante, sistematizado e ordenado, para colocá-lo ao serviço do gestor do destino e de todos os seus agentes.

Um Sistema de Inteligência Turística básico deve integrar dados relacionados com a gestão e o impacto da atividade turística nas cidades (económico, sociocultural e ambiental), bem como os dados necessários para compreender os mercados de origem e poder realizar uma promoção inteligente das cidades.

É aconselhável ter uma plataforma interoperável e automatizada que permita a troca de dados e relatórios com outras entidades, instituições e empresas, para que os dados fluam em várias direções e se obtenha uma visão o mais completa e abrangente possível da realidade da atividade turística e do seu impacto global.

T.3 Digitalização do Modelo Turístico

É necessário existir uma aposta clara na digitalização do modelo turístico, na rede de sensores, medição e controlo do impacto da atividade turística e a constante análise e visualização dos dados através de observatórios turísticos.

⁴³ https://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284422036



Adicionalmente, a iniciativa de destinos turísticos inteligentes fomenta a **digitalização massiva dos recursos turísticos de um destino**, tornando-os visíveis para turistas de todo o mundo. A digitalização das experiências que podem ser vividas no destino e a sua divulgação através dos diferentes canais de promoção é uma poderosa ferramenta de captação de turistas nacionais e internacionais.

Segurança



Segundo a OMT (1996): "A segurança é essencial para trazer qualidade ao turismo. Mais do que qualquer outra atividade económica, o sucesso ou fracasso de um destino turístico depende da sua capacidade de proporcionar aos visitantes um ambiente seguro. Desta forma, a Segurança tornou-se um fator chave para a decisão da procura e vantagem competitiva dos destinos. Neste sentido, é fundamental que as cidades trabalhem em conjunto para a criação de confiança e segurança na zona do turismo, dirigida aos turistas e utilizadores dos serviços.

Consequentemente, é importante utilizar a segurança e a proteção como potenciadores do desenvolvimento económico e social dos destinos turísticos, pois a melhoria do nível de segurança territorial tem um impacto positivo no número de chegadas de turistas e, portanto, no desenvolvimento dos territórios, podendo ser um fator-chave para o crescimento inclusivo.

RECOMENDAÇÕES

Estratégia e gestão de um ambiente seguro

SG.1 Diagnóstico da situação

Elaborar um diagnóstico da Segurança do destino, que inclua aspetos como: análise dos objetivos a atingir, análise dos meios disponíveis, análise do perigo para o visitante e análise da exposição que poderá acarretar um risco global, tendo os aspetos da vulnerabilidade e o nível crítico como eixos do diagnóstico.

SG.2 Definição da Estratégia de Segurança do Turista

- 1. Definir uma estratégia de segurança do turista pertinente, adaptada aos meios de comunicação, à disponibilidade ose agentes (Oferta, Procura, Governo) e às limitações (Legal, Ambiental) do destino, abordando as seguintes fases: Estratégica, Tática e Avaliação. Essa estratégia deve levar em consideração qualquer evento extraordinário (catástrofes naturais, epidemias ou pandemias e ataques terroristas) ou outra eventualidade (eventos desportivos, manifestações) que afetem a segurança.
- 2. Integrar e articular entidades públicas e privadas que fomentem a proteção da vida, saúde e integridade física, psicológica e económica dos visitantes no destino. A estratégia deve definir os potenciais riscos do turismo de acordo com os tipos de viagens, nos setores turísticos recetores e em centros turísticos específicos.
- 3. Implementar estratégias a partir das quais são realizadas ações que promovem medidas de prevenção e controlo da criminalidade, dirigidas aos prestadores de serviços turísticos, vigilância e proteção das atrações turísticas, informação e orientação aos turistas.

SG.3 Desenvolvimento Local

Promover iniciativas de desenvolvimento local em torno da segurança e proteção dos territórios e turistas para influenciar a perceção dos residentes e turistas.

SG.4 Iluminação de Áreas Turísticas

Realizar estudos e desenvolver políticas de uma iluminação correta das áreas turísticas para desencorajar ações criminosas e evitar situações de risco.



SG.5 Implementar sistemas de vigilância por vídeo

- Interligar e promover sistemas de videovigilância em locais particularmente expostos ao risco, de forma a prevenir e registar crimes para fazer prova da ocorrência de eventos em locais públicos.
- Promover ferramentas ou interfaces digitais para prevenir ameaças à segurança em zonas turísticas, que ofereçam assistência e suporte imediatos aos visitantes a partir de uma ferramenta oficial da cidade.

SG.6 Gabinete de Crise

Organização de um gabinete de crise, em caso de catástrofe natural ou outra eventualidade que afete a segurança (epidemias ou pandemias, ataques terroristas).

SG.7 Criação de Redes de Cuidados

Operacionalizar as redes de cuidados ou segurança ao serviço dos agentes turísticos, que permitam um apoio imediato das entidades responsáveis pela gestão de risco nos destinos.

Estratégia de comunicação da segurança

SG.8 Criação de Campanhas de Comunicação e Consciencialização

Lançar campanhas de comunicação sobre a situação real da segurança nos destinos.

SG.9 Estratégia com Embaixadas

Trabalhar de forma articulada com as embaixadas presentes na cidade para manter informações

sobre os avanços na segurança, formular estratégias e acompanhar as ações lideradas pelo destino. Unir esforços com as embaixadas que registam nacionalidades com uma elevada percentagem de turismo recetivo no destino.

Prevenção

SG.10 Observatório de Segurança Turística

Obter, processar e divulgar dados de pesquisas estatísticas fiáveis sobre crimes contra os viajantes, promovendo a consolidação de um observatório de crimes turísticos para a tomada de decisões.

SG.11 Prevenção e mitigação de danos

Compreender e classificar os riscos a partir das suas causas, impactos diretos e indiretos, público, bem como os elementos de resposta que permitem prevenir o risco antes de ocorrer ou mitigar os seus efeitos caso ocorra, através de um plano de contingência:

- riscos frequentes ou raros
- riscos intencionais ou não intencionais
- riscos graves (epidemias, terrorismo) ou menos graves

SG.12 Polícia Turística

Promover a criação ou reforço de forças policiais especializadas como a Polícia do Turismo que dependa administrativamente do departamento de Turismo Nacional ou do Governo e hierarquicamente da Polícia Nacional.





V Conclusão

Os destinos são convidados a criar o seu próprio Roteiro para facilitar a materialização das Recomendações da Estratégia Ibero-Americana para o Turismo do Futuro (EIT) da UCCI, através de projetos locais e de cooperação, criação de incentivos ao investimento público e privado, fortalecimento da governação, entre outros.

Os destinos são convidados a promover ações em grandes unidades territoriais, criando produtos com valor agregado para a região em ações promocionais e multidestino, inter e intra-países.

Criar uma agenda de comunicação coletiva para promover o cumprimento dos destinos e a percentagem

de progresso na implementação das Recomendações da EIT.

Para institucionalizar e apoiar as Recomendações da EIT, propõe-se a criação de um comité coordenado pela OMT ou um protocolo de acompanhamento para a implementação da EIT nas cidades que optem pela sua implementação, com o compromisso de relatar anualmente o progresso e as experiências obtidas com as iniciativas que tem desenvolvido em cada uma das áreas de recomendações e, assim, poder partilhá-las com outras pessoas e aprender com as mesmas.





