



«O mercado responderá muito favoravelmente à oferta portuguesa»

Bernardo Trindade,
Secretário de Estado do Turismo

Considerando o Turismo Residencial um produto estratégico para o crescimento da economia nacional, o Secretário de Estado do Turismo, Bernardo Trindade, acredita que aquando da retoma o mercado internacional «responderá muito favoravelmente à oferta portuguesa» deste produto.

Não obstante as dificuldades sentidas nos últimos dois anos, a Euromonitor revelou que a recuperação do mercado turístico na Europa só deverá acontecer dentro de 3 a 4 anos. Gostaria de comentar?

A situação de crise vivida na Europa tem apresentado reflexos nos mais diversos sectores económicos, não sendo o Turismo excepção. Acredito no entanto, e ao longo das últimas décadas assim temos vindo a assistir (desde os problemas com as crises petrolíferas, guerra do Golfo, 11 de Setembro, SARS, etc.) que se trata de um sector que terá maior capacidade de recuperação.

É expectável que essa recuperação seja sentida de forma distinta ao nível da hotelaria tradicional (mais célere) face ao Turismo Residencial (mais lenta) considerando os montantes de investimento implícitos em cada uma destas opções por parte dos consumidores.

Portugal está em condições de ser um dos mercados melhor posicionados para quando se der essa retoma, comparativamente aos mercados concorrentes?

Portugal oferece condições naturais, climatéricas, geográficas, culturais e de preservação ambiental muito favoráveis e competitivas no mercado do turismo residencial. Por outro lado, temos apostado claramente no desenvolvimento e melhoria de outros factores críticos para o desenvolvimento do produto, como a revisão legislativa que criou um novo modelo de exploração assente na qualidade do serviço prestado, o esforço na melhoria das acessibilidades aéreas e a monitorização permanente da nossa competitividade fiscal. Nessa medida, estou convencido que o mercado responderá muito favoravelmente à oferta portuguesa quando se verificar a retoma da economia internacional.

Nessa altura será muito importante que exista produto em comercialização. Estamos no bom caminho?

Quando, em 2006, aprovámos o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT), definimos um conjunto de novas centralidades turísticas, os pólos de desenvolvimento turístico Douro, Serra da Estrela, Leiria – Fátima, Oeste, Litoral Alentejano, Alqueva e Porto Santo, com os objectivos de diversificar e complementar a oferta turística existente nos destinos mais maduros, equilibrar a distribuição dos fluxos turísticos e potenciar a projecção da imagem do país através da criação de oferta de elevada qualidade. Em três dos novos pólos turísticos, o turismo residencial foi assumido como produto turístico prioritário.

Com a criação destes novos destinos e o seu desenvolvimento integrado, o investimento privado respondeu positivamente e temos, neste momento uma oferta de elevada qualidade, enquadrada na preservação ambiental e qualidade paisagística e em excelentes infra-estruturas e acessibilidades.

A promoção externa do nosso país é essencial para a captação de investimento para Portugal. Que esforços estão a ser alocados neste âmbito?

No âmbito da promoção externa, temos um modelo contratualizado com as Agências Regionais de Promoção Turística, responsáveis por cada um dos destinos regionais, numa conjugação de esforços públicos e privados. Ao Turismo de Portugal cabe a promoção da marca Portugal e, neste âmbito, temos desenvolvido uma estratégia de aproximação crescente ao consumidor, com propostas de valor muito concretas e apelativas em paralelo com uma parceria estreita com os operadores turísticos e as companhias aéreas.

No auge da crise internacional, em 2009, alocámos o maior esforço financeiro de sempre à promoção externa, conseguindo, assim, sustentar as quebras previstas e preparando a recuperação que se sente, já, em 2010.

De que forma o apoio ao turismo será penalizado com as medidas de austeridade previstas no Plano de Estabilidade e Crescimento (PEC)?

Não se prevê no PEC directamente nenhum mecanismo que vá penalizar os apoios existentes ao nível do investimento no sector do turismo.

Quais são os principais incentivos de apoio à iniciativa privada que o Estado disponibiliza neste sector?

Os apoios concretizam-se em três formas de incentivos: a Linha PME Investe III – Sector do Turismo destinada a financiar operações de construção ou remodelação de empreendimentos turísticos, os financiamentos no âmbito do QREN e os Fundos de Investimento Turístico (Fundo de Capital de Risco e Fundo de Investimento Imobiliário).

Têm surgido, na Secretaria de Estado, informações dando conta de algum desinvestimento privado no Turismo Residencial?

Face à retracção sentida na procura externa, alguns investimentos foram reprogramados, não se podendo, contudo, falar de desinvestimento.

Aliás, em 2009, no auge da crise internacional, a grande maioria dos investimentos programados seguiu o rumo previamente programado, mantendo-se um ambiente de confiança da parte dos investidores.

Vamos, de igual modo, mantendo contactos com investidores que nos procuram, manifestando intenção de desenvolver novos projectos. Face ao grande desenvolvimento do produto nos últimos anos, é natural que não continue a crescer ao mesmo ritmo num futuro próximo.

Além do Golfe e do Sol & Mar, em que outros produtos âncora se deve apostar mais?

O Golfe e o Sol & Mar são igualmente produtos prioritários no âmbito do PENT, tal como o Turismo de Natureza, a Gastronomia e Vinhos, o Touring Cultural e paisagístico, o Turismo de Saúde e Bem-Estar, o Turismo Náutico, os City Short Breaks e o Turismo de negócios. Todos estes produtos foram definidos como prioritários com base nas condições naturais e vantagens competitivas do País e no potencial de evolução da respectiva procura externa.

Com excepção dos City Short breaks e do Turismo de Negócios, com factores de competitividade e modelos de negócio distintos, todos os restantes produtos, alicerçados essencialmente nas condições naturais e culturais do país, contribuem para o desenvolvimento e enriquecimento da oferta de turismo residencial.

A Gastronomia & Vinhos, o património natural e cultural, as infra-estruturas de saúde e bem-estar, as actividades ligadas ao mar, constituem facto-

res distintivos da nossa oferta turística e contribuem para a diferenciação e competitividade do produto turismo residencial e resorts integrados.

Olhando para o pipeline dos projectos de turismo residencial, parece haver primazia dos conceitos de “luxo” e para as classificações de 5 estrelas. Isto não poderá conduzir a um desequilíbrio na oferta?

A nossa estratégia tem sido orientada com o objectivo de criar as melhores condições para o desenvolvimento de uma oferta turística de elevada qualidade, devendo a qualidade ser encarada numa perspectiva transversal e não um exclusivo das categorias superiores. Não privilegiamos uma categoria em detrimento de outra. A opção por 5 ou 4 estrelas é da responsabilidade dos promotores dos projectos, tendo em conta certamente o desempenho da procura.

Contudo, posso referir que no âmbito da classificação dos empreendimentos turísticos, globalmente, em 2008, 2009 e no primeiro trimestre de 2010, foram classificados 22 empreendimentos com 5 estrelas e 83 com quatro estrelas, predominando, por isso, esta última categoria.

O turismo residencial é identificado como um sector estratégico como factor de exportação e desenvolvimento da nossa economia. O que é preciso para que as exportações deste tipo de produto ganhem ainda maior peso?

O desempenho de qualquer actividade económica está sempre dependente de factores endógenos e exógenos ao próprio negócio. Cabe-nos a nós desenvolver as nossas valências nos diversos domínios onde nos assumimos como competitivos, e construir um modelo que permita a melhor interpretação e se possível domínio das variáveis externas que influenciam a performance de cada sector.

Portugal apresenta excelentes qualidades e condições a diversos níveis no sentido de proporcionar uma maior afirmação do Turismo Residencial. Do lado exógeno, questões transversais nos diversos mercados europeus como recuperação económica, ultrapassar as limitações ao nível da obtenção de crédito, e recuperação da confiança por parte dos consumidores, são essenciais para uma melhoria da performance de exportação deste sector quer seja em Portugal ou outro destino de Turismo Residencial.

Que mensagem gostaria de transmitir aos empresários que investem no Turismo Residencial?

Em 2005, com a criação do PENT, o Governo definiu uma carteira de 10 produtos turísticos estratégicos, tendo em conta os recursos e factores distintivos de Portugal face à respectiva concorrência.

A inclusão dos Resorts Integrados e Turismo Residencial nessa carteira de produtos turísticos estratégicos revela não só o reconhecimento da importância deste produto, mas igualmente a necessidade de estruturá-lo de modo a fazer face à respectiva procura.

Portugal pretende afirmar-se como um destino de Turismo Residencial de referência, diferenciando-se da sua concorrência através da qualidade da sua oferta.

Torna-se essencial que os empresários mantenham a confiança nos projectos que têm perspectivado para Portugal, tendo em consideração as necessidades da procura, e acima de tudo apostando em qualidade. Temos bons exemplos em Portugal que demonstram que os produtos de qualidade têm excelentes condições para vingar, diferenciando-se da respectiva concorrência, permitindo consolidar este produto como uma importante fonte de receitas e de criação de postos de trabalho.



Ponto de Vista: Bernardo Trindade, Sec. Estado do Turismo