



TENDÊNCIAS INTERNACIONAIS EM TURISMO

JORGE COSTA • PAULO RITA • PAULO ÁGUAS

2ª Edição Revista
e Aumentada



40 ANOS

Índice

Notas Biográficas dos Autores	V
Prefácio	XIII
Agradecimentos	XV
Dedicatória.....	XVII
Introdução	XIX
Capítulo I – Caracterização da Actividade Turística	1
O Produto Turístico	2
Especificidades do Turismo	9
Desenvolvimento do Destino – O Conceito do Ciclo de Vida do Produto	11
Descrição das Fases do Ciclo de Vida do Produto.....	12
Exploração	12
Envolvimento	13
Desenvolvimento.....	14
Consolidação	14
Estagnação.....	15
Pós-Estagnação.....	15
Fluxos Turísticos Internacionais.....	16
Receitas e Gastos Turísticos Internacionais.....	22
Férias dos Europeus.....	24
Capítulo II – Como Organizar um Processo de Análise e Identificação de Tendências.....	31
O Conceito de Análise Estratégica Externa.....	33
Relevância da Análise Estratégica Externa para as Empresas Turísticas e Hoteleiras	35
Como Desenvolver um Processo Formal e Contínuo de Análise Estratégica Externa	36
Capítulo III – Perspectivas sobre o Desenvolvimento do Turismo	43
Tendências Sociais em Turismo	45
Planeamento do Turismo	46
A Indústria das Linhas Aéreas	48
Turismo Sustentado	49
Transportes.....	51

Novos Produtos Turísticos.....	52
O Futuro do Turismo	54
Capítulo IV – Aspectos Socioculturais do Planeamento e Desenvolvimento do Turismo.....	63
Percepções dos Residentes.....	64
Viagens e Destino	66
Arte, Recordações e Artesanato.....	70
Planeamento do Turismo	73
Capítulo V – O Estado e a Actividade Turística	83
Motivos da Intervenção do Estado.....	84
As Organizações Nacionais de Turismo.....	89
Natureza e Funções	89
Actividades de Marketing	92
Tendências.....	97
Pesquisa de Mercado.....	99
Capítulo VI – Tecnologias de Informação em Turismo e Hotelaria	107
Turismo: um Sector de Informação Intensiva.....	108
Sistemas de Distribuição Global.....	110
Sistemas de Apoio à Decisão e Database Marketing	114
Sistemas de Informação Geográfica, Multimédia e de Realidade Virtual...	116
Sistemas de Inteligência Artificial.....	118
Sistemas de Marketing de Destinos Turísticos	121
Internet	124
Capítulo VII – Competitividade dos Destinos do Sul da Europa	137
Competitividade.....	138
Instrumento de Análise	141
Estudo Empírico	147
Objecto de Análise	147
Objectivos e Hipóteses	149
Resultados Obtidos.....	150
Conclusões	167
Índice Remissivo	175

Índice de Quadros

Capítulo I

Quadro 1.1	Chegadas Internacionais às Fronteiras por Regiões, em %..	16
Quadro 1.2	Chegadas Internacionais às Fronteiras por Países.....	18
Quadro 1.3	<i>Ranking</i> das Receitas e Gastos do Turismo Internacional ...	22
Quadro 1.4	Taxa de Cobertura e Receitas e Gastos <i>per capita</i>	23
Quadro 1.5	Férias dos Europeus: Realização de Férias, Destino e Duração, 2001	26
Quadro 1.6	Férias dos Europeus: Transporte e Alojamento, 2001	27

Capítulo II

Quadro 2.1	Métodos Usados na Análise Estratégica Externa.....	34
------------	--	----

Capítulo III

Quadro 3.1	Turismo Sustentado	50
Quadro 3.2	Transportes.....	52
Quadro 3.3	Novos Produtos Turísticos	53
Quadro 3.4	O Futuro do Turismo	55

Capítulo IV

Quadro 4.1	Temas Centrais na Percepção dos Residentes em Relação aos Turistas.....	65
Quadro 4.2	Temas Centrais nas Viagens e Destinos	67
Quadro 4.3	Temas Centrais sobre Artes, Recordações e Artesanato	71
Quadro 4.4	Temas Centrais sobre o Planeamento do Turismo.....	75

Capítulo V

Quadro 5.1	Factores de Competitividade.....	86
Quadro 5.2	Síntese das Justificações para a Intervenção do Estado	87
Quadro 5.3	Fases da Intervenção do Estado	88
Quadro 5.4	Tutela do Turismo e Sector das ONTs.....	90
Quadro 5.5	Missão das ONTs	92
Quadro 5.6	Factores de Atractividade.....	97

Quadro 5.7	Alterações do Papel das ONTs.....	98
Quadro 5.8	Alterações Ocorridas no Turismo nas Décadas de 80 e 90..	98
Quadro 5.9	Alterações de Marketing nas ONTs	99
Quadro 5.10	Tipo de Pesquisa Realizada pelas Organizações de Turismo das Províncias do Canadá e dos Estados dos EUA.....	101

Capítulo VI

Quadro 6.1	Exemplos de Necessidades de Informação Turística	110
Quadro 6.2	Os Quatro Grandes Sistemas de Distribuição Global	111
Quadro 6.3	Diferenças entre a Internet, Extranet e Intranet.....	124

Capítulo VII

Quadro 7.1	Área, População e PIB <i>per capita</i> nos Estados Membros do Sul da Europa.....	148
Quadro 7.2	Intensidade Turística nos Estados Membros do Sul da Europa	149
Quadro 7.3	Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros e Similares nos Estados Membros do Sul da Europa com Origem nos restantes Estados Membros – 2001 e 1996	151
Quadro 7.4	Dormidas Percentual e Índice de Gini das Dormidas em Estabelecimentos Hoteleiros e Similares nos Estados Membros do Sul da Europa com Origem nos restantes Estados Membros – 2001 e 1996	153
Quadro 7.5	Crescimento das Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros e Similares nos Estados Membros do Sul da Europa com Origem nos restantes Estados Membros, entre 1996 e 2001	155
Quadro 7.6	Desvio de Quota de Mercado das Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros e Similares nos Estados Membros do Sul da Europa com Origem nos restantes Estados Membros – 2001 e 1996	155
Quadro 7.7	Variação de Quota de Mercado das Dormidas nos Estabelecimentos Hoteleiros e Similares nos Estados Membros do Sul da Europa com Origem nos restantes Estados Membros, entre 1996 e 2001	156
Quadro 7.8	Dissemelhança entre os Destinos	162

Índice de Figuras

Capítulo II

Figura 2.1	Processo de Análise Estratégica Externa (PAEE).....	38
------------	---	----

Capítulo III

Figura 3.1	Sumário dos Temas, Subtemas e Propostas de Acção (1) ...	58
Figura 3.2	Sumário dos Temas, Subtemas e Propostas de Acção (2) ...	59

Capítulo IV

Figura 4.1	Sumário dos Principais Temas e suas Implicações	79
------------	---	----

Capítulo VI

Figura 6.1	Principais Intervenientes na Indústria Turística	109
Figura 6.2	Canal Tradicional de Distribuição usando o SDG	112
Figura 6.3	Reformulação do Canal de Distribuição: Venda Directa	112
Figura 6.4	<i>Data Mining</i> baseado em <i>Data Warehouse</i>	120
Figura 6.5	Fontes de Informação	122

Índice de Gráficos

Capítulo VII

Gráfico 7.1	Análise de Quotas de Mercado	144
Gráfico 7.2	Destino Espanha – Análise das Origens	157
Gráfico 7.3	Destino França – Análise das Origens	158
Gráfico 7.4	Destino Grécia – Análise das Origens	159
Gráfico 7.5	Destino Itália – Análise das Origens	160
Gráfico 7.6	Destino Portugal – Análise das Origens	161