

CompetitivTUR

Estudo da Competitividade do Turismo no Algarve

- Algarve versus Províncias Mediterrânicas de Espanha -

Fernando Perna
ciitt@ualg.pt

Instituto Nacional de Estatística
Reunião da Secção Permanente de Estatísticas de Base Territorial
Lisboa 12/Nov/2012

Concepção e Desenvolvimento:



CENTRO INTERNACIONAL DE
INVESTIGAÇÃO EM TERRITÓRIO E TURISMO
INTERNATIONAL CENTRE OF
TERRITORY AND TOURISM RESEARCH

Financiamento:



COMISSÃO DE COORDENAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO ALGARVE

Grupo de Investigação do COMPETITIVTUR



Fernando Perna (coord.)
Economia Regional
Doutor em Economia Aplicada pela Universidade do Algarve



Maria João Custódio
Gestão e Marketing dos Destinos
Doutoranda em Gestão pela Business School da University of Exeter



Pedro Miguel Gouveia
Econometria
Doutor em Econometria pela Universidade do Algarve



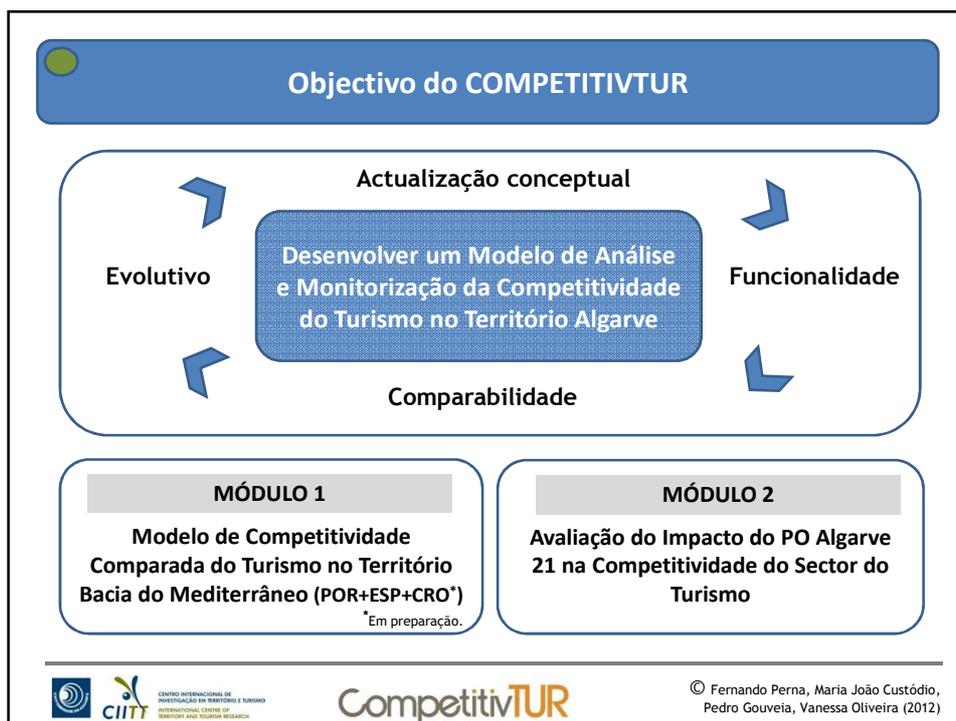
Vanessa Oliveira
Data Research
Mestranda em Marketing pela Universidade do Algarve



CENTRO INTERNACIONAL DE
INVESTIGAÇÃO EM TERRITÓRIO E TURISMO
INTERNATIONAL CENTRE OF
TERRITORY AND TOURISM RESEARCH

CompetitivTUR

© Fernando Perna, Maria João Custódio,
Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2012)



Conceito(s) de Competitividade

Autores	Conceitos
Scott and Lodge, 1985 <i>in</i> Ritchie e Crouch: 12	(...) produção e/ou comércio de produtos no mercado internacional e acréscimo do retorno sobre os recursos...
OECD, 2010	(...) vantagens e desvantagens em vender produtos nos mercados internacionais...
Dwyer, Forstyth e Rao, 2009: 9	(...) compreende diferenciais de preços e taxas de câmbio, bem como a produtividade das várias componentes da indústria do turismo mais os factores qualitativos...
Oxford Dictionary <i>in</i> Ritchie e Crouch, 2003: 12	(...) superior em qualidade...
Ritchie e Crouch, 2003: 2	(...) aumento do bem estar dos residentes e preservação do capital natural do destino para as futuras gerações...



CENTRO INTERNACIONAL DE INVESTIGAÇÃO EM RECURSOS E TURISMO
INTERNATIONAL CENTER OF RESEARCH AND TOURISM RESEARCH



© Fernando Perna, Maria João Custódio, Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2012)

Modelos e Indicadores para a Competitividade (1/3)

Dwyer and Kim (2003)

Categoria	Indicadores Hard	Indicadores Soft	
Adaptado de Dwyer and Kim (2003)	Adaptado de Crouch et al. (2000)	Adaptado de Crouch et al. (2000)	
#	5	17	11
Recursos	Número amarrações Número campos de golfe Número de camas Número de voos directos Taxas de Ocupação	Clima Limpeza Urbana Imagem e qualidade de vida Qualidade do serviço (satisfação) Tourism for All Acessibilidades	
Gestão do Destino	Monitorização da actividade turística Monitorização das actividades de Investimento em Promoção vs ROI	Efectividade do posicionamento Conhecimento dos produtos concorrentes	
Condições de Conjuntura	Distância principais mercados Preços no alojamento Preços transporte aéreo Taxa de câmbio	Segurança	
Procura	Notoriedade do destino	Percepção do destino Preferências do consumidor	
Mercado	Dormidas Quota de Mercado Gastos Índice de Preços		



CENTRO INTERNACIONAL DE INVESTIGAÇÃO EM RECURSOS E TURISMO
INTERNATIONAL CENTRE OF RESEARCH AND TOURISM RESEARCH

CompetitivTUR

© Fernando Perna, Maria João Custódio,
Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2012)

Modelos e Indicadores para a Competitividade (2/3)

NECSTUR (2011)

Number and Title	Wider Topic Area	Measures	
#	7	9	38
1. Tourism Volume and Value	Tourist impact presence Same-day visitor impact presence	1. Number of tourism nights per month 2. Daily spent per tourist ...	
2. Tourism Enterprise Performances	Productivity competitiveness of business	1. Occupancy rate in commercial accommodation per month and average for the year 2. Average VER PAR per year in destination ...	
3. Customer Satisfaction	Fulfillment of customer expectations	% of visitors that are satisfied with the overall experience in the destination % of repeat/return customers (within 5 years) ...	
4. Community/Social Impact	Carrying capacity of the destination Community acceptance	Number of available beds per 100 residents Number of tourists / visitors per 100 residents ...	
5. Quantity and Quality of Employment	Contribution to employment of resident population Quality of Employment	Direct tourism employment as percentage of total employment Percentage of jobs in tourism that are seasonal ...	
6. Gender Equality	Gender Equality	Average wage in tourism for woman compared to men's employment % of men and women in tourism employment ...	
7. Equality - accessibility	Inclusion for those with special needs	Percentage of sites considered accessible Percentage of commercial accommodation with accessible rooms ...	



CENTRO INTERNACIONAL DE INVESTIGAÇÃO EM RECURSOS E TURISMO
INTERNATIONAL CENTRE OF RESEARCH AND TOURISM RESEARCH

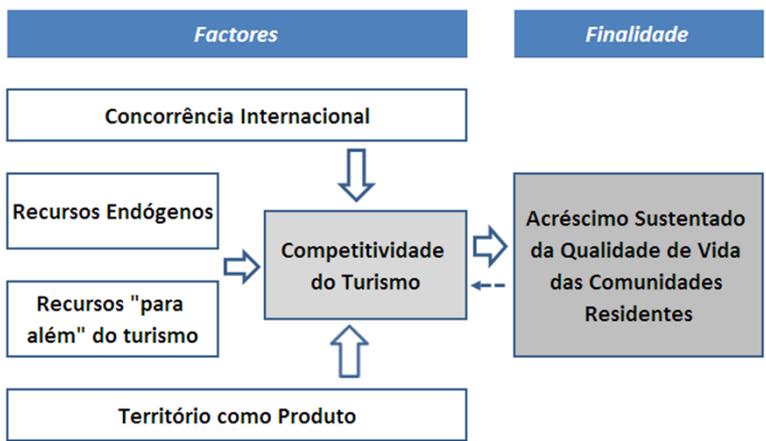
CompetitivTUR

© Fernando Perna, Maria João Custódio,
Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2012)

Modelos e Indicadores para a Competitividade (3/3)

Section	Criteria	Indicator Ref.	Indicator
# 5	22		67
A. Destination Management	A.1 Sustainable Tourism Public Policy
	A.2 Sustainable Tourism Management in Tourism
	A.3 Customer Satisfaction	A.3.1	% of visitors that are satisfied with their overall experience in the destination
		A.3.1.1	% of repeat/return visitors (within 5 years)
A.4 Information and Communication	
B. Economic Value	B.1 Tourism Flow (volume & value) at Destination	B.1.1	Number of tourist nights per month
	B.2 Tourism Enterprise(s) Performance	B.1.1.1	Relative contribution of tourism to the destination's economy (% GDP)
	
	B.3 Quantity and Quality of Employment
	B.4 Safety and Health
B.5 Tourism Supply Chain	
C. Social and Cultural Impact		C.1.1.1	% of residents who are satisfied with tourism in the destination (per month/season)
	
D. Environmental Impact		D.3.1.1	% of tourism enterprises involved in waste reduction activities
	

COMPETITIVTUR: Factores e Finalidade da Competitividade



COMPETITIVTUR: Questões Centrais

Questões centrais sobre a Competitividade do Turismo	CompetitivTUR
Competitividade em relação a quê?	✓
Qual o padrão?	✓
Que elementos devem ser contabilizados? Dormidas, camas, receitas, qualidade?	✓ inc.
Qual o papel da Imagem?	<i>Desenvolvimento Futuro?</i>
Quais os produtos?	✓ inc.
Qual a relação com o grau de desenvolvimento do destino - TALC?	✓



CENTRO INTERNACIONAL DE INVESTIGAÇÃO EM RECURSOS E TURISMO
INTERNATIONAL CENTER OF RESEARCH AND TOURISM RESEARCH



© Fernando Perna, Maria João Custódio, Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2012)

Ciclo de Vida dos Destinos: *How Many are To Many?*



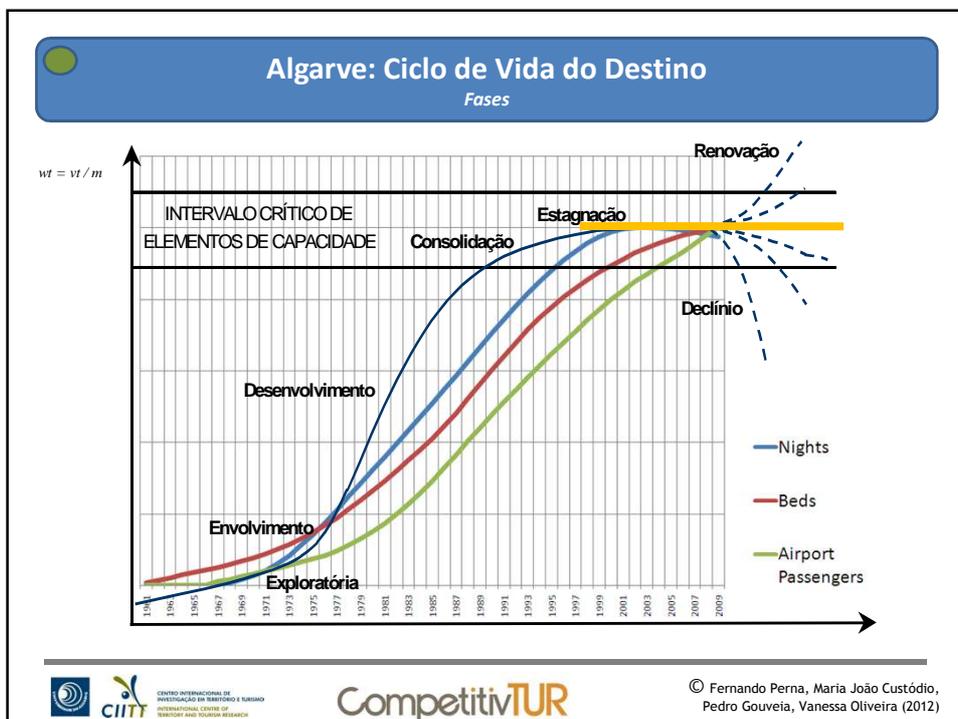
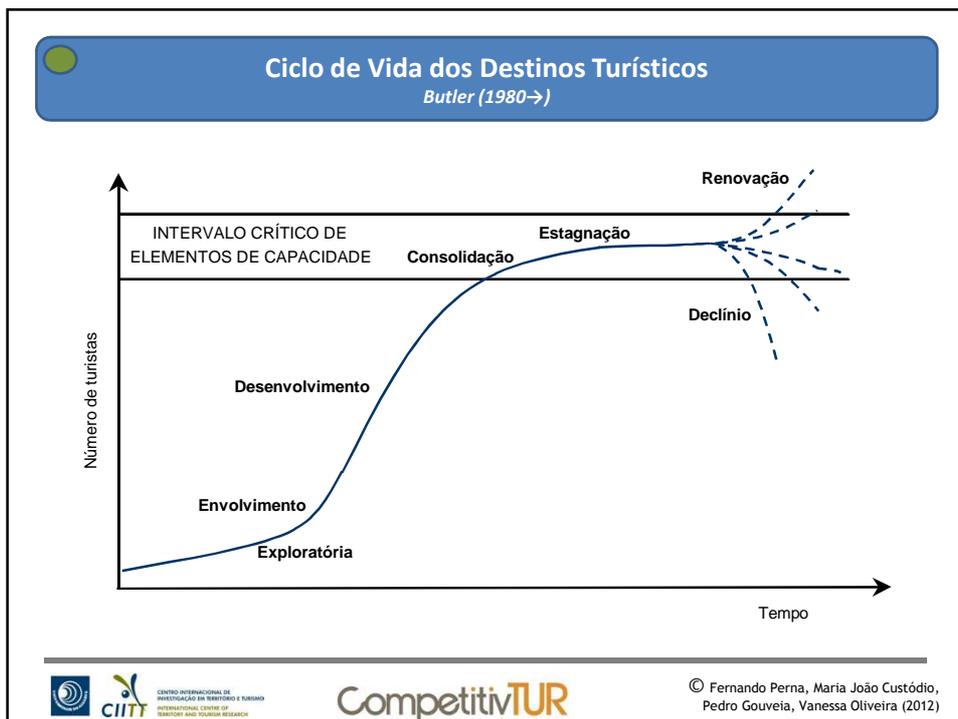
Crédito: Fernando Perna

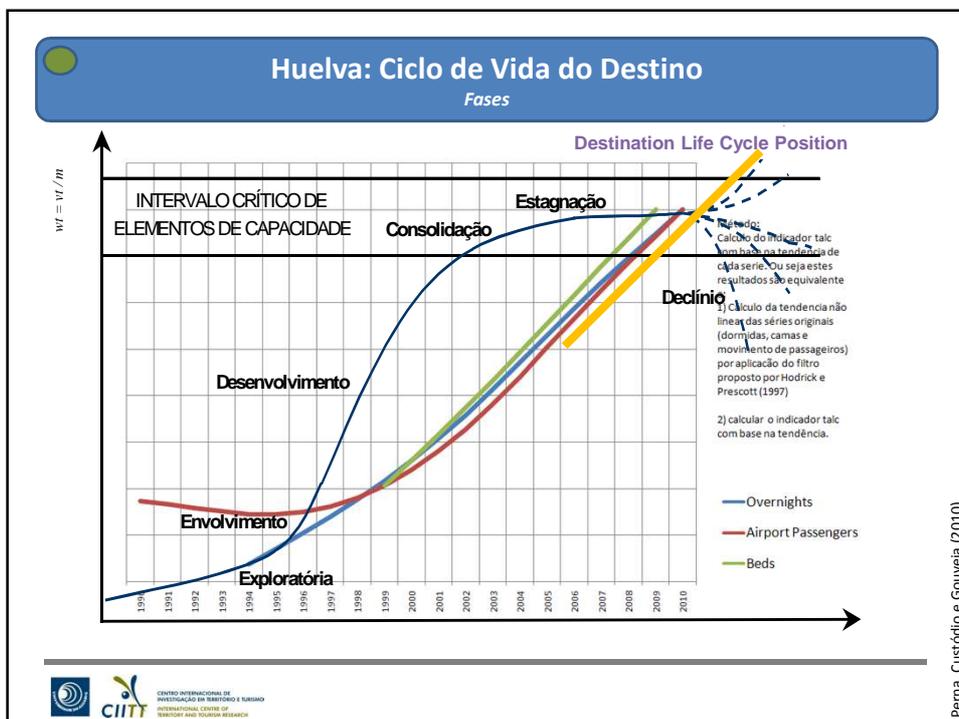
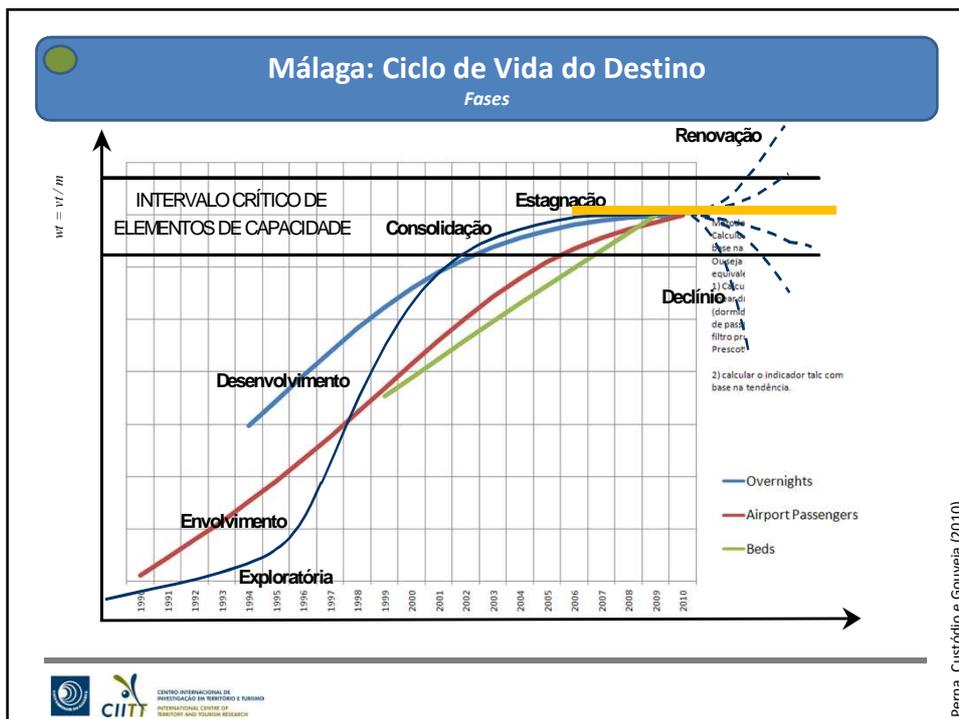


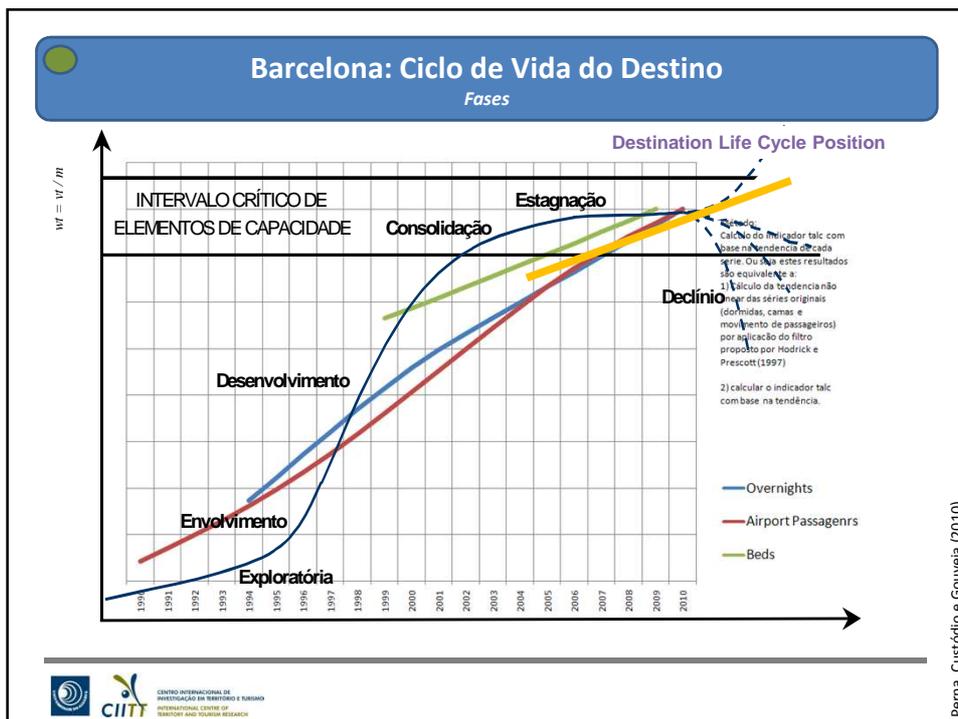
CENTRO INTERNACIONAL DE INVESTIGAÇÃO EM RECURSOS E TURISMO
INTERNATIONAL CENTER OF RESEARCH AND TOURISM RESEARCH

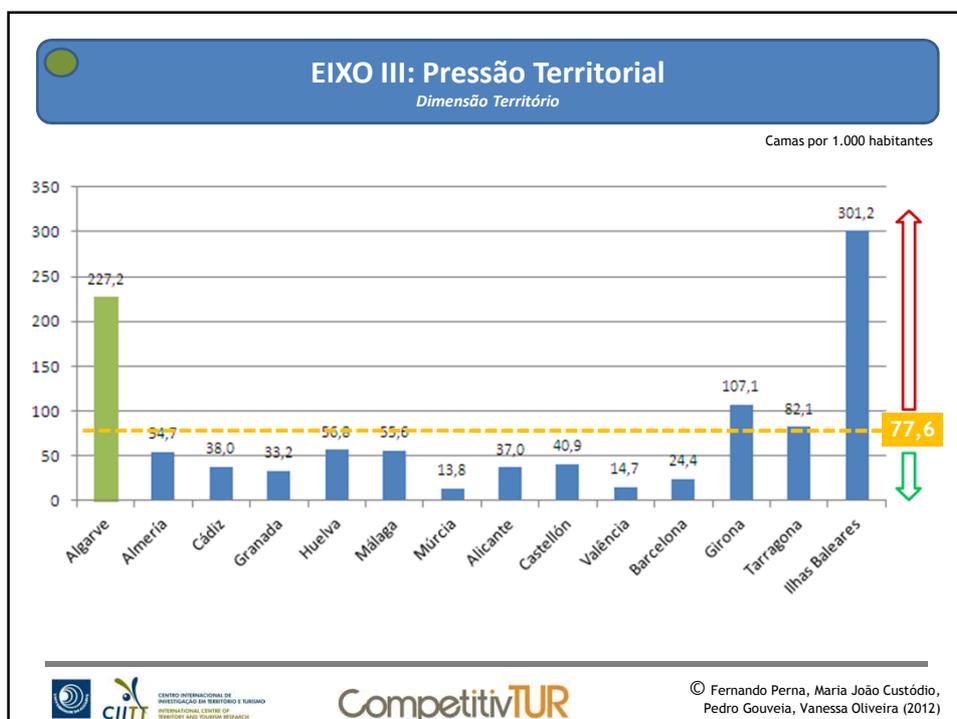
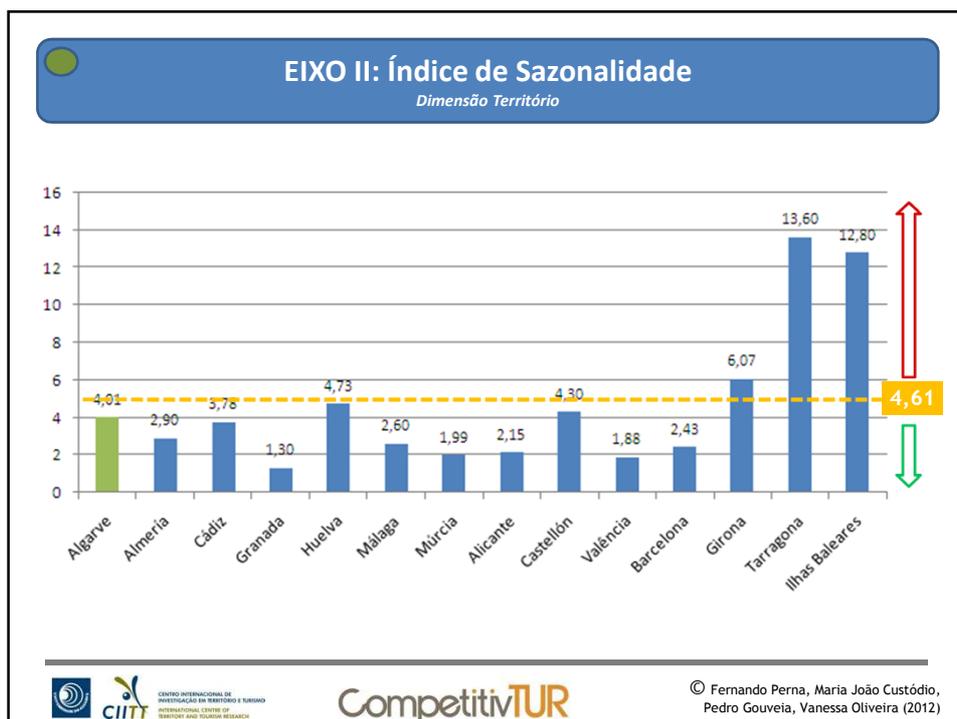


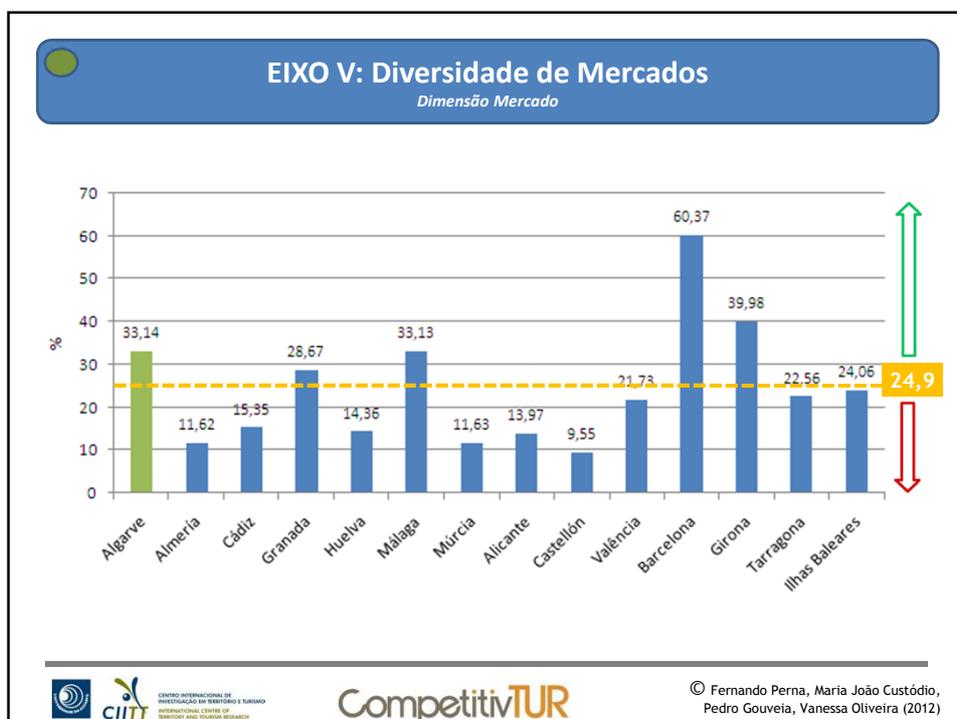
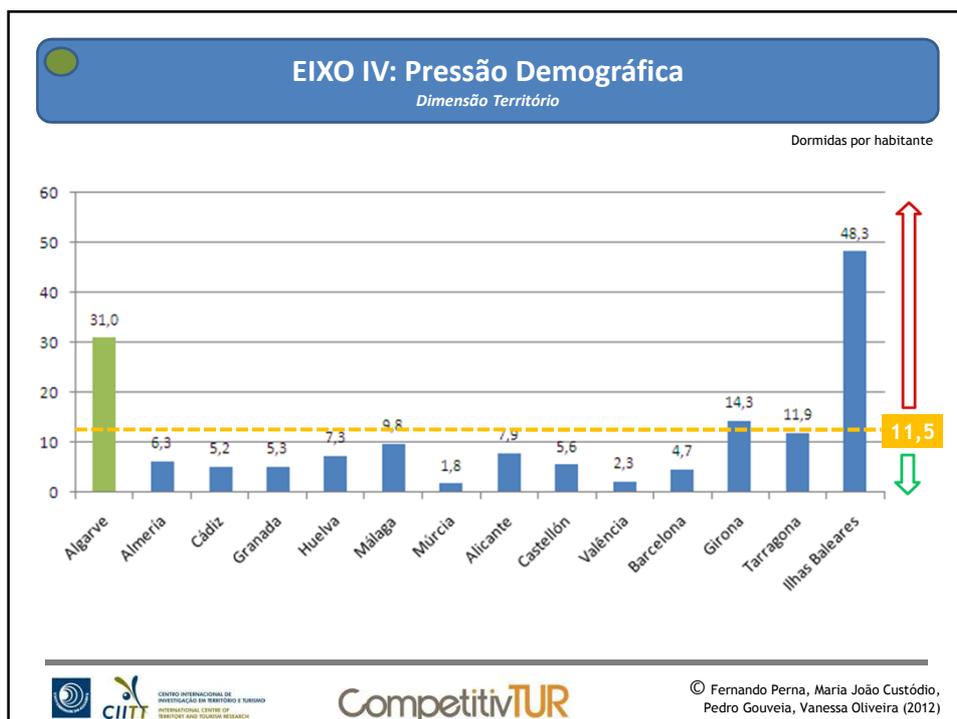
© Fernando Perna, Maria João Custódio, Pedro Gouveia, Vanessa Oliveira (2012)

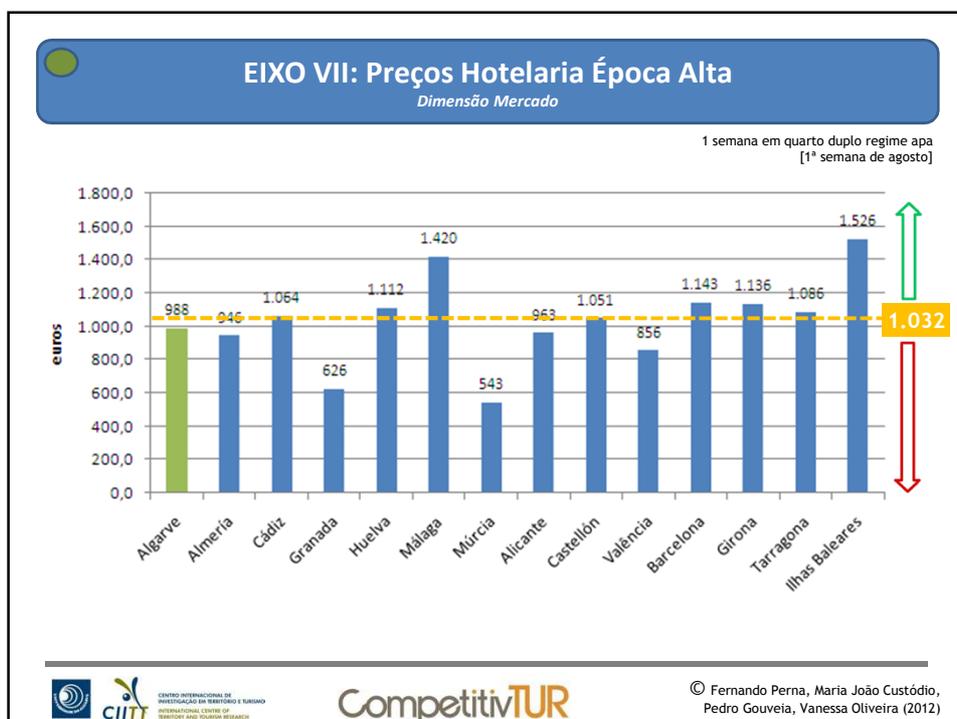
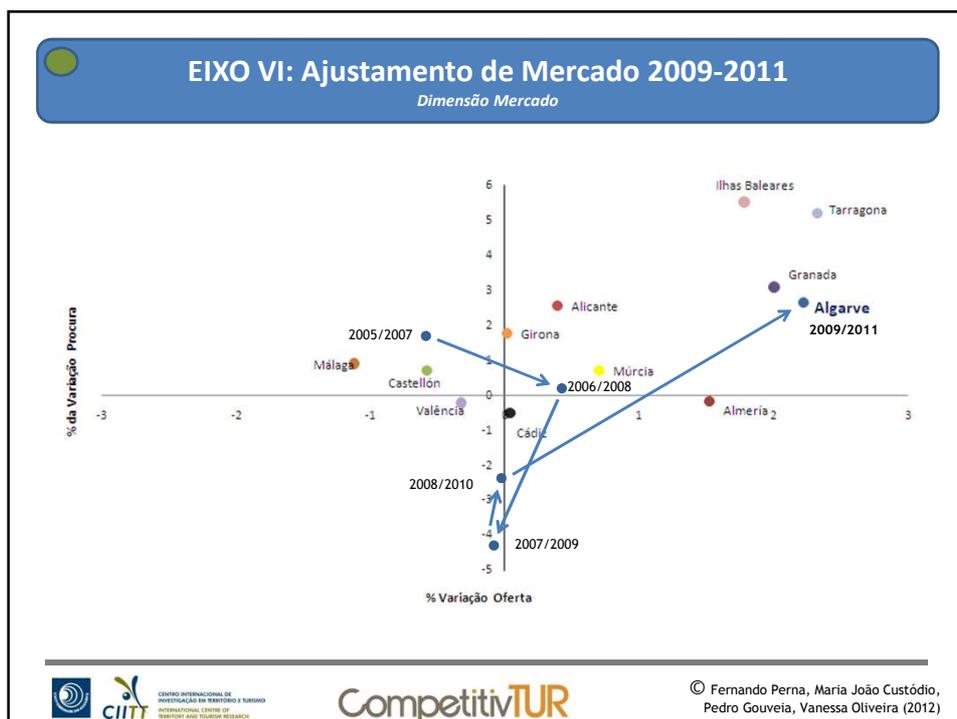


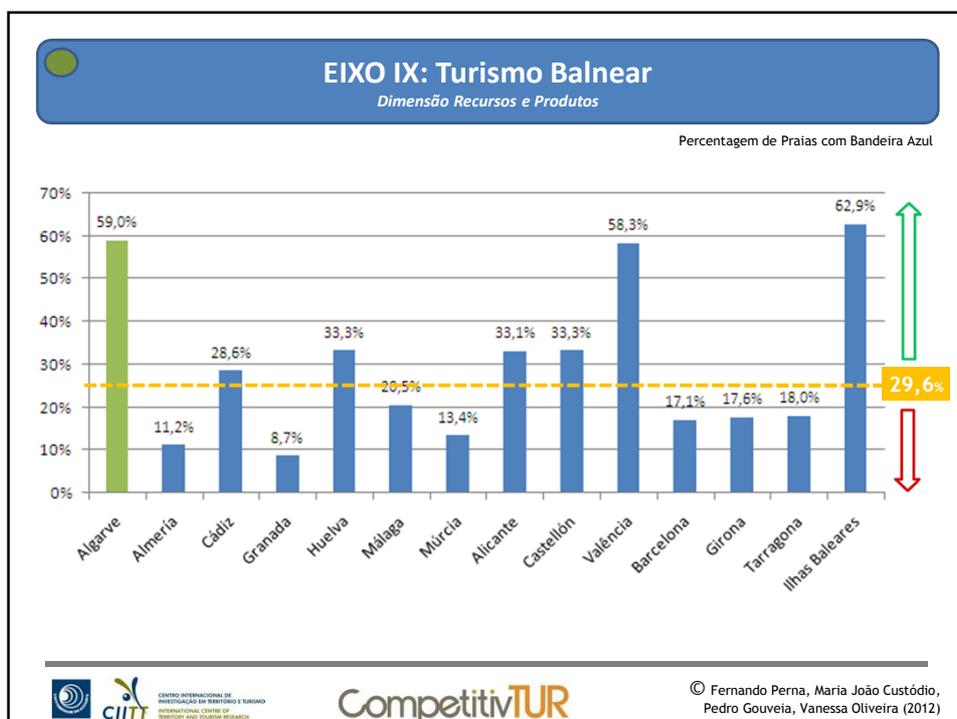
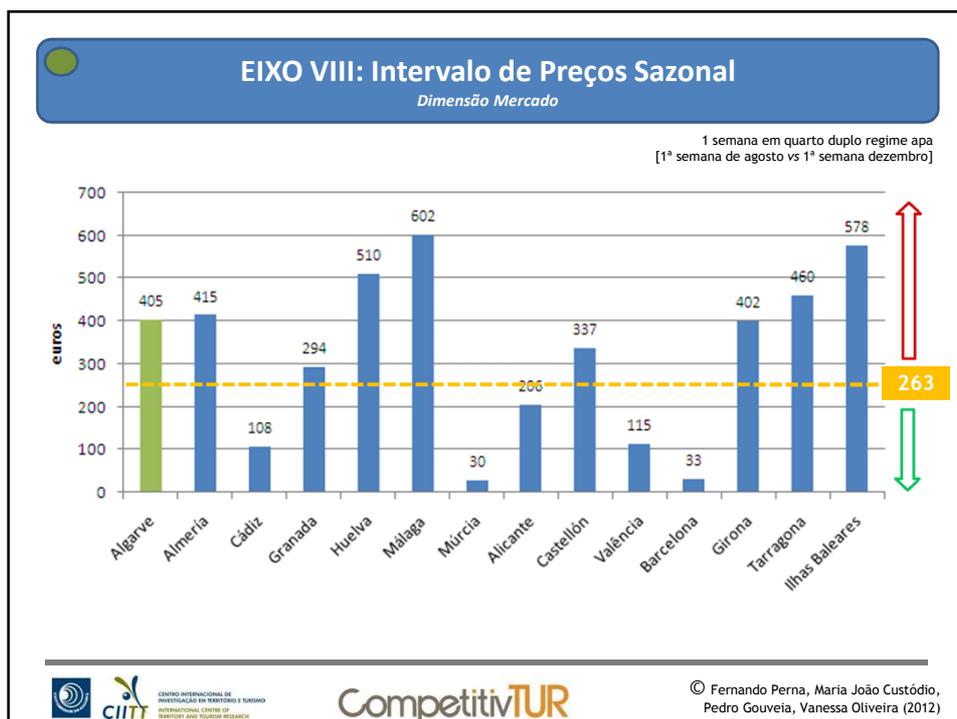


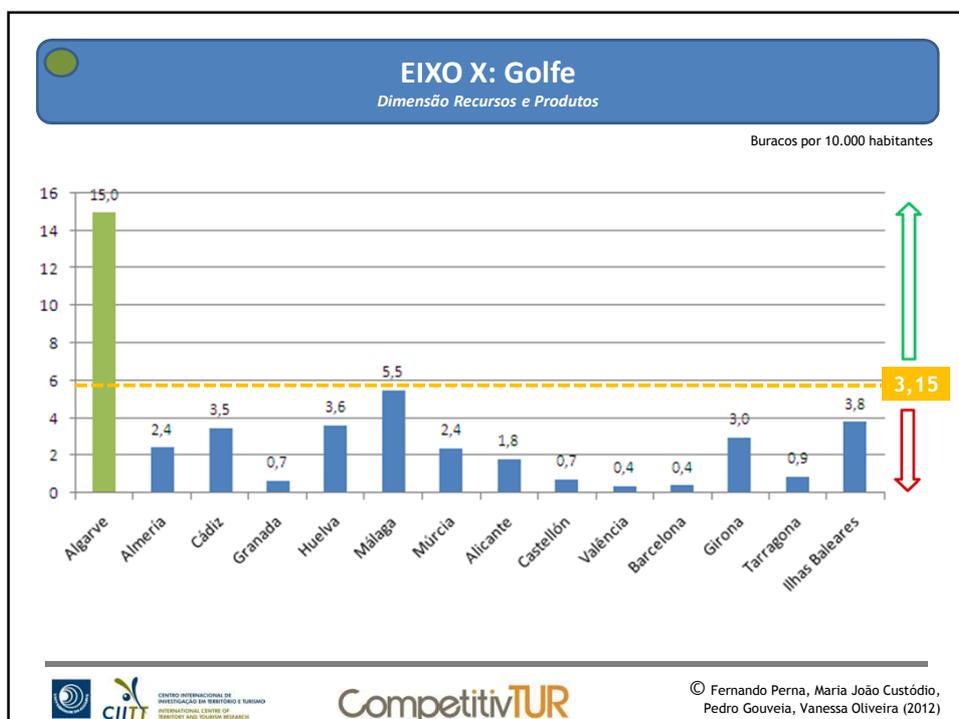
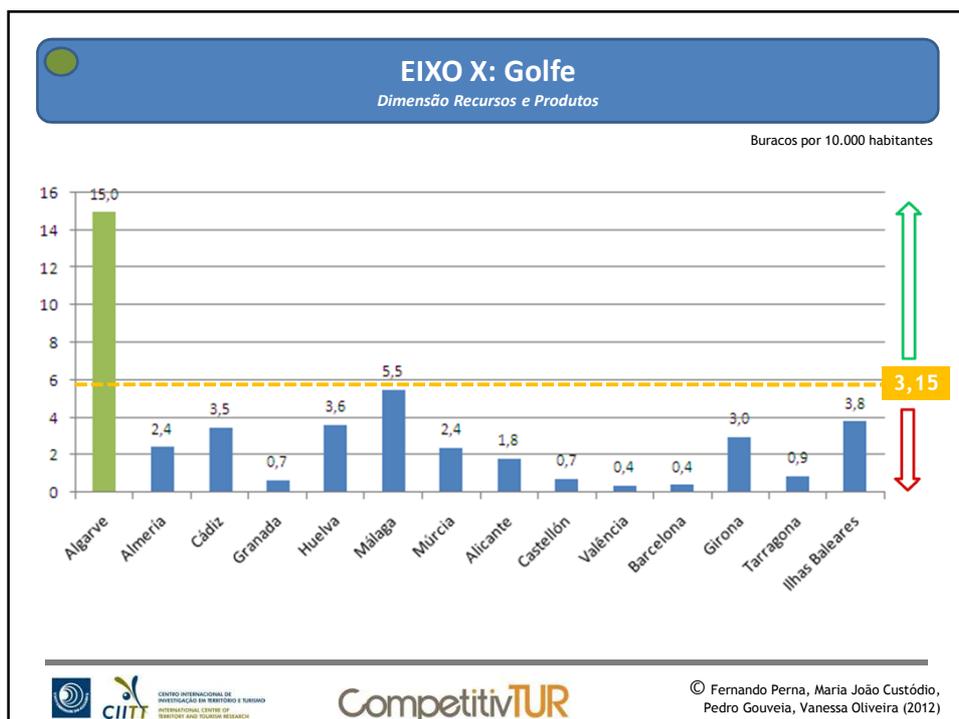


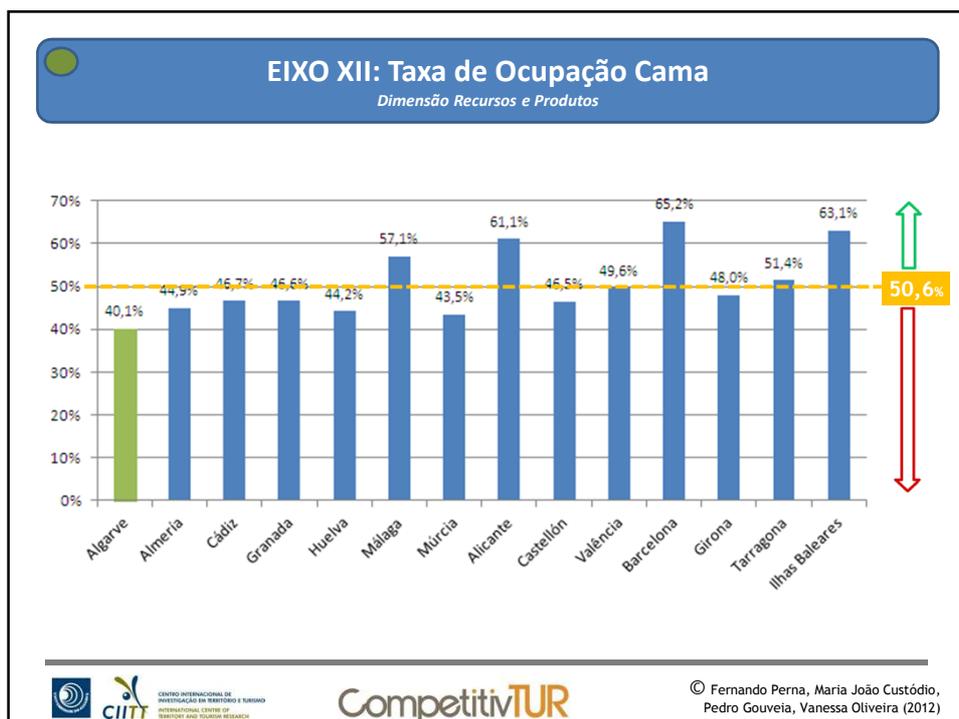


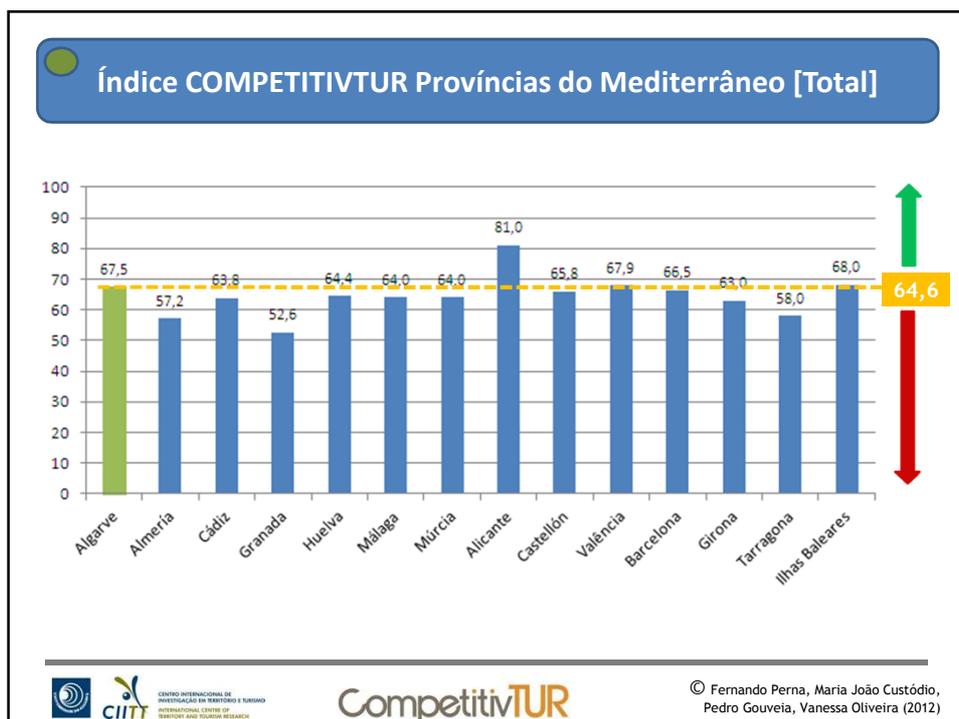


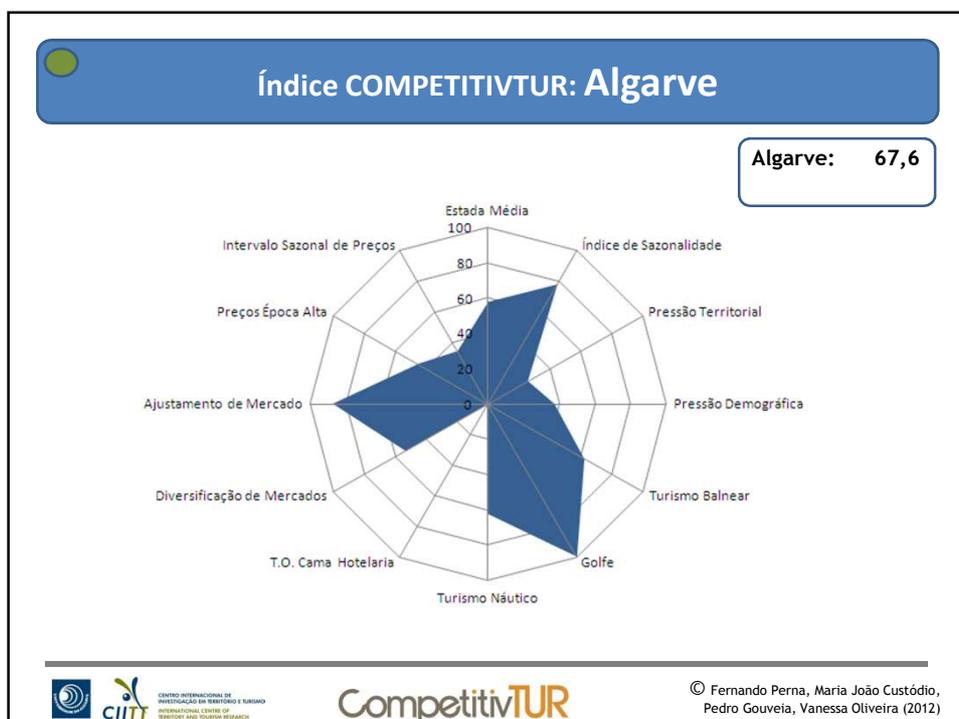
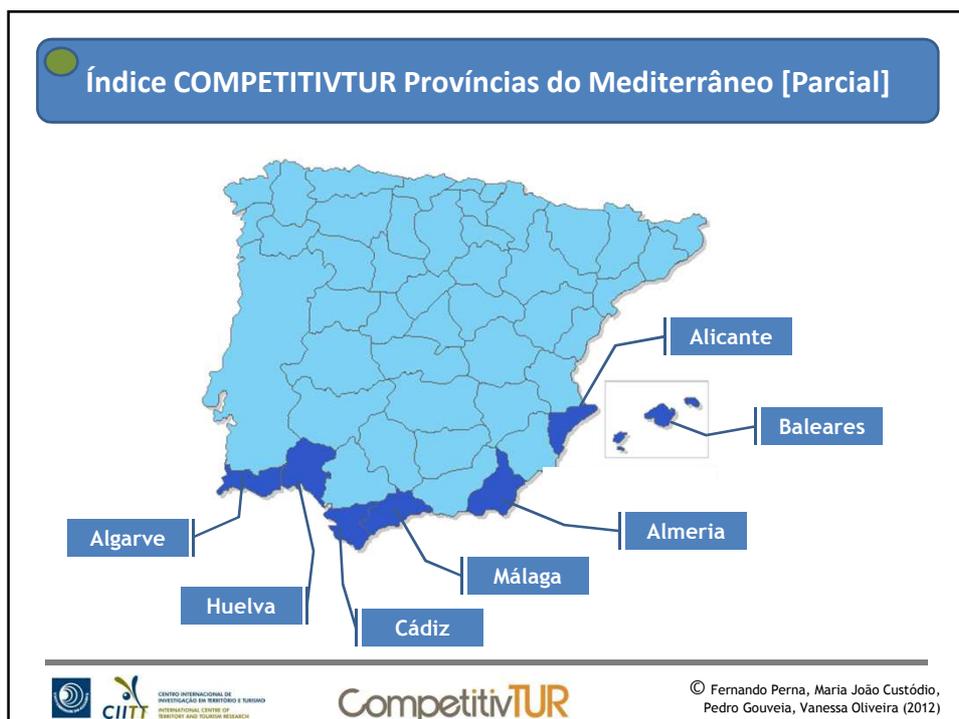


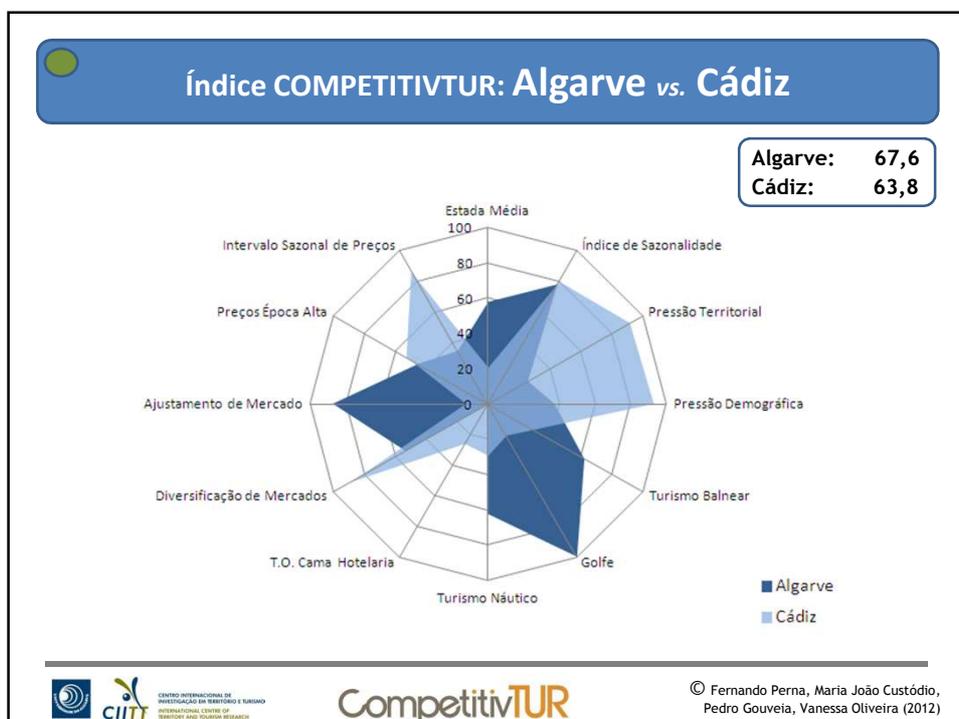
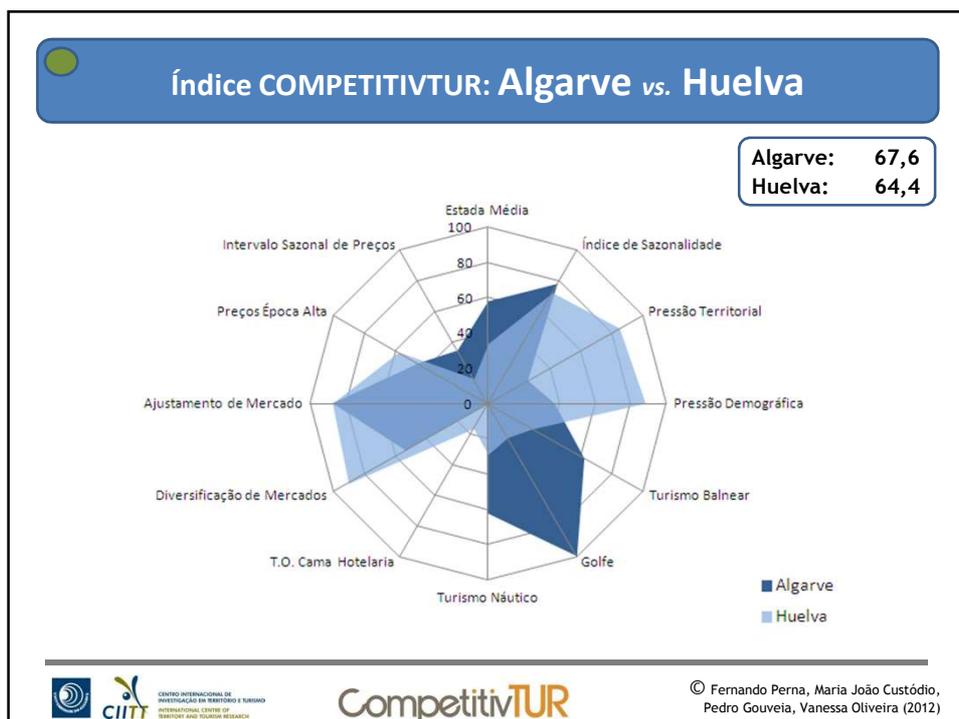


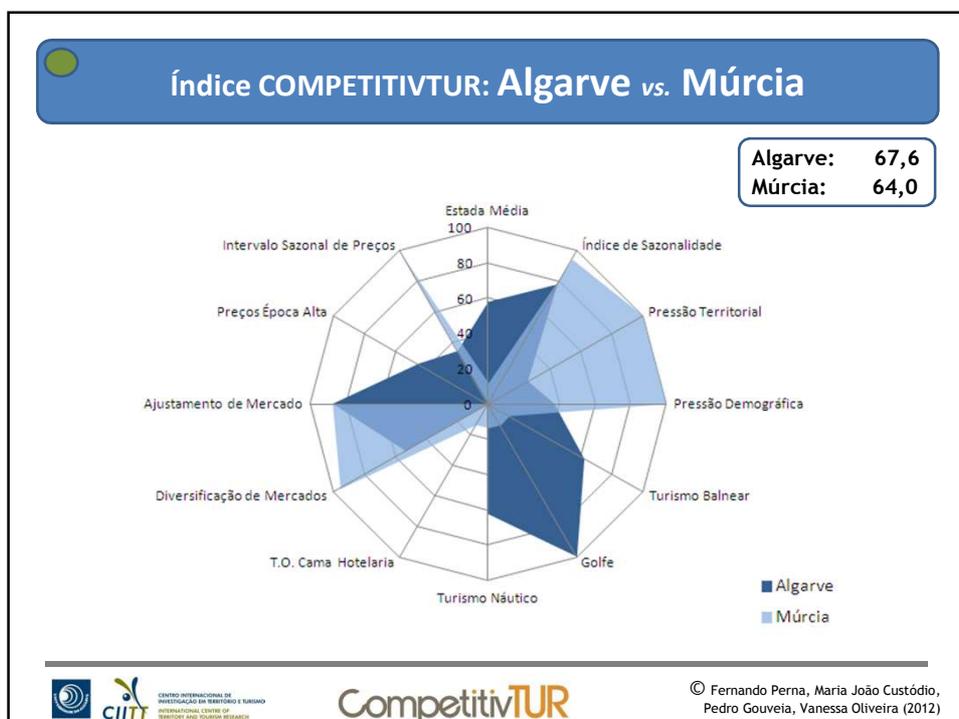
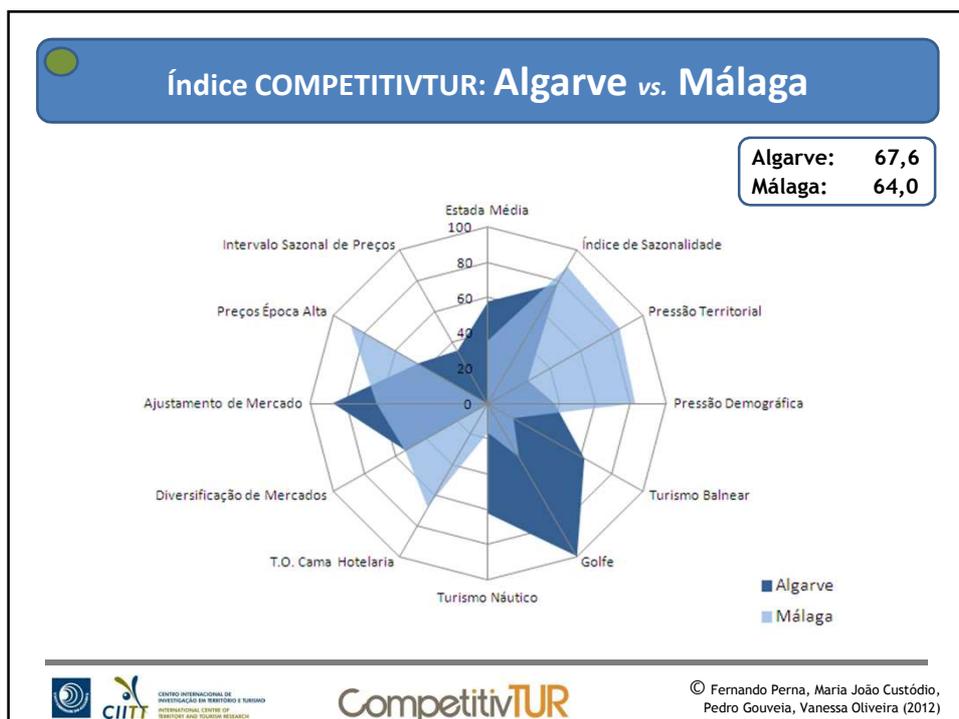


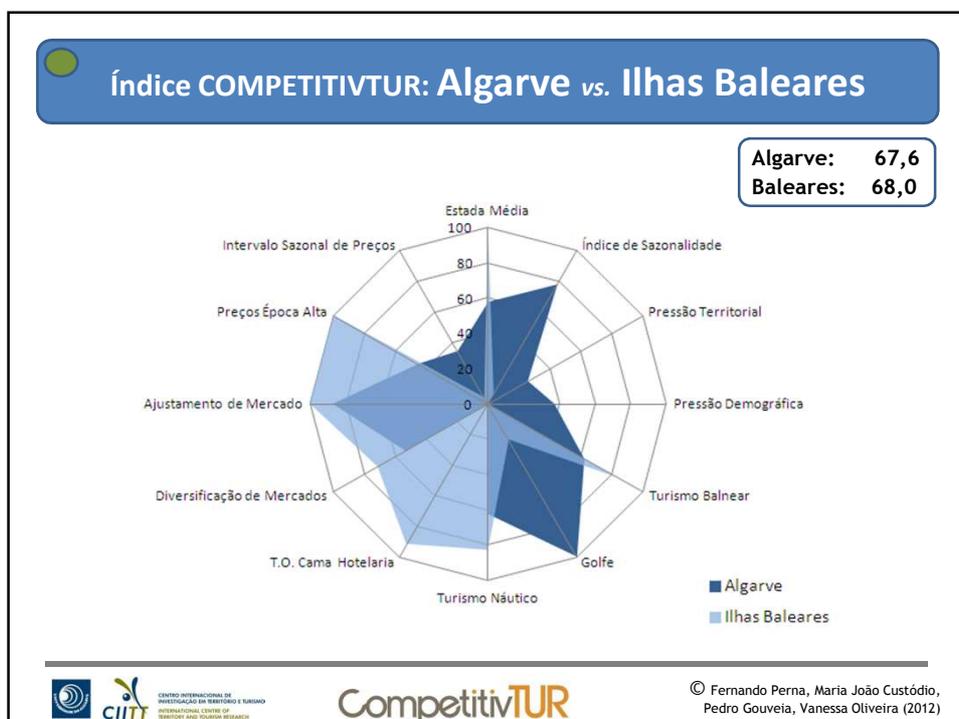
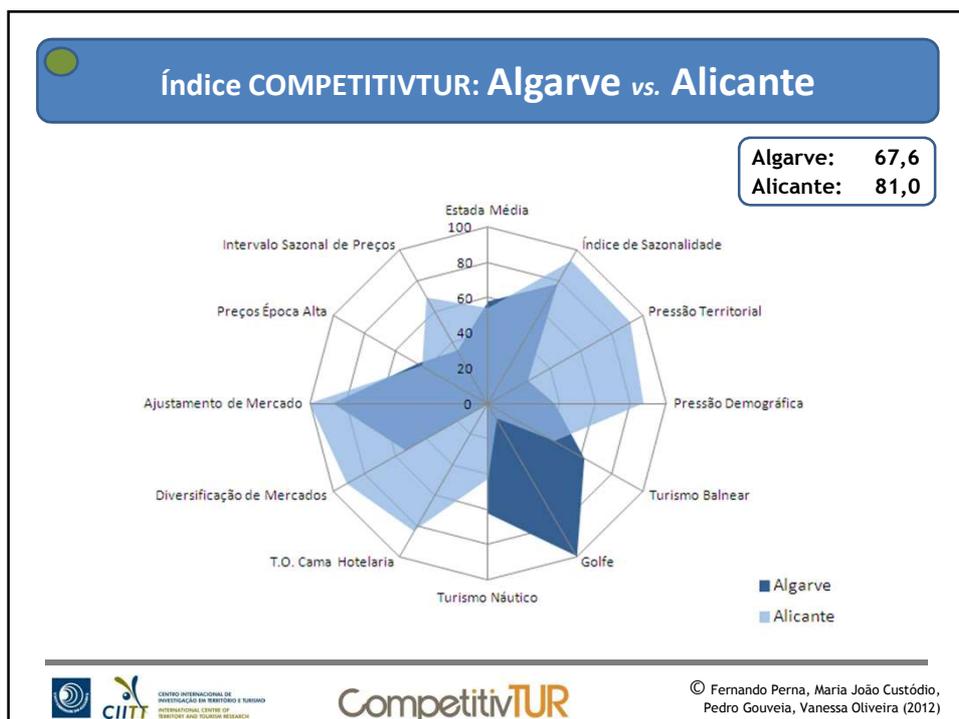


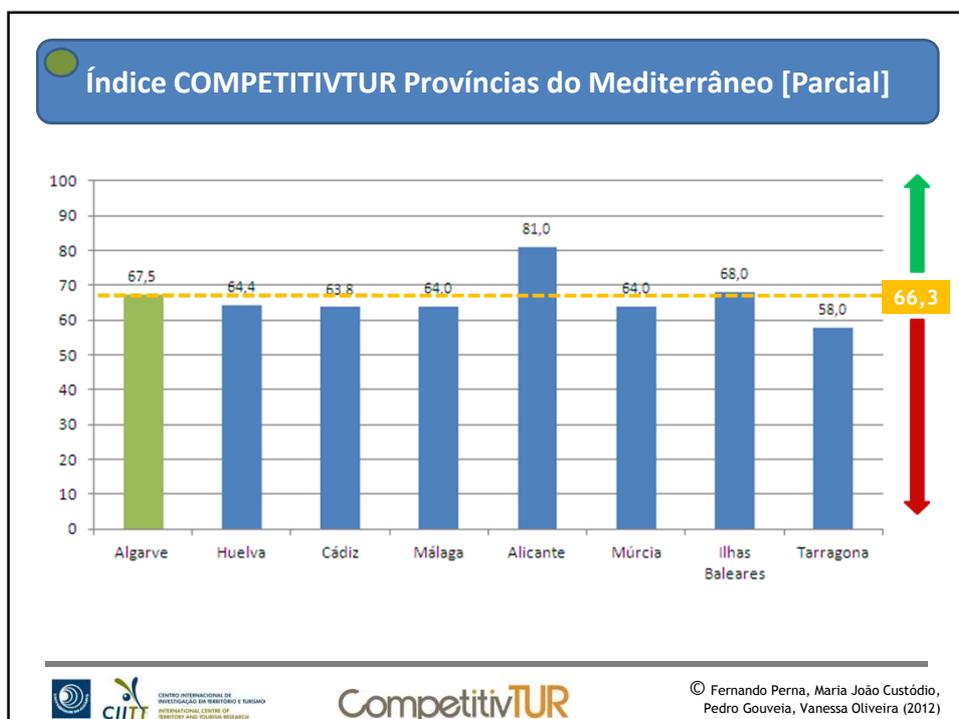
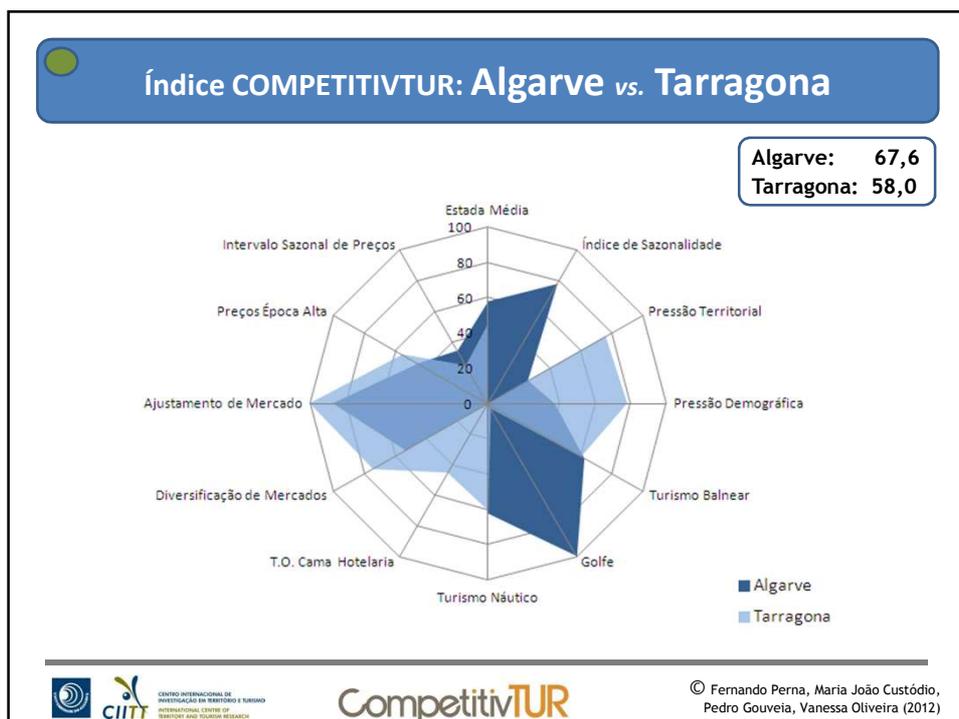












CompetitivTUR

Estudo da Competitividade do Turismo no Algarve

- Algarve versus Províncias Mediterrânicas de Espanha -

Muito Obrigado.

Concepção e Desenvolvimento:



CENTRO INTERNACIONAL DE
INVESTIGAÇÃO EM TERRITÓRIO E TURISMO
INTERNATIONAL CENTRE OF
TERRITORY AND TOURISM RESEARCH

Financiamento:



COMISSÃO DE COORDENAÇÃO
E DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO ALGARVE