

Augusto. *Inovação em turismo*

Inovação em turismo

O Estado como agente de inovação em turismo

Ana P. AUGUSTO

Avenida de Roma, n.º91 – 5.ºesq., 1700-344 Lisboa, Portugal
+351 919 432 641, anapedrosaaugusto@gmail.com

Palavras-Chave: estado, inovação, turismo

Introdução

A inovação é actualmente um conceito transversal a múltiplas áreas de actividade, produtos e organizações, marcando presença, conseqüentemente, também no turismo. Esta marca de inovação no turismo é cada vez mais forte e não se limita a uma mera recepção daquela concretizada noutros sectores: o turismo assume-se igualmente como motor potenciador de inovação quando ela é imperiosamente necessária [1][2][3][4][5]. E sem prejuízo do vocábulo “inovação” conduzir inevitavelmente à consideração primacial do sector privado como seu agente, os Estados têm capacidade para contribuir significativamente para o seu desenvolvimento e implementação no turismo [6][7][8][9][10][11][12][13].

Em face do exposto, procuramos com o presente alcançar a medida em que os Estados – designadamente o Português – assumem ou não um papel determinante para a inovação no turismo.

Para quanto nos propomos, começaremos por apontar as dimensões em que o Estado se poderá apresentar como potencial agente de inovação no turismo. Consideraremos de seguida o quadro nacional, para por fim concluir que em Portugal o Estado tem procurado chamar a si o papel de efectivo agente de inovação no turismo.

Breve Contextualização para a Inovação no Turismo

Não é novidade que nos países mais desenvolvidos se tem vindo a assistir a uma progressiva redução da taxa de crescimento do turismo e que os países menos desenvolvidos têm vindo a conseguir com aqueles competir. Por outro lado, os ciclos de vida de vários produtos terminaram [14][12] e as empresas atingiram o pico da racionalização dos seus custos.

Neste cenário de concorrência global [1], a inovação é considerada o motor de mudança e crescimento no turismo. Para se manterem competitivos, os países devem estar “*at the cutting edge of the development of new products and ideas in tourism*”[15]. Às economias desenvolvidas surgiu a crucial necessidade de inovar [7].

O Estado como Agente de Inovação no Turismo

Sem prejuízo de se apresentar como uma questão controversa [16], é consentaneamente aceite que o Estado tem uma função determinante no desenvolvimento e concretização da inovação [1][6].

São várias as formas através das quais os Estados exercem este papel, mas mediante uma intervenção directa como agentes de inovação em turismo, os Estados utilizam a sua função legisladora e reguladora, criando ou modificando diplomas legais e respectiva regulamentação, promovem destinos e produtos, debruçam-se sobre o ordenamento do território turístico [17] ou estabelecem parcerias público-privadas [1][18][19][20].

Breznitz [11] constatou, através do seu estudo sobre a influência das políticas nacionais de cada Estado no tipo de indústrias de Informação e Tecnologia nele presentes, que a forma como o Estado assume a sua função de motor de inovação é determinante para o posicionamento dos países no mercado global.

Já Keller [16] considera que não é o Estado que cria inovações directamente: a inovação é indubitavelmente um motor importante numa economia de mercado, mas só terá sucesso se existir um clima de livre concorrência capaz de eliminar as estruturas existentes e implementando novas. Aqui, o Estado terá à partida o papel de não se constituir enquanto mero obstáculo à inovação, mas de promover a concorrência que será o principal móbil da inovação [1].

Através do desenvolvimento e implementação de decisões e estratégias no âmbito de outros sectores não especificamente relacionados com o turismo mas que sobre este possam exercer influência relevante [13], os Estados assumem um papel especial na inovação.

Em virtude de quanto se veio referindo, fica claramente comprovada a necessidade de considerar a inovação como um todo global, abarcando as componentes social, económica e política, sob pena da definição de actuações sectoriais com resultados reduzidos ou inexistentes causados pela desconsideração de sobreposições ou efeitos colaterais preversos [21].

Considerando uma perspectiva abrangente, constataremos que o Estado poderá potenciar a inovação no turismo através de diferentes eixos [22][4]. Não será todavia viável encontrar no Estado a solução para todas as dificuldades inerentes ao desenvolvimento da inovação no turismo, mas assumimos que lhe caberá indubitavelmente o papel de a promover com especial acuidade [23][24].

O Caso Português

Em Portugal, as actividades que se revelam conexas com o turismo encontram-se, regra geral, enquadradas por um contexto de ainda forte regulamentação. Neste âmbito, o Estado assume exclusivamente o papel de definir a actuação do mercado. Tal poderá ser apontado como uma forte restrição à inovação [16][13]. Não obstante, parece-nos que Portugal, acompanhando os passos da União Europeia [25], assume outro caminho para a promoção da inovação: a criação de um sistema de incentivos.

Neste ponto, focaremos o quadro em que se move o Estado Português quanto a inovação em turismo. Para tal, percorreremos as principais bases legais em vigor sobre o sistema nacional de incentivos à inovação, designadamente o Plano Estratégico Nacional do Turismo, o Quadro de Referência Estratégico Nacional e a denominada Lei de Bases do Turismo.

Adicionalmente, atentaremos em estudo de caso de especial sucesso no nosso país, internacionalmente reconhecido: o programa Simplex que, de forma inovadora, procura desmaterializar e desburocratizar a relação entre o cidadão e empresário e a Administração Pública [26].

Conclusão

Tendo os Estados capacidade para promover ou potenciar a inovação no turismo, constatámos que são várias as formas pelas quais a sua intervenção pode manifestar-se.

Pelo quadro de incentivos apresentado, e sem prejuízo dos ainda poucos números que pudemos recolher quanto à concretização das medidas previstas, bem como pela inovadora intervenção no âmbito do Programa Simplex, não podemos deixar de concluir que o Estado Português se posiciona como um agente da inovação no turismo, potenciando o crescimento económico nacional [14].

Quanto a esta participação do Estado, restam-nos ainda questões sem resposta [27], mas esperamos com este contributo apelar à construção das mesmas.

Referências

- [1] **Hall, C. e Williams, A.** (2008), *Tourism and innovation*. Routledge, Londres
- [2] **Hjalager, A.** (1997), Innovation patterns in sustainable tourism: an analytical typology. *Tourism Management*, Vol.18, N.º1, pp. 35-41
- [3] **Hjalager, A.** (2002), Repairing innovation defectiveness in tourism. *Tourism Management*, Vol.23, N.º5, pp. 465-474
- [4] **European Communities** (2006), *Innovation in tourism, how to create a tourism learning area, the handbook* [acedido online em 04.01.2011] http://www.edis.sk/ekes/NB7005099ENC_002.pdf
- [5] **Mulgan, G.** (2009), *Flight paths*. Public Finance, November 27- December 3, Londres
- [6] **Castells, M.** (2005), *Entrevista ao Jornal Público* [acedido online em 01.02.2011] <http://www.dotecome.com/politica/Textos/castells.htm>
- [7] **Mulgan, G.** (2007) *Ready or not? Taking innovation in the public sector seriously* [acedido online em 07.02.2011] <http://www.nesta.org.uk/library/documents/readyornot.pdf>
- [8] **Hall, C. e Mitchell, R.** (2000) *Wine tourism in the Mediterranean: a tool for restructuring and development*. *Thunderbird International Business Review*, Vol.42 N.º4, pp. 445-465
- [9] **Considine, M. e Lewis, J.** (2007), *Innovation and innovators inside Government: from institutions to networks*. *Governance: an International Journal of Policy, Administration, and Institutions*, Vol.20 N.º4, pp. 581-607
- [10] **Edquist, C.** (2001), *The systems of innovation approach and innovation policy: an account of the state of the art*, Lead Paper presented at the DRUID Conference, Aalborg,

- June 12-15, 2001, under theme F: “National Systems of Innovation, Institutions and Public Policies”
- [11] **Breznitz, D.** (2006), Innovation and the State-Development strategies for high technology industries in a world of fragmented production: Israel, Ireland, and Taiwan. *Enterprise & Society*, Vol.7, N.º4, pp. 675-684
- [12] **Paget, E. et al.** (2010), A tourism innovation case, an actor-network approach. *Annals of Tourism Research*, Vol.37, N.º3, pp. 828-847
- [13] **Jeffries, D.** (2001), *Governments and tourism*. Butterworth-Heinemann, Oxford
- [14] **Keller, P.** (2006), Towards an innovation-oriented tourism policy: a new agenda? Walder et al. *Innovation and Product Development in Tourism, Creating Sustainable Competitive Advantage*, Schmitt, Berlin, pp. 55-70
- [15] **OECD** (2010), *OECD tourism trends and policies 2010* [acedido online em 07.02.2011] <http://browse.oecdbookshop.org/oecd/pdfs/browseit/8510011E.PDF>
- [16] **Keller, P.** (2006), Innovation and tourism policy. *Innovation and growth in tourism OECD* [acedido online em 08.02.2011] http://tava.gov.lv/userdata/File/Dokumenti/Petijumi/OECD_Tourism_innovation_growth.pdf
- [17] **Hall, C.** (1994), *Tourism and politics: policy, power and place*. John Wiley & Sons, Londres
- [18] **Machado, V.** (2010) *Direito e turismo como instrumentos de poder: os territórios turísticos*. Editorial Novembro, Lisboa
- [19] **Moore, S. e Weiler, B.** (2009), Editorial: tourism-protected area partnerships: stoking the fires of innovation. *Journal of Sustainable Tourism*, Vol.17, N.º2, pp. 129-132
- [20] **Machado, V.** (2010) *Direito e turismo como instrumentos de poder: os territórios turísticos*, Editorial Novembro, Lisboa.
- [21] **Ramos, G. e Santos, D.** Quadro relacional de inovação, turismo e território: os desafios para as regiões periféricas – o caso da Cova da Beira, disponível em http://repositorio.ipcb.pt/bitstream/10400.11/95/1/Domingos_Ramos_Leon.pdf
- [22] **Nordin, S.** (2003), *Tourism clustering & innovation, paths to economic growth & development*. European Tourism Research Institute [acedido online em 12.02.2011] http://ekstranett.innovasjon Norge.no/Arena_fs/tourism-clustering-and-inno_etour0104.pdf
- [23] **Scheidegger, E.** (2006), Can the state promote innovation in tourism? Should it? *Innovation and growth in tourism. OECD* [acedido online em 08.02.2011] http://tava.gov.lv/userdata/File/Dokumenti/Petijumi/OECD_Tourism_innovation_growth.pdf
- [24] **Turismo de Portugal**, *Turismo 2015, Pólo de Competitividade e Tecnologia, Relatório de Atividades 2009*, Coimbra [acedido online em 08.02.2011] http://www.turismo2015.pt/userfiles/File/Relat%C3%B3rio%20de%20Atividades%2009%20Vers%C3%A3o%20Final%202-_AG%20-%208%20Set2010.pdf
- [25] **Bull, B.** (1999), Encouraging tourism development through the EU structural funds: a case study of the implementation of EU programmes on Bornholm. *International Journal of Tourism Research*, Vol.1, pp. 149-165
- [26] **OECD** (2009) *Making Life Easy for Citizens and Businesses in Portugal, Administrative Simplification and e-Government*, OECD
- [27] **Weiermair, K.** (2006), Product improvement or innovation: what is the key to success in tourism? *Innovation and growth in tourism OECD* [acedido online em 08.02.2011] http://tava.gov.lv/userdata/File/Dokumenti/Petijumi/OECD_Tourism_innovation_growth.pdf