

Inovação no Sector do Turismo: Proposta de um Modelo Conceptual para o Desenvolvimento Regional

CRISTINA ESTEVÃO * [kristina.estevao@hotmail.com]

CRISTINA FERNANDES ** [tmf3@sapo.pt]

JOÃO J. M. FERREIRA *** [jjmf@ubi.pt]

Palavras-chave | Inovação, Turismo, Desenvolvimento Regional.

Objectivos | Tendo em conta o desenvolvimento que o sector do turismo desempenha na economia portuguesa e no mundo e a contribuição para a criação de emprego e riqueza, é urgente estudá-lo e desenvolver modelos que se adaptem às suas peculiaridades. As empresas turísticas se querem assegurar a sua sobrevivência a médio e longo prazo necessitam de promover práticas inovadoras de uma forma sistemática. O objectivo principal desta comunicação é apresentar um referencial teórico sobre a capacidade de inovação e a forma como os sistemas de inovação contribuem para o desenvolvimento regional, bem como apresentar uma proposta de um modelo conceptual de inovação aplicado ao sector do turismo.

Metodologia | Sendo este um trabalho conceptual, a metodologia adoptada consistiu na construção de um referencial teórico para chegarmos ao modelo proposto. Referencial teórico esse, que passou pela revisão da literatura sobre a inovação, a capacidade inovadora territorial, o turismo como factor de desenvolvimento regional e a inovação no turismo. O modelo surgiu da compilação das teorias dos temas teóricos dos autores teóricos abordados (Porter *et al.*, 2001; Hjalager, 2002; Oslo, 2005; Doloreux e Dionne, 2008).

Principais resultados e contributos | O modelo apresentado neste trabalho pode ser visto como um pequeno passo para o estudo da inovação no turismo, podendo ser utilizado para comparações regionais e temporais. O mesmo representa um ambiente interactivo de inovação do turismo, que tem como estimulante a capacidade de inovação territorial, através das infra-estruturas comuns e das condições específicas do *cluster* da nação. A inovação do turismo faz-se através da interligação de inovações regulares, revolucionárias, arquitecturais e de nicho (Hjalager, 2002).

A principal característica do modelo é dar ênfase à interacção entre a capacidade de inovação territorial e o ambiente de inovação no sector e reconhece que as relações e as variáveis apresentadas são fundamentais para a competitividade do turismo, e por conseguinte para o desenvolvimento regional. Face à escassez de estudos específicos sobre a importância da inovação na competitividade das empresas turísticas, deve ser motivo de investigação em estudos futuros. Pretendemos que este modelo seja um contributo às afirmações de Pizam (1999), que prevê que em 2050, o turismo seja a maior indústria do mundo. Numa perspectiva a longo prazo, este autor descreve novas formas de atracções turísticas para os

* **Mestre em Gestão** pela Universidade da Beira Interior e **Doutoranda em Gestão** na Universidade da Beira Interior.

** **Mestre em Gestão** pela Universidade da Beira Interior e **Doutoranda em Gestão** na Universidade da Beira Interior.

*** **Doutorado em Gestão** pela Universidade da Beira Interior e **Professor Auxiliar** na Universidade da Beira Interior.

próximos 50 anos, tais como: turismo espacial, *resorts* subaquáticos, cruzeiros submarinos, *resorts* especializados em pessoas com deficiências e doenças crónicas e *fantasy islands* (*resorts* que satisfaçam todos os gostos dos clientes). Que mais poderá reservar o futuro? Compete aos empreendedores e inovadores descobrir e concretizar.

Limitações | Não se encontrou uma referência específica à teoria da inovação que melhor se adequa ao sector do turismo, tendo sido uma das limitações a este trabalho. Outra limitação está relacionada com o facto de o modelo conceptual proposto não ter sido testado.

Conclusões | A inovação é antecipação, tendo como elo de união três elementos essenciais: ideias, oportunidades e acção. Inovar é ter ideias, perceber oportunidades, escolher a melhor alternativa e agir antecipadamente. Inovar o quê? Inovar tudo! O património mais relevante de uma empresa inovadora são as ideias. As suas inovações são o resultado da aplicação de novas ideias, no momento oportuno, de modo a enfrentar desafios e resolver problemas, de forma a ganharem vantagem competitiva.

Se a inovação é um processo complexo e multidimensional, analisá-la no sector dos serviços é uma tarefa difícil, pois é dificultada pela intangibilidade e heterogeneidade dos serviços e pelas interações entre o sector dos serviços e os outros sectores. Observando o desenvolvimento que o sector do turismo desempenha na economia portuguesa e no mundo e a contribuição para a criação de emprego e riqueza, é urgente estudá-lo e desenvolver modelos que se adaptem às suas peculiaridades. As empresas turísticas se querem assegurar a sua sobrevivência a médio e longo prazo necessitam de promover práticas inovadoras de uma forma sistemática.

Face à escassez de estudos específicos sobre a importância da inovação na competitividade das empresas turísticas, deve ser motivo de investigação em estudos futuros. Como sugestão podemos também realçar o estudo da inovação num *cluster* turístico como factor de desenvolvimento regional. Investigar se os destinos turísticos influenciam as inovações adoptadas pelos agentes turísticos fazendo uma comparação com outros destinos, também seria uma sugestão de investigação possível.