



Universidade do Algarve

# GESTÃO DE TERRITÓRIOS E ITINERÁRIOS TURÍSTICOS NO ALGARVE



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

# “O UNIVERSO É UMA HARMONIA DE CONTRÁRIOS”.

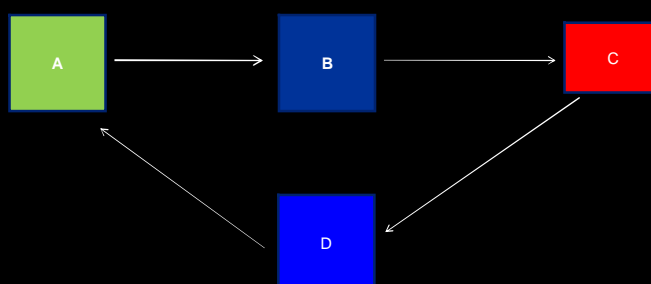
*Pitágoras (Séc. VI. A.C).*



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## O TERRITÓRIO /ITINERÁRIO TURÍSTICO.



QUEM TEM PODER NOS TERRITÓRIOS /ITINERÁRIOS TURÍSTICOS?



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## RECURSOS TURÍSTICOS(PORTUGAL/ANDALUZIA).

**Recursos Turísticos** - Os bens que, pelas suas características naturais, culturais ou recreativas tenham capacidade de motivar **visita e fruição** turísticas (artº 2º alínea b) do D.L. Português nº 191/2009, de 17.08.2009).

**Recursos Turísticos**- Aqueles bens materiais e manifestações diversas da **realidade** física, **geográfica**, social ou cultural de **Andaluzia** susceptíveis de gerar **correntes turísticas** com repercussões na situação económica de uma **colectividade** (artº 2º alínea a) da Lei 12/1999, de 15.12.1999).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## RECURSOS TURÍSTICOS(CATALUNHA)

**Recursos Turísticos** todos os bens materiais e imateriais e todas as manifestações da **realidade** física, social, **histórica** e cultural que podem gerar **correntes turísticas** para a **Catalunha** ou dentro do seu **território** (artº 2º alínea a) da Lei 13/2002, de 21.06.2002).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## RECURSOS TURÍSTICOS (CATALUNHA)

**Recursos turísticos essenciais** – recursos que, isoladamente ou **conjuntamente** com outros, têm a capacidade de gerar as **correntes** turísticas mais relevantes e contribuem a reforçar a realidade da **Catalunha** como **marca turística** global e a promover **o país** como destino turístico( artº 5º nº 1 Lei 13/2002).

**Recursos turísticos de interesse local** – recursos que contribuem a incrementar as **correntes** turísticas para municípios, comarcas ou áreas concretas do **território** da **Catalunha**. ( artº 6º nº 1 da Lei 13/2002).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## RECURSOS TURÍSTICOS (CATALUNHA)

**Recursos turísticos potenciais** – bens, manifestações ou serviços susceptíveis de converter-se em novos recursos turísticos essenciais ou de interesse **local** (artº 7º nº 1 da Lei 13/2002).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## REGISTO DE SÍMBOLOS TERRITORIAIS (ESPANHA)

**Registo público de sinais geo-turísticos** – inscrição de denominações e sinais ( públicos e não comerciais) de **espaços** ou **itinerários** turísticos, ou sua oferta como **conjunto** e ainda de alguns dos **recursos** ou serviços turísticos incluídos nesses **espaços** ou **itinerários** ( *artº 49º da Lei 10/1997,de 19.12.1997- Castela e Leão*).

**Denominações de interesse turístico** - âmbitos **territoriais** que ,por suas características, **recursos** ou atractivos comuns, exijam ou recomendem uma promoção turística unitária. Podem ter alcance municipal ou supra municipal, comarcal ou supracomarcal (*artº 26º da Lei 13/2002,de 21.06.2002- Catalunha*).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## REGISTO DE SÍMBOLOS TERRITORIAIS (ESPANHA)

**Registo regional de denominações geo-turísticas** - definição, fixação e **delimitação** da extensão **territorial** de **lugares**, **aldeias**, **vilas**, **ciudades**, **costas**, **serras** ou **comarcas** turísticas em cujas denominações se realize propaganda turística (*artº 53º da Lei 11/1997,de 12.12.1997-Murcia*).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## ORDENAMENTO E REGULAMENTAÇÃO DOS ESPAÇOS COM VOCAÇÃO TURÍSTICA (FRANÇA)

**Planos departamentais de itinerários turísticos** – estabelecidos pelos departamentos, após parecer das comunas interessadas e operacionalizados mediante acordos com o Estado, outros organismos públicos e proprietários privados. Os acordos visam fixar e repartir as despesas de manutenção e sinalização dos **itinerários** (artº L-361-1 do Código do Ambiente).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

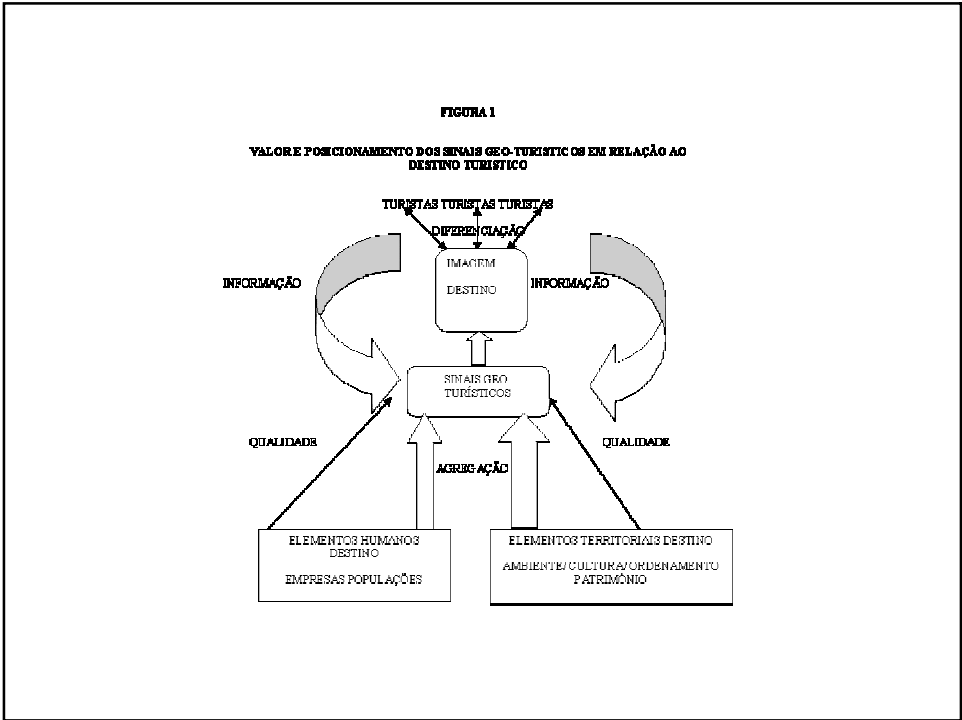
## ORDENAMENTO E REGULAMENTAÇÃO DOS ESPAÇOS COM VOCAÇÃO TURÍSTICA (FRANÇA)

**Litoral, Montanha e Espaços rurais e naturais** – unidades **territoriais** que constituem a base do planeamento e ordenamento turístico de França (artºs L-333-1 a 341-15 (**Litoral**); artºs L-342-1 a 342-30 (**Montanha**) e artºs L-343-1 a 351-1 (**Espaços rurais e naturais**), todos do Código do Turismo).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado



## ORGANIZAÇÕES QUE LIGAM OS PONTOS DO ITINERÁRIO...

**ANDALUZIA**- Empresas de intermediação turística (agências de viagens, centrais de reservas e **aquelas** que regulamentarmente se determinem)-artº 47º da Lei Turismo Andaluzia. Centrais de reservas? Reservam serviços de alojamento e de todas as empresas turísticas, excepto das agências de viagens ( artºs 29-31 Lei 301/2002,de 17.12.2002).Existe Rede de Oficinas de Turismo público-privada (artº 22º).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## ORGANIZAÇÕES QUE LIGAM OS PONTOS DO ITINERÁRIO...

**CATALUNHA** - Empresas de intermediação turística (agências de viagens - artº 53º da Lei Turismo Catalunha) mas podem regulamentar-se **outras** empresas turísticas de mediação **distintas** das agências de viagens, assim como atribuir actividades complementares de mediação a outras empresas turísticas (artº 57º). Atenção à Rede de Oficinas de Turismo da Catalunha (artº 72) constituída por organismos públicos e privados .



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado



## ORGANIZAÇÕES QUE LIGAM OS PONTOS DO ITINERÁRIO...

**CASTELA E LEÃO-** Empresas de intermediação turística (agências de viagens e **todas aquelas** que se dedicam profissional e comercialmente ao exercício de actividades de mediação e organização de serviços turísticos) - artºs 28º e 29º da Lei Turismo de Castela e Leão. Existe Rede de Oficinas de Turismo pública(artº 43º) e apoio a Centros de Iniciativas Turísticas (associações privadas não lucrativas) que promovem e divulgam o turismo no seu âmbito de actuação (artº 44º).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## ORGANIZAÇÕES QUE LIGAM OS PONTOS DO ITINERÁRIO...

**MÚRCIA** – Empresas de actividades turísticas **complementares** (a par das agências de viagens) que se dedicam a desenvolver actividades complementares directamente relacionadas com o turismo (ex: agrupamentos de empresas turísticas que tenham por objecto a comercialização comum de ofertas turísticas ou centralização de reservas (artº 37º da Lei Turismo Múrcia). Existe Rede pública de oficinas de turismo (artº 50º nº 4).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## ORGANIZAÇÕES QUE LIGAM OS PONTOS DO ITINERÁRIO...

**FRANÇA** – Organização e venda de viagens e estadias individuais e colectivas, por licença especial, podem ser realizadas por associações sem fim lucrativo para os seus membros e por organismos públicos de turismo que, no interesse geral, realizam operações permitindo facilitar o acolhimento ou melhorar as condições de estadia dos turistas na sua zona geográfica de intervenção( artº L- 213-1 do Código do Turismo).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## ORGANIZAÇÕES QUE LIGAM OS PONTOS DO ITINERÁRIO...

**NOS CASOS INTERNACIONAIS ABORDADOS, VERIFICA-SE :**

- **QUEBRA DO PRINCÍPIO DA EXCLUSIVIDADE DAS AGÊNCIAS DE VIAGENS NA ORGANIZAÇÃO E VENDA DE VIAGENS.**
- **APROPRIAÇÃO POR ORGANISMOS PÚBLICOS OU NUMA ORGANIZAÇÃO EM REDE DO VALOR INFORMAÇÃO NA ESTRATÉGIA DE GESTÃO DOS TERRITÓRIOS TURÍSTICOS.**



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## E PORTUGAL ?

. **Princípio da exclusividade** na organização e venda de viagens turísticas, reserva de serviços de alojamento em vários empreendimentos turísticos e recepção e assistência a turistas para as agências de viagens (*artº 2º nº 1 alínea a) do D.L. 209/97, de 13.08.97, como alterado pelo D.L. nº 263/2007, de 20.07.2007*).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## E PORTUGAL ?

**Exceções** só contemplam a **comercialização directa** dos serviços de alojamento ou animação pelas próprias empresas fornecedoras de serviços (*artº 3º nº 2 alínea a*), o que supõe a possibilidade de empresas (agrupamentos complementares de empresas) ou associações poderem realizar operações de reserva de serviços dos seus membros **desde que não tenham fim lucrativo**... e ainda a venda de viagens turísticas de duração inferior a 24 horas (ex: por empreendimentos turísticos) desde que feita por meios telemáticos (*artº 3º nº 3*).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## E PORTUGAL ?

. Exceções ao princípio da exclusividade nas agências de viagens não contemplam qualquer organização pública ou em rede para realização de viagens ou informação para a recepção e assistência a turistas ( a Lei das Políticas Públicas de Turismo apenas dispõe que a informação ao turista **deve evoluir** para uma rede nacional de informação turística (artº 15º).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## E PORTUGAL ?

. Informação turística não está prevista como organização empresarial, nem na Lei das Políticas Públicas de Turismo (artº 18º nº 1 do Decreto-Lei nº 191/2009, de 17.08.2009), nem no regime jurídico das empresas de animação turística (artº 3º do D.L 108/2009, de 15.05.2009).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## QUE PODERES ACTUAM NOS TERRITÓRIOS?

a) **UNIDADE COM DIVISIBILIDADE** (Forças da coordenação, concentração, harmonizam-se(circulam) com forças de parcelação, de quotização, de individualidade (ex: resort, centro comercial, prédios em propriedade horizontal). Intensidade muito forte **CRIADORA DE VALOR.**

b) **EXCLUSIVIDADE COM TRANSFERIBILIDADE** (Forças de delimitação, identidade harmonizam-se com forças de troca, transferência ( ex: criação de marcas turísticas ou contratos de exclusividade entre operadores turísticos e hoteleiros ). Intensidade de força intermédia que **RETÉM VALOR.**



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## QUE PODERES ACTUAM NOS TERRITÓRIOS?

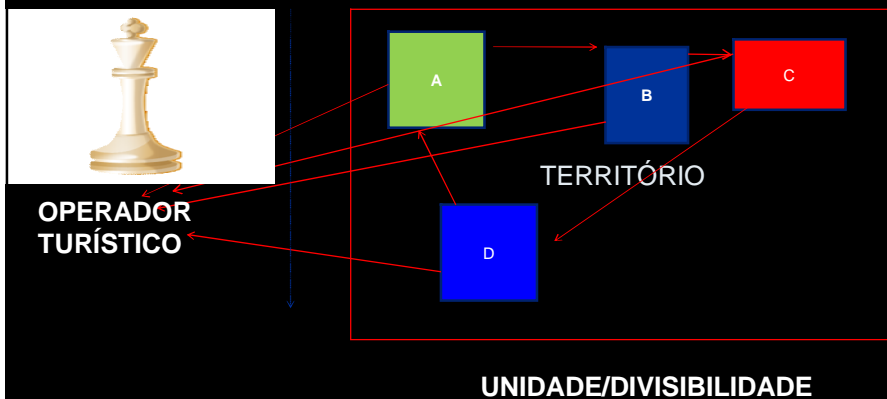
c) **DURAÇÃO COM FLEXIBILIDADE** (Forças de rigidez, padronização regras do jogo harmonizam-se com forças de adaptação à mudança, acaso ou incerteza (ex: associações públicas ou privadas turísticas que criam entre si mecanismos de resolução dos conflitos para resolução problemas concretos). Intensidade menos forte, própria dos sistemas complexos e que **DISTRIBUI VALOR.**



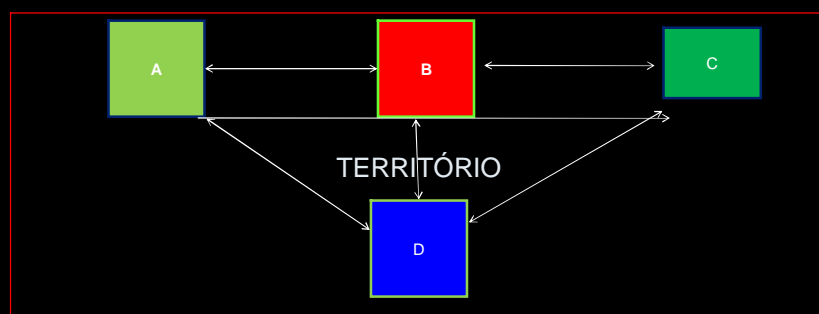
Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

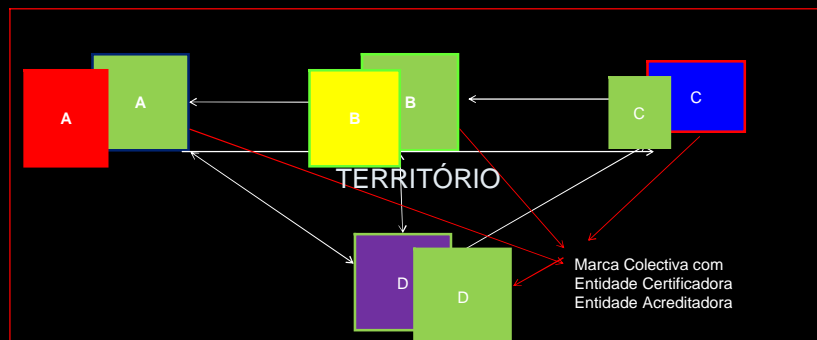
## ALGARVE: ONDE ESTAMOS/PARA ONDE QUEREMOS IR ?



## ALGARVE: ONDE ESTAMOS/PARA ONDE QUEREMOS IR ?



## ALGARVE: ONDE ESTAMOS/PARA ONDE QUEREMOS IR ?



DURAÇÃO/FLEXIBILIDADE  
UNIDADE/DIVISIBILIDADE  
EXCLUSIVIDADE/TRANSFERIBILIDADE

## ALGARVE: ONDE ESTAMOS/PARA ONDE QUEREMOS IR ?

**A) Marcas** - sinais distintivos de produtos ou serviços (art.ºs 222º e 223º alínea a) do Código da Propriedade Industrial (CPI) que distingam ou sirvam para distinguir com garantia de exclusividade no mercado, produtos ou serviços de uma pessoa ou entidade.

**Nota 1:** Símbolo do destino turístico “Portugal” registado como marca de serviços pela entidade requerente, o ICEP, hoje Turismo de Portugal I.P.).

**Nota 2:** Símbolo destino turístico Algarve - Entidade Regional de Turismo do Algarve?).

## ALGARVE: ONDE ESTAMOS/PARA ONDE QUEREMOS IR ?

Registo da marca do território turístico permite:

- a) A obtenção de um direito de exclusivo pela entidade requerente;
- b) A celebração de contratos e condições para o seu uso legítimo por terceiros, através de contratos (franquias, contratos de merchandising).

**Exemplo:** Imagem de Castilla La Mancha contratualizada a empresários da região (hotéis e restaurantes) para comercializar seus serviços, mediante a obrigação de cumprir determinados níveis de qualidade.



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## ALGARVE: ONDE ESTAMOS/PARA ONDE QUEREMOS IR ?

**A) Marcas Colectivas de Associação** – Sinal determinado pertencente a uma associação de pessoas singulares ou colectivas, cujos membros usam ou têm intenção de usar, para produtos ou serviços relacionados com o objecto da associação (art.º 229º do CPI).

**B) Marcas Colectivas de Certificação** – Sinal determinado pertencente a uma pessoa colectiva que controla produtos ou serviços ou estabelece normas a que estes devem obedecer ( art.º 230º nº 1 do CPI).

**Exemplos de aplicação:** Redes qualificadas de serviços turísticos(ex: alojamento, restauração, animação) em áreas territoriais determinadas, certificadas por associações (ex: **Rede Europeia de Turismo de Aldeia no Alentejo** (projecto da Região de Turismo de Évora designada pela marca Genuineland. (<http://www.genuineland.com/content.aspx?g=r&lang=2>))



## PROJECTO REDE EUROPEIA DE TURISMO DE ALDEIA: EM IMPLEMENTAÇÃO

- . **Associação com Pluralidade de Membros:** Fundadores, Efectivos (os consumidores da Rede), Aliados, tendo como unidade territorial de suporte a aldeia (e assim anunciada na internet).
- . **Aliados constituem um Conselho Consultivo** - Órgão de consulta e participação nas linhas gerais de actuação da Associação constituída por entidades públicas representativas de interesses na área do mundo rural (ex: ambiente, agricultura, turismo, ordenamento do território).



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

## PROJECTO REDE EUROPEIA DE TURISMO DE ALDEIA: EM IMPLEMENTAÇÃO

- . **Conselhos Técnicos Especializados** – Manuais de boas práticas, regulamentos utilização marcas colectivas, desenvolvimento de obrigações contratuais específicas dos associados.
- . **Regime patrimonial e financeiro** – Receitas provenientes de serviços permanentes à rede dos associados (ex: reservas, licença e concessão de utilização do uso da marca, vistorias).

**Nota:** Prémio Ulisses - Inovação atribuído pela Organização Mundial de Turismo (2007).

**ALGARVE:**  
**REFLEXÕES/PROBLEMAS FINAIS (I)**  
**TERRITÓRIOS/ITINERÁRIOS TURÍSTICOS**



**ALGARVE: REFLEXÕES/PROBLEMAS FINAIS (I)**  
**TERRITÓRIOS/ITINERÁRIOS TURÍSTICOS**

**.Quem organiza?** (CCDR Alg, Entidade Regional de Turismo do Algarve, Associações de Municípios com interesses especiais, Associações Privadas sem fins lucrativos) :

- a) Registo marcas colectivas de associação e certificação com interesses turísticos?
- b) Controlo de regulamentos de uso de marcas colectivas que disciplinem matérias como o financiamento, acesso, controlo e fiscalização do uso da marca e responsabilidades pelo uso inadequado?
- c) Implementação sistemas contínuos de auditorias periódicas, sistemas pré-registados (ex: energia, segurança, ambiente), prémios de qualidade e certificações no âmbito do controlo das marcas colectivas?

**ALGARVE: REFLEXÕES/PROBLEMAS FINAIS (II)  
TERRITÓRIOS/ITINERÁRIOS TURÍSTICOS**

**.Quem comercializa?** (Entidade Regional de Turismo do Algarve, Agrupamentos Complementares de Empresas, Associações Privadas sem fins lucrativos ):

- a) Centrais de reservas para sectores diversificados do turismo? (alojamento, restauração, animação) ;
- b) Informação em Rede para esses mesmos sectores? (Consórcios, Entidade Regional de Turismo do Algarve, Associações sem Fins Lucrativos) ;

**.Como financiar?** (Programas comunitários, Programas do Turismo de Portugal, Programas da Entidade Regional de Turismo do Algarve, Câmaras Municipais, Privados) .

**ALGARVE: REFLEXÕES/PROBLEMAS FINAIS (III)  
TERRITÓRIOS/ITINERÁRIOS TURÍSTICOS**

**.Onde concretizar?** (Planos Municipais de Ordenamento do Território, Planos Intermunicipais de Ordenamento do Território, Planos Turísticos Sectoriais, Programas de Acção Territorial):

- a) Inventário e hierarquização de recursos turísticos;
- b) Delimitação das áreas ou zonas de interesse turístico e itinerários turísticos com avaliação: 1) da sua incidência na oferta turística geral, 2) da procura sobre esses recursos e 3) indicadores de subaproveitamento ou saturação;
- c) Programação de investimentos, financiamento e atribuição de competências/responsabilidade entre organizações intervenientes para melhoria da competitividade e qualidade dos territórios e itinerários turísticos.

**ALGARVE: REFLEXÕES/PROBLEMAS FINAIS (IV)  
TERRITÓRIOS/ITINERÁRIOS TURÍSTICOS  
OS PROBLEMAS DO ASSOCIATIVISMO**

.Existem suficientes incentivos (v.g. jurídicos, fiscais) à constituição de associações ou de parcerias entre associações no turismo?

.Podem as associações no turismo desenvolver actividades económicas acessórias lucrativas para financiar actividades principais não lucrativas? (ex: centrais de reservas). Existem vantagens em serem tratadas separadamente nos planos contabilístico e fiscal?



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado

**ALGARVE: REFLEXÕES/PROBLEMAS FINAIS (IV)  
TERRITÓRIOS/ITINERÁRIOS TURÍSTICOS  
OS PROBLEMAS DO ASSOCIATIVISMO**

.A fiscalidade das associações incentiva rendimentos das associações que não sejam provenientes das quotizações e/ou subvenções destinadas a realizar os fins principais da associação? (ex: licença de exploração de marcas, vistorias, certificações).

.Existe suficiente formação no acesso a técnicas de rede entre organizações congéneres nacionais no turismo (v.g. para o desenvolvimento de itinerários turísticos) ou com organizações congéneres internacionais (ex: Rede Europeia de Turismo de Aldeia)?



Gestão de Territórios e Itinerários Turísticos no Algarve  
Café Doglioni-27.11.2009

Virgílio Miguel Machado



Universidade do Algarve

Obrigado pela atenção!

*Virgílio Machado*

Equiparado a Prof. Adjunto

Doutor em Turismo

UNIVERSIDADE DO ALGARVE - ESGHT

**Contactos:**

Avª 25 de Abril,12, r/c/ dtº

8500 -309 PORTIMÃO

e-mail: [vmachado@ualg.pt](mailto:vmachado@ualg.pt) ; [vmachado@clix.pt](mailto:vmachado@clix.pt)

Telefones: 282 417641 ; 282 423209