

Agradecimentos

No dia 10 de setembro de 2019, fui de armas e bagagens, para a Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril (ESHTE), a fim de seguir o meu grande sonho em me licenciar em Gestão Turística e conseguir o Mestrado em Marketing e Promoção Turística na Escola Superior de Tecnologia e Turismo do Mar (ESTM). Foi um caminho longo, trabalhoso e muitas vezes penoso, sobretudo devido ao facto de estar longe da minha família! Todavia, agora sinto valeu a pena o esforço do meu sucesso, conseguido também pela colaboração e apoio de familiares, amigos e docentes, a quem desejo expressar o meu sincero agradecimento:

- ♥ À minha família, em particular aos meus pais e irmãos pelo apoio e amor incondicional e por todos os sacrifícios que fizeram para eu poder prosseguir os meus estudos no ensino superior;
- ♥ À minha amiga Dra. Conceição Albergaria, pela amizade, carinho, dedicação e por ter acreditado sempre que eu atingiria os meus objetivos;
- ♥ Ao Dr. Eduardo Elias, meu ex-formador na Inetese - Instituto de Educação Técnica Açores, pela sua inestimável disponibilidade, estímulo e aconselhamento;
- ♥ Aos docentes, Prof^o Dra. Célia Barroso, Dr. Michael Schon e ao Dr. Paulo Almeida, pelas suas palavras de estímulo, pelo carinho em momentos difíceis e motivação;
- ♥ Ao Dr. Paulo Almeida, por ter aceitado o convite para ser meu orientador, dando-me sempre um apoio inestimável e sugestões pertinentes;
- ♥ À equipa do Açores DMO, Dra. Carolina Mendonça, Dr. Paulo Garcia, Dr. José Toste, Dra. Neuza Furtado, pelo acolhimento na Organização e apoio prestado;
- ♥ À Dra. Carolina Mendonça, coordenadora do Açores DMO, pela disponibilidade, amizade, confiança e liberdade de ação;
- ♥ À Dra. Graça Viveiros, colaboradora na Biblioteca Pública e Arquivo de Ponta Delgada (BPARPD), pela sua disponibilidade em me facultar parte da bibliografia;
- ♥ À Dra. Antónia Silva, que se prontificou em fornecer o seu livro “Importância, Dinâmica, Eficiência e Sustentabilidade do Cluster do Turismo nos Açores”;
- ♥ Ao Dr. João Crispim, à Dra. Carolina Mendonça, ao Dr. André Esteves e à Dra. Catarina Cymbron, pela enorme disponibilidade;
- ♥ Aos meus colegas de curso, pelos bons momentos de partilha e sã camaradagem;
- ♥ Ao Igor Araújo, que despertou em mim o interesse em aprofundar a matéria da sustentabilidade.

A todos o meu muito obrigada!

Resumo

O presente relatório, desenvolvido no âmbito do estágio curricular de natureza profissional, como trabalho final do Mestrado em Marketing e Promoção Turística pela Escola Superior de Tecnologia e Turismo do Mar (ESTM), objetiva não só desenvolver as tarefas desenvolvidas pela discente no Açores DMO, entidade de acolhimento, bem como compreender qual a mais desafiante no que toca à desconstrução e conclusão dos resultados.

Neste sentido, sendo a mestranda açoriana, natural da ilha de São Miguel, optou pelo tema “Interpretação do Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (PEMTA2030): Análise Crítica com os Planos Estratégicos da Madeira e Canárias”, sobretudo pelo orgulho que sente pela sua terra natal, que tem uma oferta muito diversificada para quem a visita. Ademais, a escolha do contexto espacial prende-se com o facto de a ilha São Miguel ser entre as nove ilhas dos Açores a que tem maior tráfego aéreo devido ao número de voos nacionais e internacionais de várias companhias que operam na Região. Tal implica consequentemente uma maior afluência de visitantes à ilha, comparativamente com as restantes. Além disso, São Miguel é a maior ilha do Arquipélago e atualmente a mais desenvolvida.

Este trabalho remete para a evolução do turismo nos Açores, em particular na ilha de São Miguel, integrando uma análise comparativa entre a missão, visão e produtos definidos nos planos estratégicos das Regiões Autónomas dos Açores, Madeira e Canárias.

Por último, é sugerida uma Análise SWOT (*Strenghts, Weaknesses, Opportunities and Threats*) para o Arquipélago Açoriano da sua autoria, como complemento à que é apresentada no Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (PEMTA2030).

Palavras-chave: Turismo, Planos de Marketing, Açores, Madeira, Canárias, Análise SWOT.

Abstract

This report is developed within the scope of a professional curricular internship, as the final work of the Master's Degree in Marketing and Tourism Promotion by the School of Tourism and Maritime Technology (ESTM), which aims not only to develop the tasks conducted by the student in the Azores DMO - the host entity -, but also to understand which one is the most challenging in terms of results deconstruction and completion.

In this sense, being an Azorean master's student that was born on the island of São Miguel, she chose the theme “Interpretation of the Strategic and Marketing Plan for Azores Tourism - Horizon 2030: Critical Analysis using the Strategic Plans of Madeira and Canary Islands”, especially because of the pride she feels for her homeland, which has a very diversified offer for those who visit it. In addition, the choice of the spatial context is related to the fact that the island of São Miguel is the one with the highest air traffic of the nine Azores islands due to the number of national and international flights of several companies operating in the Region. This consequently implies a greater influx of visitors to the island than the others. In addition, São Miguel is the largest island in the Archipelago and currently the most developed.

This work refers to the evolution of tourism in the Azores, particularly on the island of São Miguel, integrating a comparative analysis between the mission, vision, and products defined in the strategic plans of the Autonomous Regions of the Azores, Madeira, and the Canary Islands.

Finally, a SWOT Analysis (*Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*) for the Azorean Archipelago of the student's authorship is suggested as a complement to the one presented in the Strategic and Marketing Plan for Azores Tourism - Horizon 2030.

Keywords: Tourism, Marketing Plans, Azores, Madeira, Canary Islands, SWOT Analysis.

Índice

Introdução	xvi
Capítulo I - Revisão Literária	1
1.1 - Conceito de Turismo	1
1.2 - Génese da Atividade Turística	2
1.3 - Turismo numa Abordagem Sistémica	6
1.3.1 - Oferta Turística	7
1.3.2 - Procura Turística	8
1.4 - Gestão e Planeamento dos Destinos Turísticos	9
1.4.1 - Desenvolvimento Local/Regional	10
1.4.2 - Sistemas de Qualidade	11
1.4.3 - Novos Produtos	11
1.4.4 - Sustentabilidade Turística	12
1.4.5 - Redes de Colaboração	13
1.5 - Entendimento de uma Destination Management Organization (DMO)	15
1.6 - Relevância da Sustentabilidade	17
1.7 - Importância do Marketing	22
1.7.1 - Evolução e Contextos.....	23
1.7.2 - Importância de um Plano de Marketing	31
1.7.3 - Passos para a Elaboração de Plano de Marketing (PM).....	33
1.7.4 - Vantagens do Plano de Marketing	37
1.8 - Marketing Estratégico	38
Capítulo II - Açores e o Local de Estágio	42
2.1 - Breve Caraterização da Ilha de São Miguel	42
2.2 - Análise Estatística do Setor	45
2.3 - Caraterização da Entidade de Acolhimento	50
2.3.1 - A Génese	50
2.3.2 - Projetos em Curso	54
2.3.3 - Missão e Visão	56
2.3.4 - Recursos Humanos.....	57
2.4 - Descrição das Atividades e dos Processos de Trabalho Desenvolvidos	58
Capítulo III - Planos Estratégicos da RAA, da RAM e das Canárias	64
3.1 - Plano Estratégico e de Marketing do Turismo dos Açores (PEMTA 2030)	64
3.2 - Missão dos Planos Estratégicos dos Açores, Madeira e Canárias	65
3.2.1 - Análise Comparativa e Conclusões.....	65
3.3 - Visão dos Planos Estratégicos dos Açores, Madeira e Canárias	66

3.3.1 - Análise Comparativa e Conclusões	66
3.4 - Produtos Estratégicos	67
3.5 - Análise SWOT dos Açores	68
3.6 - Análise e Reestruturação da SWOT Açores	70
Conclusão	99
Referências Bibliográficas	101
Webografia.....	106
ANEXOS	124
Índice de Ilustrações.....	125
APÊNDICES.....	213
Índice de Gráficos.....	214
Índice de Tabelas.....	214
Índice de Imagens.....	214