



Projeto Turismo

Análise da oferta complementar da RAM

- O Produto Desporto (no sentido lato – do Lazer à Alta Competição)

Helder Lopes, João Prudente, Catarina Fernando, Renato Marques

2019

Cofinanciado por:



Preocupações na conceção do produto

A área do desporto ligada ao turismo tem sido muitas vezes abordada de uma forma pouco produtiva onde o desporto é relegado para segundo plano.

➤ A maior parte dos estudos existentes não exploram o conhecimento do produto (desporto)

ou

➤ Centram-se mais nos instrumentos da gestão do que em explorar as mais-valias que a compreensão do produto pode proporcionar para o estudo.

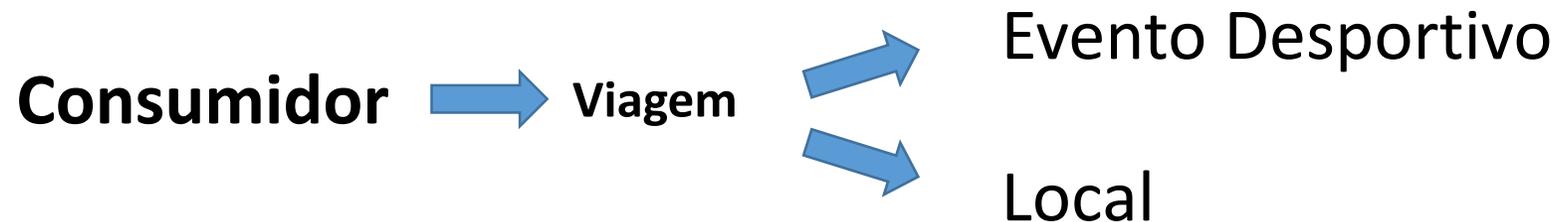
A tendência tem sido considerar dados de uma forma pouco coerente.

Obviamente não é suficiente.

Contudo é necessário ter consciência que a afirmação do Desporto Turismo como área científica com um corpo de conhecimento próprio, ainda tem um longo percurso pela frente.

No entanto, mais do que criar uma área de investigação que junte as 2 áreas (Desporto e Turismo) é fundamental perceber quais os alicerces deste tipo de pesquisas.

Já em 1995, Kurtzman e Zauhar, alertavam para a necessidade de ter em consideração a motivação do turista na investigação sobre esta área. Saber qual a principal motivação que leva o turista a viajar vai condicionar o tipo de estudos que podem ser mais importantes explorar.



Vou ao JO e aproveito e visito a cidade ou vou à cidade e aproveito e vejo os JO?

Fatores que podem influenciar a motivação para a atividade

- **As condições naturais** (clima, flora, fauna, etc.)

» Este tipo de fatores condiciona não só o tipo de atividades que são possíveis realizar mas sobretudo influencia as que têm potencial para se afirmarem. 2 vertentes que podem ser exploradas: condições únicas (ou pelo menos muito boas) ou serem em contraciclo com outros destinos.

- **A qualidade do produto (foco principal da nossa investigação)**

» É um dos fatores mais difícil de intervir mas também aquele que é mais “manipulável”. Criar produtos de qualidade implica: grande investimento na conceção e na formação dos profissionais que intervêm na sua implementação. Na personalização não basta dominar um conjunto de técnicas para conseguir fazê-la.

- **A variabilidade**

» a) condições naturais (por exemplo, a disponibilidade de diferentes contextos como a montanha e o mar,, etc.) b) o tipo de atividades (grupos de atividades que possam em conjunto servir de atrativo) ou c) as condições diversificadas para a prática da mesma atividade. A dimensão e variabilidade do nosso país e nomeadamente da RAM pode ser uma mais valia, se explorada.

- **Os imaginários**

» a motivação para a realização das atividades pode transformar completamente a mobilização para a procura de um produto. 2 vertentes: os Eventos Desportivos e/ou Personalidades.

- Etc.

Implicações ao nível da formação dos profissionais da área

Formar profissionais capazes de intervir nos diferentes níveis implica formar indivíduos que não sejam meros reprodutores mas que sejam capazes de criar, inovar e utilizar uma metodologia científica para resolver problemas.

O conhecimento técnico da atividade é importante mas por si só não resolve todos os problemas no âmbito da conceção e orientação deste tipo de atividades.

No âmbito da análise da oferta complementar da RAM, ao nível do produto desporto (no seu sentido lato), tendo em conta os recursos disponíveis, foram selecionadas até ao momento três grandes linhas de força:

- Recursos turísticos desportivos; Identificação e avaliação dos recursos; Adequação dos recursos à procura; Análise comparativa com outros destinos (benchmarking);
- Produtos Inovadores. Identificar, desenvolver e testar produtos específicos para certos nichos.
- Eventos Desportivos - potencialidades e retorno (económico-financeiro e de desenvolvimento humano e desportivo) ao nível da organização de competições, de congressos “federativos” ou científicos e de estágios.

- **Produtos existentes**
- **Produtos passíveis de serem desenvolvidos (estruturas de suporte...)**
- **Motivação dos turistas**
- **Satisfação com o produto**

A título de exemplo, alguns trabalhos exploratórios:

- *Atividades Náuticas enquanto produto Turístico - Preocupações na conceção do produto (Comunicação)*
- *Atividades náuticas de lazer e recreação. Perceção das capacidades desenvolvidas e fatores importantes na formação (Artigo)*
- *A oferta das atividades náuticas de animação turística na Madeira (Comunicação)*
- *Estudo: “Experiências flow em espaços naturais da Madeira (1ª fase: adaptação do questionário (concluída); 2ª fase: Levadas, Mergulho, Canyoning...)*

Reiteramos que um dos nossos objetivos prioritários é fazer uma investigação que tenha implicações ao nível da formação (inicial e contínua) dos profissionais da área

Formar profissionais capazes de intervir nos diferentes níveis implica formar indivíduos que não sejam meros reprodutores mas que sejam capazes de criar, inovar e utilizar uma metodologia científica para resolver problemas.

O conhecimento técnico da atividade é importante mas por si só não resolve todos os problemas no âmbito da conceção e orientação deste tipo de atividades.

Obrigada pela vossa atenção

Cofinanciado por:

