



TURISMO CULTURAL NO ALGARVE

PERFIL DO TURISTA E
PERSPETIVAS DE DESENVOLVIMENTO

REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE



março
2023



OBJETIVO GERAL

Aprofundar o conhecimento sobre o segmento do Turismo Cultural e Criativo no Algarve, de modo a fundamentar políticas e estratégias da Região de Turismo do Algarve e demais *stakeholders* do setor.



ÍNDICE

0. METODOLOGIA

1. CONTEXTUALIZAÇÃO INTERNACIONAL

2. POLÍTICAS E RECURSOS TURÍSTICO-CULTURAIS

3. PERFIL DO TURISTA CULTURAL

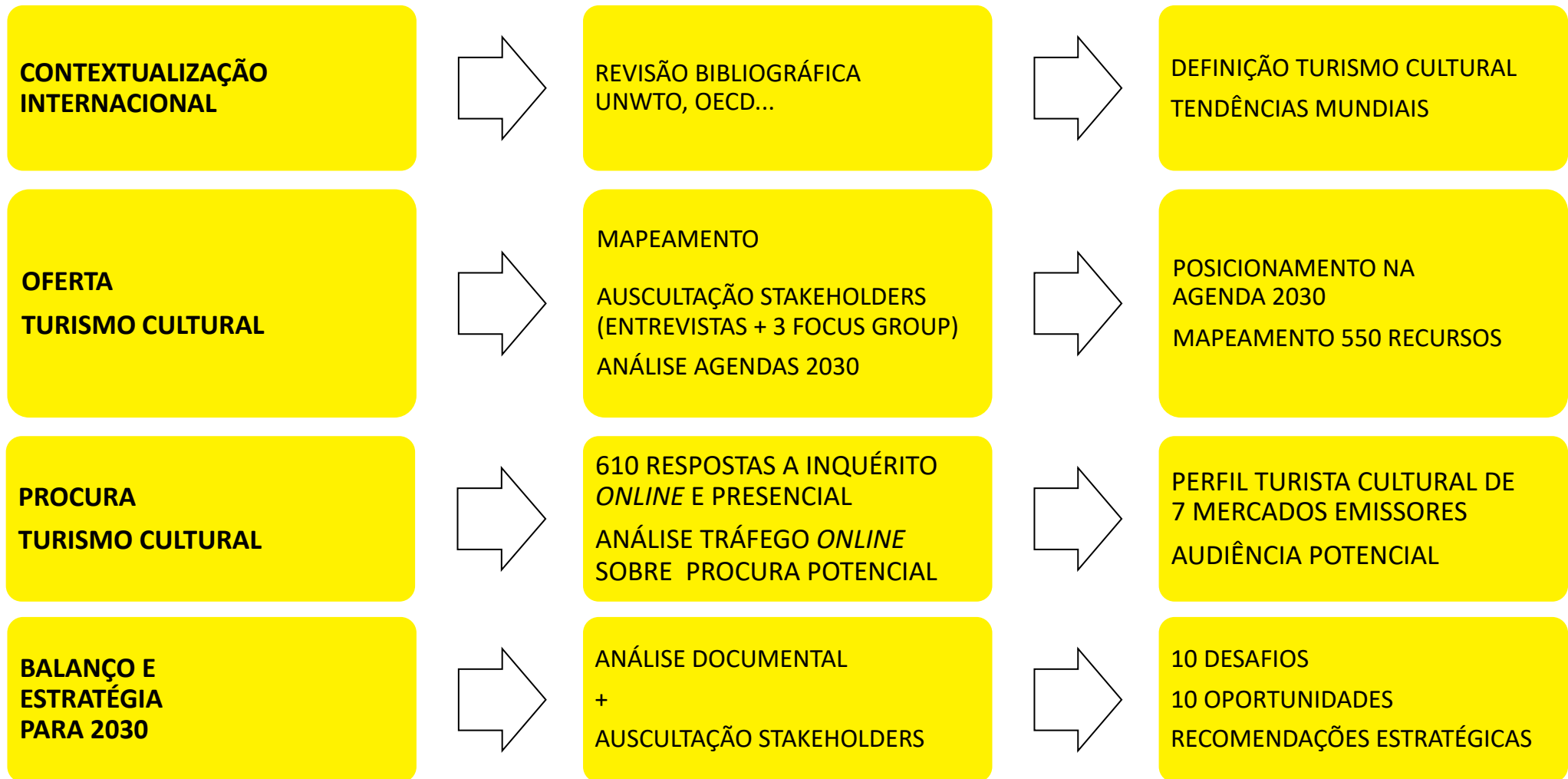
4. DESAFIOS E OPORTUNIDADES

5. RECOMENDAÇÕES ESTRATÉGICAS

METODOLOGIA



METODOLOGIA



CONTEXTUALIZAÇÃO INTERNACIONAL





CONTEXTUALIZAÇÃO INTERNACIONAL

CONCEITO

TURISMO CULTURAL: UM CONCEITO EM EVOLUÇÃO

*«Turismo cultural é um tipo de atividade turística na qual a **motivação** essencial dos visitantes é **conhecer, descobrir, experienciar e consumir as atrações/produtos culturais**, tangíveis e intangíveis, dum destino cultural.*

*Estas atrações/produtos relacionam-se com um conjunto de **caraterísticas intelectuais, espirituais e emocionais de uma sociedade**, compreendendo **artes e arquitetura, património histórico e cultural, património gastronómico, literatura, música, indústrias criativas e as culturas vivas com os seus estilos de vida, sistemas de valores, crenças e tradições.**»*

UNWTO, 2017



CONTEXTUALIZAÇÃO INTERNACIONAL

TENDÊNCIAS

- >> Mercado em crescimento
- >> De turismo de nicho a mercados alargados - democratização
- >> A diversidade do turismo cultural em vários produtos
- >> Da centralidade dos monumentos ao património imaterial e cultura contemporânea
 - Festividades
 - Tradições e saberes locais
 - Expressões da criatividade local
 - Cultura contemporânea
- >> Das grandes cidades europeias para territórios de média/baixa densidade
- >> A porosidade crescente entre turista e residente - “Viver como um local”
- >> Papel dos grandes eventos
- >> Digitalização – nómadas digitais
- >> Participação das comunidades locais

POLÍTICAS E RECURSOS TURÍSTICO-CULTURAIS





POLÍTICAS E RECURSOS

POLÍTICAS PÚBLICAS

Política Nacional de Turismo: “Reativar Turismo”

PILAR	AÇÃO	
GERAR NEGÓCIO	PORTUGAL EVENTS	Atração de grandes eventos internacionais
CONSTRUIR FUTURO	CLUSTER TURISMO	Interseção do <i>cluster</i> do turismo com os <i>clusters</i> estratégicos ICC, ITI.
	NOVOS NEGÓCIOS	Inovação assente em dimensões diferenciadoras como património, cultura, indústrias criativas ou natureza.
	PROGRAMA VALORIZAR 2.0	Estruturar produto nas regiões, em áreas como o turismo literário ou enoturismo, entre outras.
	PROGRAMA + ALGARVE	Reforço do posicionamento do Algarve como destino ao longo de todo o ano, valorizando os seus recursos naturais e culturais.

POLÍTICAS E RECURSOS

POLÍTICAS PÚBLICAS

Política de Desenvolvimento Regional: Algarve 2030

PRIORIDADE

ALGARVE MAIS INTELIGENTE	DOMÍNIO PRIORITÁRIO: TURISMO	Touring Cultural como produto complementar: diversificação da oferta do destino
	DOMÍNIO PRIORITÁRIO: ICC + ITI	Trabalho em rede. Trabalho intersectorial Novos polos de ICC
ALGARVE MAIS PRÓXIMO	PACTO PARA O DESENVOLVIMENTO E COESÃO TERRITORIAL	Reforço da atratividade do interior rural Programação cultural em rede Valorização ativos patrimoniais
	INVESTIMENTOS PRIORITÁRIOS	Promontório de Sagres GeoParque da UNESCO Algarvensis



POLÍTICAS E RECURSOS

PATRIMÓNIO, EQUIPAMENTOS, PROGRAMAÇÃO

182

bens imóveis
classificados

26

monumentos
nacionais

38%

território natural
classificado

Dieta

Mediterrânica

Património Imaterial da
Humanidade

41

Bens imateriais
mapeados

3

Rotas Internacionais

135

Equipamentos
Culturais

168.169

Espetadores

Programação

Algarve 365 como
modelo inovador

PERFIL DO TURISTA CULTURAL

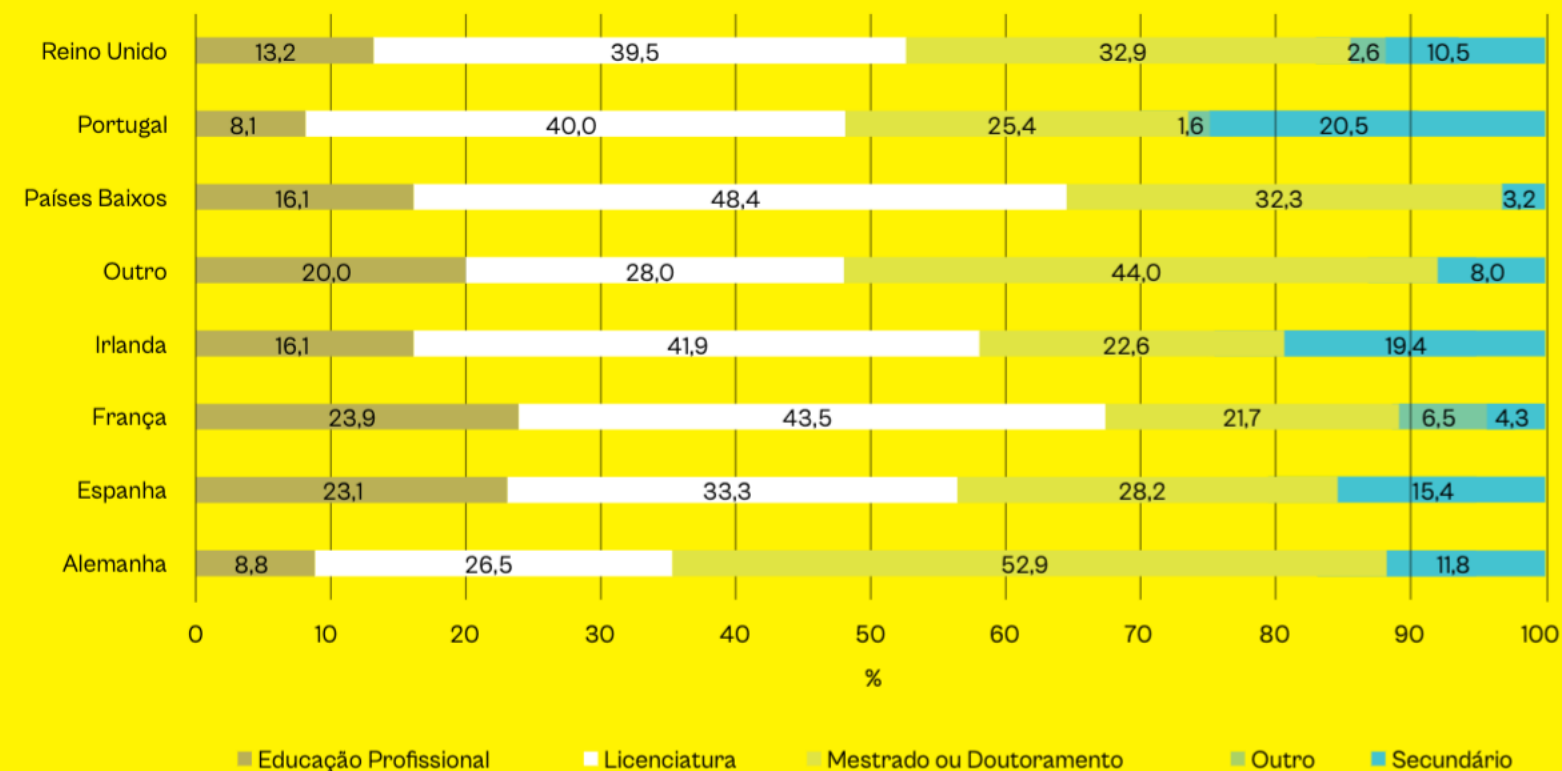


PERFIL DO TURISTA CULTURAL

PERFIL SOCIO DEMOGRÁFICO

Nível de escolaridade, por mercado emissor

Fonte: Elaboração própria





PERFIL DO TURISTA CULTURAL

PERFIL SOCIO DEMOGRÁFICO

Se ocupação/profissão ou formação está relacionada com a área cultural

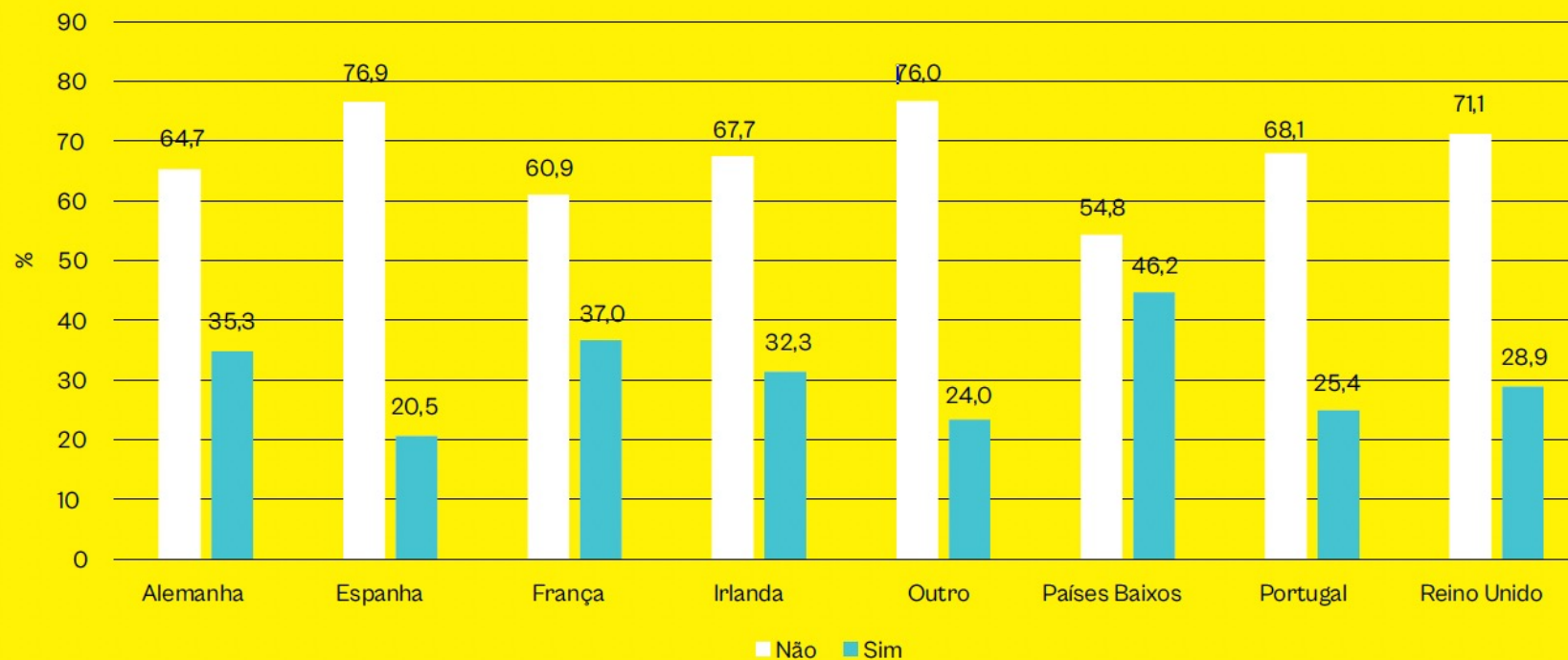
22,1%

Dos turistas tem uma ocupação profissional relacionada com a cultura

PERFIL DO TURISTA CULTURAL

PERFIL SOCIO DEMOGRÁFICO

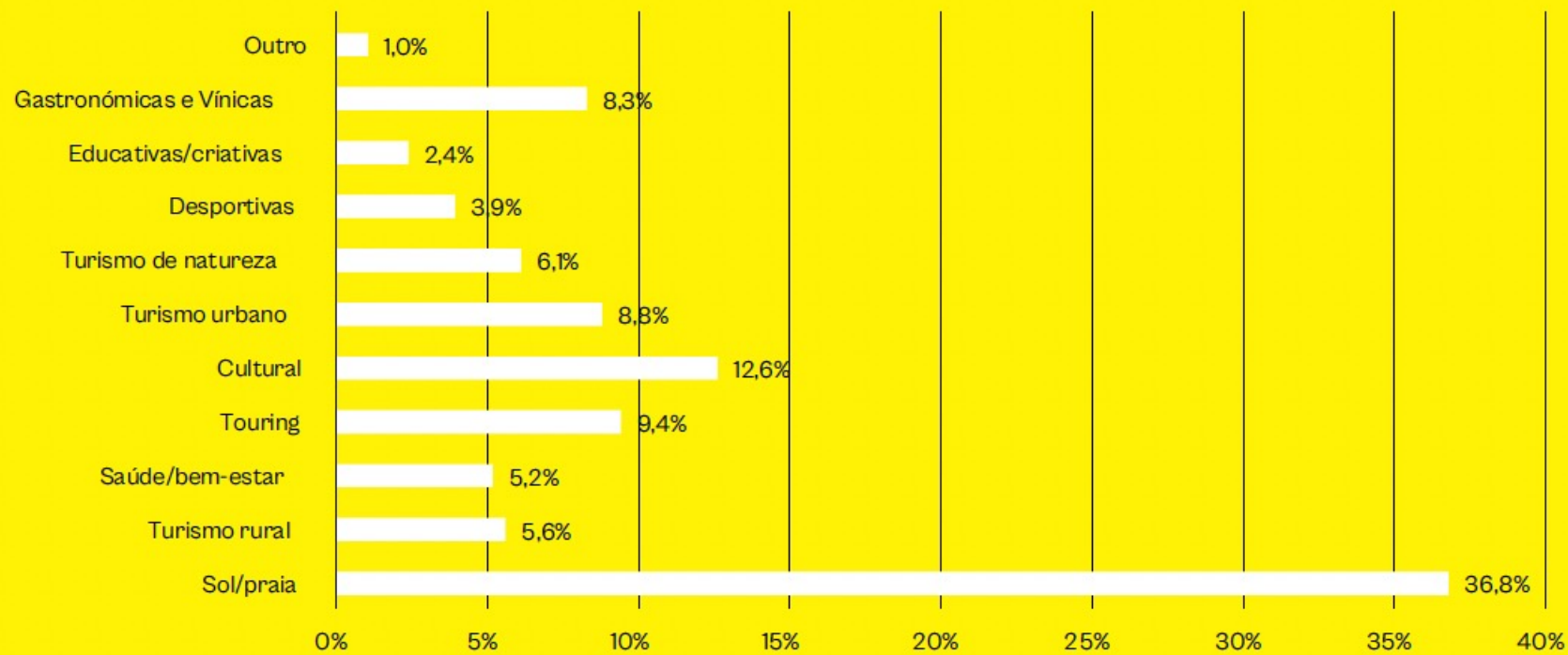
Se ocupação/profissão ou formação está relacionada com a área cultural, por mercado emissor



PERFIL DO TURISTA CULTURAL

MOTIVAÇÃO

Tipo de férias escolhido para a visita ao Algarve



PERFIL DO TURISTA CULTURAL

MOTIVAÇÃO

Tipo de férias escolhido para a visita ao Algarve

36,8%

Sol e Praia

41,5%

Cultura
+ Touring
+ Urbano
+ Enogastronomia
+ Educativas / Criativas

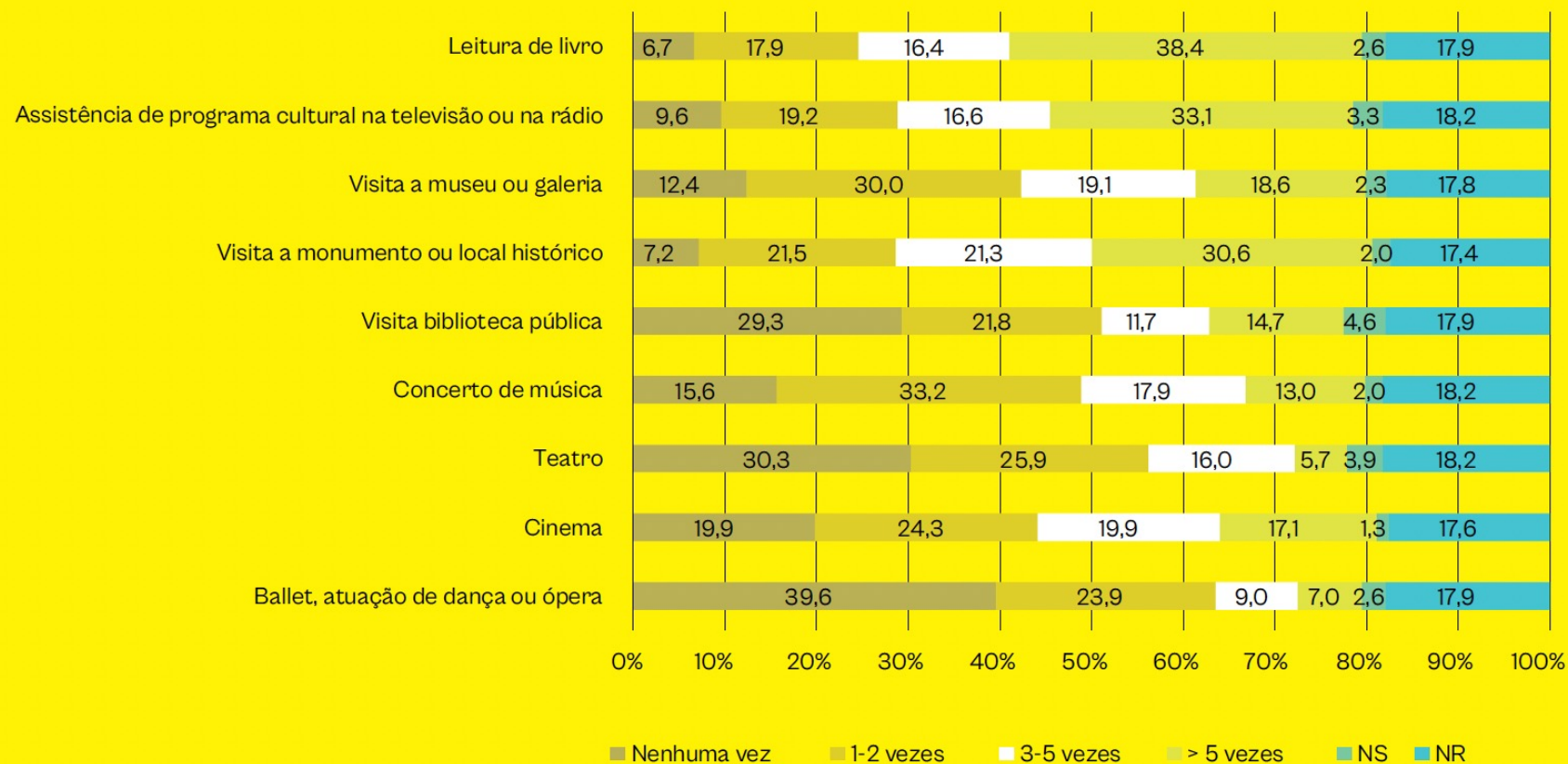
20,8%

Natureza
+ Rural
+ Bem-Estar
+ Desporto

PERFIL DO TURISTA CULTURAL

HÁBITOS CULTURAIS

Participação cultural nos últimos 12 Meses em contexto de residência



97%

dos turistas visitaram ou
pretendem visitar uma
atração cultural no Algarve

PERFIL DO TURISTA CULTURAL

PARTICIPAÇÃO CULTURAL

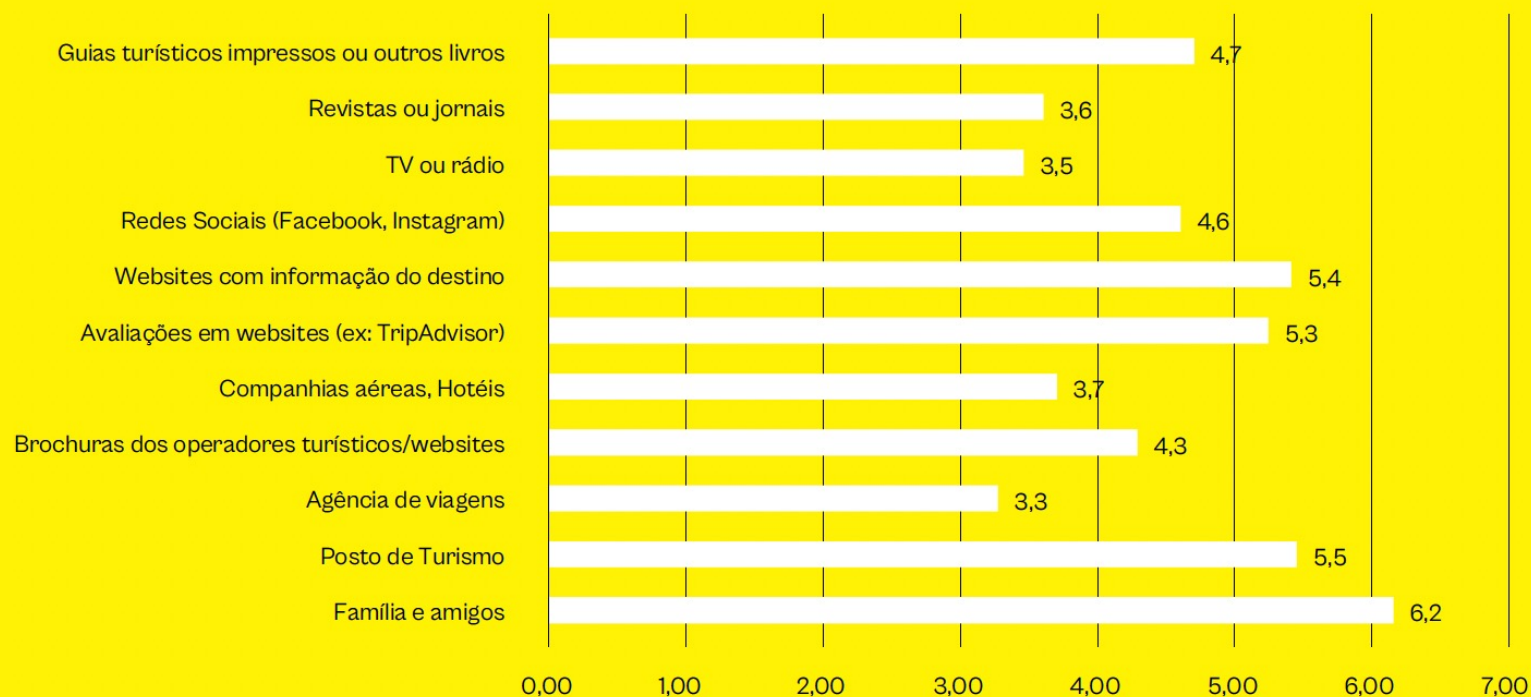
Intenção de visitar atrações e eventos culturais durante a visita ao Algarve, por mercado emissor

	Alemanha	Espanha	França	Irlanda	Outro	Países Baixos	Portugal	Reino Unido
Museu	11,5%	14,3%	9,3%	10,4%	7,5%	11,5%	11,4%	13,6%
Monumento	12,4%	9,5%	13,7%	20,9%	14,9%	12,8%	12,3%	15,0%
Lugar religioso	8,8%	9,5%	8,8%	13,4%	9,0%	11,5%	7,1%	9,8%
Sítio Histórico	5,3%	7,1%	9,3%	10,4%	9,0%	10,3%	12,0%	12,1%
Património/artesanato	1,8%	2,4%	2,7%	3,0%	6,0%	5,1%	6,5%	7,5%
Festas tradicionais	6,2%	5,6%	4,9%	4,5%	1,5%	7,7%	9,3%	5,1%
Festival Gastronómico	8,0%	1,6%	3,8%	7,5%	6,0%	6,4%	8,2%	9,3%
Galeria de Arte	8,8%	10,3%	12,1%	4,5%	11,9%	10,3%	4,6%	
Teatro	13,3%	13,5%	10,4%	1,5%	9,0%	1,3%	2,7%	0,9%
Cinema	5,3%	4,0%	5,5%	1,5%		5,1%	3,3%	1,4%
Festival de música	2,7%	3,2%	4,4%	1,5%	4,5%		6,0%	3,7%
Evento de música clássica	1,8%	1,6%	0,5%	3,0%		1,3%	1,6%	2,8%
Festivais de dança	2,7%		0,5%	4,5%	4,5%	1,3%	2,2%	1,4%
Workshop de artesanato / gastronomia	1,8%	2,4%	4,9%	3,0%		1,3%	1,4%	2,3%
Rota Cultural / Turística	8,0%	11,9%	7,7%	4,5%	10,4%	11,5%	7,7%	5,6%
Não visitei ou não planeio visitar	1,8%	3,2%	1,1%	6,0%	6,0%	2,6%	3,6%	2,3%

PERFIL DO TURISTA CULTURAL

FONTES DE INFORMAÇÃO

*Relevância das diferentes Fontes de Informação sobre Experiências Culturais no Algarve
(1 – não usei, 10 – extremamente relevante)*





PERFIL DO TURISTA CULTURAL

SATISFAÇÃO COM EXPERIÊNCIAS CULTURAIS

*Grau de Satisfação com a Experiência Geral de participação em Atividades Culturais no Algarve
(1 – Muito insatisfeito; 10 – Muito Satisfeito),*

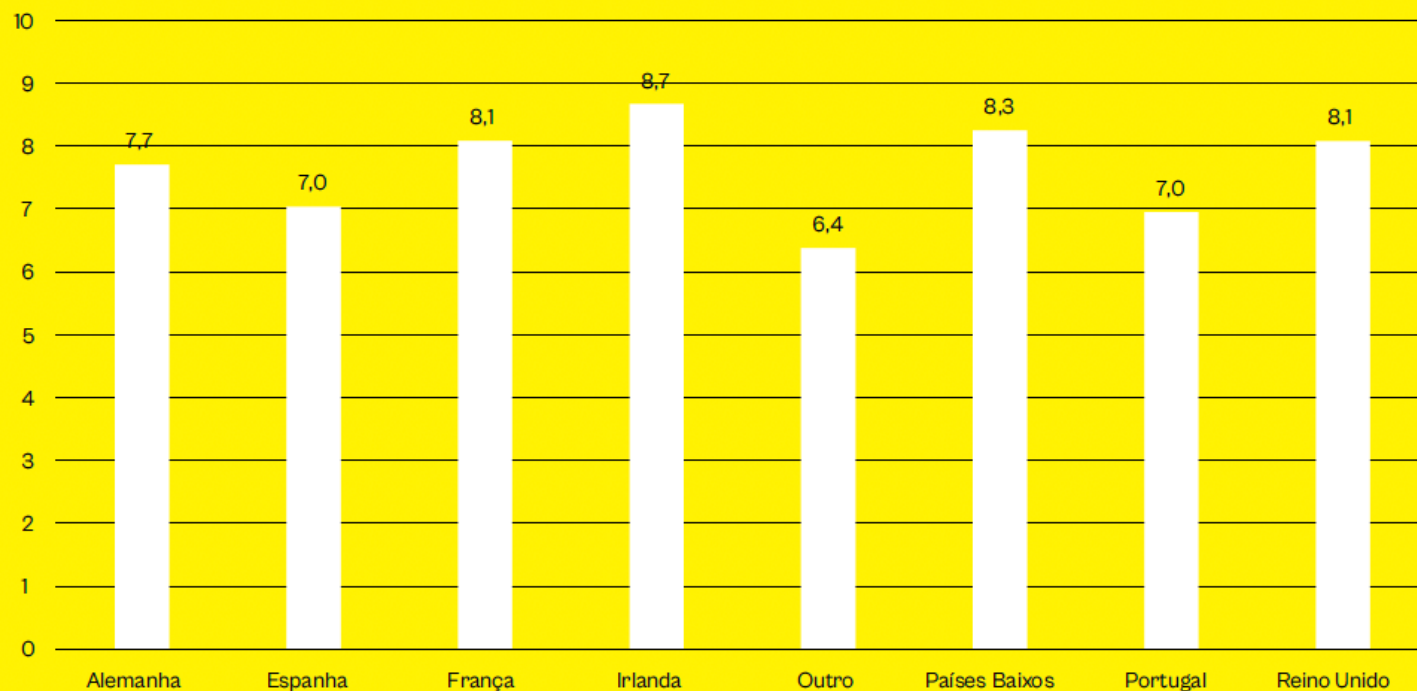
7,44

**Satisfação com as
atividades culturais**

PERFIL DO TURISTA CULTURAL

SATISFAÇÃO COM EXPERIÊNCIAS CULTURAIS

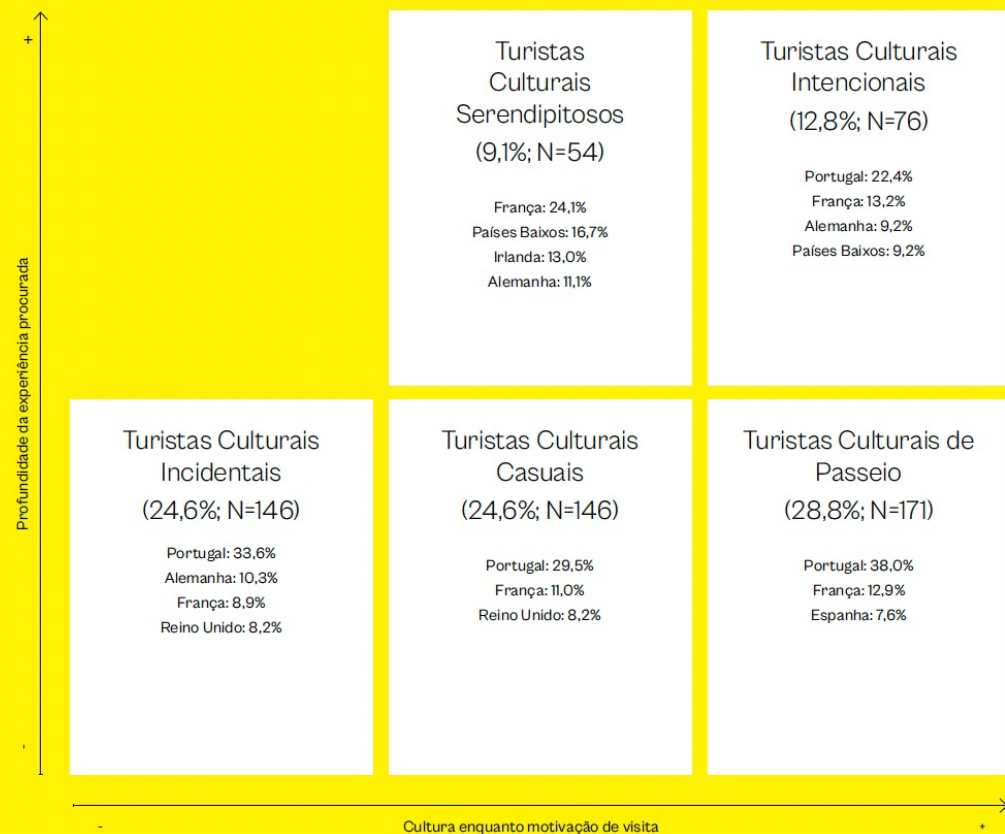
Grau de Satisfação com a Experiência Geral de participação em Atividades Culturais no Algarve (1 – Muito insatisfeito; 10 – Muito Satisfeito), por mercado emissor



PERFIL DO TURISTA CULTURAL

SEGMENTAÇÃO DO TURISTA CULTURAL

Tipologia de turistas culturais que visitam o Algarve



PERFIL DO TURISTA CULTURAL

TURISTA POTENCIAL

Número de pesquisas no motor de busca da Google sobre Cultura (Procura Potencial) e Cultura no Algarve (Procura já existente no Algarve)

	MERCADO CULTURA		MERCADO CULTURA+ ALGARVE
PORTUGAL	507,7 k	→	3,5k
FRANÇA	1,5 M	→	< 1k

DESAFIOS E OPORTUNIDADES



DESAFIOS

i.
Fortes
assimetrias
entre o litoral
e o interior
algarvio

ii.
Pressão gerada
pelo turismo de
massas

iii.
Sazonalidade

iv.
Ofertas de turismo
cultural dispersas
e pontuais

v.
Articulação complexa
de um grande número
e diversidade de
atores

vi.
Diferenças de
propósitos e de
modelos de
financiamento entre
o setor turístico e o
setor cultural

vii.
Dependência de
ciclos de
financiamento
comunitário

viii.
Elevadas
qualificações do
turista cultural do
Algarve

ix.
Subfinanciamento
estrutural ao setor
cultural e criativo

x.
Património em risco
de perda

OPORTUNIDADES

- | | | | | |
|---|---|---|--|--|
| i.
Algarve na
confluência de
culturas
mediterrânicas | ii.
Clima ameno ao
longo de todo o
ano | iii.
Interior do
Algarve | iv.
Comunidade
estrangeira
residente | v.
Tendências de
sustentabilidade,
viver com um local,
turismo criativo |
| vi.
Marcas UNESCO | vii.
Rede de
paisagens
classificadas e
trilhos | viii.
Riqueza
patrimonial,
tangível e
intangível | ix.
Turismo criativo
como ferramenta
de preservação
patrimonial | x.
Agentes culturais e
criativos altamente
competentes |

ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS



ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS QUANTO À OFERTA

i.

Melhorar infraestruturas e acessibilidades regionais

ii.

Fixação e fidelização de técnicos qualificados

iii.

Programa anual de capacitação contínua

iv.

Documentação e classificação do património intangível e tangível

v.

Atualizar as experiências culturais

vi.

Portfólio de equipamentos e eventos culturais de interesse turístico internacional

vii.

Programação cultural em rede de interesse turístico

viii.

Percursos e paisagens classificadas como suporte da oferta de turismo cultural e criativo

ix.

Integrar o turismo cultural na narrativa, imaginário e marca de turismo do Algarve

x.

Retirar aprendizagens das boas práticas existentes na Região

ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS QUANTO À PROCURA

i.

Afirmar o
desígnio de
turismo
cultural e
sustentável

ii.

Manter o
conhecimento
sobre os
públicos-alvo

iii.

Conhecer as
comunidades
estrangeiras
residentes

iv.

Qualificar a oferta
à medida dos
públicos-alvo do
turismo cultural

v.

Desenvolver
novos produtos
de resposta ao
turista cultural
do Algarve

vi.

Concertar uma
promoção conjunta

vii.

Sensibilização
das equipas
técnicas e das
DMCs *incoming*

ORIENTAÇÕES ESTRATÉGICAS QUANTO À GESTÃO

- | | | | | |
|---|--|---|--|---|
| i.
Estabelecimento de um órgão consultivo | ii.
Organização do setor do turismo cultural e criativo | iii.
Oportunidades de trabalho em rede de âmbito regional e internacional | iv.
Modelos inovadores de gestão partilhada | v.
Fazer uso das boas práticas existentes de trabalho em rede |
| vi.
Dar continuidade e consequência aos projetos relevantes | vii.
Plataforma de apoio técnico aos profissionais do turismo cultural | viii.
Monitorizar desenvolvimento | ix.
Explorar outros modelos de financiamento | x.
Reforço de competências de turismo cultural e criativo no ensino |

TURISMO CULTURAL NO ALGARVE

PERFIL DO TURISTA E
PERSPETIVAS DE DESENVOLVIMENTO

REGIÃO DE TURISMO DO ALGARVE



março
2023

