



INTERPELAÇÃO ESCRITA

Elevar a competitividade do mercado local no âmbito de viagens para pais e filhos

Nos últimos anos, o mercado para viagens para pais e filhos tem vindo a desenvolver-se muito. Segundo o Relatório de 2021 sobre o consumo dos residentes do Interior da China em viagens para pais e filhos, as cidades que possuem propriedade intelectual de qualidade no turismo adequadas a este tipo de viagens, (*Intellectual Property*, por exemplo, parques temáticos e museus de grande envergadura) são bem acolhidas pelas famílias, 74,3 por cento das quais com pais nascidos depois dos anos 80 e 90, que, em termos de consumo, atribuem maior importância à qualidade e têm capacidade de consumo mais forte face à população em geral.

No primeiro Relatório sobre a procura de viagens em família no mercado chinês, divulgado pelo Interior da China em 2018, procedeu-se a uma análise sistemática em relação à situação actual e à tendência destas viagens no País. De acordo com os dados do referido Relatório, entre os entrevistados, 76,1 por cento viajaram com os filhos, cerca de 71 por cento viajaram com os companheiros e apenas 55,6 por cento, com os pais; no que respeita à escolha de membros da família, os filhos foram a escolha prioritária, o que reflecte a enorme potencialidade do mercado de viagens para pais e filhos. Segundo alguns especialistas, no futuro, as viagens para pais e filhos vão ser o modelo dominante no mercado de turismo.

No entanto, perante este mercado tão grande e com potencialidade de desenvolvimento, Macau não tem competitividade, pois os produtos, serviços e elementos de viagens para pais e filhos são insuficientes e não são atractivos. No Estudo de revisão do Plano Geral do Desenvolvimento da Indústria do Turismo de



澳門特別行政區立法會
Região Administrativa Especial de Macau
Assembleia Legislativa

(TRADUÇÃO)

Macau, concluído e divulgado em Novembro de 2021, foram apresentados 91 planos de acção abrangendo 6 áreas fulcrais, como produtos e instalações turísticos, turismo de qualidade e colaboração, e os planos faseados na área fulcral de produtos e instalações turísticos incluem a introdução de produtos de turismo marítimo, e o *upgrade* contínuo de instalações destinadas às viagens para pais e filhos que tenham elementos educativos e de diversão, porém nada se mencionou nos respectivos planos de longo prazo quanto ao futuro desenvolvimento de produtos de viagens para pais e filhos, o que demonstra a falta de atenção a este mercado.

Assim sendo, interpelo sobre o seguinte:

No “Projecto do Plano Director da RAEM (2020-2040)” divulgado recentemente, o Governo afirmou que, com base no plano director, ia proceder, ordenadamente, aos trabalhos de elaboração dos planos de pormenor de cada zona, no sentido de definir e regulamentar, de forma detalhada, a finalidade dos terrenos e a distribuição de infra-estruturas e instalações públicas. Assim, o Governo deve, de acordo com o plano director, otimizar a distribuição dos espaços turísticos e enriquecer os produtos, serviços e elementos de viagens para pais e filhos, com vista a elevar a competitividade do mercado local e a promover o desenvolvimento do mercado turístico em direcção a um mercado de alta qualidade. Como é que o vai fazer? Que planos de curto, médio e longo prazo tem o Governo para enriquecer os produtos, serviços e elementos de viagens para pais e filhos?

25 de Fevereiro de 2022

**O Deputado à Assembleia Legislativa da RAEM,
Lei Chan U**