



AGENDA REGIONAL DE TURISMO

Plano de Acção para o Desenvolvimento Turístico do Norte de Portugal

Pacto Regional para a Competitividade da Região do Norte de Portugal



CCDRn 
COMISSÃO DE COORDENAÇÃO E
DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO NORTE

NORTE2015
Pacto Regional para
a Competitividade
Agendas Temáticas

NORTE 2015

Pacto Regional para
a Competitividade
Agendas Temáticas

Consensualizada a estratégia de desenvolvimento regional NORTE 2015, a CCDR-N e o seu Conselho Regional têm vindo a promover o "Pacto Regional para a Competitividade do Norte de Portugal", através da dinamização de um conjunto de "Agendas Temáticas" consideradas prioritárias.

Desta segunda fase da iniciativa NORTE 2015 resultarão "Planos de Acção" plurianuais, que pretendem constituir um referencial central para o investimento público e privado ao nível regional, designadamente, do que será candidatado ao financiamento do Programa Operacional Regional do Norte (ON.2 – O Novo Norte), dos Programas Operacionais Temáticos do Quadro de Referência Estratégico Nacional e de outros instrumentos financeiros nacionais ou comunitários.

O desenvolvimento das Agendas Prioritárias do NORTE 2015 segue uma abordagem organizada e amplamente participada pelos principais actores institucionais da Região do Norte e do país, criando-se, por esta via, as condições de base para se proceder à sua adequada implementação, seguimento e avaliação.

Nesta edição, apresenta-se o Plano de Acção para o Desenvolvimento Turístico do Norte de Portugal (Agenda Temática do Turismo).

Saiba mais em www.norte2015.com.pt



AGENDA REGIONAL DE TURISMO

Plano de Acção para o Desenvolvimento Turístico do Norte de Portugal

Pacto Regional para a Competitividade
da Região do Norte de Portugal

Ficha técnica

TÍTULO

Plano de Acção para o Desenvolvimento Turístico do Norte de Portugal

EDIÇÃO

Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte (CCDR-N)

Ministério do Ambiente, do Ordenamento do Território e do Desenvolvimento Regional

COORDENAÇÃO GERAL

Pacto Regional para a Competitividade da Região do Norte

Paulo Gomes (Vice-Presidente da CCDR-N)

Júlio Pereira (Director de Serviços de Desenvolvimento Regional/CCDR-N)

EQUIPA TÉCNICA

Nuno Fazenda (Perito Coordenador responsável pela Agenda Regional do Turismo/CCDR-N)

Estela Alegria (CCDR-N)

Tânia Braga (CCDR-N)

Josefina Gomes (CCDR-N)

ACOMPANHAMENTO

Participação Comité de Pilotagem Direcção Regional de Agricultura Norte (Carlos Guerra – Director Regional); Direcção Regional Economia Norte (Humberto Moura – Director Regional); Direcção Regional Cultura Norte (Helena Gil – Directora Regional); Turismo de Portugal – Escolas de Hotelaria e Turismo do Norte (Paulo Vaz – representante Turismo de Portugal); ADETURN (Jorge Osório – Presidente).

Participação Comissão de Acompanhamento para o Turismo do Norte de Portugal Conselho da Região; Turismo de Portugal; AICEP; Associação dos Hotéis de Portugal; Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo; Associação das Termas de Portugal; Confederação do Turismo de Portugal; Unishnor; Aeroporto Francisco Sá Carneiro; APDL; Área Metropolitana do Porto; Associação Empresarial de Portugal; Estrutura de Missão Douro; ICNB; Regiões de Turismo do Douro Sul, da Serra do Marão, do Nordeste Transmontano; do Alto Tâmega e Barroso, do Alto Minho, Verde Minho e da Rota da Luz; Zona de Turismo de Guimarães; TURIHAB; Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes; Instituto dos Vinhos do Douro e Porto; Associação dos Aderentes da RVP; Porto Convention Bureau; EP – Estradas de Portugal; CP – Comboios de Portugal; Casa da Música; Fundação de Serralves; UGT Norte; União dos Sindicatos do Norte; Sonae Turismo; Solverde; Douro Azul; CS Hotéis; UNICER Turismo; Grupo Pestana; Sheraton Porto; Hotéis Mercure Portugal – Grupo Accor; Sol Hoti-Portugal Hotéis Lda. (Mélia e Tryp).

COORDENAÇÃO EDITORIAL

Gabinete de Marketing e Comunicação da CCDR-N

DESIGN E PAGINAÇÃO

Furtacores Design e Comunicação

PRODUÇÃO

Litografia Coimbra, S.A.

ISBN

978-972-734-268-6

DEPÓSITO LEGAL

275832/08

DATA

Abril.2008

CO-FINANCIAMENTO

União Europeia

Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional

No plano estritamente económico o turismo é uma fonte de rendimentos entre as mais importantes e apetecidas por praticamente todos os países, regiões, ilhas e cidades. Chega a ser encarado como uma espécie de panaceia para espaços económicos em declínio por perda das suas actividades tradicionais. É mesmo considerado como uma das poucas soluções para se sair de uma crise local ou regional, e isso explica o multiplicar de projectos turísticos em toda a parte, em particular nos espaços rurais e nas zonas mais longínquas e inhóspitas.

Pergunta-se: qual a contribuição do turismo para o desenvolvimento regional? Pode o turismo equilibrar o recuo da agricultura e do modelo industrial tradicional?

Na Região do Norte a resposta a estas questões é sem ambiguidades: sim, o turismo é um eixo essencial da sua estratégia de desenvolvimento. O Programa Operacional da Região Norte para 2007-2013, financiado por um generoso envelope de fundos estruturais, atribui à valorização turística do território a categoria de prioridade, e aposta no reforço a nível regional e municipal das políticas turísticas criadoras de emprego de qualidade.

A Região Norte de Portugal tem imensos atributos turísticos por explorar e não é pelo facto de todo o mundo dizer o mesmo a propósito do seu país ou região que, por pudor ou recusa de uma retórica gasta, vamos deixar de o repetir.

A geografia turística e humana da Região do Norte é muito diversificada. A presença, a ocidente, do oceano Atlântico tempera-lhe o clima e cria condições para a fixação populacional e para as actividades marítimas. Mas um dos traços essenciais do quadro natural do Norte consiste na presença do Vale do Douro, vale profundo cavado entre montanhas pelo grande rio e pelos seus afluentes. É neste magnífico Vale do Douro, desde a fronteira à cidade do Porto, que reside um dos grandes desafios turísticos para a região e para o país.

Também o turismo no espaço rural – para o qual o Minho tem uma vocação incomparável – se encontra em alta e a desenhar um vector de grande futuro nas correntes turísticas europeias e ocidentais, ao ponto de a União Europeia o acolher e encorajar no âmbito da sua Política Regional e no chamado segundo pilar da Política Agrícola Comum.

A melhor ilustração daquilo que foi dito está na formulação de uma política turística regional, coerente, realista e original que, pela primeira vez se encontra contida num plano que, assim o espero, será por certo uma referência comum para a expansão do turismo no Norte.

Por último, vale a pena ainda salientar que, este Plano resulta, também, da participação dos principais actores institucionais pertinentes (nacionais e regionais). Esta visão partilhada, pela CCDR-N e por esses actores, é o corolário do trabalho empenhado dos diversos membros quer do Comité de Pilotagem, quer da Comissão de Acompanhamento desta Agenda. Sem eles, não teria sido possível chegarmos a esta estratégia partilhada para o turismo da Região do Norte e, mais do que isso, sem eles não será possível pô-la em prática. Em conjunto demos este (necessário) primeiro passo e, agora, num espírito de responsabilidade partilhada e de convergência de esforços, importa darmos continuidade a este processo, isto é, passar da Estratégia à Acção!

CARLOS LAGE
Presidente da CCDR-N

20 de Abril de 2008

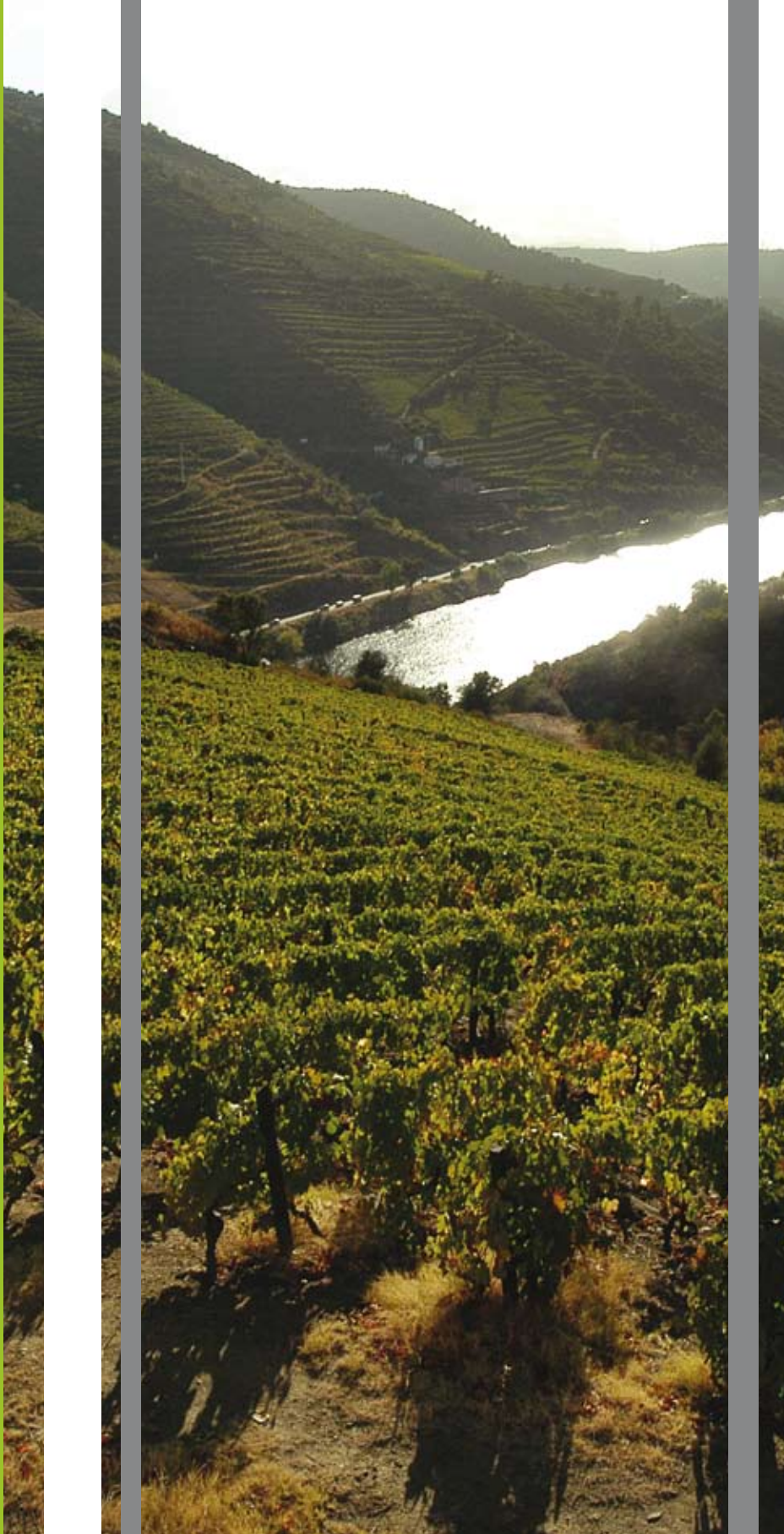
NOTA DE ABERTURA	03
<hr/>	
1 O TURISMO NA REGIÃO DO NORTE – ENQUADRAMENTO ESTRATÉGICO NACIONAL E REGIONAL	09
1. Enquadramento Nacional	10
2. Enquadramento Regional	14
<hr/>	
2 DIAGNÓSTICO PROSPECTIVO DO TURISMO DA REGIÃO DO NORTE	17
1. Oferta Turística	18
1.1 Principais Recursos e Produtos Turísticos	18
1.2 Oferta de Alojamento Turístico	43
1.3 Oferta Termal	50
1.4 Oferta de Formação em Turismo e Hotelaria	51
2. Procura Turística	56
2.1 Número de Dormidas	56
2.2 Territorialização da Procura Turística	58
2.3 Principais Mercados da Região do Norte	61
2.4 Estada Média e Taxas de Ocupação	62
2.5 Procura Actual e Potencial do Aeroporto Francisco Sá Carneiro	63
3. Síntese de Diagnóstico – Factos e Números	64
4. Análise Swot e Factores Críticos de Sucesso	66
<hr/>	
3 ESTRATÉGIA DE DESENVOLVIMENTO	73
1. Perspectiva e Premissas Fundamentais para o Turismo da Região do Norte	74
2. Modelo Territorial e Visão	78
3. Eixos Prioritários de Intervenção	82
4. Metas	90
5. Matriz de Programação/Acção	93
6. Instrumentos Financeiros	99
<hr/>	
4 MODELO DE GOVERNAÇÃO	105
<hr/>	
BIBLIOGRAFIA	110
<hr/>	



1

O Turismo na Região do Norte

Enquadramento Estratégico
Nacional e Regional



1. Enquadramento Nacional

O XVII Governo constitucional identifica (no seu Programa de Governo) cinco áreas decisivas para um desenvolvimento sustentável, entre as quais, o **TURISMO**. Neste âmbito, refere «*que o cluster Turismo-Lazer é um sector estratégico prioritário para o país (...) que pode dar um contributo importante, nomeadamente através do aumento das receitas externas, para a cobertura do défice da balança comercial e para o combate ao desemprego*». Por outro lado, reconhece igualmente «*o contributo que o turismo pode dar para a valorização do património natural e cultural do País, bem como a melhoria da qualidade de vida dos portugueses e para a atenuação das assimetrias regionais*».

Para o desenvolvimento turístico de Portugal, o Governo estabeleceu no seu Programa a necessidade de se adoptar um **Política Nacional de Turismo**, capaz de integrar de forma coerente as diversidades e diferenças, através, nomeadamente, de «**políticas regionais fortes**».

Neste contexto, é aprovado o Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT), cuja visão é a seguinte:

Visão para o turismo nacional (PENT)

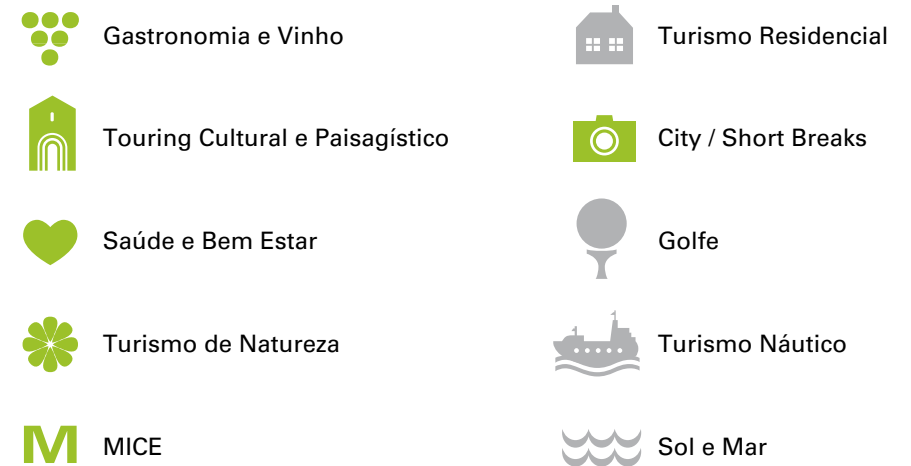
- > Um dos destinos de maior crescimento na Europa, alavancando numa proposta de valor suportada em características distintivas e inovadoras do país
- > Desenvolvimento do turismo baseado na qualificação e competitividade da oferta, alavancando na excelência ambiental/urbanística, na formação dos recursos humanos e na dinâmica/modernização empresarial e das entidades públicas
- > Importância crescente na economia, constituindo-se como um dos **motores de desenvolvimento social, económico e ambiental, a nível regional e nacional**

No âmbito do PENT são identificados pólos de desenvolvimento turístico que «*pelos seus conteúdos específicos e distintivos justificam a sua criação numa óptica de desenvolvimento do Turismo internacional (...) e nacional*».

Na Região do Norte, o Douro foi identificado como um desses pólos de desenvolvimento turístico prioritários. Por outro lado, o PENT identifica também produtos turísticos que têm incidência na Região do Norte (e não apenas no Douro) que deverão ser potenciados tendo em vista o desenvolvimento turístico da Região do Norte (cfr. figura seguinte).

Âmbito Nacional – PENT

- > O Douro é identificado como um **Pólo Turístico Prioritário** (único da Região Norte)
- > Apresenta **10 produtos turísticos prioritários** (alguns com incidência na Região)



Os objectivos para o Douro passam por torná-lo num **PÓLO TURÍSTICO DE PROJEÇÃO INTERNACIONAL**, fazendo do turismo uma alavanca para o desenvolvimento sócio-económico da Região (Resolução de Conselho de Ministros que aprova o PENT)

Por outro lado, o Programa Nacional de Política de Ordenamento do Território (PNPOT), para a área do Turismo, refere que se deverá «implementar uma estratégia que promova o aproveitamento sustentável do potencial turístico de Portugal às escalas nacional, regional e local», devendo passar, nomeadamen-

te, pela «*promoção de modelos de desenvolvimento de turismo para cada um dos destinos turísticos e definição de mecanismos de articulação entre o desenvolvimento das regiões com elevado potencial turístico e as políticas de ambiente e ordenamento do território*».

Para o efeito, o PNPOT identifica as seguintes medidas prioritárias:

- a) Elaboração de um Plano Estratégico Nacional de Turismo (entretanto já elaborado e anteriormente referenciado – o PENT);
- b) Elaboração de Planos Sectoriais de Turismo que definam as linhas orientadoras dos modelos de desenvolvimento pretendidos para as áreas com maiores potencialidades de desenvolvimento turístico.

Em suma, e citando-se o estabelecido no Programa do Governo, o Turismo «*é um sector estratégico prioritário para o país*» e um «*dos vectores de intervenção estratégica*» passando pela «**implementação de estratégias regionais, autónomas, integradas numa visão nacional**».

O Plano Regional de Ordenamento do Território do Norte (PROT-Norte), enquanto instrumento de desenvolvimento territorial e de natureza estratégica, irá, neste âmbito, contribuir para a definição da Política e da Estratégia para o desenvolvimento do Turismo na Região do Norte de Portugal, que se desenvolverá, nomeadamente, através de uma **Agenda Regional de Turismo**, que se pretende dinâmica, inovadora e concretizadora das prioridades de desenvolvimento turístico da Região.

FIGURA 1 Enquadramento político-estratégico do Turismo Nacional



Efectuado um breve enquadramento de natureza estratégica do Turismo a nível nacional, apresenta-se, de seguida, de forma sintética, o enquadramento estratégico regional existente em matéria de Turismo.

2. Enquadramento Regional

O presente enquadramento visa, essencialmente, identificar os documentos/instrumentos de natureza estratégica existentes para o desenvolvimento turístico

do Norte de Portugal e, assim, enquadrar estrategicamente o que existe no âmbito do Turismo regional.

Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro (PDTVD)

Identificada como uma «zona de excepcional aptidão e vocação turística» (cfr. RCM n.º.139/2003), a Região do Douro foi objecto da elaboração de um Plano – o Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro (PDTVD). Trata-se de um Plano que, com base num diagnóstico, estabelece uma estratégia de desenvolvimento, com objectivos estratégicos, específicos e operacionais, materializado em diversos Programas de Acção, com Medidas e Projectos. O PDTVD foi objecto de um processo dinâmico de participação pública e institucional que culminou na sua aprovação pelos membros da sua Comissão de Acompanhamento. Na verdade, trata-se de um Plano que representa os interesses de desenvolvimento turístico da Região e que, de alguma forma, constitui o referencial estratégico de desenvolvimento turístico para aquela região.

Apesar de se registar alguma dinâmica de investimentos turísticos privados na Região do Douro, os projectos e iniciativas de natureza pública do PDTVD ficaram, de alguma forma, aquém do inicialmente previsto. Neste contexto, o PDTVD carecia de um processo de actualização e conseqüente implementação. Neste sentido, o XVII Governo Constitucional decidiu, através de uma Resolução de Conselho de Ministros (RCM n.º 116/2006) criar uma Estrutura de Missão para a Região Demarcada do Douro, que tem por missão «dinamizar acções para o desenvolvimento integrado da Região do Douro e promover a articulação entre as entidades da administração central e local com competência na região, bem como estimular a participação e a iniciativa da sociedade civil». Entre outras atribuições, compete a esta Estrutura de Missão promover a implementação do PDTVD, indo, assim, também ao encontro da Resolução da Assembleia

da República n.º. 1/2007, de 14 de Janeiro, na qual se recomenda «a concretização do Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro». Neste contexto, a Estrutura de Missão para a Região Demarcada para o Douro promoveu, entretanto, a actualização do PDTVD (para o período 2007-2013), tendo o mesmo já sido objecto de aprovação, na generalidade, pelo Conselho Consultivo dessa mesma Estrutura de Missão. Em suma, verifica-se na região do Douro (pólo turístico prioritário do PENT) uma mobilização política e institucional e uma dinâmica empresarial para o desenvolvimento turístico desta região.

NORTE 2015/Programa Operacional Regional do Norte 2007-2013

Por outro lado, e sem prejuízo que o Douro seja um território de potencial turístico a desenvolver no Norte de Portugal (identificado até como prioritário a nível nacional), o Turismo na Região do Norte não se “esgota” no Douro (pois existem, aliás, outras regiões com um nível de desenvolvimento turístico mais maduro), pelo que, no âmbito da iniciativa NORTE 2015 e do Programa Operacional Regional do Norte 2007-2013 (ON.2 – O Novo Norte), encontra-se previsto o apoio a outras áreas de vocação turística e/ou a produtos turísticos considerados prioritários para o desenvolvimento turístico da Região (ver capítulo seguinte).





2

Diagnóstico
Prospectivo do
Turismo da
Região do Norte

1. Oferta Turística

No âmbito da análise da oferta turística regional proceder-se-á, num primeiro momento, a uma identificação dos principais recursos da Região do Norte e, posteriormente, a uma análise da tipologia da oferta e capacidade de alojamento existente na Região.



1.1 Principais Recursos e Produtos Turísticos

A Região do Norte dispõe de um conjunto de recursos turísticos diversificados e diferenciadores que urge valorizar e potenciar (cfr. figura seguinte):

FIGURA 2 Recursos turísticos primários mais relevantes na Região do Norte

Norte de Portugal

PORTO

- > Denso e rico Património Histórico, Artístico e Arquitectónico
- > Cultura e Conhecimento
- > Centro Económico e Empresarial
- > Pólo de Congressos, Convenções e Seminários
- > Eventos de Animação

PATRIMÓNIO MUNDIAL E CIDADES E VILAS HISTÓRICAS

- > Centro Histórico do Porto
- > Alto Douro Vinhateiro
- > Centro Histórico de Guimarães
- > Parque Arqueológico do Côa
- > Braga (Património Religioso)
- > Diversidade de Cidades e Vilas Históricas

RURALIDADE E PAISAGEM

- > Vale do Douro
- > Vale do Lima
- > Costa Atlântica
- > Planaltos montanhosos de Trás-os-Montes
- > Aldeias Rurais e Solares (Turismo Rural)

TERMAS

- > Região com maior número de estâncias termais do país

VINHOS

- > Douro – Região Demarcada mais antiga do Mundo
- > Vinho do Porto – Caves do Vinho do Porto e Barcos Rabelos
- > Vindimas e tradições associadas – Aldeias Vinhateiras e Quintas
- > Vinhos Verdes

PARQUES NATURAIS, RIOS E ALBUFEIRAS

- > Parque Nacional Peneda Gerês
- > Parque Natural de Montesinho
- > Parque Natural do Douro Internacional
- > Parque Natural do Alvão
- > Parque Natural do Litoral de Esposende
- > Rio Douro e Albufeiras

CULTURA POPULAR, TRADIÇÕES E ARTESANATO

- > Gastronomia típica
- > Produtos locais
- > Festas e romarias
- > Diversidade de artesanato

Fonte: CCDD-N/NORTE 2015 (2006)

A figura seguinte (não sendo exaustiva) apresenta os principais recursos turísticos pelas sub-marclas turístico-promocionais existentes na Região do Norte.

FIGURA 3 Principais recursos turísticos por sub-marclas turístico-promocionais

Norte de Portugal

PORTO

- > Centro Histórico do Porto
- > Património histórico-cultural classificado
- > Caves do Vinho do Porto e Barcos rabelos
- > Cultura e conhecimento
- > Centro económico e empresarial
- > Pólo de Congressos, Convenções e Seminários
- > Animação
- > Foz do Douro e orla costeira

DOURO

- > Alto Douro Vinhateiro – Património Mundial
- > Rio Douro – Canal navegável
- > Vindimas e tradições associadas
- > Aldeias Vinhateiras e Quintas
- > Parques naturais e Albufeiras
- > Gastronomia e Vinhos do Douro e Porto
- > Património histórico-cultural
- > Parque Arqueológico do Côa – Património Mundial

MINHO

- > Património histórico/religioso
- > Diversidade de Cidades e Vilas Históricas
- > Vale do Lima
- > Orla costeira
- > Parques naturais
- > Festas e romarias
- > Gastronomia e vinhos verdes
- > Aldeias rurais
- > Solares

TRÁS-OS-MONTES

- > Planaltos montanhosos – Natureza e Paisagem (ex.: Montesinho)
- > Património histórico-cultural
- > Termas
- > Caça e pesca
- > Aldeias rurais
- > Gastronomia
- > Produtos locais
- > Artesanato

Fonte: CCDR-N/NORTE 2015 (2006)

Decorrente dos recursos turísticos existentes na Região, poder-se-á identificar um conjunto de produtos turísticos prioritários, que deverão ser desenvolvidos na Região de forma integrada, designadamente através de Programas de Acção de Desenvolvimento Turístico Integrados.

FIGURA 4 Produtos turísticos prioritários da Região do Norte

Principais Produtos Turísticos

TURISMO DE NEGÓCIOS
Porto de Negócios

TURISMO URBANO
City Break Porto

TURISMO DE NATUREZA

TURISMO NÁUTICO

GASTRONOMIA & VINHOS
– ENOTURISMO
Norte Vinhateiro

Atributos diferenciadores

Centro económico e empresarial
Pólo de Congressos, Convenções e Seminários
Cultura e Conhecimento

Espaços de arquitectura contemporânea
Cidade histórica
Museus e monumentos
Animação e eventos
Shopping

Parque Nacional Peneda Gerês
Parque Natural do Douro Internacional
Parque Natural do Litoral Esposende
Parque Natural de Montesinho
Parque Natural do Alvão
Vale do Lima; Aldeias Rurais; Solares; TER

Costa atlântica
Rio Douro – canal navegável – cruzeiros
Porto de Leixões – terminal de cruzeiros (estimado em + de 40 milhões e de investimento global)

Douro – Região Demarcada mais antiga do Mundo
Vindimas e tradições associadas
Vinho do Porto – notoriedade internacional
Caves do Vinho do Porto e Barcos Rabelos
Vinho Verde
Aldeias Vinhateiras e Quintas do Douro

Principais Produtos Turísticos

TURISMO DE SAÚDE
E BEM-ESTAR

TURISMO HISTÓRICO-
CULTURAL (TOURING)
Norte com História
e Tradições

GOLFE

Atributos diferenciadores

Região com maior número de estâncias termais de Portugal
Emergência de SPA's e talassoterapia

Diversidade de Cidades e Vilas históricas
Gastronomia típica / Produtos locais
Festas e romarias
Diversidade de artesanato

Elemento valorizador e complementar da oferta turística regional e qualificador do perfil da procura
Emergência de investimentos
Mercado em expansão (7% ano)

Os recursos e produtos turísticos anteriormente identificados correspondem ao estabelecido na Estratégia NORTE 2015 e que, no essencial, vão ao encontro do previsto no PENT. Neste particular, opta-se, assim, por uma análise mais na perspectiva do desenvolvimento territorial, privilegiando-se a abordagem mais do lado dos recursos turísticos, ligada às questões do território, da sua gestão, ordenamento e sustentabilidade, do que do lado da promoção propriamente dita. Neste contexto, parte-se da ideia que a afirmação de um destino turístico não acontece apenas pelos atributos de uma Região, sejam eles paisagísticos, culturais ou outros, ou pela simples promoção desses mesmos atributos, mas que os destinos se consolidam a partir das potencialidades regionais e, deste modo, da estruturação da oferta, não se podendo descurar, no entanto, a constante análise e acompanhamento do mercado turístico.

Seguidamente, apresenta-se uma ficha síntese (por produto turístico prioritário) que inclui (i) um breve enquadramento do produto em causa (em termos de definição, conceito e tendências), (ii) os Recursos/ Atributos diferenciadores da Região do Norte de Portugal face a esse mesmo produto e (iii) as orientações para o desenvolvimento do mesmo na Região.



Turismo de Negócios

Enquadramento

A motivação principal do consumidor deste produto turístico é assistir/participar em reuniões, congressos, conferências, seminários, lançamento de produtos e em viagens de incentivos.

De acordo com dados da ICCA (*International Congress & Convention Association*), a Europa é o principal destino deste tipo de viagens. Numa análise por países, os Estados Unidos da América é o país mais procurado para estes

eventos e que maior número de participantes acolhe.

O sector da Medicina é aquele que proporciona mais viagens no âmbito deste produto. Observando a situação portuguesa, Lisboa ocupa a 5ª posição, com 63 reuniões em 2003, num ranking de cidades europeias atendendo ao número de reuniões. O Porto ocupa a 35ª posição nesse mesmo ranking com 12 reuniões (dados de 2003 da ICCA).

Fonte: Turismo de Portugal, 2007



Alguns Recursos/Atributos Diferenciadores da Região do Norte de Portugal no Domínio do Turismo de Negócios

A Região do Norte (e, em particular, a região do Grande Porto) dispõe de determinados recursos que podem contribuir para aumentar a sua atractividade enquanto destino de Turismo de Negócios.

Destaca-se, neste âmbito, o tecido empresarial e o meio universitário (pólos de I&D) e a existência de algumas infra-estruturas de acolhimento de eventos ligados ao Turismo de Negócios, nomeadamente:

- > Exponor
- > Palácio da Bolsa
- > Serralves
- > Pavilhão Rosa Mota
- > Pavilhões Multiusos de Gondomar e de Guimarães
- > Europarque
- > Oferta hoteleira variada

Acresce, ainda, a diversidade de Monumentos, Museus, Centros Comerciais, Restaurantes para complementar e enriquecer as viagens ligadas a este segmento.

Orientações para o Desenvolvimento do Produto Turístico Prioritário Turismo de Negócios no Norte de Portugal

Apesar dos recursos disponíveis, ainda existem diversas melhorias que podem ser efectuadas com o intuito de reforçar a importância da Região enquanto destino de Turismo de Negócios. Devem ser destacados os seguintes aspectos:

- > A capacidade de recepção de participantes em Seminários/Congressos/Reuniões é limitada, o que dificulta a captação de grandes eventos internacionais no âmbito desta temática para a Região. A existência de um Centro de Congressos, na cidade do Porto, para captação e organização de grandes eventos de âmbito internacional, afigura-se uma necessidade regional;
- > Incremento da oferta hoteleira de qualidade superior;
- > Necessidade de maiores esforços de marketing e promoção neste segmento.



Turismo Urbano

Enquadramento

O consumidor deste produto turístico tem inerente a motivação de conhecer uma cidade e de desfrutar das diversas atracções que esta oferece e, para isso, realiza uma estadia, normalmente de curta duração, para visitar a cidade. Neste âmbito pode distinguir-se três mercados: (i) “Turismo Urbano Standard” (os visitantes pretendem visitar a cidade e, durante a sua estada, optam por ficar alojados em hotéis de 2 ou 3 estrelas e procuram produtos e serviços com preços acessíveis), (ii) “Turismo Urbano Upscale” (os visitantes pretendem visitar a cidade e, durante a sua estada, optam por ficar alojados em hotéis de 4 ou 5 estrelas e preferem serviços personalizados de elevada qualidade) e (iii) “Turismo Urbano Temático” (os visitantes escolhem a cidade com o intuito de realizarem actividades específicas relacionadas com determinado tema).

A escolha da cidade por parte do Turista Urbano pode ter diversas justificações, nomeadamente, a oferta cultural, a componente arquitectónica ou os monumentos, a gastronomia e tradições locais, as actividades comerciais, entre outras.

O Turismo Urbano encontra-se em grande expansão, estimando-se uma taxa de crescimento anual entre 12% e 15% em viagens desta tipologia.

A crescente utilização da Internet e o aparecimento das viagens aéreas “low cost” são factores determinantes para esta tendência de expansão.

O Reino Unido e a Alemanha são os principais mercados emissores deste tipo de viagens.

Fonte: Turismo de Portugal, 2007





Alguns Recursos/Atributos Diferenciadores da Região do Norte de Portugal no Domínio do Turismo Urbano

A cidade do Porto (e envolvente) apresenta uma grande diversidade de atracções que podem ser potenciadas em benefício do Turismo Urbano. São de destacar, por exemplo:

- > Caves do Vinho do Porto;
- > Centro Histórico do Porto – classificado como Património Mundial pela UNESCO;
- > Rio Douro e os Barcos Rabelos;
- > Espaços de arquitectura contemporânea – Fundação de Serralves e Casa da Música;
- > Museus e Monumentos de diversos períodos históricos;
- > Diversidade de Restaurantes e Bares;
- > Animação e eventos;
- > Shopping;
- > Centros Comerciais e Lojas;
- > Cadeias Internacionais de Hotéis;

A proximidade do Porto (e envolvente) ao Aeroporto internacional Francisco Sá Carneiro constitui, também, uma mais valia para potenciar o turismo Urbano/*City break* (*short breaks*).

Orientações para o Desenvolvimento do Produto Turístico Prioritário Turismo Urbano no Norte de Portugal

Neste domínio importa, nomeadamente:

- > Melhorar a sinalética turística;
- > Implementar uma oferta hoteleira de qualidade superior;
- > Melhorar a qualidade dos serviços turísticos prestados em Museus e outros Monumentos (visitas guiadas tendo em conta os diferentes perfis dos visitantes; recurso às novas tecnologias; merchandising mais apelativo e horários de funcionamento mais flexíveis);
- > Modernizar a rede de transportes públicos;
- > Criar espaços verdes e qualificar zonas turísticas de interesse (incluindo a requalificação de espaços pedonais, a valorização do mobiliário urbano e a criação de espaços de lazer/entretenimento para actividades de animação de “rua”);
- > Promover iniciativas de animação turístico-cultural;
- > Requalificar imóveis de interesse histórico-cultural e turístico.

Turismo de Natureza

Enquadramento

O Turismo de Natureza é um conceito recente, ainda pouco estruturado e que inclui uma multiplicidade de motivações e actividades. A motivação principal de um consumidor que procura este produto é contactar directamente com a Natureza, podendo praticar actividades mais simples, que não exigem grande preparação ou conhecimento, nomeadamente, passeios, excursões ou percursos pedestres (“Turismo de Natureza *soft*”) ou actividades mais exigentes e intensivas como, por exemplo, *rafting*, *kayaking* ou *climbing* (“Turismo de Natureza *hard*”). É importante ressaltar que existe uma procura secundária considerável por este produto turístico que deriva de outras viagens com motivações principais distintas.

Este mercado tem apresentado uma tendência de expansão, registando-se uma taxa de crescimento médio anual de cerca de 7%. E esta tendência manter-se-á no futuro devido a factores como a crescente consciência ambiental da população, a preferência por férias activas e a maior oferta de viagens de Natureza, entre outros.

No que toca à procura, Alemanha e Holanda são os principais países emissores de consumidores de viagens de Turismo de Natureza. Em Portugal, observa-se que apenas 4% da procura por este produto é estrangeira.

Fonte: Turismo de Portugal, 2007

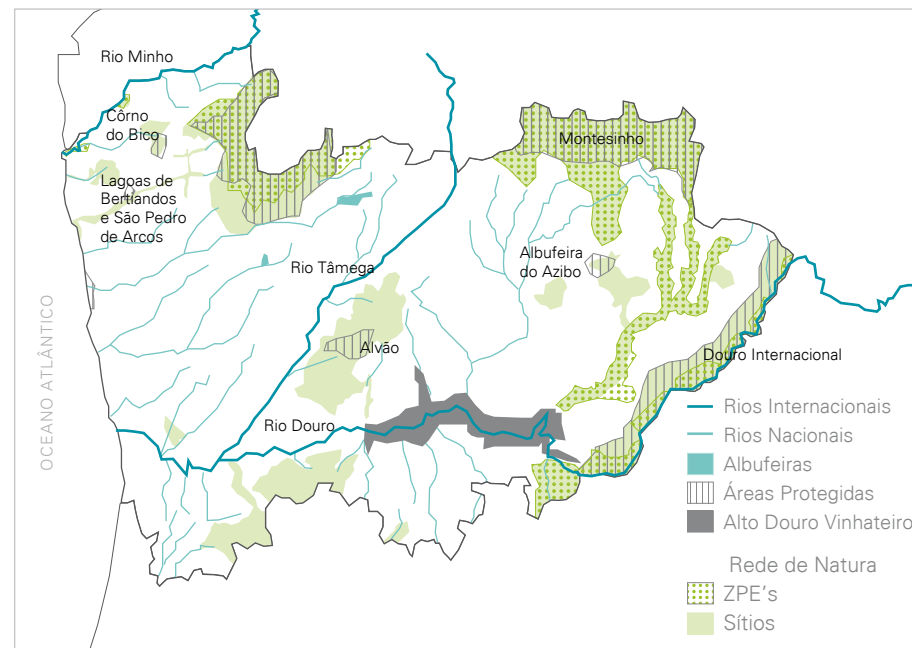
Alguns Recursos/Atributos Diferenciadores da Região do Norte de Portugal no Domínio do Turismo de Natureza

A Região do Norte é rica em recursos naturais que podem ser aproveitados para a dinamização do produto Turismo de Natureza. Entre eles devem ser destacados:

- > Vários Parques Naturais (Parque Nacional Peneda-Gerês, Parque Natural Douro Internacional, Parque Natural do Litoral Esposende, Parque Natural de Montesinho e Parque Natural do Alvão);
- > Diversas aldeias rurais e solares;

- > Serras com boas características para a prática de Turismo de Natureza;
- > Rios navegáveis e albufeiras para a prática de desportos.

MAPA 1 Espaços de Elevado Valor Natural e Paisagístico



Fonte: CCDR-N/2007

Orientações para o Desenvolvimento do Produto Turístico Prioritário Turismo de Natureza no Norte de Portugal

- > Melhorar as infra-estruturas de apoio aos parques naturais (nomeadamente, no que respeita a centros/equipamentos de informação/interpretação ambiental);
- > Criar/ valorizar caminhos/percursos da natureza;
- > Suprir a carência de serviços de manutenção e de apoio ao turista;
- > Promover a divulgação das Áreas Protegidas e dos seus produtos locais;
- > Melhorar a sinalização turística nas Áreas Protegidas;
- > Qualificar os recursos humanos nesta actividade (por ex. Guias da Natureza);
- > Incrementar a oferta de alojamento ambientalmente sustentável (em ambiente rural/natural);
- > Desenvolver uma oferta de Ecopistas que permita a contemplação da paisagem/natureza.

Fonte: Turismo de Portugal e "Programa de Visitação e Comunicação na Rede Nacional de Áreas Protegidas" – ThinkTur



Turismo Náutico

Enquadramento

A motivação principal de um consumidor que procura o produto Turismo Náutico é desfrutar de uma viagem activa em contacto com a água, podendo realizar diversas actividades náuticas, tanto em lazer como em competição. Assim, neste âmbito pode distinguir-se dois mercados paralelos: a náutica de recreio e a náutica de competição. Contudo, apenas o primeiro mercado referido é considerado um mercado turístico. Por outro lado, o Turismo Náutico também inclui o Turismo de Recreio.

A náutica de recreio engloba toda uma variedade de desportos como a vela, windsurf, mergulho, surf, entre outras. Aqui, o objectivo é o entretenimento e lazer. Este mercado representa 85% do total das viagens de náutica, ficando os restantes 15% destinados à náutica de competição. Neste mercado tem-se verificado uma tendência de expansão, registando-se uma taxa de crescimento anual entre 8% e 10%.

Quanto ao Turismo de Recreio, observa-se que é um ramo do Turismo que se encontra, igualmente, em expansão. A procura mundial por este sub-produto tem vindo a aumentar, registando-se, em 2006, uma taxa de crescimento face a 2005 de 8,4%. Em Portugal verifica-se a mesma tendência. Em 2006, registou-se a entrada de 45 navios no Porto de Leixões, o que representou 20 629 passageiros.

Entre todos os desportos náuticos, a vela e o mergulho são as actividades mais procuradas. A Alemanha e a Escandinávia são os principais mercados emissores de Turismo Náutico na Europa e os países do Mediterrâneo são os que atraem mais consumidores e os que detêm melhores condições. E isso deve-se a factores muito valorizados pelo turista náutico como as condições climáticas e as riquezas naturais da costa do local de destino.

Fonte: Turismo de Portugal, 2007





Alguns Recursos/Atributos Diferenciadores da Região do Norte de Portugal no Domínio do Turismo Náutico

A Região do Norte tem um grande potencial que pode ser aproveitado para o desenvolvimento desta actividade, nomeadamente, atendendo aos seguinte recursos/atributos:

- > Costa atlântica de elevado valor paisagístico e natural;
- > 35 Praias com bandeira azul (dados de 2006 – Turismo de Portugal) e marinas;
- > Condições atmosféricas adequadas para a prática de alguns desportos náuticos (por ex., *surf* e vela);
- > Rio Douro – canal navegável (que regista cerca de 180 mil passageiros/ano);
- > Diversidade de Rios e albufeiras (para prática de desportos náuticos);
- > Existência de estruturas de apoio (de âmbito nacional) para a prática de desportos náuticos (Centro de Estágios Nacionais – Federação Portuguesa de Remo e Federação Portuguesa de Canoagem – com acolhimento de estágios internacionais e provas desportivas);
- > Projecto de construção de um Terminal de Cruzeiros no Porto de Leixões (investimento global estimado em mais de 40 milhões de Euros) que visa atrair ao Norte cruzeiros turísticos e dinamizar toda a actividade económica relacionada com o Mar assim como a área envolvente em que se insere.

Orientações para o Desenvolvimento do Produto Turístico Prioritário Turismo Náutico no Norte de Portugal

- > Aumentar a oferta de serviços complementares à actividade náutica;
- > Favorecer o investimento de empresas na área;
- > Incentivar a abertura de escolas e/ou associações que se dediquem a esta actividade;
- > Reforçar a qualidade das infra-estruturas relacionadas com o Turismo Náutico e a segurança dos espaços destinados a estes desportos através da criação de zonas específicas para a prática destas actividades;
- > Aumentar o número de marinas (devidamente enquadradas e dimensionadas ao seu local de implantação) na Região;
- > Promover e intensificar a cooperação com outras Regiões (por exemplo, Galiza) na dinamização do Turismo Náutico;
- > Desenvolver eventos com notoriedade e envolvimento de parceiros internacionais ligados ao turismo náutico;
- > Sinalizar de forma cuidada os espaços apropriados para a prática dos desportos náuticos.

Gastronomia & Vinhos – Enoturismo

Enquadramento

A motivação principal das viagens turísticas de Gastronomia e Vinhos – Enoturismo é a de usufruir de produtos típicos e aprofundar o conhecimento sobre o património gastronómico e enológico de uma dada região.

A procura primária de viagens internacionais de Gastronomia e Vinhos gerada na Europa é composta por 600 mil viagens de uma ou mais noites de duração. A procura secundária – viagens realizadas por outras motivações mas durante as quais os turistas também realizam actividades relacionadas com este produto – é estimada em cerca de 20 milhões de viagens.

Assim, pese embora os números da procura primária possam considerar-se relativamente limitados, a Gastronomia e Vinhos constituem uma boa oportunidade para diversificar a oferta de um destino e atrair os consumidores de ou-

tras tipologias de turismo, tais como as viagens culturais, de saúde e bem-estar ou de natureza.

Tem-se desenvolvido a cultura de *gourmet*, gerando um forte crescimento do sector de viagens de Gastronomia e Vinhos, prevendo-se a sua mais que duplicação num período de dez anos.

Os consumidores são cada vez mais exigentes, desejam conhecer aprofundadamente os diferentes produtos, e procuram não só conhecer mas também participar nos processos produtivos, nomeadamente no dos vinhos.

O sector encontra-se ainda muito dependente do consumo interno. A nível europeu, a França e a Holanda são os principais emissores de viagens de Gastronomia e Vinhos.

Fonte: Turismo de Portugal, 2007



Alguns Recursos/Atributos Diferenciadores da Região do Norte de Portugal no Domínio da Gastronomia e Vinhos – Enoturismo

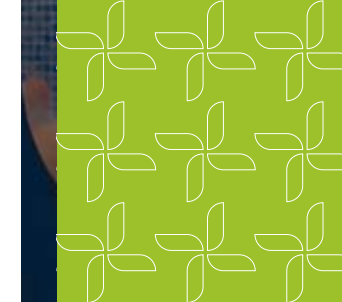
A Região do Norte é rica em atributos que constituem boas oportunidades para o desenvolvimento deste produto turístico, nomeadamente:

- > O Douro, a região demarcada regulamentada mais antiga do mundo (com as suas vindimas, Quintas e tradições associadas);
- > O Alto Douro Vinhateiro (Património Mundial – “Paisagem cultural evolutiva e viva”);
- > A rede de Aldeias Vinhateiras do Douro;
- > O Vinho do Porto (com a sua notoriedade internacional);
- > As Caves do Vinho do Porto;
- > Os Barcos Rabelos;
- > A Região Demarcada dos Vinhos Verdes e a Rota dos Vinhos Verdes;
- > Rota do Vinho do Porto;
- > Diversidade e qualidade da Gastronomia regional.

Orientações para o Desenvolvimento do Produto Turístico Prioritário Gastronomia e Vinhos – Enoturismo no Norte de Portugal

- > Potenciar e melhorar o funcionamento da Rota do Vinho do Porto e da Rota dos Vinhos Verdes;
- > Fomentar a criação de operadores especializados em Gastronomia e Vinhos (Enoturismo);
- > Reforçar a componente experiencial das Rotas enoturísticas da Região do Norte, nomeadamente, através da criação/desenvolvimento de *packages* temáticos, da estruturação de trilhos pedestres em vinhedos e da realização de eventos ligados à temática da vinha e do vinho;
- > Criação de equipamentos e serviços facilitadores na identificação/visitação dos principais atractivos enoturísticos, designadamente, no que respeita a sinalização e informação turística, quiosques multimédia, canais de comunicação ligados às TIC (internet);
- > Qualificar recursos humanos no domínio da gastronomia e vinhos (enoturismo);
- > Estimular o apoio ao aparecimento de Enotecas (*Wine bars*);
- > Promover a cooperação com outras regiões vitivinícolas;
- > Desenvolver esforços de Marketing e promoção no domínio do Enoturismo (incluindo, o desenvolvimento de material turístico-promocional específico – brochuras temáticas, mapas, etc.);

Fonte: Turismo de Portugal, IP



Turismo de Saúde e Bem-Estar

Enquadramento

De acordo com o PENT o Turismo de Saúde e Bem-Estar é definido como aquele produto turístico cuja motivação fruição se centra na “recuperação do bem-estar físico e psíquico e na realização de tratamentos em centros especializados”.

O Turismo de Saúde e Bem-Estar tem vindo a aumentar na Europa apresentando taxas prospectivas de crescimento na ordem dos 5% a 10% ao ano. Em Portugal, representa 1,9% das motivações dos turistas que nos visitam traduzindo-se numa quota, no mercado europeu, de 1,4%.

O Porto e Norte de Portugal é identificado como uma das áreas geográficas com grande potencial para o desenvolvimento sustentado deste produto considerando, nomeadamente, o elevado

número de estâncias termais existentes na região, sendo que as localizações termais correspondem, na sua quase totalidade, a regiões com elevados padrões de oferta de natureza e cultura/património, caracterizadas por níveis de segurança e conforto relevantes.

Existe ainda no Norte um importante potencial de crescimento a nível de SPA's, incluindo as de Talassoterapia.

As vantagens competitivas a consolidar relativamente ao Turismo de Saúde e Bem-Estar centram-se na qualidade técnica dos serviços/terapêuticas prestados e na unicidade/sofisticação do ambiente em que estes são oferecidos.

Fonte: Turismo de Portugal, 2007



Recursos/Atributos Diferenciadores da Região do Norte de Portugal no Domínio do Turismo de Saúde e Bem-Estar

O Norte de Portugal posiciona-se de forma privilegiada para o desenvolvimento do Turismo de Saúde e Bem-Estar. Trata-se da região do país com maior número de estâncias termais, registando, neste âmbito, vantagens comparativas e competitivas, designadamente no que respeita à qualidade e quantidade de recursos naturais (incluindo envolvente), à qualidade técnica dos serviços/terapêuticas prestados e à unicidade do ambiente em que estes são oferecidos (meios naturais de elevado valor paisagístico-natural). Por outro lado, a emergência de SPA's e da Talassoterapia contribuirão também para a afirmação do Turismo de Saúde e Bem-Estar na Região.

Orientações para o Desenvolvimento do Produto Turístico Prioritário Saúde e Bem-Estar no Norte de Portugal

- > Promover a requalificação dos equipamentos de saúde e bem-estar do Norte de Portugal, com especial enfoque sobre as Termas, de modo a aumentar e homogeneizar o seu grau de modernização e a valorizar as respectivas envolventes, criando condições para que, a médio prazo, o Norte se consolide como a *wellness destination*;
- > Qualificar e valorizar o recurso termal, requalificando infra-estruturas primárias (balneários e equipamentos), infra-estruturas complementares (alojamento, restauração e animação) e respectivas envolventes;
- > Promover a inovação, investigação e desenvolvimento em termalismo bem como a instituição de processos de certificação de recursos, métodos e equipamentos como forma de credibilizar a actividade termal enquanto produto saúde e bem-estar por excelência;
- > Promover o aumento da oferta a nível de SPA's e de Talassoterapia;
- > Promover a qualificação e formação dos recursos humanos (ao nível da especialização altamente qualificante em técnicas termais, de SPA's e de Talassoterapia e ao nível da qualificação em turismo);
- > Reposicionar e consolidar a marca Termas e a imagem de percepção do Termalismo do Norte, nos mercados interno e externo.



Turismo Histórico-Cultural (*Touring*)

Enquadramento

O Turismo Histórico-Cultural insere-se primordialmente em viagens de *Touring*, que pode ser genérico (ex: turismo cultural e paisagístico) ou temático (ex: rota do barroco). Pode situar-se no âmbito de uma procura primária (turismo histórico-cultural *per se*) ou secundária (complementarmente a outros produtos turísticos). Presentemente, apenas 6% dos

turistas estrangeiros que se deslocam a Portugal têm como motivação principal uma viagem de *touring*, pelo que há necessidade de incrementar esta fileira. Assim, como sugere o PENT, há que fomentar a diversidade concentrada de recursos atractivos a curtas distâncias, para desenvolver o turismo cultural.



Este produto turístico pode consistir em viagens em grupo (excursões) ou independentes (em veículo particular ou transportes públicos), viagens essas que podem ser organizadas em pacotes ou em alojamento e serviços avulsos, sendo que esta última categoria é maioritária no espaço europeu. Neste contexto, verifica-se uma crescente importância da internet como canal de informação, reserva e compra, não só de pacotes como também de viagens à medida.

Estimam-se em 86% as viagens de *touring* de europeus com duração de 4 ou mais noites; são viagens que se realizam em períodos de férias mais longos, percorrendo uma média de 200km/ dia.

Verifica-se uma grande diversidade de gastos associados a este tipo de turismo. É um turismo muito sensível a aspectos diversificados como sejam a existência de boas vias de comunicação com sinalização apropriada e a adequação de horários dos locais de visita.

Fonte: Turismo de Portugal, 2007



Alguns Recursos/Atributos Diferenciadores da Região do Norte de Portugal no Domínio do Turismo Histórico-Cultural (*Touring*)

O Norte é especialmente vocacionado para o incremento do Turismo Histórico-Cultural, dada a existência de, nomeadamente:

- > Diversidade de Cidades e Vilas históricas;
- > Vasto n.º de imóveis/ monumentos classificados de elevado valor histórico-patrimonial (cfr. mapa);
- > Eixo do Património Mundial (4 sítios classificados pela UNESCO);
- > Centro Histórico do Porto;
- > Centro Histórico de Guimarães;
- > Alto Douro Vinhateiro;
- > Parque Arqueológico do Côa;
- > Património religioso;
- > Gastronomia típica / produtos locais de qualidade;
- > Festas e romarias e diversidade de artesanato.



Orientações para o Desenvolvimento do Produto Turístico Prioritário Turismo Histórico-Cultural (*Touring*) no Norte de Portugal

- > Requalificação e valorização do património histórico-cultural (incluindo centros históricos);
- > Aproveitamento de imóveis de elevado valor histórico-patrimonial (sem utilização e/ou em degradação) para fins turísticos, nomeadamente, para alojamento, museus temáticos, animação, etc;
- > Estruturação e dinamização de Rotas temáticas e ou itinerários associados ao Património Histórico-cultural regional, potenciando, neste âmbito o produto histórico-cultural – *touring* (e, conseqüentemente, um acréscimo no valor de permanência média dos visitantes na Região). Sem prejuízo do desenvolvimento de outras Rotas de interesse turístico-cultural, destaca-se com especial relevância a dinamização das seguintes Rotas:
 - Rota do Património Mundial da Bacia do Douro;
 - Rota do Românico;
 - Rota dos Vinhos Verdes e Rota do Vinho do Porto;
 - Caminhos de Santiago, etc;
- > Reforço da cooperação com regiões vizinhas (Centro, Galiza e Castela e Leão) no sentido de potenciar circuitos histórico-culturais mais alargados, com maior escala e notoriedade;
- > Dinamizar e potenciar o evento Guimarães Capital Europeia da Cultura 2012;
- > Sinalização de estradas, rotas e locais de interesse;
- > Adequação dos horários de visitas de museus e monumentos;
- > Formação de recursos humanos, nomeadamente, no que respeita a guias turísticos;
- > Informação e promoção – internet e pontos de informação (por ex. quiosques multimédia) de apoio ao visitante.



Golfe

Enquadramento

O Golfe é actualmente identificado como um grande negócio a nível mundial, tendo-se registado entre 1995 e 2000 um aumento de 35 para 56 milhões de jogadores em todo o mundo. O crescente interesse registado nos últimos anos para a realização de viagens de Golfe é acompanhado pelo aumento da oferta de campos de elevado nível de qualidade.

As viagens de Golfe representam um mercado de 1 milhão de viagens internacionais por ano na Europa e estão a crescer a um ritmo de 7% ao ano, estimando-se uma duplicação do volume deste mercado em 10 anos. A motivação principal das viagens de Golfe é a de pra-

ticar este desporto em vários campos diferentes do habitual, em associação com outros produtos turísticos que vão desde o de sol e praia até ao turismo histórico-cultural, de natureza, de saúde e bem-estar e da gastronomia e vinhos. A procura secundária de Golfe, que corresponde aos turistas que viajam com outras motivações e que, ocasionalmente, praticam Golfe no destino é também importante. Este mercado corresponde, na Europa, a cerca de 1,2 milhões de viagens.

Os principais mercados emissores de Golf travel são o Reino Unido, a Alemanha e a Suécia.

Fonte: Turismo de Portugal, 2007



Alguns Recursos/Atributos Diferenciadores da Região do Norte de Portugal no Domínio do Golfe

Não tendo sido a Região do Norte de Portugal um destino de Golfe (sobretudo quando comparada com outras regiões – como sendo o Algarve), o golfe para o Norte de Portugal constitui, no entanto, um produto turístico importante enquanto potencial elemento complementar e valorizador da oferta turística regional e, simultaneamente, qualificador do perfil da procura.

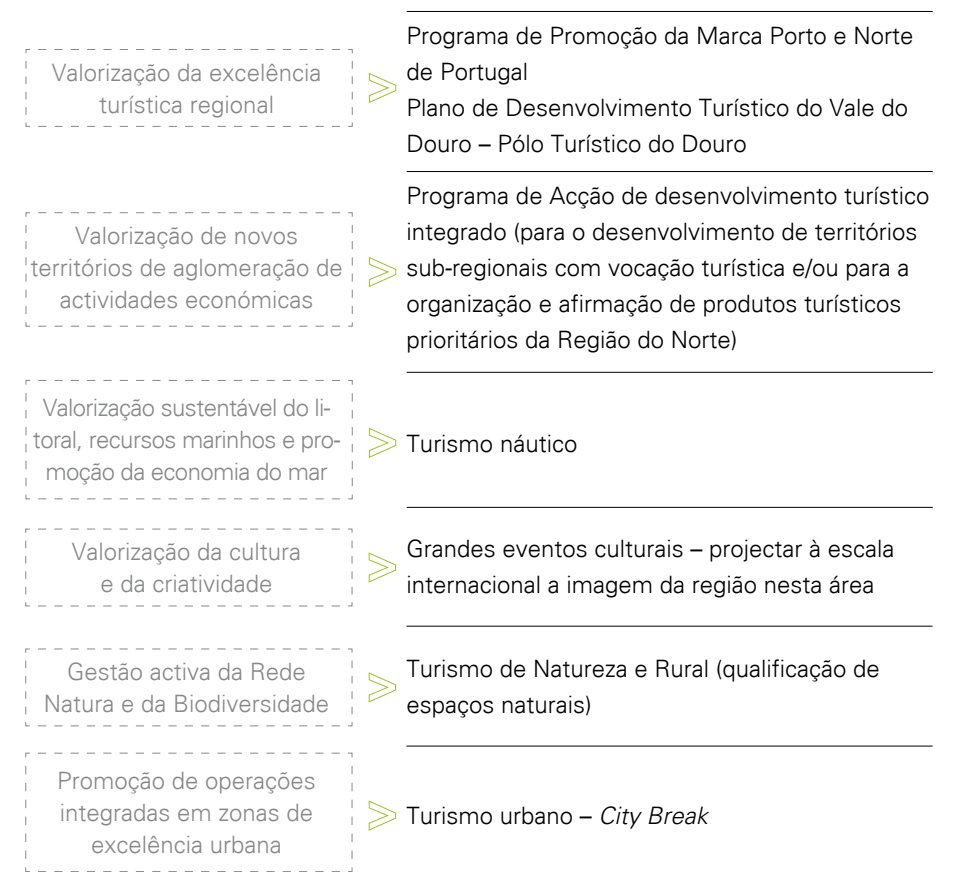
Tendo em consideração o facto de estarmos perante um mercado em franca expansão com emergência de novos investimentos (privados) na área do Golfe na Região (cerca de 20 potenciais /intenções de novos campos de golfe – em diferentes fases: construção, projecto, proposta ou intenção – o que, obviamente, não quer dizer que todos se concretizem), considera-se, pois, que esta dinâmica inerente à procura (mercado mundial) e a nova oferta de golfe em crescimento na Região constituem razões para que o produto turístico golfe (devidamente enquadrado e associado a outros produtos turísticos) seja também uma aposta de desenvolvimento turístico para a Região.

Orientações para o Desenvolvimento do Produto Turístico Prioritário Golfe no Norte de Portugal

- > O desenvolvimento de novos campos de golfe na região do Norte de Portugal deverá assentar em elevados padrões de qualidade e de sustentabilidade ambiental (e integração paisagística), aos quais deverá estar associado uma oferta de alojamento turístico de categoria superior;
- > O destino Porto e Norte de Portugal deverá, pois, apostar no produto Golfe e Prestígio, numa exigência de qualidade dos campos de golfe da região, bem como, na conjugação do Golfe com outros produtos turísticos, nomeadamente, o turismo histórico-cultural, de natureza e de saúde e bem-estar;
- > A promoção da qualidade dos serviços relacionados com o Golfe deverá também passar pela existência de recursos humanos qualificados na área.

Tendo em vista, por um lado, a **afirmação turística da região do Douro** (enquanto pólo turístico prioritário identificado no PENT) e, por outro, o desenvolvimento de **outras áreas com vocação turística** na Região do Norte e/ou o **lançamento/consolidação de produtos turísticos prioritários para a Região (anteriormente identificados)**, o Programa Operacional Regional do Norte 2007-2013 contempla objectivos específicos e tipologias de acções para o Douro (e para outros territórios da Região Norte que evidenciem vocação turística) e para o desenvolvimento dos produtos turísticos prioritários a potenciar (cfr. figura seguinte).

FIGURA 5 Objectivos específicos e tipologias de acções do PO Norte 2007-2013 com maior incidência no Turismo



A Agenda Regional de Turismo – que define a Política e a Estratégia Regional de Turismo – e o PROT-N (enquanto instrumento estratégico de desenvolvimento territorial) encontram-se, deste modo, na área do Turismo, compatibilizados com o principal instrumento de financiamento comunitário da Região do Norte para o próximo período de programação 2007-2013 (ON.2 – Programa Operacional Regional do Norte) e enquadrado, em termos gerais, com as orientações definidas no Plano Estratégico Nacional de Turismo.

Pretende-se, pois, no que aos recursos e produtos turísticos da Região diz respeito, que as respectivas medidas e projectos de desenvolvimento da Agenda Regional de Turismo (e do PROT-Norte) estejam devidamente enquadrados e compatibilizados com os principais instrumentos de desenvolvimento, tendo em vista a promoção de uma maior eficácia e eficiência das políticas públicas com incidência no Turismo e, simultaneamente, uma maior coerência e sustentabilidade no desenvolvimento turístico da Região do Norte.

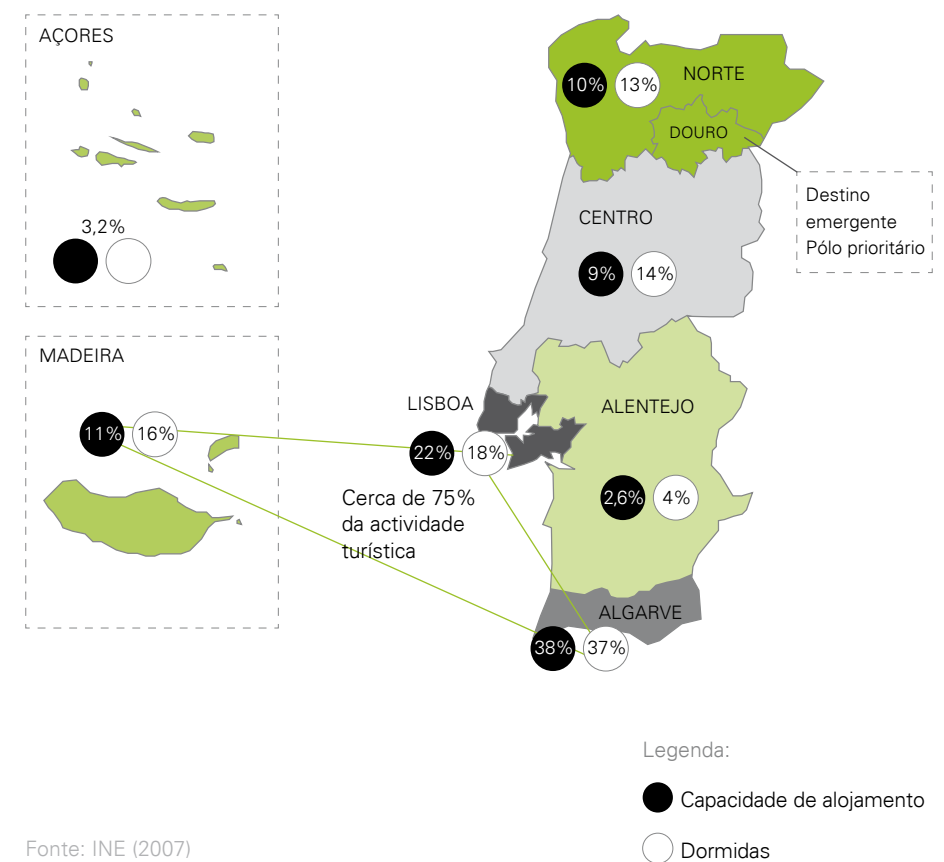


1.2 Oferta de Alojamento Turístico

1.2.1 Estabelecimentos Hoteleiros

Pese embora o potencial turístico que a Região do Norte detém, esta Região, no quadro do Turismo nacional, ainda não apresenta um nível de desenvolvimento turístico muito expressivo. Pois, actualmente a actividade turística portuguesa assenta, fundamentalmente, em três regiões, designadamente, Algarve, Lisboa e Vale do Tejo e Madeira, que concentram cerca de 75% da actividade turística nacional.

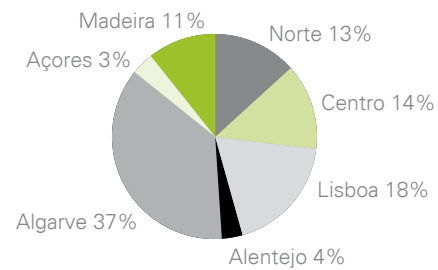
FIGURA 6 Distribuição da capacidade de alojamento e dormidas por NUTS II em 2006 (estab. hoteleiros)



Fonte: INE (2007)

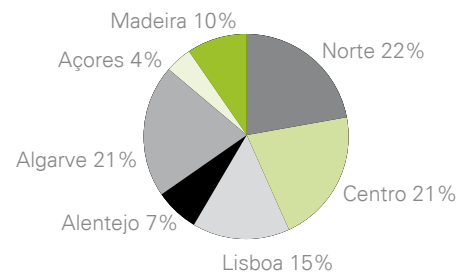
No mapa anterior evidenciam-se algumas diferenças (assinaláveis) entre as diversas regiões, no que aos seus níveis de desenvolvimento turístico diz respeito, quer em termos de capacidade de alojamento, quer em termos de dormidas em estabelecimentos hoteleiros. Sintetizando, no quadro da actividade deste sector em Portugal, a Região do Norte detinha, em 2006, 22% do número de estabelecimentos hoteleiros, correspondendo a 13% de capacidade de alojamento (em camas), posicionando-se, respectivamente, como a 2ª e 4ª região turística neste âmbito (cfr. gráficos seguintes).

GRÁFICO 1 Capacidade de alojamento (em camas) nos estabelecimentos hoteleiros por NUTS II (2006)



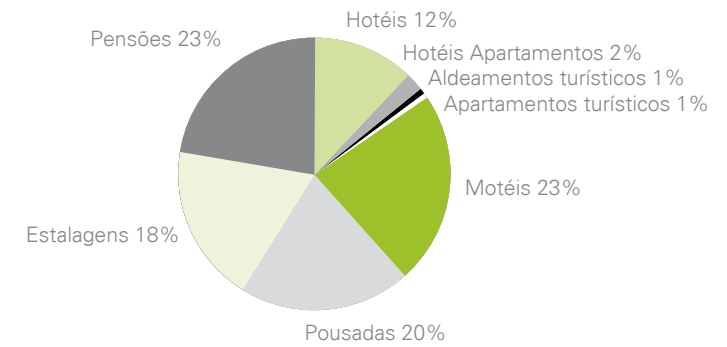
Fonte: INE (2007)

GRÁFICO 2 Distribuição do número de estabelecimentos hoteleiros por NUTS II (2006)



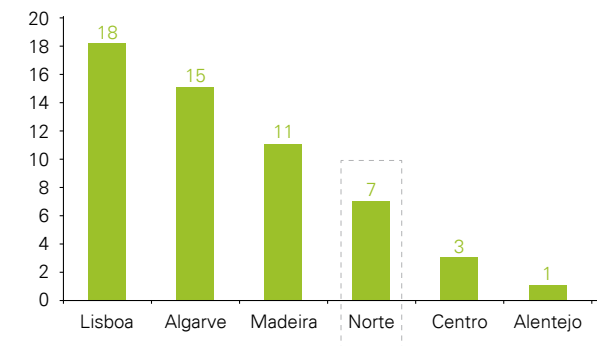
Estes números revelam a disparidade que se verifica ao nível da capacidade de alojamento de cada região, e por conseguinte, no nível de receitas turísticas que cada região gera. Para além da capacidade de alojamento constituir um bom indicador para o nível de desenvolvimento turístico de uma região, também o tipo de oferta (ex. Hotéis de categoria superior) define o tipo de cliente.

GRÁFICO 3 Distribuição da capacidade por categoria/tipo de alojamento na Região Norte (2006)



Fonte: INE (2007)

GRÁFICO 4 Número de hotéis de 5 estrelas por NUTS II



Fonte: PENT (2006)

Portanto, a Região Norte, para além de apresentar uma capacidade de alojamento ainda pouco significativa (no quadro do turismo nacional), regista, ainda, estabelecimentos de alojamento de categoria superior abaixo do desejável. Relativamente a hotéis de 5 estrelas detidos/geridos (marca internacional) por cadeias internacionais, verifica-se que a Região do Norte dispõe (em 2006) de apenas 7 unidades hoteleiras de 5 estrelas (situando-se, neste âmbito, em 4º lugar a nível nacional), as quais se situam, em grande parte, na área metropolitana do Porto. (cfr. gráficos anteriores). Tal facto tem implicações no tipo de visitante que procura a Re-

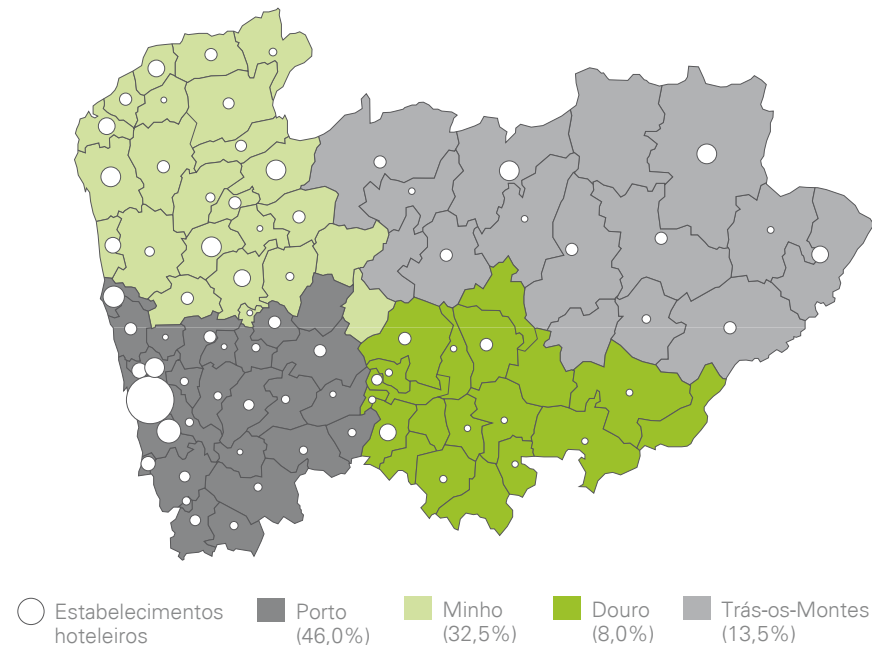
gião Norte, nomeadamente, no poder de compra do turista e consequentemente na receita média do mesmo (cuja receita turística da Região é abaixo da média nacional). **A Região carece, assim, de uma oferta de alojamento mais qualificada e distribuída pela Região, nomeadamente, em regiões com potencial turístico.**

1.2.2 Territorialização da Oferta de Alojamento na Região (Estabelecimentos Hoteleiros)

Procedendo a uma territorialização da oferta de alojamento na Região do Norte, assente nas sub-áreas turístico-promocionais, verifica-se que é na sub-área turístico promocional do Porto que se concentra mais de 46% da oferta de estabelecimentos hoteleiros, sendo a distribuição a seguinte: Porto – 46%; Minho – 32,5%; Douro – 8% e Trás-os-Montes – 13,5%.

O mapa seguinte evidencia essa mesma distribuição do número de estabelecimentos hoteleiros por sub-áreas turístico-promocionais.

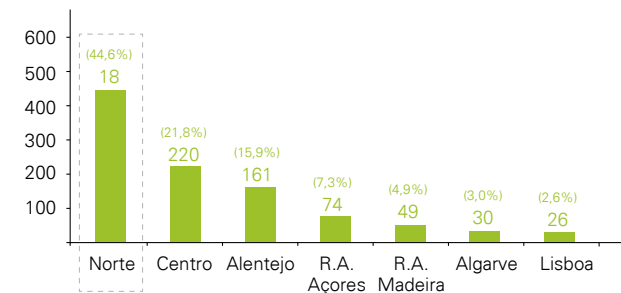
FIGURA 7 Distribuição espacial dos estabelecimentos hoteleiros na Região Norte, por sub-áreas turístico-promocionais (2006)



1.2.3 O Turismo em Espaço Rural (TER)

No que à oferta de alojamento em Turismo em Espaço Rural (TER) diz respeito, a Região Norte é, de forma destacada, a Região que apresenta a maior oferta no país. De acordo com os dados do INE (2007), a Região do Norte representa cerca de 44% do total nacional, o que corresponde a 461 estabelecimentos.¹

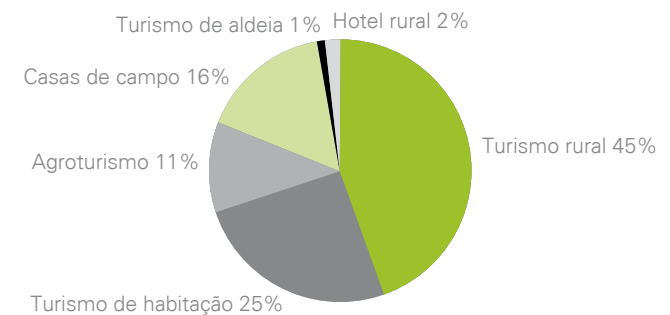
GRÁFICO 5 Número de estabelecimentos TER por NUTS II (2006)



Fonte: INE (2007)

Procedendo a uma análise da tipologia de oferta no domínio do TER, verifica-se que as tipologias de alojamento “Turismo em Espaço Rural” (45%) e “Turismo de Habitação” (25%) são as que apresentam maior representatividade neste domínio.

GRÁFICO 6 Tipologia da oferta TER na Região Norte (2006)

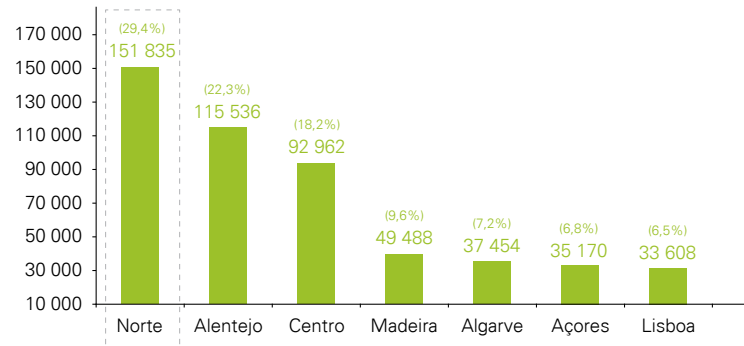


Fonte: INE (2007)

¹ De acordo com a Direcção Regional Economia do Norte, em 2007, registam-se já 544 unidades de TER na Região do Norte (os dados do INE, respeitantes a 2006, registam 450 unidades).

No que à procura diz respeito no domínio do TER, a Região do Norte apresenta cerca de 152 mil dormidas, correspondendo, aproximadamente, a 30% do total de dormidas nacionais no TER.

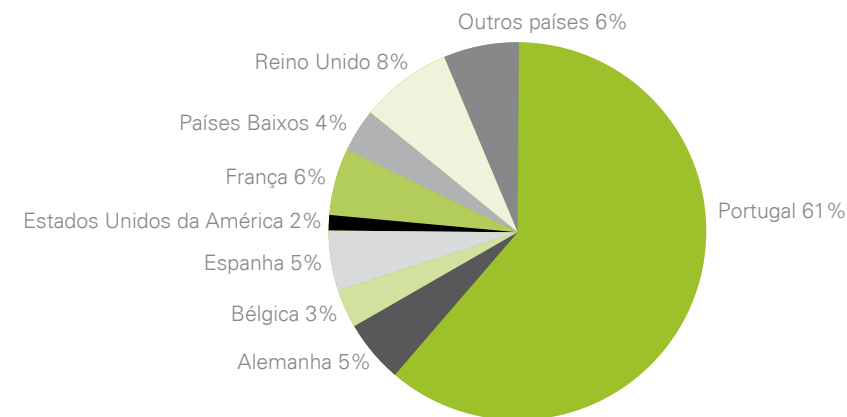
GRÁFICO 7 Número de dormidas em TER por NUTS II (2006)



Fonte: INE (2007)

Analisando o n.º de dormidas por país de residência no TER, constata-se que o mercado nacional regista mais de 60% das dormidas nesta tipologia de alojamento na Região. Os principais mercados internacionais são o Reino Unido (8%), França (6%), Alemanha (5%) e Espanha (5%). (cfr. gráfico seguinte).

Gráfico 8 Dormidas em TER na Região Norte por país de Residência (2006)



Fonte: INE (2007)

Face ao exposto, o Turismo em Espaço Rural é, indiscutivelmente, uma área em que a Região Norte em geral e o Minho em particular (pela sua significativa oferta), poderá colher “frutos” e contribuir de forma significativa para um desenvolvimento turístico sustentável, assente em padrões de qualidade e autenticidade. Acresce, ainda, que este tipo de oferta de alojamento, não só contribui para a diversificação do produto turístico, mas também para a combinação de vários elementos turísticos, designadamente ao nível das rotas e circuitos temáticos que a região proporciona.

No âmbito do PENT, o Turismo de Natureza é considerado um produto turístico prioritário a desenvolver, designadamente, na Região do Norte. Na verdade, mais de 40% do território da Região está coberto por um estatuto de protecção da natureza e dos seus recursos (11% como áreas protegidas, cerca de 33% como REN e, aproximadamente, 18% de Rede Natura), pelo que, o Turismo de Natureza (incluindo, naturalmente, a dimensão do alojamento de Turismo em Espaço «Rural» pode (e deve) assumir um papel importante no desenvolvimento da Região.

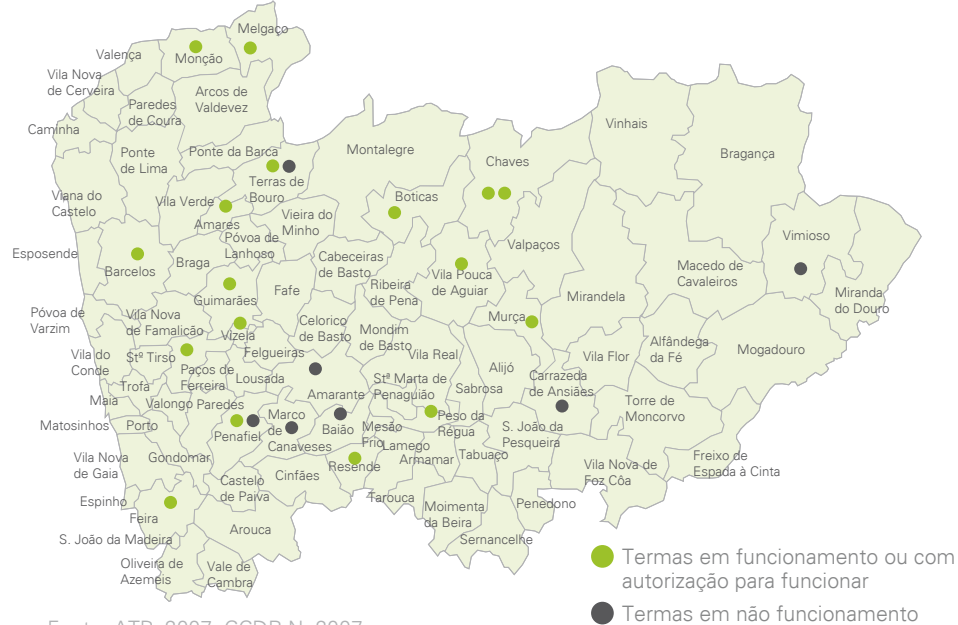


1.3 Oferta Termal

Por último e ainda do lado da oferta turística, importa destacar o potencial que a Região do Norte dispõe no domínio do Termalismo. De facto, é na Região do Norte que se situa o maior número de estâncias termais do País (cfr. figura).

De acordo com a Direcção Geral de Energia e Geologia (DGEG) existem, actualmente, 24 concessões para exploração de águas minerais naturais que desenvolvem a actividade termal, no Norte de Portugal. Segundo a Direcção Geral de Saúde (DGS), dessas 24, 18 correspondem a termas em funcionamento ou com autorização para funcionar.²

MAPA 2 Termas na Região do Norte



Fonte: ATP, 2007; CCDR-N, 2007

Sem prejuízo das valências e potencialidades das diversas termas existentes na Região, importa, neste âmbito, destacar também o recente Projecto “Aquanatur – Unicer Turismo – Parques de Vidago & Pedras Salgadas”, classificado como PIN (Projecto de Interesse Nacional) que irá contribuir, significativamente, para o desenvolvimento do turismo de saúde e de natureza da Região e, paralelamente, para um “up-grade” da oferta do alojamento regional, assente em padrões de qualidade e sustentabilidade.

² Em 2007, a DGS lista 36 termas em funcionamento ou com autorização para funcionar pelo que mais de metade se situam na Região do Norte.

1.4 Oferta de Formação em Turismo e Hotelaria

A oferta escolar afecta ao Turismo de Portugal (anteriormente INFTUR) na área da Hotelaria/Restauração/Turismo na Região Norte está distribuída uniformemente no território, com Escolas localizadas em Lamego, Mirandela, Santa Maria da Feira, Viana do Castelo e Porto.

Esta distribuição permite e potencia uma captação alargada de estudantes para a Formação Inicial, apesar de algumas deficiências detectadas localmente, recorrendo-se por isso a alunos oriundos de outras sub-regiões da região Norte. Refira-se ainda, que apesar desta amplitude territorial, todas as Escolas acolhem alunos oriundos de outras regiões do país, que não a Região do Norte.

Por outro lado, esta cobertura permite oferecer aos profissionais do sector um conjunto de formações que suprem as suas necessidades e lhes permitem fazer face às actuais exigências de mercado.

É no entanto necessário, dir-se-á mesmo, indispensável promover e fomentar uma mudança de atitude junto de algumas franjas deste público, no sentido de se incrementar a sua motivação e estimular a sua participação nas acções ministradas. Destaque para o baixo nível de participação nas acções de formação de empresários e profissionais dos escalões etários mais avançados.

O parque escolar da região é constituído por edifícios e estruturas de diferentes tipologias, coexistindo estruturas adaptadas com instalações construídas de raiz, passando por unidades hoteleiras reconvertidas. Nesta realidade, torna-se prioritário assegurar uma gestão rigorosa das instalações e equipamentos, de forma a garantir que os seus custos não sejam factor de desequilíbrio.

Registe-se no entanto que de entre este universo, três das Escolas foram inauguradas nos três últimos anos:

- > Mirandela em 2005;
- > Lamego em 2006 – Iniciou actividade em 2000 em instalações provisórias;
- > Viana do Castelo em 2007.

As restantes, Porto e Santa Maria da Feira, foram inauguradas em 1969 e 1990, respectivamente, estando previsto para breve a sua deslocalização para novas instalações em estruturas adaptadas (Porto – Esc. Sec. Soares dos Reis) ou criadas de raiz (Santa Maria da Feira).

Quanto à Oferta Formativa e de outros serviços, as Escolas de Hotelaria e Turismo da Região Norte (integradas no Turismo de Portugal I.P.), de acordo com as suas estruturas Humanas e Físicas, oferecem formação de diferentes tipologias, para além de serviços de consultoria, auditoria e apoio à gestão e também prestação de serviços de cariz hoteleiro como refeições, out-side catering e aluguer de espaços para a realização de eventos. Seguidamente, apresenta-se a tipologia de formação desenvolvida pelas Escolas de Hotelaria e Turismo do Norte de Portugal (integradas na Rede de Escolas do Turismo de Portugal I.P.):

A- Formação Inicial

JOVENS COM O 9º ANO DE ESCOLARIDADE

Cursos com dupla certificação – Qualificação Inicial e Escolar – Cursos com a duração de três anos lectivos que permitem aceder ao exercício de profissões altamente qualificadas e, ao mesmo tempo, prosseguir estudos ao nível do ensino secundário.

- > Cozinha
- > Restaurante/Bar
- > Alojamento Hoteleiro
- > Turismo

JOVENS COM O 12º ANO DE ESCOLARIDADE

Oferta de formação de nível III e nível IV – Destinada aos jovens habilitados com o 12.º ano de escolaridade.

Qualificação Inicial

Cursos com a duração de um ano lectivo, que permitem aceder ao exercício de profissões altamente qualificadas:

- > Cozinha/Pastelaria
- > Restaurante/Bar

Formação em Alternância

Curso destinado a jovens habilitados com o 12.º ano de escolaridade, com a duração de 15 meses, que permitem aceder a uma especialização profissional.

- > Restaurante/Bar

Itinerário de formação para a gestão

Itinerários com a duração de dois anos lectivos que permitem aceder ao exercício de funções de chefia

- > Gestão Hoteleira
- > Gestão Turística

Especialização Tecnológica

Cursos destinados a jovens habilitados com o 12.º ano de escolaridade e uma formação inicial de nível III, com a duração de um ano lectivo, que permitem aceder a uma especialização profissional.

- > Pastelaria Avançada

B- Formação Contínua

A formação contínua visa qualificar e requalificar os profissionais do sector do Turismo, de forma a favorecer a promoção socioprofissional dos indivíduos e, por esta via, melhorar a qualidade dos serviços prestados pelas empresas turísticas.

Hotelaria – Oferta formativa na área da Hotelaria

- > Graduação em Direcção Hoteleira
- > Chefia de Andares, e de Recepção
- > Andares
- > Recepção de 1ª e de 2ª

Restauração – Oferta formativa na área da Restauração

- > Direcção Técnica em Restauração
- > Chefia de Cozinha, de Pastelaria, de Mesa, de Bar
- > Escanção
- > Cozinha de 1ª, 2ª e 3ª

- > Pastelaria de 1ª e de 2ª
- > Mesa de 1ª e de 2ª
- > Bar de 1ª e de 2ª

Idiomas – Oferta formativa na área dos Idiomas

- > Alemão, Inglês, Francês, Castelhana: Básico, Médio e Avançado
- > Português para estrangeiros

Turismo – Oferta formativa na área do Turismo

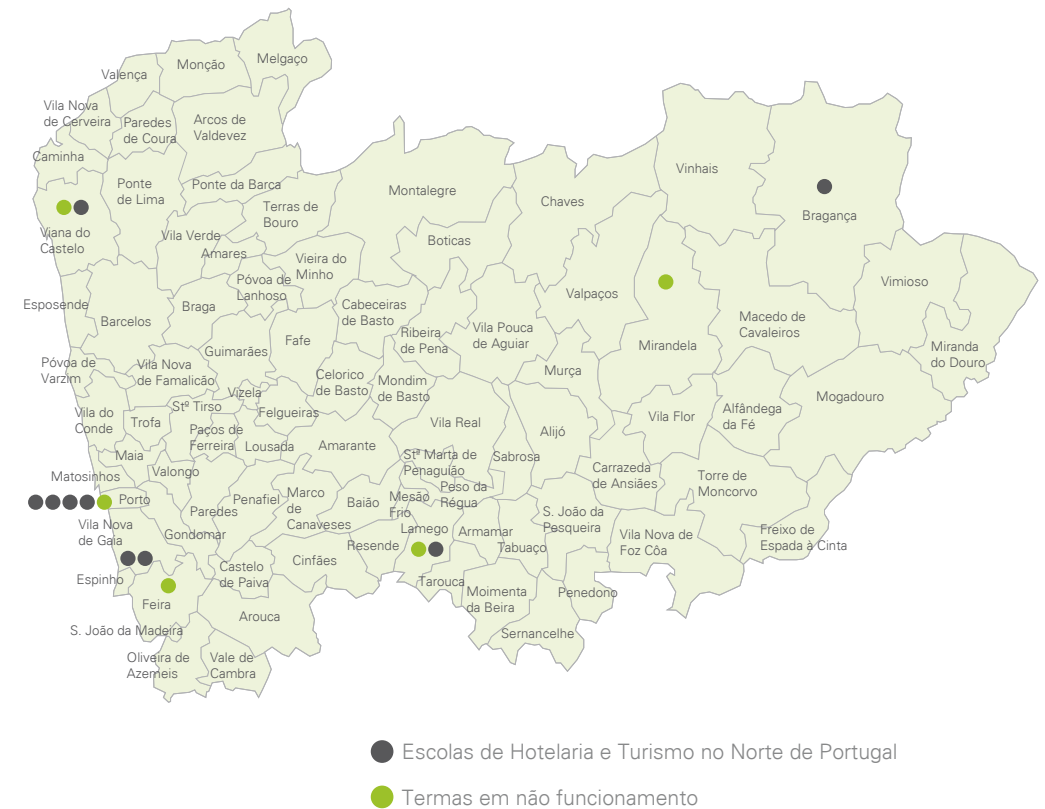
- > Banca de Casinos
- > Animação Turística
- > Motorista de Turismo
- > Termalismo e SPA's Termais
- > Organização de Eventos Turísticos

Quanto às actividades ligadas à Certificação Profissional, esta revela-se uma área ainda em fase de implementação e com uma procura crescente, porém limitada no número de processos realizados. A implementação e estabilização da política Nacional de Reconhecimento, Certificação e Validação de Conhecimentos (Novas Oportunidades) perspectivam, no futuro próximo, a disseminação das equipas existentes, bem como de outras a criar, por toda a Região, no sentido de se responder proactivamente às exigências e necessidades evidenciadas pelo mercado.



Para além da oferta da Rede de Escolas de Hotelaria e Turismo (enquadradas no Turismo de Portugal I.P.) existem, ainda, outras entidades na Região que promovem formação técnico-profissional na área do Turismo (por ex., Escolas Profissionais), bem como instituições que desenvolvem formação superior no domínio do Turismo e Hotelaria. O mapa seguinte identifica a Rede de Escolas de Hotelaria e Turismo (do Turismo de Portugal) na Região do Norte e instituições que promovem formação superior na área do Turismo.

MAPA 3 Oferta Formativa em Turismo e Hotelaria na Região do Norte



Fonte: Turismo de Portugal, 2007; CCDR-N, 2007

Sem prejuízo da oferta de formação em Turismo e Hotelaria existente na Região, a evidência empírica (atestada, nomeadamente, por auscultação a actores privados que operam no sistema turismo regional – por ex. hoteleiros – e a agentes públicos - incluindo estruturas de formação) revela-nos que a Região carece, ainda, de um esforço em matéria de formação em Turismo e Hotelaria, pelo que, a qualificação e a formação de recursos humanos nesta área é, também, uma prioridade estratégica regional e decisiva para a promoção de um turismo de qualidade na Região.

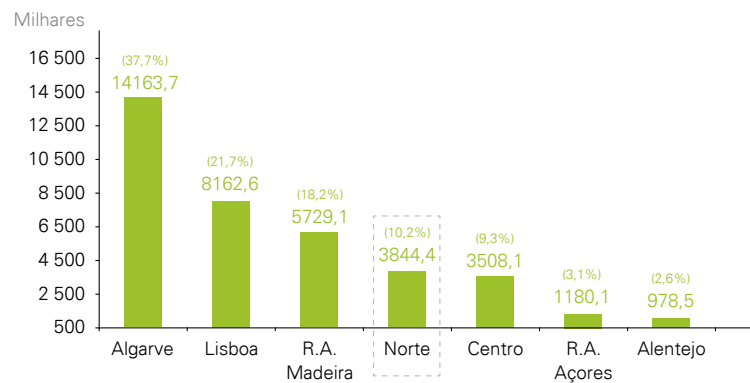
2. Procura Turística

No que diz respeito à procura (dispersão de fluxos turísticos/ dormidas), o cenário segue a mesma lógica da oferta, em que, conforme já foi referido, as regiões do Algarve, de Lisboa e da Madeira representam mais de 75% das dormidas nacionais na hotelaria global.

2.1 Número de Dormidas

Conforme nos demonstra o gráfico seguinte, o Algarve é responsável por cerca de 38% das dormidas totais na hotelaria global, seguindo-se a Região de Lisboa e da Madeira com 21,7% e 15,3%, respectivamente. A Região do Norte ocupa o 4º lugar nas dormidas da hotelaria global com uma quota de, aproximadamente, 10%.

GRÁFICO 9 Dormidas em estabelecimentos hoteleiros (2006)

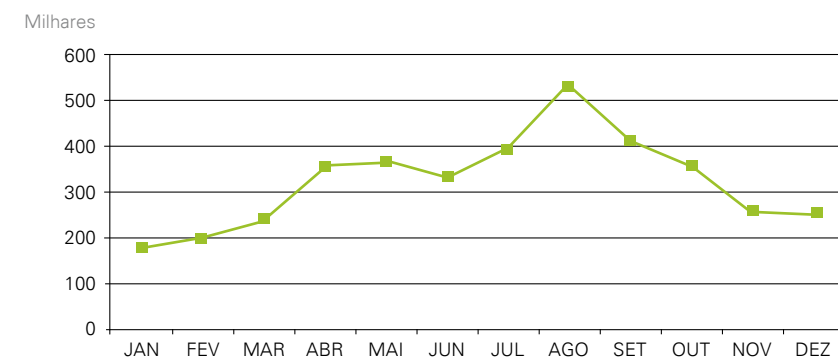


Fonte: INE (2007)



Uma análise à sazonalidade da actividade turística da Região, isto é, observando a evolução mensal do número de dormidas, constata-se que é no mês de Agosto que se regista o maior número de dormidas na Região Norte e é em Janeiro que se regista o menor (cfr. gráfico seguinte).

GRÁFICO 10 Número de dormidas segundo o mês na Região Norte (2006)

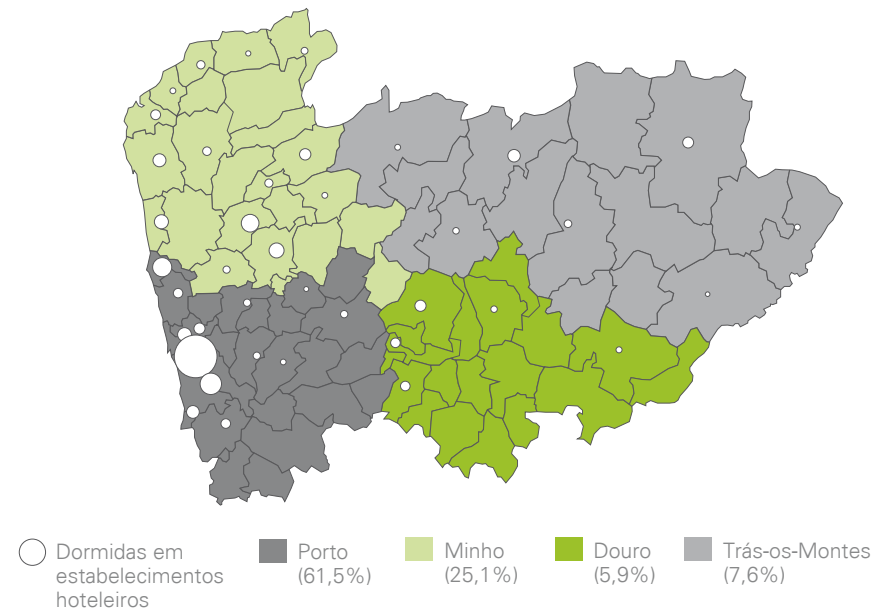


Fonte: INE (2007)

2.2 Territorialização da Procura Turística

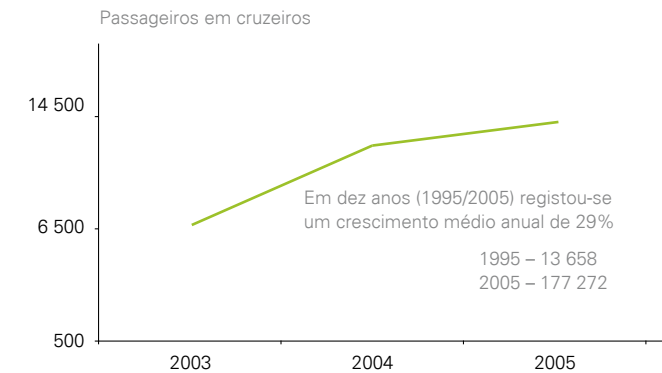
Procedendo a uma espacialização da procura turística, mais concretamente, das dormidas em estabelecimentos hoteleiros, por sub-áreas turístico-promocionais, verifica-se que (à semelhança do que acontece na oferta de estabelecimentos hoteleiros) é na sub-área turístico promocional do Porto que se concentra mais de 60% das dormidas em estabelecimentos hoteleiros. A Região do Minho, Douro e Trás-os-Montes, representam 25,1%, 5,9% e 7,6%, respectivamente (cfr. figura seguinte).

FIGURA 9 Distribuição espacial das dormidas em estabelecimentos hoteleiros na Região Norte, por sub-áreas turístico-promocionais (2006)



Conforme nos demonstra a figura anterior, a Região do Douro é, ainda, a região que regista menor n.º de dormidas em estabelecimentos hoteleiros na Região do Norte. Não obstante, a região do Douro encontra-se, neste momento, a ser objecto de diversos investimentos (públicos e privados) que, de alguma forma, irão potenciar o desenvolvimento turístico desta Região. Por outro lado, existem vários indicadores que evidenciam a crescente procura que se tem verificado pela Região do Douro ao longo dos últimos dez anos, designadamente, a taxa de crescimento médio anual em dormidas (que é superior à média regional e nacional) e o número de passageiros em cruzeiros no Douro (que nos últimos dez anos tem crescido a uma taxa média anual de 29%).

GRÁFICO 12 Passageiros em cruzeiros de turismo e recreação no Rio Douro



Fonte: IPTM, 2007



Por último, vale a pena salientar que, no período 2003-2006, a Região do Norte registou uma taxa de **crescimento médio anual de dormidas** em estabelecimentos hoteleiros de **7%**. No período 2005-2006, o **crescimento de dormidas em estabelecimentos hoteleiros chegou mesmo a atingir os 11,8%** (INE, 2007).

Taxa de Crescimento Médio Anual em Dormidas

1995-2005 > 3,8% (2,5% Portugal)
 2003-2006 > 7% (3,5% Portugal)
 2005-2006 > 11,8% (5,8% Portugal)

Receitas Turísticas (Proveitos)

2003-2006 > 6,9% (5,6% Portugal)
 2005-2006 > 11,4% (9,4% Portugal)



Fonte: INE (2007)

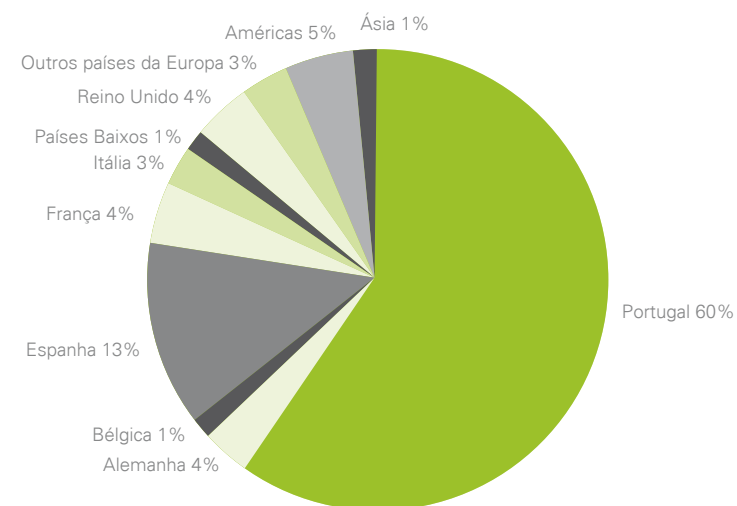
Por fim, destaca-se, ainda, o crescimento das **receitas turísticas**, designadamente, no que respeita aos proveitos totais em estabelecimentos hoteleiros que, **entre 2003 e 2006, registaram um crescimento médio anual de 6,9%**. No último ano (2007), os proveitos totais em estabelecimentos hoteleiros (face a 2006), assinalaram um **crescimento de 11,4%** (INE, 2008).

Face ao exposto, constata-se que a **Região do Norte tem vindo a registar nos últimos anos uma dinâmica muito positiva na área do Turismo**, nomeadamente, no que respeita a dormidas e receitas turísticas em estabelecimentos hoteleiros.

2.3 Principais Mercados da Região do Norte

No que respeita aos principais mercados turísticos da Região do Norte, verifica-se, de alguma forma, uma dependência da Região face ao mercado nacional. Conforme evidencia o gráfico seguinte, o mercado nacional representa 60% das dormidas na hotelaria global. Os principais mercados internacionais são Espanha (13%), Reino Unido (4%) e França (4%). Importa, neste âmbito, sem prejuízo de se aumentar e consolidar o mercado interno, que a Região consiga internacionalizar-se, isto é, aumentar os fluxos turísticos de mercados externos.

GRÁFICO 13 Principais mercados – dormidas em estabelecimentos hoteleiros na Região do Norte por nacionalidades (2006)



Fonte: INE (2007)

2.4 Estada média e taxas de ocupação

No que concerne a estadas médias e taxas de ocupação em estabelecimentos hoteleiros, constata-se que esta Região detém uma estada média (1.8 noites) e uma taxa de ocupação em estabelecimentos hoteleiros (30,1%), abaixo dos valores médios nacionais – que são de 3.1 noites de estada média e de 40,8% em termos de taxa de ocupação (INE, 2007). Verifica-se, pois, alguma incapacidade da Região em “fixar” e/ou promover estadas médias mais prolongadas.

GRÁFICO 14 Estada média em estabelecimentos hoteleiros (2006)

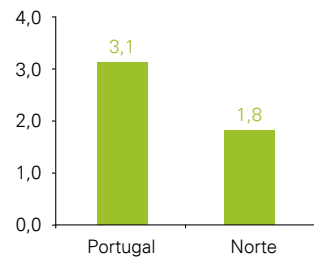
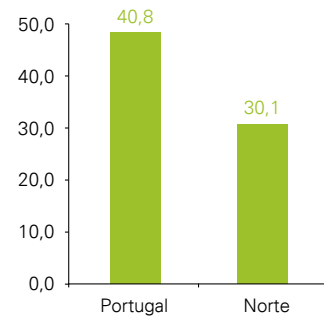


GRÁFICO 15 Taxa de ocupação-cama (bruta) em estabelecimentos hoteleiros



Fonte: INE (2007)

Embora, no quadro do turismo nacional, o “peso” da Região do Norte ainda não seja muito expressivo, importa, no entanto, salientar que nos últimos dez anos (1995-2006) a taxa de crescimento médio anual de dormidas em estabelecimentos hoteleiros na Região do Norte foi superior à média nacional.

Por último, importa também destacar a relevância do aeroporto Francisco Sá Carneiro para o desenvolvimento turístico da Região do Norte.

2.5 Procura Actual e Potencial do Aeroporto Francisco Sá Carneiro

O Aeroporto Francisco Sá Carneiro é, no quadro do norte da Península Ibérica, o que possui maior relevância, designadamente, em termos de volume de tráfego (4 milhões de passageiros em 2007), de *catchment area* (5.38 milhões de pessoas) e de ligação a destinos internacionais (Mercer, 2006; ANA 2007). De salientar, ainda, que o Aeroporto Francisco Sá Carneiro, no âmbito do seu plano de expansão, foi objecto de diversas intervenções, conferindo-lhe, neste momento, uma capacidade de acolhimento para 6 milhões passageiros/ano.

À semelhança do crescimento da procura turística da Região do Norte verificada nos últimos anos (traduzida, nomeadamente, nos indicadores de dormidas e receitas em estabelecimentos hoteleiros), o Aeroporto Francisco Sá Carneiro tem vindo a registar, também, uma dinâmica muito positiva. Pois, entre 2005 e 2006 verificou-se um crescimento de 10% no número de passageiros e, já em 2007, registou-se um crescimento de 17,1% face a 2006.

Por outro lado, vale a pena ainda destacar o facto deste aeroporto registar um crescimento no n.º de companhias aéreas (em 2003 – 7 companhias; em 2007 – 14 companhias) e no n.º de rotas (em 2003 – 23 rotas; em 2007 – 56 rotas).



3. Síntese de Diagnóstico – Factos e Números

- > A Região do Norte dispõe de 22% do total de n.º de estabelecimentos hoteleiros no País, correspondendo a **13% da capacidade de alojamento** (em camas) do total nacional;
- > No domínio da **oferta** de Turismo em Espaço Rural (TER), a Região do Norte representa cerca de **44%** do total da oferta nacional neste domínio;
- > No quadro da actividade turística nacional a Região do Norte regista, apenas, **10% das dormidas** em estabelecimentos hoteleiros em Portugal (das quais 61% são de nacionais e 39% são de estrangeiros);
- > A Região do Norte apresenta uma **taxa de ocupação (30%)** e uma **permanência média (1.8 nts)** em estabelecimentos hoteleiros **inferior ao registado em termos nacionais** (tx. ocupação média nacional 40,8%; permanência média 3,0 nts);
- > A Região do Norte, no período de 1995-2005, apresenta uma **taxa de crescimento médio anual de dormidas em estabelecimentos hoteleiros (3,8%) superior à da média nacional (2,5%)**;
- > No período 2003-2006, a região do Norte regista uma taxa de crescimento médio anual de dormidas em estabelecimentos hoteleiros de 7% (sendo superior à média nacional). Em 2006, o crescimento de dormidas em estabelecimentos hoteleiros (face a 2005) foi de **11,8%**;
- > No âmbito da Região do Norte, a **sub-área** turístico-promocional do “Porto” é a que apresenta maior n.º de estabelecimentos hoteleiros (46%) e maior n.º de dormidas em estabelecimentos hoteleiros (61,5%)

FIGURA 10 A actividade turística na Região do Norte no contexto nacional (em 2006)

Indicadores (2006)	Norte		Portugal	
	VALORES ABSOLUTOS	% (no total nacional)	VALORES ABSOLUTOS	%
N.º DE ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS	452	22,3%	2.012	100
CAPACIDADE DE ALOJAMENTO (CAMAS)	35.504	13,4%	263.814	100%
N.º DE UNIDADES TER	450	44,6%	1053	100%
N.º DE DORMIDAS (ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS)	3.844.400 (100%) > Nacionais 2.292.400 (60%) > Estrangeiros 1.552.000 (40%)	10%	37.556.500	100%
TAXA OCUPAÇÃO MÉDIA		30,1%		40,8%
TAXA DE CRESCIMENTO ANUAL DORMIDAS EM EST. HOTELEIROS (1995-2006)		3,8%		2,5%
ESTADA MÉDIA (NOITES)		1,8 (nts)		3,1 (nts)

Fonte: INE (2007)

4. Análise SWOT e Factores Críticos de Sucesso

Efectuado um breve enquadramento da oferta e da procura turística da Região, importa agora, de forma sistematizada, proceder a uma análise SWOT, isto é, uma identificação dos principais pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças no quadro do Turismo na Região Norte.

Pontos Fortes / Potencialidades

- > **Riqueza de recursos endógenos enquanto factores estratégicos de diferenciação, com dimensão nacional e internacional (por exemplo, Vinhos);**
- > **Vasto e rico Património Histórico-cultural e arqueológico**, conferido nos 4 sítios classificados com o estatuto **Património Mundial – UNESCO** (Centro Histórico do Porto, de Guimarães, Alto Douro Vinhateiro e Gravuras de Foz Côa) e na forte densidade de património classificado que se verifica por toda a região;
- > **Rio Douro** – canal navegável;
- > **Douro** – região vitícola demarcada e regulamentada mais antiga do mundo;
- > **Oferta Vinícola com elevada notoriedade**, em particular do Vinho do Porto e Vinho Verde;
- > **Rotas e Circuitos** (Rotas dos vinhos, Rota do Românico, Caminhos de Santiago);
- > **Cultura Popular** manifestada na boa hospitalidade, no artesanato e em eventos de carácter tradicional;
- > Região do País com maior oferta de **TER e de estâncias termais**;
- > **Recursos estratégicos com dimensão nacional e internacional** (vinhos, turismo, paisagem) - Douro - região vitícola demarcada mais antiga do mundo;
- > Boas **acessibilidades inter-regionais Norte/ Sul**;
- > **Aeroporto Francisco Sá Carneiro** renovado e com maior capacidade de acolhimento (6 milhões passageiros/ano);
- > **Região segura**.

Pontos Fracos / Fragilidades

- > **Incapacidade de fixação de visitantes** na Região (reflectindo-se nas baixas taxas de ocupação e estadias médias);
- > Relativa dependência do turismo doméstico;
- > **Déficit de imagem e de notoriedade nos mercados internacionais**;
- > **Fragilidades na qualidade dos serviços**;
- > **Algumas fragilidades ao nível das acessibilidades intra-regionais, da sinalização turística e do ordenamento paisagístico**;
- > **Falta de recursos humanos qualificados no sector**, tendo implicações a vários níveis, designadamente, na engenharia e concepção do produto turístico, prestação de serviços de informação turística, hotelaria e restauração;
- > **Reduzida oferta de alojamento** (de nível superior), com implicações na tipologia do visitante e na **capacidade negocial e de atracção da Região**;
- > **Fragilidades ao nível da animação turística e da promoção de eventos**;
- > **Actividade de Incoming/Receptivo ainda pouco desenvolvida**;
- > **Dificuldades de coordenação entre os vários agentes** que operam no mercado turístico;
- > **Maior preocupação com a componente de marketing e promoção turística**, descuidando a vertente pré-produto, i.e., organização, planeamento e estruturação da oferta turística.

Oportunidades

- > De acordo com a OMT prevê-se um crescimento sustentado para a indústria turística nos próximos 20 anos;
- > Emergência de novos padrões de consumo e motivações, privilegiando destinos que ofereçam experiências diversificadas e com elevado grau de autenticidade e qualidade ambiental (Cultura, Património, Natureza, Gastronomia, Desporto...);
- > Acréscimo de competitividade do negócio turístico na região, decorrente do crescimento da oferta de viagens *low-cost*;
- > Rotas e circuitos turísticos, desde que bem potenciados, com temáticas devidamente definidas, para segmentos de mercado claramente identificados, poderão contribuir para a constituição de produtos turísticos alternativos, combinados e com elevados padrões de qualidade e diversidade;
- > Reconhecimento político e mobilização inter-institucional para o desenvolvimento turístico da Região (PENT; PIT, Agenda Regional Turismo, Estrutura de Missão Douro);
- > Possibilidade de maior articulação dos investimentos turísticos públicos/privados em torno de estratégias concertadas (ex. PDTVD);
- > Investimentos turísticos privados em curso e intenções de outros novos investimentos turísticos na Região;
- > Próximo período de Programação de Fundos Estruturais e de Coesão (2007-2013);
- > Terminal de Cruzeiros – Porto de Leixões (em projecto);
- > Aeroporto Francisco Sá Carneiro em expansão e o surgimento de novas companhias áreas, de novas rotas e conseqüentemente, de novos mercados/segmentos.

Ameaças

- > Dificuldade de afirmação e desenvolvimento de Portugal, enquanto mercado europeu, face à procura gradual por destinos fora da Europa;
- > Perda de competitividade relativamente a destinos/regiões concorrenciais, com a mesma tipologia de oferta, podendo resultar num decréscimo na quota de mercado da Região do Norte de Portugal;
- > Fragilidades concorrenciais do destino associáveis à dificuldade de afirmar em termos promocionais a Região (e a sua oferta) nos principais mercados internacionais;
- > Persistência dos principais problemas de encravamento, nomeadamente, ao nível de infra-estruturas (acessibilidades), de ordenamento paisagístico e de qualidade do ambiente;
- > A necessidade da actuação em rede e de escala, não é compatível com a fraqueza de concertação estratégica regional e com a pulverização de actuações;
- > Perda de oportunidades de investimento para outras regiões (resultante de um “lento” e complexo processo de licenciamento/aprovação de projectos).

Sintetizados os pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças ao desenvolvimento turístico da Região do Norte, apresentam-se, seguidamente, alguns **factores críticos de sucesso**:

- > **Estruturação territorial da oferta turística**, tendo por base o planeamento e ordenamento turístico dos recursos, das infra-estruturas de suporte e das facilidades de apoio turísticas;
- > Cursos e acções de **formação** que visem a reciclagem, qualificação e formação dos profissionais do turismo e qualificação de estruturas de apoio à formação em Turismo;
- > **Dinamização do Turismo Activo e de Natureza**, dotando os parques naturais de infra-estruturas e equipamentos de apoio à prática deste tipo de turismo;
- > **Criação de zonas pedestres e espaços verdes nos principais centros urbanos**;
- > **Acções de valorização dos recursos turísticos**;



- > **Qualidade e facilidade nas vias de acesso terrestres intra-regionais** (incluindo ferroviárias, nomeadamente, as de maior interesse turístico), bem como melhoria da **sinalização turística**, facilitando a mobilidade e a informação a turistas nacionais e estrangeiros;
- > Implementação de **sistemas de qualidade nos estabelecimentos de hotelaria e restauração**, conducentes a uma melhoria na qualidade dos serviços prestados;
- > **Internacionalização da Região**, designadamente, através de acções de **promoção turística** (de âmbito internacional e nacional - BTL), de **projectos de cooperação** (ex: Rota do Património Mundial da Bacia do Douro) e de **iniciativas de integração em Redes Internacionais** (por ex. no âmbito da Rede Mundial de Destinos Turísticos de Excelência);
- > **Aplicação eficaz e eficiente dos fundos estruturais públicos e comunitários**, para que a Região Norte possa dar um “salto” quantitativo e qualitativo no Turismo Regional, assente em padrões de sustentabilidade e qualidade;
- > Em suma, constitui factor crítico de sucesso a definição de uma Política e Orientação estratégica para o Turismo da Região do Norte, que estabeleça, nomeadamente, os Eixos Prioritários de Intervenção, os Objectivos de Desenvolvimento Turístico, as Metas e uma Matriz de Programação/Acção. Seguidamente apresentar-se-á essa mesma Política e Estratégia de desenvolvimento turístico para o Norte de Portugal.





3

Estratégia de
Desenvolvimento

1. Perspectiva e Premissas Fundamentais para o Turismo da Região do Norte

O Turismo, enquanto actividade transversal, com forte incidência territorial, interage e depende de um conjunto de factores para a sua sustentabilidade económica, social e ambiental. Neste contexto, a Agenda Regional de Turismo, assenta numa perspectiva sistémica e holística do Sistema Turismo regional (contemplando, deste modo, uma visão integrada das Medidas e Intervenções para o desenvolvimento turístico do Norte de Portugal).

Neste âmbito, o **planeamento turístico integrado** constitui um elemento fundamental para a qualificação e articulação destas componentes de forma a atingir-se uma oferta turística sustentável e de qualidade. Trata-se de um mecanismo (planeamento turístico integrado) a ser privilegiado na estratégia de desenvolvimento turístico da Região do Norte, nomeadamente, em sede de PROT-N, do Programa Operacional Regional do Norte 2007-2013, dos Programas Operacionais Temáticos do QREN, do Programa de Desenvolvimento Rural (FEADER) e do Programa de Intervenção do Turismo (PIT).



Perspectiva do Agenda Regional Turismo

A Perspectiva do PROT Norte face ao Turismo

Perspectiva sistémica e holística – Turismo actividade transversal

Estruturação territorial da oferta turística, tendo por base o planeamento e ordenamento turístico dos recursos, das infra-estruturas básicas e específicas de suporte ao turismo.

Elementos Naturais

- > Praias
- > Serras
- > Lagos
- > Montanhas

Elementos culturais

- > Tradições
- > Artesanato
- > Museus

Elementos Histórico-Patrimoniais

- > Edifícios históricos
- > Monumentos, Mosteiros e Igrejas
- > Património classificado
- > Arqueologia



PRESSUPÕE



Infraestruturas-básicas

- > Saneamento básico;
- > Energia;
- > Águas;
- > Resíduos;
- > Comunicações para o destino e no destino;
- > Equipamentos de saúde;
- > Etc.

Elementos institucionais e legislativos

- > Ordenamento do território
- > Rede institucional
- > Marketing e promoção turística

Infraestruturas específicas de suporte

- (serviços e equipamentos associados ao alojamento, alimentação e animação)
- > Hotelaria e Pousadas;
 - > Apartamentos e moradias/ turismo residencial;
 - > TER; Campismo e Caravanismo;
 - > Restauração;

Sendo esta a perspectiva, existe, ainda, um conjunto de **premissas fundamentais** que a Agenda Regional de Turismo, desde já, identifica e considera essenciais para o desenvolvimento turístico regional.

Premissas fundamentais para o Turismo da Região Norte

EXCELÊNCIA

- > Nos projectos turísticos privados (por ex. de alojamento e animação). Projectos que primem pela qualidade arquitectónica, enquadramento paisagístico e integração ambiental nos seus processos de operação. Em suma, projectos que constituam uma mais valia para a qualificação da oferta turística regional.
- > Nas iniciativas de re-qualificação e/ou valorização dos recursos turísticos (sejam eles naturais ou histórico-culturais).
- > Nas intervenções de enquadramento das infra-estruturas turísticas e nos sistemas de suporte ao desenvolvimento turístico (acessibilidades, sinalização, saneamento, espaços verdes, estacionamento, etc).

COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO

- > A competitividade no Turismo “conquista-se” também pela qualidade, notoriedade e diferenciação.
- > QUALIDADE
 - > Nos produtos turísticos oferecidos;
 - > Nos estabelecimentos hoteleiros e de restauração (Sistemas de qualidade);
 - > Nos Recursos Humanos.
- > NOTORIEDADE, DIFERENCIAÇÃO E INOVAÇÃO
 - > Afirmação dos atributos diferenciadores da Região (por ex. Património Mundial) e reforço da notoriedade de alguns produtos com projecção internacional;
 - > Desenvolvimento de produtos turísticos inovadores;
 - > Promoção integrada da oferta turística regional, valorizando as especificidades sub-regionais/locais, num quadro de complementaridade e autenticidade.

SUSTENTABILIDADE

- > O sucesso e a viabilidade do desenvolvimento turístico de qualquer Região passa, necessariamente, pela adopção e concretização de políticas e acções que visem um Turismo.

- > A sustentabilidade também é económica e social. Assim, dever-se-á promover o equilíbrio necessário entre o desenvolvimento, o investimento e o respeito pela biodiversidade e conservação da natureza.
- > Os recursos naturais e histórico-culturais constituem a base (a matéria prima) da actividade turística – colocá-los em causa é “condenar” a viabilidade do Turismo sustentável.

Identificada a perspectiva e as premissas fundamentais para o Turismo do Norte de Portugal, importa, agora, proceder à identificação do modelo territorial de desenvolvimento turístico da Região, nomeadamente, no que respeita ao mapa turístico regional, à Visão e aos Eixos Prioritários de Intervenção para o Turismo do Norte de Portugal.



2. Modelo Territorial e Visão

O modelo de desenvolvimento turístico regional assenta numa perspectiva global e integrada do sistema turístico do Norte de Portugal. Neste contexto, assume-se o Norte de Portugal como uma Região Turística que compreende quatro destinos complementares:

- > Porto
- > Minho
- > Trás-os-Montes
- > Douro

Esta abordagem dá corpo ao modelo de grandes regiões turísticas, que não

sendo uma região única e homogénea, é, antes, um espaço heterogéneo e de elevada diversidade, assente em quatro destinos com atributos próprios, mas complementares entre si.

Assim, é do carácter compósito destas áreas turísticas, com especificidades e identidades próprias, que em estreita articulação, poderão gerar uma Região Turística coesa, com escala e diversidade – o Norte de Portugal.

Seguidamente, apresentam-se as quatro sub-áreas turísticas da Região do Norte.

NORTE DE PORTUGAL Uma Região – Quatro Destinos



DOURO



MINHO



PORTO



TRÁS-OS-MONTES



No âmbito do PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo, a Região do Douro foi identificada como um pólo turístico prioritário. Neste âmbito, sem prejuízo de se considerar a existência e a necessidade de se apoiar outras áreas turísticas (Porto, Minho e Trás-os-Montes) como importantes espaços para o desenvolvimento turístico integrado da Região, considera-se, no entanto (e também à luz das orientações de âmbito nacional), a Região do Douro (enquanto destino turístico emergente) uma área prioritária do desenvolvimento turístico regional.

A configuração geográfica apresentada anteriormente (sub-áreas turísticas do Norte de Portugal) constitui o referencial estratégico para efeitos de planeamento e estruturação de Programas de Acção para o desenvolvimento turístico desses mesmos territórios como um todo (sem prejuízo de poderem vir a ser desenvolvidos Programas de acção em torno de produtos turísticos prioritários que atravessam as diferentes áreas turísticas).

Partindo da configuração geográfica anteriormente apresentada, importa, agora, estabelecer a visão para o Turismo do Norte de Portugal.



Visão para o Turismo do Norte de Portugal

O Norte de Portugal deverá ser uma das regiões de maior crescimento turístico no país, através de um processo de desenvolvimento sustentável baseado na Qualificação, na Excelência e na Competitividade e Inovação da sua oferta turística, transformando o Turismo como um factor de desenvolvimento e diversificação da economia regional

Um mosaico multifacetado de recursos de excepcional singularidade e autenticidade – de multi-attractividade

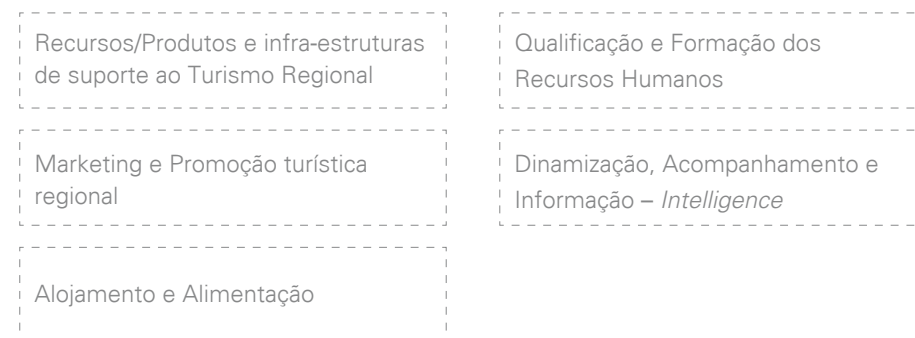
- > Um destino de excelência e autenticidade histórico-cultural de âmbito nacional e internacional, suportado pelos sítios classificados Património da Humanidade – Eixo Património Mundial – e pelo vasto e rico património histórico-cultural, material e imaterial existente por toda a Região.
- > O primeiro destino enoturístico nacional, com relevância internacional, gerador de experiências únicas e memoráveis, tendo como mote a cultura do vinho e da vinha e uma envolvente turística multifacetada.
- > O primeiro destino de Turismo de Natureza e Rural do país, com expressão ibérica e europeia, assente numa rede regional de áreas protegidas e rurais de elevado valor natural e paisagístico.
- > O primeiro destino de Turismo de Saúde e Bem-Estar nacional (*wellness destination*), com base num elemento único e diferenciador – a água mineral natural – e a inovação e modernização da rede de estâncias termais regional.

Esta visão pressupõe a actuação em cinco Eixos Prioritários de Intervenção.

3. Eixos Prioritários de Intervenção

Tendo em consideração o enquadramento estratégico do Turismo Nacional (explicitado no diagnóstico), isto é, as orientações e directrizes em matéria de turismo para o País (Programa do XVII Governo; PENT e PNPOT), os referenciais estratégicos regionais já existentes no domínio do turismo (designadamente, no âmbito do Norte 2015 e do PDTVD), o diagnóstico regional e a visão para o Turismo do Norte de Portugal, a Estratégia de desenvolvimento turístico do Norte de Portugal assenta em cinco Eixos Prioritários de Intervenção (cfr. figura seguinte).

Eixos Prioritários para o Desenvolvimento Turístico da Região do Norte



De forma sintética, apresenta-se os fundamentos que justificam a opção dos Eixos Prioritários de Intervenção anteriormente identificados.

EIXO PRIORITÁRIO DE INTERVENÇÃO 1

Recursos e Infra-estruturas de Suporte ao Turismo Regional

Os recursos turísticos traduzidos, nomeadamente, em recursos naturais, culturais e histórico-patrimoniais, constituem uma das principais componentes da oferta turística de uma região, que através da sua atractividade estimulam a procura no mercado. Neste sentido, a qualificação do património natural e histórico-cultural assume um aspecto fundamental para a valorização da oferta turística do Norte de Portugal. Na verdade, para que os recursos se possam constituir em produtos turísticos atractivos e “vendáveis” (capazes de gerar procura turística) é essencial que os aspectos relativos à qualificação e valorização dos recursos turísticos sejam uma prioridade para o desenvolvimento turístico da Região do Norte.

Por outro lado, os recursos turísticos, como a paisagem, a arquitectura tradicional rural e urbana, os monumentos e os castelos só podem ser visitados ou utilizados, devido à existência de outras componentes, designadamente, infra-estruturas básicas (por exemplo, acessibilidades, energia, sinalização e saneamento) e infra-estruturas de suporte à actividade turística (designadamente, alojamento e outras facilidades turísticas). Portanto, a existência das componentes básicas e de suporte à actividade turística são determinan-

tes ao desenvolvimento de territórios e/ou de produtos turísticos de forma coerente e sustentável.

Face ao exposto, um dos Eixos Prioritários de Intervenção da Estratégia de Desenvolvimento Turístico da Região do Norte deverá passar, designadamente, pela qualificação dos recursos turísticos (que visem o desenvolvimento da Região do Douro e de outros territórios com vocação turística e/ou possuidores de produtos turísticos considerados prioritários para a Região) e pelo melhoramento e criação de infra-estruturas básicas de suporte ao desenvolvimento do Turismo na Região, envolvendo, nomeadamente, a melhoria das acessibilidades rodo-ferroviárias, a criação de melhores condições para a navegação fluvial e marítima e a criação de um sistema de informação e sinalização turística.



EIXO PRIORITÁRIO DE INTERVENÇÃO 2

Alojamento e Animação

Como se sabe, o **Alojamento turístico constitui uma componente fundamental para o desenvolvimento turístico de qualquer região**, permitindo, entre outros aspectos, a **capacidade de fixar turistas** e, assim, possibilitar, também, a geração de receitas nesse mesmo território. Se por um lado, o alojamento turístico determina a capacidade de uma dada região em acolher e fixar turistas, ele influencia, por outro, de forma significativa, o tipo de turismo que se regista nessa mesma região. Ou seja, o **tipo e a categoria da oferta de alojamento determinam, ainda, o nível de qualidade que esse território oferece em termos de alojamento e, por conseguinte, o perfil do visitante** para essa região (i.e. com maior ou menor poder de compra). Para além do Alojamento turístico, a **Animação turística constitui, igualmente, um elemento essencial para a oferta turística de um dado território**. Por Animação entende-se todo o tipo de oferta complementar ao alojamento, que possa conferir às estadias dos turistas um valor acrescentado e, assim, permitir aos visitantes obter uma experiência turística mais enriquecedora.

Assim, no quadro das novas motivações turísticas, a Animação constitui, hoje, indiscutivelmente, um aspecto fundamental para o sucesso de qualquer destino turístico. O facto de uma deter-

minada área/destino possuir uma oferta de Animação turística diversificada e estruturada, permite, nomeadamente, a obtenção de dois **benefícios centrais**: (i) **satisfação das necessidades dos seus visitantes e** (ii) **permanências médias dos visitantes no destino mais prolongadas**.

Ora, conforme se observou anteriormente no diagnóstico efectuado, a **Região do Norte apresenta significativas debilidades em termos de alojamento e animação, constituindo, neste âmbito, “estrangulamentos” e/ ou debilidades ao seu desenvolvimento turístico**.

Estas fraquezas traduzidas, nomeadamente, na reduzida oferta de alojamento e de qualidade pouco satisfatória e de uma escassa animação turística (que se reflecte nas já evidenciadas baixas taxas de ocupação e permanências média), levam a concluir que a **estratégia de desenvolvimento turístico da Região do Norte passa, entre outros aspectos** (em paralelo com a requalificação da oferta turística de alojamento já existente), **pela criação de uma oferta de alojamento assente em padrões de qualidade e sustentabilidade e pela dinamização de acções de animação turístico-cultural** (nomeadamente, eventos).

EIXO PRIORITÁRIO DE INTERVENÇÃO 3

Marketing e Promoção Turística Regional

Uma vez que a actividade turística é, de alguma forma, diferente de outras indústrias ou actividades, na medida em que, na complexidade do produto turístico, existem elementos próprios das indústrias de serviços, como a intangibilidade (não mensurável), a inseparabilidade (os serviços são produzidos simultaneamente), a perecibilidade (sem possibilidade de armazenamento), a heterogeneidade (a qualidade dos serviços depende de quem, quando e onde são prestados, tornando a sua avaliação difícil de controlar) e, por outro lado, as motivações turísticas são descritivas, episódicas, dinâmicas e socialmente influenciáveis e evolutivas (Pearce e Butler, 1993), o **Marketing Turístico assume um papel fundamental para o equilíbrio entre a satisfação das necessidades e motivações dos turistas e os interesses dos destinos turísticos ou das organizações**.

O marketing turístico apresenta, assim, quer numa óptica mais global ou mais restrita, algumas especificidades que decorrem, designadamente, das caracte-

terísticas particulares do produto turístico, da rigidez da oferta e dos desequilíbrios sazonais em termos da procura e da sua elasticidade.

Neste contexto, tendo em consideração, por um lado, que (conforme foi evidenciado no diagnóstico) o **Turismo na Região do Norte assenta, essencialmente, no mercado nacional** (onde o mercado estrangeiro na região não tem ainda uma expressão assinalável) e, por outro, o bom desempenho de qualquer região/área destino (turístico) passa, também, por uma **promoção turística eficaz e apelativa, um Eixo Prioritário de Intervenção é o “Marketing e Promoção Turística Regional”**. Pretende-se, pois, a projecção e promoção, de forma coordenada e articulada, da oferta turística do Norte e dos seus sub-espacos e produtos turísticos prioritários (nomeadamente no mercado nacional e, sobretudo no mercado internacional, com particular enfoque no mercado ibérico).

www.aldeiasvinhateiras.pt



EIXO PRIORITÁRIO DE INTERVENÇÃO 4

Qualificação e Formação dos Recursos Humanos

A realidade da Região do Norte em matéria de emprego e de empregabilidade dos recursos humanos não tem sido a mais animadora. Paralelamente, as oportunidades e as alternativas de emprego para os jovens licenciados ou com formação técnico-profissional têm sido, ainda, relativamente diminutas. Neste contexto, o desenvolvimento económico e turístico da Região passará, cada vez mais, pela preparação básica e específica dos seus recursos humanos e pela capacidade de criar e manter empregos suficientemente atractivos que fixem activos qualificados. Só assim serão criados factores de ruptura capazes de quebrar o ciclo não virtuoso que caracteriza o actual modelo de crescimento da Região do Norte: recursos humanos pouco qualificados – empregos pouco qualificados – pouco estímulo à qualificação dos recursos humanos.

Assim, é estratégico apostar na qualificação dos recursos humanos e promover a empregabilidade do tecido produtivo da Região, designadamente, no Turismo, mediante o apoio a acções e projectos que contribuam para melhorar os níveis de qualificação dos recursos humanos.

Neste contexto, tendo em consideração que, por um lado, a qualidade do serviço turístico depende, em grande medida, da existência de pessoas qualificadas capazes de prestar serviços de qualidade nas mais diversas áreas e, por outro, a Região apresenta debilidades em matéria de recursos humanos qualificados na área do Turismo e Hotelaria, um dos Eixos Prioritários de Intervenção do Turismo regional deverá passar, necessariamente, pela “Qualificação e Formação dos Recursos Humanos”.



EIXO PRIORITÁRIO DE INTERVENÇÃO 5

Dinamização, Acompanhamento e Informação – “Intelligence”

A Região do Norte depara-se com uma lacuna em matéria de conhecimento e informação detalhada sobre a performance do “Turismo” regional. Neste âmbito, considera-se essencial que os agentes públicos ou privados, para efeitos da definição e implementação das respectivas estratégias e decisões, disponham de conhecimento e informação de base regional sobre as dinâmicas da actividade turística no Norte de Portugal, no quadro do turismo nacional e internacional.

O conhecimento sobre a actividade turística regional deverá, assim, de forma periódica, ser prestado aos diversos agentes – públicos e privados, facultando, nomeadamente, informação respeitante à (i) oferta turística (por exemplo, ao nível da capacidade e tipologia da oferta de alojamento, dos equipamentos de animação, etc.) e (ii) à procura turística regional (n.º de dormidas, taxas de ocupação, principais mercados, motivações, etc.). Torna-se, pois, imprescindível a produção rigorosa de um conjunto mínimo de indicadores de monitorização e acompanhamento da evolução do turismo na região.

A informação sobre as dinâmicas do Turismo regional não se deverá “esgotar”, somente, em informação de âmbito quantitativo, mas também, em informa-



ção de natureza qualitativa e de reflexão prospectiva. Neste contexto, a Região deverá (no futuro) dispor, por um lado, de informação sobre o que está a acontecer na Região em matéria de Turismo (investimentos, projectos e iniciativas) e, por outro, de conhecimento técnico-científico sobre a actividade turística regional, onde os agentes públicos e privados e a comunidade académica serão essenciais – através do seu *know-how* e experiência – para ajudarem a criar um espaço de reflexão sobre o turismo regional.

Por último, importa desenvolver um processo de dinamização e acompanhamento de acções integradas para o desenvolvimento turístico na Região do Norte. Na verdade, o desenvolvimento turístico regional nem sempre se tem pautado por uma coerência de articulação de iniciativas – tendo, muitas vezes, prevalecido uma lógica de acções “avulsas”. Torna-se, deste modo, fundamen-

tal que se contrarie a dispersão e se promova a concentração e a selectividade (recorrendo, por exemplo, a Programas de Acção de Desenvolvimento Turístico Integrados – em torno de territórios e/ou produtos).

Neste contexto, a **estratégia de desenvolvimento turístico do Norte de Portugal** deverá passar pela existência de uma **Agenda Regional** neste domínio que vise promover, nomeadamente:

- a) o conhecimento e a informação sobre as dinâmicas do turismo regional (espaço de reflexão e acompanhamento do turismo do Norte de Portugal);
- b) a dinamização e o acompanhamento de **Programas de Acção** turísticos integrados (em estreita articulação com os agentes regionais).



Em resumo, apresenta-se, seguidamente, o objectivo global e os objectivos estratégicos para o desenvolvimento turístico da Região do Norte.

Objectivos de Desenvolvimento Turístico da Região do Norte

Objectivo Global

Posicionar o Norte de Portugal como uma das regiões de maior crescimento turístico no país, através de um processo de desenvolvimento sustentável baseado na Qualificação, na Excelência e na Competitividade e Inovação da sua oferta turística, transformando o Turismo como um factor de desenvolvimento e diversificação da economia regional

Objectivos Estratégicos

- > Qualificar e valorizar os recursos turísticos, potenciando os produtos turísticos prioritários e criar as infra-estruturas de suporte ao Turismo regional.
- > Desenvolver a oferta de Alojamento e Animação assente em padrões de qualidade e sustentabilidade.
- > Promover a Qualificação e Formação dos Recursos Humanos.
- > Projectar e promover a oferta turística do Porto e Norte de Portugal, afirmando os seus sub-espacos e produtos turísticos prioritários.
- > Promover um processo de dinamização, acompanhamento e informação do turismo regional.

4. Metas

Face aos objectivos anteriormente identificados, importa, agora, proceder à definição de metas para o Turismo do Norte de Portugal.

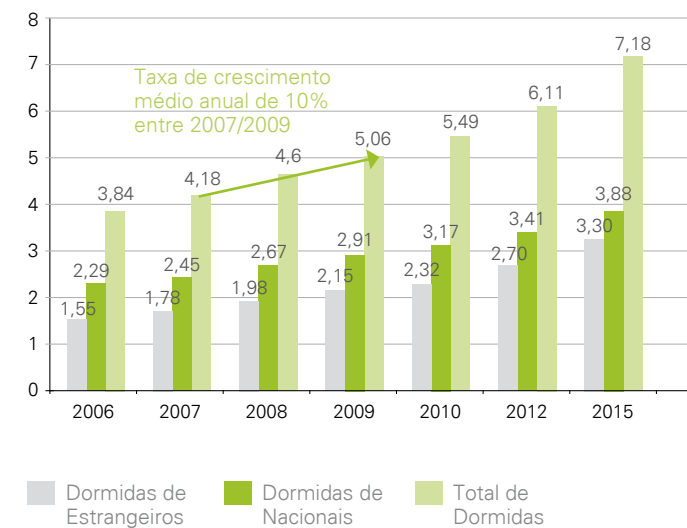
Em primeiro lugar, haverá que proceder a um breve enquadramento sobre as metas estabelecidas para a Região do Norte, nomeadamente, no âmbito do PENT – Plano Estratégico Nacional de Turismo. Neste contexto, vale a pena começar por referir que o PENT prevê para o Norte, até 2015, um crescimento médio anual de 8,5% para o número de dormidas de estrangeiros, sendo mais acelerado até 2009 (10,8%/ano) e abrandando até aos 7,0% no final do período. Para as dormidas de nacionais a previsão é de um crescimento de 2,9%/ano. Sendo assim, as dormidas totais na Região do Norte aumentarão a 5,5%/ano.

As metas expressas no PENT apontam também para um crescimento médio anual dos proveitos totais em estabelecimentos hoteleiros de 11% até 2015, sendo de 12,5%/ano até 2009 e um pouco mais de 10%/ano a partir daí. Este aumento, mais que proporcional ao aumento das dormidas, pressupõe um melhoramento qualitativo na oferta hoteleira e no perfil do turista que visita a região.

Tendo em consideração o enquadramento da política nacional de turismo e as dinâmicas do turismo regional (as taxas de crescimento verificadas nos últimos anos - acima da média nacional, os investimentos em curso, o Plano de Acção para o Turismo da Região do Norte – Agenda Regional de Turismo), apresentam-se, seguidamente, as metas estabelecidas para o Norte de Portugal:

FIGURA 11 Metas Estabelecidas para o Norte de Portugal

a) Dormidas



Taxa de crescimento médio anual de 7% (2006/2015)

Taxa de crescimento médio anual de 8,5% (estrangeiros)

Taxa de crescimento médio anual de 6% (nacionais)

b) Receitas (proveitos totais em estabelecimentos hoteleiros)



Taxa de crescimento médio anual de 12% (2006/2015)

Em suma, em 2015 a Região do Norte deverá registar:

- > **7,2 Milhões de dormidas** (em 2006 foram 3,84). Entre 2006 e 2015 deverá, assim, registar uma taxa de crescimento média anual de 7% (crescimento acima da média nacional).
- > **507 M€ de proveitos em estabelecimentos hoteleiros** (registando um aumento de 176% face a 2006).

c) Investimento privado na área do Turismo

Decorrente da dinâmica de investimentos que se verifica na Região do Norte em matéria de turismo, designadamente, no que respeita a investimento em unidades de alojamento de categoria superior e de campos de golfe, considera-se que a Região do Norte irá apresentar uma oferta de alojamento e animação mais qualificada, por via de um investimento global privado estimado em cerca de 1500 milhões de euros no período 2007-2015.

Dos projectos identificados, verificam-se diferentes estádios de desenvolvimento:

- > Investimentos já em fase de implementação/ desenvolvimento/ construção;
- > Investimentos em projecto (mas já com algum grau de maturação e em análise pelas entidades competentes);
- > Investimentos em ante-projecto (análise de viabilidade de enquadramento territorial e económico-financeira);
- > Investimentos em intenção (já declarada por investidores).

Saliente-se, no entanto, que pese embora a promoção de investimento privado seja importante, a condição base é que o mesmo contribua, decisivamente, para a qualificação da oferta turística da Região – onde a sustentabilidade (incluindo ambiental) é condição *sine qua non* do desenvolvimento turístico da Região.

5. Matriz de Programação/Acção

A prossecução dos objectivos estratégicos e metas (anteriormente identificados) passará pela dinamização e execução de **Programas de Acção de Desenvolvimento Turístico integrado**, em torno de três dimensões de geometria variável:

a) **Programas de Acção de natureza transversal** (por exemplo, ligados à promoção turística regional ou à qualificação e formação de recursos Humanos na área do Turismo);

b) **Programa de Acção de enfoque territorial, que incidem em territórios com excepcional aptidão e vocação turística**, os quais devem potenciar os produtos turísticos prioritários (por ex. Douro);

c) **Programas de Acção focalizados nos produtos turísticos prioritários** da Região do Norte, tendo como referencial estratégico a seguinte matriz:

Produtos Turísticos Prioritários vs. Território

Sub-marcas turístico-promocionais	PORTO	MINHO	DOURO	TRÁS-OS-MONTES
Produtos turísticos prioritários regionais				
TURISMO DE NEGÓCIOS Porto de Negócios	✦✦			
TURISMO URBANO City Break Porto	✦✦			
TURISMO DE NATUREZA		✦✦	✦✦	✦✦
TURISMO NÁUTICO	✦✦	✦	✦✦	✦
GASTRONOMIA & VINHOS – ENOTURISMO Norte Vinhateiro	✦	✦✦	✦✦	✦
TURISMO DE SAÚDE E BEM-ESTAR	✦	✦	✦	✦✦
TURISMO HISTÓRICO- CULTURAL (TOURING) Norte com História e Tradições	✦✦	✦✦	✦✦	✦✦
GOLFE	✦	✦	✦	✦

Grau de prioridade: ✦ elevado ✦✦ muito elevado

Em síntese, o referencial estratégico do Turismo Regional, consubstanciado em cinco objectivos estratégicos, deverá ser materializado através de uma matriz de Programação/ Acção, que visa promover um desenvolvimento turístico sustentável e integrado.

Matriz Estratégica e de Programação/Acção

Matriz Estratégica

- > Qualificar e valorizar os recursos turísticos, potenciando os produtos turísticos prioritários e criar as infra-estruturas de suporte ao Turismo regional.
- > Desenvolver a oferta de Alojamento e Animação assente em padrões de qualidade e sustentabilidade.
- > Promover a Qualificação e Formação dos Recursos Humanos.
- > Projectar e promover a oferta turística do Porto e Norte de Portugal, afirmando os seus sub-espacos e produtos turísticos prioritários.
- > Promover um processo de dinamização, acompanhamento e informação do turismo regional.

Matriz de Programação/Acção

- > Programas de Acção de enfoque territorial (ex. Douro)
- > Programas de Acção de natureza transversal de âmbito regional (ex. Formação, Marketing, etc.)
- > Programas de Acção focalizados nos produtos turísticos prioritários

Turismo de Negócios	Gastronomia & Vinhos Enoturismo
Turismo Urbano	Turismo de Saúde e Bem-Estar
Turismo de Natureza	Turismo Histórico-Cultural (<i>Touring</i>)
Turismo Náutico	Golfe



SELECTIVIDADE > CONCENTRAÇÃO > INTEGRAÇÃO

Procura-se, assim, através de uma estratégia de base regional, estruturada por Eixos Prioritários de Intervenção e Objectivos Estratégicos, a dinamização de Programas de Acção de desenvolvimento turístico integrado (sob um enquadramento estratégico), garantindo, tanto quanto possível, que os projectos de natureza pública e privada sejam desenvolvidos, de forma devidamente articulada e enquadrada com um referencial estratégico previamente estabelecido.

Desta forma, ao pretender-se articular iniciativas e projectos enquadrados em Programas de Acção, assentes numa determinada *umbrella* estratégica, pretende-se, também, assegurar uma maior eficácia e eficiência na utilização dos recursos públicos e, paralelamente, garantir que os investimentos privados a serem dinamizados são competitivos e sustentáveis. Em suma, **concentração, selectividade e integração** de iniciativas, são princípios centrais da Estratégia de Turismo do Norte de Portugal.

Neste contexto, apresenta-se seguidamente, a título indicativo, alguns referenciais gerais a ter em consideração na estruturação desses mesmos Programas de Acção da Agenda Regional de Turismo.

Natureza dos Programas de Acção (da Agenda Regional de Turismo)

Consideram-se Programas de Acção de Desenvolvimento Turístico Integrado:

- a) Conjuntos coerentes de projectos de investimento complementares e articulados entre si e implementados num horizonte temporal limitado, que prosseguem de forma integrada a concretização de objectivos previamente estabelecidos na Estratégia inerente ao Programa de Acção;
- b) Concebidos e desenvolvidos, sempre que possível, por parcerias sólidas entre os diversos actores que actuam no domínio de intervenção em causa.

Estrutura base e alguns conteúdos chave/ capítulos a ter em conta consideração em cada Programa de Acção

1. Metodologia adoptada na elaboração do Programa de Acção (incluindo, nomeadamente, aspectos que evidenciem o grau de envolvimento de actores, parceiros e agentes no desenvolvimento do Programa de Acção);
2. Diagnóstico prospectivo (oferta; procura e outros aspectos considerados relevantes);

3. Análise SWOT;
4. Estratégia de Desenvolvimento (Visão, Objectivos e Metas);
5. Medidas e Projectos (suportados por fichas tipo de fundamentação e caracterização de cada um dos projectos integrados no Programa de Acção);
6. Modelo de gestão do Programa de Acção.

Âmbito e características inerentes a cada Programa de Acção (da Agenda Regional de Turismo)

- a) No âmbito da Agenda Regional de Turismo, enquadram-se os seguintes tipos de Programas de Acção:
 1. Programas de Acção de natureza transversal (por exemplo, ligados à Formação ou ao Marketing e Promoção turística regional), que possam contribuir, nomeadamente, para a criação/ desenvolvimento/ inovação de infra-estruturas de suporte que visem a qualificação do turismo regional ou para a afirmação e promoção turística da Região (e dos territórios com vocação/aptidão turística regional e/ou produtos turísticos prioritários);
 2. Programas de Acção de enfoque Territorial, os quais se devem enquadrar nas áreas geográficas estabelecidas para cada um dos Destinos do Norte de Portugal, isto é, cada Programa de Acção deve incidir e circunscrever-se à área de intervenção de cada destino (Porto, Minho, Douro e Trás-os-Montes). A área geográfica de influência de cada destino poderá ser acrescida de territórios complementares que se considerem pertinentes e coerentes para os principais produtos do destino turístico em causa;
 3. Programas de Acção focalizados nos produtos turísticos prioritários estabelecidos no Plano de Acção da Agenda Regional de Turismo;
- b) Enquadrarem-se nas orientações estratégicas definidas no Plano Estratégico Nacional de Turismo, no Plano de Acção da Agenda Regional de Turismo para o Norte de Portugal, do PROT-Norte, e em planos sectoriais e de ordenamento do território, quando aplicável;
- c) Dar origem a realizações ("outputs") com incidência exclusiva na NUTS II "Norte";
- d) Programas de Acção que não ultrapassem a duração de 3 anos.

Aspectos valorizadores dos Programas de Acção e respectivos projectos

1. **Qualificação e desenvolvimento turístico regional:** investimentos que contribuam de forma significativa para a concretização dos objectivos da Política e Estratégia Regional de Turismo;
2. **Estado de desenvolvimento:** estado de preparação e desenvolvimento dos projectos integrados no Programa de Acção;
3. **Quantificação:** investimentos que contribuam de forma significativa para a concretização de metas estabelecidas segundo indicadores de acompanhamento e execução dos projectos;
4. **Emprego e recursos humanos:** investimentos que visem a criação de emprego líquido e/ ou a salvaguarda de postos de trabalhos existentes e/ou a qualificação de recursos humanos na área do turismo;
5. **Dinamização da economia local e regional:** investimentos que demonstrem um impacte significativo para a dinamização da economia local e regional e ligação com a criação de emprego;
6. **Articulação e complementaridade:** investimentos que promovam uma articulação e complementaridade com outros projectos/ programas de desenvolvimento, numa lógica de intervenções que promovam a integração de investimentos (acções integradas);
7. **Inovação:** projectos que demonstrem iniciativas inovadoras e com efeitos demonstrativos;
8. **Viabilidade económica:** investimentos com viabilidade económico-financeira demonstrada;
9. **Sustentabilidade ambiental e qualidade:** investimentos que prevejam evidentes mais valias ambientais e a adopção de sistemas/normas de qualidade e, assim, contribuam para promoção de um desenvolvimento turístico ambientalmente sustentável e de qualidade;
10. **Valorização patrimonial:** investimentos que visem a valorização do património histórico-cultural regional, com relevante interesse para o desenvolvimento turístico da Região;
11. **Montagem institucional e capacidade de gestão do Programa:** Programas de Acção que evidenciem que o processo de elaboração, desenvolvimento e acompanhamento do Programa de Acção, revela um elevado grau de envolvimento de actores, parceiros e agentes para o desenvolvimento turístico do território em causa e/ou que a entidade responsável pelo Programa de Acção evidencie competências e capacidade de desenvolver o respectivo Programa.

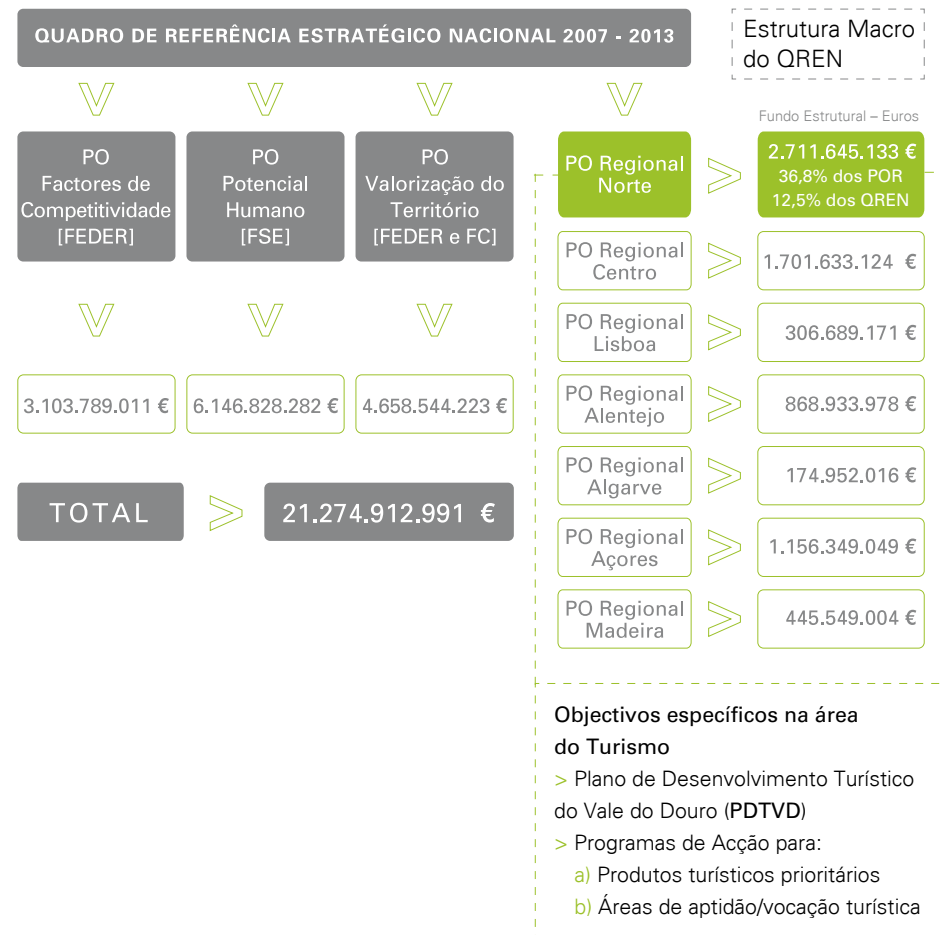
6. Instrumentos Financeiros

Não há estratégias que possam ser materializadas sem recursos financeiros e uma gestão eficaz e eficiente desses mesmos recursos. Neste âmbito, o próximo período de programação comunitária 2007-2013 será, seguramente, uma excelente oportunidade para contribuir para a implementação de objectivos de política nacional e regional de turismo.

Contudo, é decisivo que se promova uma maior eficácia e eficiência na aplicação dos Fundos Estruturais do próximo período de programação (tendo em vista o desenvolvimento e afirmação de um turismo sustentável e de qualidade), nomeadamente, através da compatibilização entre a Política e Estratégia Regional de Turismo e o QREN e o Programa de Desenvolvimento Rural. Neste sentido, um aspecto que se considera fundamental para contribuir para a prossecução dos objectivos do turismo da Região do Norte, é considerar os Programas Operacionais Regional (ON.2) e Temáticos pluri-regionais (do QREN) e o Programa Operacional do Desenvolvimento Rural (e as respectivas Autoridades de Gestão desses Programas Operacionais), como elementos básicos para a implementação da Política Regional de Turismo.

Neste contexto, afigura-se, pois, essencial uma estreita ligação entre os objectivos de política regional de turismo e o PO Regional (na qual se inclui o Turismo) e os restantes instrumentos financeiros. A figura seguinte apresenta, de forma esquemática, a macro estrutura do QREN 2007-2013, na qual se destaca o ON.2 – O Novo Norte (que representa 12,5% da dotação financeira global do QREN).

FIGURA 12 Estrutura Macro do QREN 2007/2013



No âmbito do PO Norte 2007-2013 (ON.2) consideram-se objectivos específicos em matéria de turismo, designadamente, os seguintes:

- a) o desenvolvimento Turístico do Vale do Douro (PDTVD 2007-2013 - pólo turístico prioritário);
- b) o Marketing e Promoção do Porto e Norte de Portugal;
- c) o desenvolvimento dos produtos turísticos prioritários e de outras áreas de aptidão/vocação turística.

Assim, sem prejuízo do ON.2 apoiar projectos de suporte ao sistema regional de turismo – fundamentais por o desenvolvimento turístico da Região (por exemplo, no domínio das acessibilidades, do ambiente, etc.), foi, no entanto, já estabelecido (no quadro do ON.2 – a título indicativo) um orçamento global de investimento directo a projectos intrinsecamente ligados ao turismo (e, naturalmente, relacionados com a Estratégia Regional de Turismo) de cerca de 100 milhões de euros para o período 2007-2013.

Neste âmbito, a Autoridade de Gestão do Programa Operacional Regional do Norte 2007-2013 (ON.2), procederá ao lançamento dos respectivos procedimentos e mecanismos de apoio a Programas de Acção/projectos destinados a desenvolver o estabelecido na Agenda Regional de Turismo do Pacto para a Competitividade Territorial da Região do Norte.



Pese embora o ON.2 constitua um instrumento importante para a prossecução dos objectivos da Agenda Regional de Turismo, a concretização da Política e da Estratégia Regional de Turismo para o Norte de Portugal não se esgota neste instrumento financeiro de âmbito regional. Na verdade, outros instrumentos financeiros serão determinantes para alcançar os objectivos inerentes ao preconizado na Agenda Regional de Turismo, designadamente:

- a) Os PO temáticos pluri-regionais do QREN - PO Factores de Competitividade, PO Valorização do Território e PO Potencial Humano; Sem prejuízo da relevância que os dois primeiros PO Temáticos anteriormente referidos assumem para o desenvolvimento turístico da Região, destaca-se, no entanto, a importância decisiva do PO Potencial Humano para promover a qualificação de recursos humanos para o Turismo (pois, como se sabe, a qualidade da prestação de serviços em turismo passa, em grande medida, pela existência de uma mão-de-obra altamente qualificada);
- b) O Programa de Desenvolvimento Rural (PDR – FEADER), designadamente, no apoio ao Turismo em Espaço Rural (enquanto elemento diferenciador da oferta turística regional e potenciador de um turismo ambientalmente sustentável);
- c) O PIT – Programa de Intervenção do Turismo – “Programa de incentivos ao investimento público orientado para a qualificação da oferta turística e realização de eventos de projecção internacional que potenciem a promoção do Destino Portugal (Despacho Normativo nº 20/2007 de 14 de Maio), constituindo, assim, também um instrumento muito importante para o turismo da Região. Trata-se de um Programa que permite, também, “actuar em complementaridade com os sistemas de incentivo [e outras Iniciativas de Política Pública] do QREN em termos de objectivos estratégicos e alavancagem financeira” (pois, é acumulável com apoios comunitários).



Assim, a articulação destes instrumentos financeiros (PO Regional, PO's Temáticos, PDR, PIT, etc.) com a Estratégia Regional de Turismo do Norte de Portugal é, também, um dos desafios desta Agenda Prioritária, isto é, promover uma maior eficácia, eficiência e concertação de investimentos em conformidade com um referencial estratégico.



4

Modelo de
Governança

O Turismo utiliza uma matéria-prima muito especial: recursos naturais, ambientais, paisagísticos, históricos e culturais (que são extremamente frágeis do ponto de vista da sua preservação) e, em geral, não renováveis. Sem esses recursos não há Turismo. O ambiente (em sentido lato) e o ordenamento do território são, assim, pilares indispensáveis de qualquer estratégia na área do Turismo e uma vantagem competitiva insubstituível.

A transversalidade da actividade turística requer, pois, necessariamente, uma articulação de iniciativas e projectos, tendo em vista, nomeadamente, a sustentabilidade da actividade e uma maior eficácia e eficiência na implementação de uma Política Regional de Turismo.

Como se sabe, o Turismo é uma actividade transversal, isto é, que atravessa um conjunto de sectores dos quais depende a sua sustentabilidade. Neste âmbito, a articulação inter-sectorial é, pois, decisiva. Aliás, tal como refere a OMT (1998), para o desenvolvimento e gestão do Turismo é necessário o envolvimento de várias instituições/sectores, pois, dada a multiplicidade de intervenientes individuais e organizacionais que actuam no sistema turismo, o planeamento sobre um destino turístico deverá, também, actuar no domínio inter-organizacional. A CCDR-N procurará também, assim, no quadro das suas competências, promover, precisamente, essa articulação inter-sectorial, nomeadamente, no âmbito do Plano Regional de Ordenamento do Território (PROT-N), do Programa Operacional Regional do Norte (ON.2) e, em particular, no âmbito do Conselho de Coordenação Intersectorial e do Conselho Regional (previsto na lei orgânica de cada CCDR).

Paralelamente e especificamente no caso da Agenda Regional de Turismo e respectivo Plano de Acção, foi adoptado um modelo de governância que visa reforçar e promover (de forma mais estreita) a necessária articulação entre sectores para a concretização de uma estratégia partilhada e concertada entre os principais actores que actuam no sistema turismo regional.

Neste contexto, a Agenda Regional de Turismo é constituída por dois órgãos:

a) **Comité de Pilotagem:** Órgão constituído por um n.º restrito de instituições em áreas chave para o turismo regional, capazes de colaborar activamente na dinamização e execução de Programas de Acção/ Medidas/ Projectos para o desenvolvimento turístico da Região. A natureza deste órgão é, fundamentalmente, de âmbito estratégico-operacional.

As competências inerentes ao Comité de Pilotagem são, nomeadamente, as seguintes:

Competências do Comité de Pilotagem

- 1 Coordenar, gerir e dinamizar o Plano de Acção;
- 2 Promover a elaboração do Plano de Acção;
- 3 Preparar e elaborar propostas de desenvolvimento, em concreto, de todas as diligências tendentes à boa execução física e financeira e seguimento dos programas de acção, projectos e iniciativas integradas no Plano de Acção, articulando, para o efeito, com todas as entidades públicas e privadas relevantes;
- 4 Propor e desenvolver soluções de enquadramento financeiro e regulamentar para a concretização dos programas, projectos e iniciativas integradas no Plano de Acção;
- 5 Desenvolver, em concreto, o processo de elaboração da proposta de programação financeira anual do Plano de Acção e seu envio, dentro dos prazos que venham a ser estabelecidos, para apreciação do Conselho de Coordenação Inter-sectorial;
- 6 Elaborar relatórios semestrais de progresso do Plano de Acção e seu envio, dentro dos prazos que venham a ser estabelecidos, para apreciação do Conselho de Coordenação Inter-sectorial, após parecer da Comissão de Acompanhamento do Plano de Acção;
- 7 Debater, preparar e propor as decisões do Conselho de Coordenação Inter-sectorial necessárias aos eventuais ajustamentos, reorientações ou mesmo novas acções a inscrever no Plano de Acção;
- 8 Coordenar a preparação de contributos relativamente aos documentos de enquadramento regulamentar de operacionalização do Plano de Acção;
- 9 Desenvolver, em concreto, as condições de base do sistema de monitorização do respectivo Plano de Acção;
- 10 Adoptar a constituição de grupos de trabalho de âmbito multisectorial envolvendo, nomeadamente, os responsáveis pelos serviços desconcentrados (ou, em sua substituição, técnicos da administração pública por eles designados) e representantes de instituições públicas e privadas directamente interessadas nos temas prioritários do Plano de Acção, com vista a desenvolver as acções tendentes à respectiva dinamização e seguimento (por exemplo, elaborar os termos de referência de estudos, apoiar a montagem técnica, financeira e institucional de iniciativas e projectos âncora, propor metodologias de intervenção integradas em sectores com especiais problemas ou definir critérios e metodologias de seguimento e monitorização do Plano de Acção);
- 11 Desenvolver diligências tendentes a assegurar o respeito de todos os compromissos nos prazos previstos, bem como a solução de eventuais disfunções nos dispositivos previstos e/ ou dificuldades de execução do Plano de Acção, nos tempos ou nos moldes previstos.

Os trabalhos de coordenação e apoio técnico-científico e operacional ao Comité de Pilotagem para o Desenvolvimento Turístico do Norte de Portugal e, em particular, ao respectivo Plano de Acção, serão assegurados por um Perito-Coordenador e estrutura de apoio técnico permanente da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento Regional do Norte.

b) **Comissão de Acompanhamento para o Turismo do Norte de Portugal:** Órgão de alto nível, constituído por um painel de entidades com capital de conhecimento, experiência e actuação para o Turismo do Norte de Portugal. Visa, essencialmente, ser um espaço de reflexão e acompanhamento das dinâmicas do Turismo regional, cabendo-lhe, nomeadamente, fornecer contributos para a definição e execução de estratégias no turismo regional. A composição desta Comissão de Acompanhamento procurou, tanto quanto possível, respeitar os seguintes critérios: (i) representação ao nível da Marca Porto e Norte de Portugal (NUTS II Norte) e das quatro sub-marcas turístico-promocionais (Porto, Minho, Douro e Trás-os-Montes); (ii) presença do sector público e privado e (iii) enfoque em diversas áreas chave para o turismo regional (Promoção, Formação, Enoturismo, Turismo Rural e de Natureza, Hotelaria, Transporte aéreo, Cruzeiros e institucional). As competências deste órgão são, nomeadamente, as apresentadas na tabela seguinte.

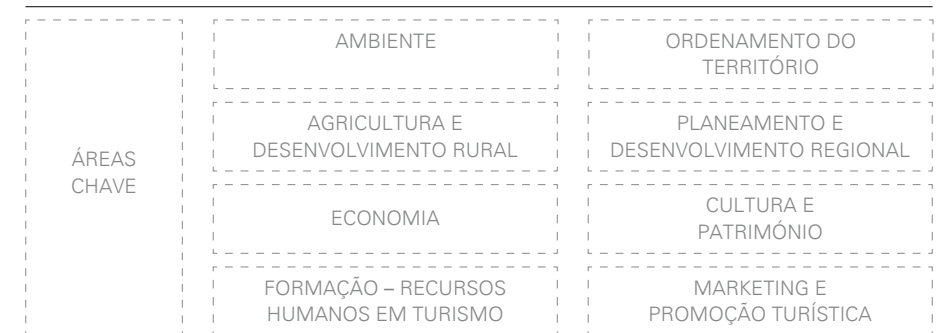
Competências do Comité de Pilotagem

- 1 Monitorização da execução do Plano de Acção e das respectivas iniciativas e projectos, quer numa perspectiva qualitativa, quer no que se refere ao grau de convergência apresentado em relação às principais metas quantificadas, indicadores de realização e de resultado;
- 2 Pronunciar-se sobre os relatórios de progresso anuais e final do Plano de Acção, apreciando os resultados intercalares e finais do mesmo;
- 3 Pronunciar-se sobre a proposta de Plano de Acção, bem como sobre as respectivas propostas de reprogramação e de implementação;
- 4 Fornecer sugestões e apresentar propostas no âmbito do processo de elaboração e de execução do Plano de acção, bem como sobre os respectivos mecanismos de implementação;
- 5 Efectuar recomendações para o desenvolvimento turístico do Norte de Portugal, constituindo-se como um espaço de reflexão e acompanhamento das dinâmicas que lhe são inerentes e fornecendo contributos e orientações para a definição e execução de estratégias para o sector, a nível da região.

A figura seguinte evidencia, de forma sintética, o modelo de Governação da Agenda Regional de Turismo para o Norte de Portugal e respectivo Plano de Acção.

MODELO DE GOVERNAÇÃO DO PLANO DE ACÇÃO PARA O TURISMO NO NORTE DE PORTUGAL – AGENDA REGIONAL DO TURISMO

Comité de Pilotagem



Actores: CCDR-N (Chefe de fila); Direcção Regional de Agricultura Norte; Direcção Regional Cultura Norte; Representação das Escolas de Hotelaria e Turismo do Norte (Turismo de Portugal); ADETURN; Órgão(s) Regional(is) de Turismo (a incluir no âmbito do DL n.º 67/2008, de 10 de Abril)



Comissão de Acompanhamento

Entidades de âmbito Nacional, Regional e Local (de vários sectores) e representações do sector privado – sempre que aplicável, serão actores chave na dinamização e concretização de acções integradas/projectos e iniciativas integradas no Plano de Acção

Conselho da Região; Turismo de Portugal I.P.; AICEP – Agência para o Investimento e Comércio Externo de Portugal; AHP – Associação dos Hotéis de Portugal; APAVT – Associação Portuguesa das Agências de Viagens e Turismo; ATP – Associação das Termas de Portugal; CTP – Confederação do Turismo de Portugal; Órgão(s) Regional(is) de Turismo (a incluir no âmbito do DL n.º 67/2008, de 10 de Abril); UNISHNOR; Aeroporto Francisco Sá Carneiro; APDL (Porto de Leixões); AMP – Área Metropolitana do Porto; AEP – Associação Empresarial de Portugal; Estrutura de Missão Douro; ICNB – Inst. Cons. Natureza (PNPG); Direcção Regional Economia Norte; Escola de Hotelaria e Turismo do Porto; TURIHAB; CVRVV – Comissão de Viticultura da Região dos Vinhos Verdes; IVDP – Instituto dos Vinhos do Douro e Porto; Associação dos Aderentes da RVP; CRVT – Comissão Vitivinícola Regional de Trás-os-Montes; Confederação Nacional de Caçadores; Circunscrição Florestal do Norte; (Parque Florestal); ADRIL – Associação de Desenvolvimento Rural Integrado do Lima; PCB; EP – Estradas de Portugal; CP – Comboios de Portugal; Casa da Música; Fundação de Serralves; UGT Norte; União dos Sindicatos do Norte; Sonae Turismo; Solverde; Douro Azul; CS Hotéis; UNICER Turismo; Grupo Pestana; Sheraton Porto; Hotéis Mercure Portugal - Grupo Accor; Grupo Sol Hoti-Portugal Hotéis Lda (Mélia e Tryp).

- > COMISSÃO DE COORDENAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO NORTE, *et al* (2004) **Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro – Proposta Técnica**, CCDR-N, Porto
- > COMISSÃO DE COORDENAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO NORTE (2006) **NORTE 2015 – Competitividade e Desenvolvimento – Uma Visão Estratégica**, CCDR-N, Porto
- > COMISSÃO DE COORDENAÇÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL DO NORTE (2007) **Programa Operacional Regional do Norte 2007-2013**, CCDR-N, Porto
- > GODET, Michel (1993) **Manual de Prospectiva Estratégica – da antecipação à acção**, Publicações Dom Quixote, Lisboa
- > GUNN, Clare A. (1994) **Tourism Planning – Basics, Concepts, Cases**, 3ª ed, Taylor & Francis, Washington
- > INSKEEP, E. (1992) **Tourism Planning. An integrated and sustainable development approach**, Van Nostrand Reinhold, New York
- > INSTITUTO NACIONAL DE ESTATÍSTICA (2007), **Anuário Estatístico da Região Norte**, INE, Lisboa
- > MINISTÉRIO DA ECONOMIA E INOVAÇÃO, TURISMO DE PORTUGAL (2006), **PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo**, TP, Lisboa
- > QUATERNAIRE PORTUGAL, CEDRU (2005) **Avaliação Intercalar do Programa Operacional da Região do Norte – Estudo de Actualização – Relatório Final**, CCDR-N, Porto
- > QUATERNAIRE PORTUGAL, CEDRU (2005) **Estudo de Actualização da Avaliação Intercalar do Quadro Comunitário de Apoio 2000-2006 – Relatório Final**, CCDR-N, Porto
- > RIBEIRO, João (2006) **O Golfe no Norte de Portugal – uma perspectiva motivacional**, dissertação de mestrado, UA, Aveiro
- > THR (2006), **10 Produtos Estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal**, Turismo de Portugal, Lisboa
- > TT-ThinkTur – Estudos e Gestão de Empreendimentos Turísticos, Lda (2007), **“Programa de Visitação e Comunicação na Rede Nacional de Áreas Protegidas”**, ICNB, Lisboa

- > WORLD TOURISM ORGANISATION (1993) **Sustainable Tourism Development**, WTO, Madrid
- > WORLD TOURISM ORGANISATION (1998) **Guide for local authorities on developing sustainable tourism**, WTO, Madrid
- > WORLD TOURISM ORGANISATION (2006) **Por un turismo más sostenible – guía para responsables políticos**, UNWTO, Madrid
- > WORLD TOURISM ORGANISATION (2008) **Tourism Highlights – 2007**, UNWTO, Madrid

Documentos de natureza enquadradora e normativa

- > PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS (2005) **Programa do XVII Governo Constitucional**
- > PRESIDÊNCIA DO CONSELHO DE MINISTROS (2007) **Resolução de Conselho de Ministros n.º 53/2007, de 04 de Abril [Aprova os objectivos e principais linhas de desenvolvimento do Plano Estratégico Nacional de Turismo (PENT)]**

Fonte/Crédito de Imagens

CCDR-N

Capa; pág. 42 (topo superior, à direita); pág. 59; pág. 79 (3.ª imagem a contar do topo); separador “Modelo de Governação”.

CCDR-N/ANÍBAL LEMOS

Pág. 29; pág. 39 e pág. 77.

CCDR-N/EGÍDIO SANTOS

Separador “Turismo na Região do Norte”; pág. 15; separador “Diagnóstico Prospectivo da Região do Norte”; pág. 23 (topo); pág. 25 (topo); pág. 36; pág. 71 (esquerda); separador “Estratégia de Desenvolvimento”; pág. 79 (duas imagens do topo); pág. 83; pág. 101 e 102.

CCDR-N/FURTACORES – DESIGN DE COMUNICAÇÃO

Pág. 18; pág. 23 (imagem inferior); pág. 25 (imagem inferior); pág. 27; pág. 33; pág. 35; pág. 37; pág. 40 (em cima à esquerda e imagens inferiores); pág. 49; pág. 54; pág. 57; pág. 71 (direita); pág. 74; pág. 80; pág. 86; pág. 87; pág. 88 e 94.

CCDR-N/JAMES STILLINGS

Pág. 63; pág. 70 e pág. 79 (imagem inferior).

ROTA DO VINHO DO PORTO

Pág. 31.



Acolhimento empresarial



Energia



Mobilidade



Ambiente



Indústrias criativas



Moda



Cidades e urbanismo



Inovação



Região digital



Desenvolvimento rural



Internacionalização



Saúde



Empregabilidade



Mar



Turismo

