

Turismo de Negócios – *Convention & Visitors Bureau* na Região Centro

JORGE SOARES MARQUES * [jorgemarques_18@hotmail.com]

NORBERTO SANTOS ** [norgeo@fl.uc.pt]

Palavras-chave | Turismo de Negócios, Território, Desenvolvimento Local, *Convention & Visitors Bureau*, Região Centro, Segmento Turístico.

Objectivos | O Turismo de Negócios representa um peso significativo na economia local e regional e corresponde a um segmento turístico com grande potencial de desenvolvimento na Região Centro. Poderá, também, ser enquadrado numa perspectiva dinamizadora do Turismo de Lazer e de contributo para atenuar a sazonalidade do turismo na Região. O objectivo deste trabalho consiste em propor metodologias e identificar competências organizativas e características territoriais que permitam dar expressão ao Turismo de Negócios identificando fragilidades e potencialidades como forma de criar um ambiente propício ao desenvolvimento, na Região Centro, deste produto turístico associado ao território.

Metodologia | Pretende-se utilizar a metodologia Delphi, sendo uma das metodologias científicas que permite analisar dados qualitativos. Trata-se de um método que permite obter opiniões de especialistas numa determinada área (denominado painel Delphi) através da realização de questionários. Este método implica o anonimato, a interacção com *feedback* controlado e as respostas estatísticas do grupo. Para além do uso da metodologia Delphi prevê-se a recolha de dados estatísticos nas seguintes entidades: ICCA, INE, IAPMEI, AHRDA, Turismo de Portugal, I.P., Câmaras Municipais e diversos *stakeholders* do turismo na Região.

Principais resultados e contributos | A área geográfica objecto de estudo deste trabalho será delimitada pelas unidades territoriais (NUT III) correspondentes ao Baixo Vouga, Baixo Mondego, Dão-Lafões e Pinhal Interior Norte. As quatro unidades territoriais englobam as cidades estratégicas de Aveiro, Coimbra e Viseu que, para além de estarem dotadas de recursos turísticos importantes (naturais e construídos), apresentam uma desenvolvida rede de acessibilidades. Deste modo, pretende-se estudar as características territoriais e competências organizativas da área geográfica escolhida de modo a propor estratégias para o desenvolvimento do produto turístico associado ao Turismo de Negócios. Uma das estratégias a propor poderá passar pela criação de uma estrutura organizativa que trabalhe na promoção e desenvolvimento da Região como destino de Turismo de Negócios. Em Portugal têm surgido esse tipo de estruturas organizativas denominadas *Convention & Visitors Bureau* (C&VB). Estas organizações, sem fins lucrativos, promovem o destino através da divulgação dos espaços onde é possível desenvolver diferentes tipos de eventos e os diferentes serviços e estruturas complementares que englobam atracções turísticas e acessibilidades.

* **Licenciado em Gestão Hoteleira** pelo Instituto Superior de Espinho e **Doutorando em Turismo, Lazer e Cultura** na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra. **Investigador** no CEGOT - Centro de Estudos em Geografia e Ordenamento do Território.

** **Doutorado em Geografia** pela Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra e **Professor Associado com Agregação** na Faculdade de Letras da Universidade de Coimbra.

O principal contributo deste trabalho consiste em propor metodologias e identificar competências organizativas e características territoriais que permitam dar expressão ao Turismo de Negócios identificando fragilidades e potencialidades como forma de criar um ambiente propício ao desenvolvimento, na Região Centro, deste produto turístico associado ao território. Como resultado final espera-se que seja considerada uma vantagem estratégica para a Região, o desenvolvimento do Turismo de Negócios através da organização de um *Convention & Visitors Bureau* e, consequentemente, que essa estrutura organizativa encontre neste trabalho uma base para a sua implementação.

Limitações | As limitações previstas para este trabalho prendem-se com a possibilidade de não se conseguir uma amostra significativa de especialistas (painel Delphi) interessados em colaborar na elaboração dos questionários. A falta de consenso nas opiniões sobre o tema Turismo de Negócios e a organização de um *Convention & Visitors Bureau* que, no pior dos cenários, poderá ocorrer após a utilização da metodologia Delphi é considerado um potencial factor limitativo à validade final dos resultados da investigação.

A limitação de tempo e de recursos implica que, apesar de se tratar de um tema de estudo aplicável a toda a região Centro, a área específica a investigar seja delimitada através de quatro sub-regiões (Baixo Vouga, Baixo Mondego, Dão-Lafões, Pinhal Interior Norte).

Conclusões | A Região Centro de Portugal apresenta factores diferenciadores relativamente à riqueza e diversidade das atracções turísticas, localização geográfica, acessibilidades, segurança e hospitalidade.

A localização geográfica da Região Centro e mais especificamente o triângulo urbano Coimbra – Aveiro – Viseu apresenta uma boa estrutura de acessibilidades rodoviárias que ligam estas cidades entre si e também aos centros urbanos de Porto e Lisboa. A existência de vários aeródromos (Aveiro, Coimbra, Viseu, Figueira da Foz, entre outros) e dos portos marítimos de Aveiro e Figueira da Foz apresentam-se como vantagem competitiva que tenta atenuar a o facto de não existirem aeroportos na Região.

Ao nível de estruturas e equipamentos, existem vários espaços com as condições necessárias à realização de eventos profissionais, científicos ou culturais que poderão competir com as restantes regiões de Portugal, dos quais se podem destacar o Centro Cultural e de Congressos de Aveiro, o *Expocenter* em Viseu, o Centro de Artes e Espectáculos da Figueira da Foz e o Auditório dos Hospitais da Universidade de Coimbra.

Todos estes factores diferenciadores propiciam à Região um grande potencial de desenvolvimento turístico e do produto associado ao Turismo de Negócios.

Analisando os 10 produtos turísticos definidos pelo Plano Estratégico Nacional do Turismo, os que mais contribuem para o volume global de receitas na Região são o *Touring* Cultural e Paisagístico e o Turismo de Natureza. Considera-se, no entanto, que o desenvolvimento de outros produtos é de grande importância, nomeadamente o Turismo de Negócios que, apesar de não fazer parte dos produtos prioritários definidos pelo PENT para a Região Centro, poderá representar um contributo significativo para a actividade turística. Considera-se importante promover estratégias de desenvolvimento não só para o Turismo de Negócios de grandes dimensões através de grandes eventos corporativos ou associativos, como também para o de menores dimensões que engloba as deslocações de representantes comerciais de empresas, pequenas reuniões, visitas técnicas, entre outros.

O Turismo de Negócios poderá também ser enquadrado numa perspectiva dinamizadora do Turismo de Lazer e mais concretamente dos restantes produtos estratégicos definidos pelo PENT, devido às actividades que podem ser desenvolvidas pelo turista após a realização do propósito principal da viagem ou visita. Em muitos casos, a permanência do turista pode ser prolongada de modo a possibilitar a visita aos pontos de interesse da região onde se encontra. Outro aspecto importante consiste na contribuição deste produto para atenuar a sazonalidade do turismo na Região.