

Plano Estratégico de Desenvolvimento do Turismo

– Região de Turismo Rota da Luz

CARLOS COSTA * [ccosta@ua.pt]

CAROLINA GAUTIER ** [carolina.gautier@idtour.pt]

JOSÉ MENDES *** [jose.mendes@idtour.pt]

Objectivos |

- Aumentar 80% a capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros [7.000 camas];
- Triplicar a capacidade de alojamento nos empreendimentos de turismo no espaço rural [400 camas];
- Aumentar 80% as dormidas nos estabelecimentos hoteleiros [545 mil dormidas];
- Duplicar os proveitos totais nos estabelecimentos hoteleiros [27 milhões de euros];
- Aumentar 75% os proveitos de aposento nos estabelecimentos hoteleiros [15 milhões de euros];
- Aumentar 65% o volume de negócios nas actividades características do turismo [500 milhões de euros];
- Aumentar 75% o pessoal ao serviço nas actividades características do turismo [12.500 postos de trabalho directos].

Metodologia | O presente projecto teve na sua base os modelos de investigação e desenvolvimento mais referenciados ao nível internacional, desenvolvidos por diversos autores, Cooper *et al.* (2005), Inskip (1991) e Mill e Morrison (1985).

A metodologia utilizada, considerou as diversas fontes de informação oficial de âmbito internacional, nacional e regional/local, complementarmente, e por limitações da própria informação disponível, foram realizados inquéritos por questionário aos visitantes e às unidades de alojamento, para além das entrevistas junto dos municípios (titulares do sector do turismo) e do concurso de ideias ‘mentes brilhantes em turismo’. A informação produzida, foi validada em sessões públicas restritas (workshops e reuniões técnicas).

Principais resultados e contributos |

Visão

Afirmar o turismo enquanto âncora do desenvolvimento socioeconómico da Região de Turismo Rota da Luz, através da coesão intra-regional promovida pela ‘singularidade diversificada’ do seu produto turístico e pelas complementaridades inter-regionais oferecidas pelas características do território.

Modelo Estratégico de Desenvolvimento Territorial:

- Produtos Turísticos Estratégicos [pirâmide de produtos];
- Espaços Turísticos Estratégicos [zonas e pontos de especial interesse turístico];

* **Doutorado em Turismo** pela Universidade de Surrey (Reino Unido) e **Professor Associado com Agregação** no Departamento de Economia, Gestão e Engenharia Industrial, Universidade de Aveiro.

** **Licenciada em Gestão e Planeamento em Turismo** pela Universidade de Aveiro e **Técnico Superior de Turismo** na idtour – unique solutions, Lda.

*** **Licenciado em Gestão e Planeamento em Turismo** pela Universidade de Aveiro e **Sócio-gerente** da idtour – unique solutions, Lda.

- Projectos Acorantes de Desenvolvimento [10 projectos de âmbito regional];
- Projectos Complementares [projectos desagregados por concelho/freguesia].

Conclusões | O modelo de desenvolvimento do turismo preconizado para o território Rota da Luz, considera os produtos turísticos estratégicos e os respectivos espaços geográficos de reconhecido valor turístico, actual e potencial. Adicionalmente, foram identificados projectos ancorantes de desenvolvimento, os quais contribuirão para sustentar os produtos turísticos estratégicos e afirmar a estratégia definida.

Uma vez consolidadas as tipologias de oferta a desenvolver, procedeu-se à identificação dos mercados prioritários para a Rota da Luz:

- Mercado interno [NUTS III – Grande Porto, Grande Lisboa];
- Mercado interno alargado [Galiza, Castela e Leão, Madrid];
- Mercado internacional [Alemanha, França, Holanda, Itália, R. Unido].

A análise sociométrica desenvolvida no âmbito do projecto destacou a importância decisiva da Região de Turismo Rota da Luz (instituição) na dinamização da rede regional, sejam organizações institucionais (sector público), sejam empresariais (sector privado). Neste sentido, o modelo de governância proposto, considerou as seguintes áreas de intervenção prioritárias da Região de Turismo Rota da Luz:

- Qualificação;
- Promoção;
- Informação;
- Formação;
- Animação;
- Inovação;
- Investimento;
- Monitorização.