

Turismo e Negócios em Vila Nova de Gaia: Estudo de Caso

FERNANDO FLORIM DE LEMOS * [fflemos@ispgaya.pt]

MANUELA DIAS ** [manuelandias@hotmail.com]

AÚREA RODRIGUES *** [aurea@ua.pt]

ANA PAULA CABRAL **** [acabral@ispgaya.pt]

Objectivos | Uma das maiores apostas do Turismo de Portugal é o M.I. (Meetings Industry) ou Turismo de Negócios e Incentivos. No entanto, não há qualquer estudo que prove que este tipo de turismo poderá ser rentável no concelho de Vila Nova de Gaia.

Em Janeiro de 2009, o Centro de Investigação, Difusão e Intervenção Educacional (CIDInE), em parceria com o Instituto Superior Politécnico Gaya (ISPGaya), realizou um evento internacional de três dias em Vila Nova de Gaia (II Congresso Internacional do CIDInE: *Novos contextos de formação, pesquisa e mediação*) que serviu de estudo de caso para um projecto final de curso de uma Licenciatura em Turismo do Instituto Superior Politécnico Gaya (ISPGaya).

Através da análise de dados e da especificação do decorrer do evento, procurou-se verificar se o Turismo de Negócios em Vila Nova de Gaia é viável com base na resposta às seguintes questões:

- Existem infra-estruturas suficientes para o Turismo de Negócios em Vila Nova de Gaia?
- Qual a percepção do turista em relação à qualidade/satisfação dos serviços prestados?

Metodologia | Para a realização deste estudo recorreu-se à técnica de Estudo de Caso, com base no seguinte plano empírico:

- identificação de eventos semelhantes ao que ia ser estudado;
- pesquisa de fontes bibliográficas que pudessem apoiar o estudo ao nível da temática “Turismo de Negócios”;
- contacto com informadores-privilegiados e entidades que pudessem facilitar o acesso à informação necessária e a apoios para a realização do evento;
- observação participante recepção dos participantes e actividades antes/durante e após evento;
- recurso a entrevistas e questionários de avaliação aos participantes durante e após o evento e análise e apresentação dos resultados no último dia do congresso.

Principais resultados e contributos | Através dos dados obtidos podemos verificar que Vila Nova de Gaia parece deter estruturas para albergar o turista de negócios. No entanto, as autoridades locais, embora tenham implementado muitas *facilities* e espaços de lazer, devem criar mais infra-estruturas para congressos de maior dimensão e fomentar o incremento de uma maior divulgação da região a nível internacional. Quanto às instituições privadas devem renovar o seu procedimento de marketing. Talvez por não estarem elucidados sobre o efeito multiplicador do turismo e atendendo que

* **Mestre em Administração Pública** pela Universidade do Minho e **Professor Adjunto** no Instituto Superior Politécnico Gaya.

** **Licenciada em Turismo** pelo Instituto Superior Politécnico Gaya.

*** **Doutoranda em Turismo** na Universidade de Aveiro e **Professora Adjunta** no Instituto Superior Politécnico Gaya.

**** **Doutorada em Ciências da Educação** pela Universidade de Aveiro e **Professora Coordenadora** no Instituto Superior Politécnico Gaya.

a região é sustentada por pequenas e média empresas, notou-se a dificuldade em obter apoio e patrocínio por parte das mesmas. Neste domínio, compete em certa medida à autarquia divulgar às empresas os benefícios do turismo. Relativamente aos recursos humanos utilizados neste evento e tendo em linha de conta que os resultados do questionário foram positivos em relação a este aspecto, poderemos afirmar que a região é detentora de mão-de-obra qualificada. Perante todos os resultados obtidos, pelos questionários colocados durante o congresso foi possível constatar a viabilidade de Turismo de Negócios em Vila Nova de Gaia, visto que todas as questões direccionadas para a satisfação do turista foram as mais cotadas no que concerne à recepção do evento e organização. Em relação a todos os serviços relacionados com a indústria turística os resultados também são satisfatórios.

Conclusões | Com a realização do evento *II Congresso Internacional do CIDInE: Novos contextos de formação, pesquisa e mediação* como estudo de caso foi possível comprovar as potencialidades de Vila Nova de Gaia para o Turismo de Negócios já que, com as facilidades existentes, a satisfação do turista foi notória através dos dados obtidos. É importante que se reúnam todos os meios de dinamização, sejam eles sobre o local, a forma de marketing, revistas e outros veículos dinamizadores. Reunindo todo o material e informação susceptível de interesse para o cliente sobre o local, a área envolvente e as características do próprio cliente, o seu grau de satisfação reverterá numa estadia mais prolongada ou na sua fidelização obtendo o retorno.