

Ordenamento do Território Sustentabilidade e o futuro do Turismo no Centro de Portugal

António M. A. Martins

antonio.martins@turismodocentro.pt



TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL

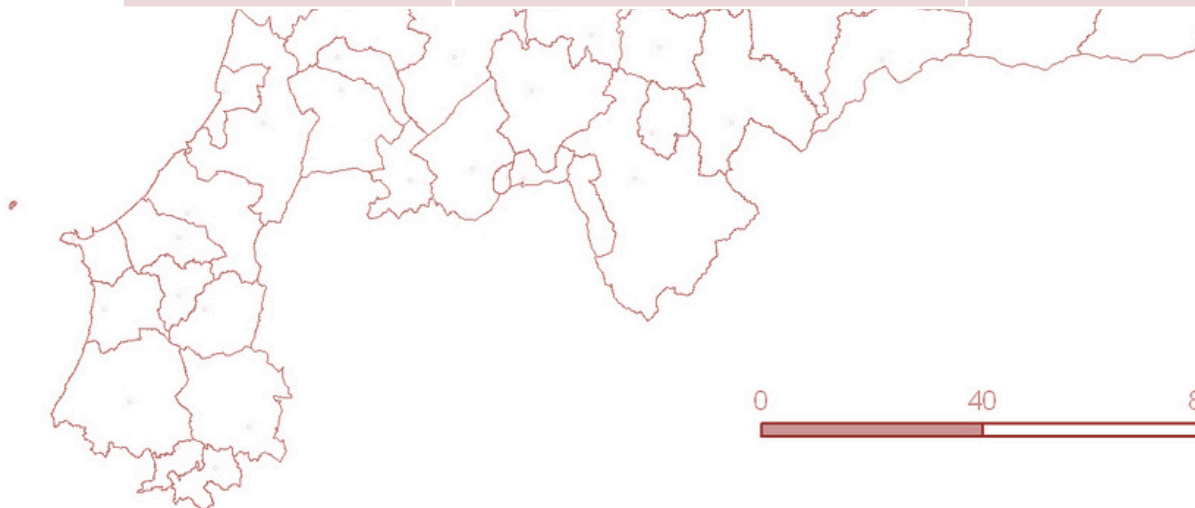
Sumário

- Breve caracterização do Turismo no Centro de Portugal.
- A relação Turismo/Ordenamento do Território.
- Produtos Turísticos e a intensidade turística.
- Bases para um referencial regional.
- Comentários finais.





Hóspedes (2012) (INE)	Portugal	Centro
Nacionais	6.181,6	1.381,4
Estrangeiros	7.696,4	718,6
TOTAL	13.878,0	2.100, 1

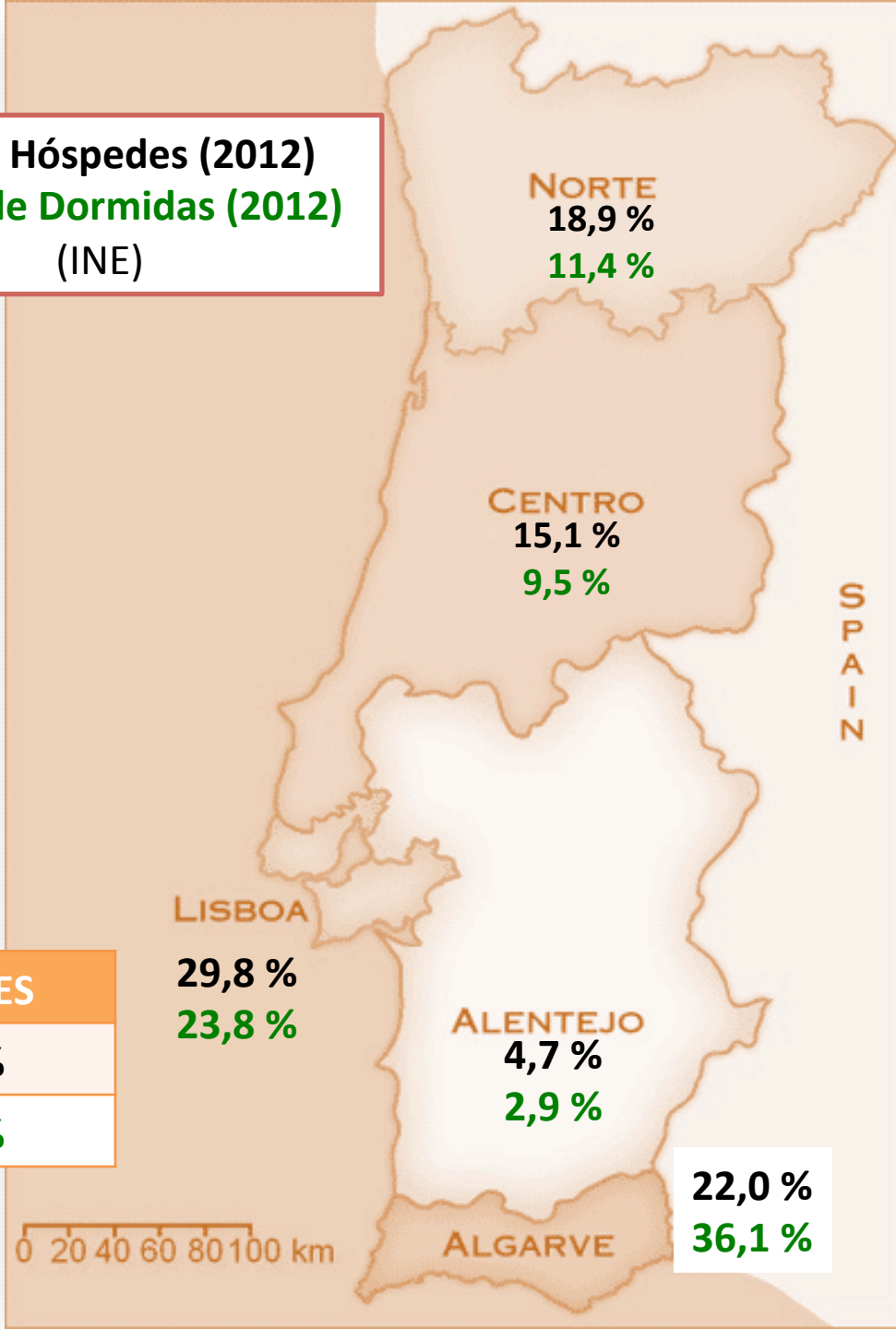




TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL

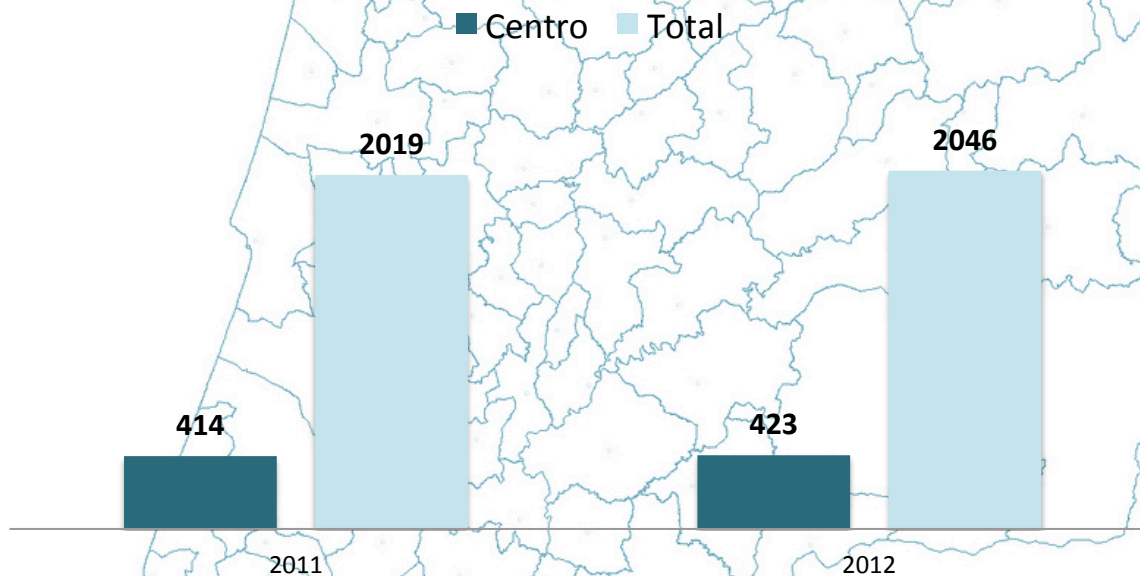
Quota Hóspedes (2012)
Quota de Dormidas (2012)
(INE)

MADEIRA	AÇORES
7,2%	2,3%
13,9%	2,4%





Nº de estabelecimentos (INE, 2012)

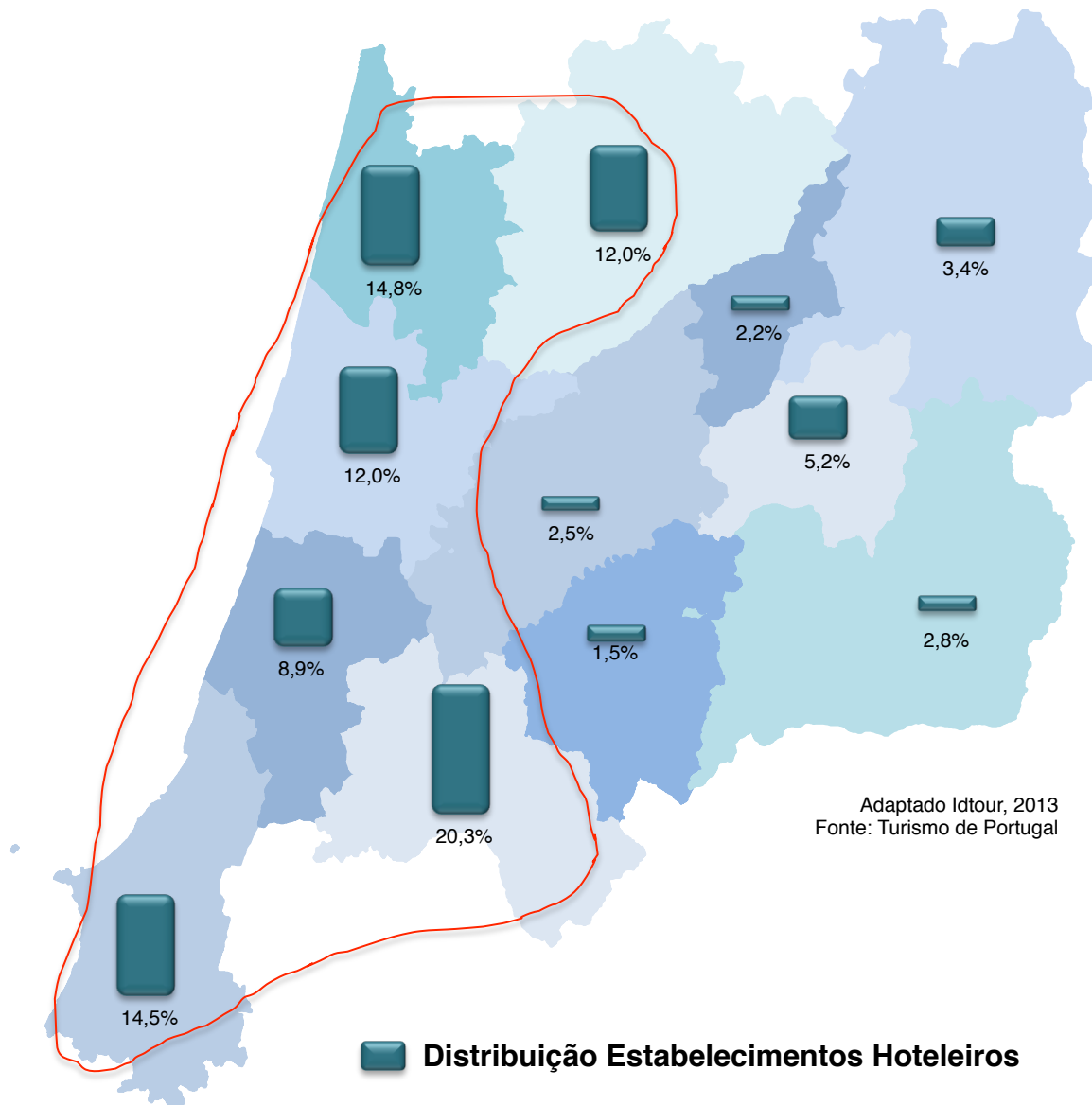


TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL



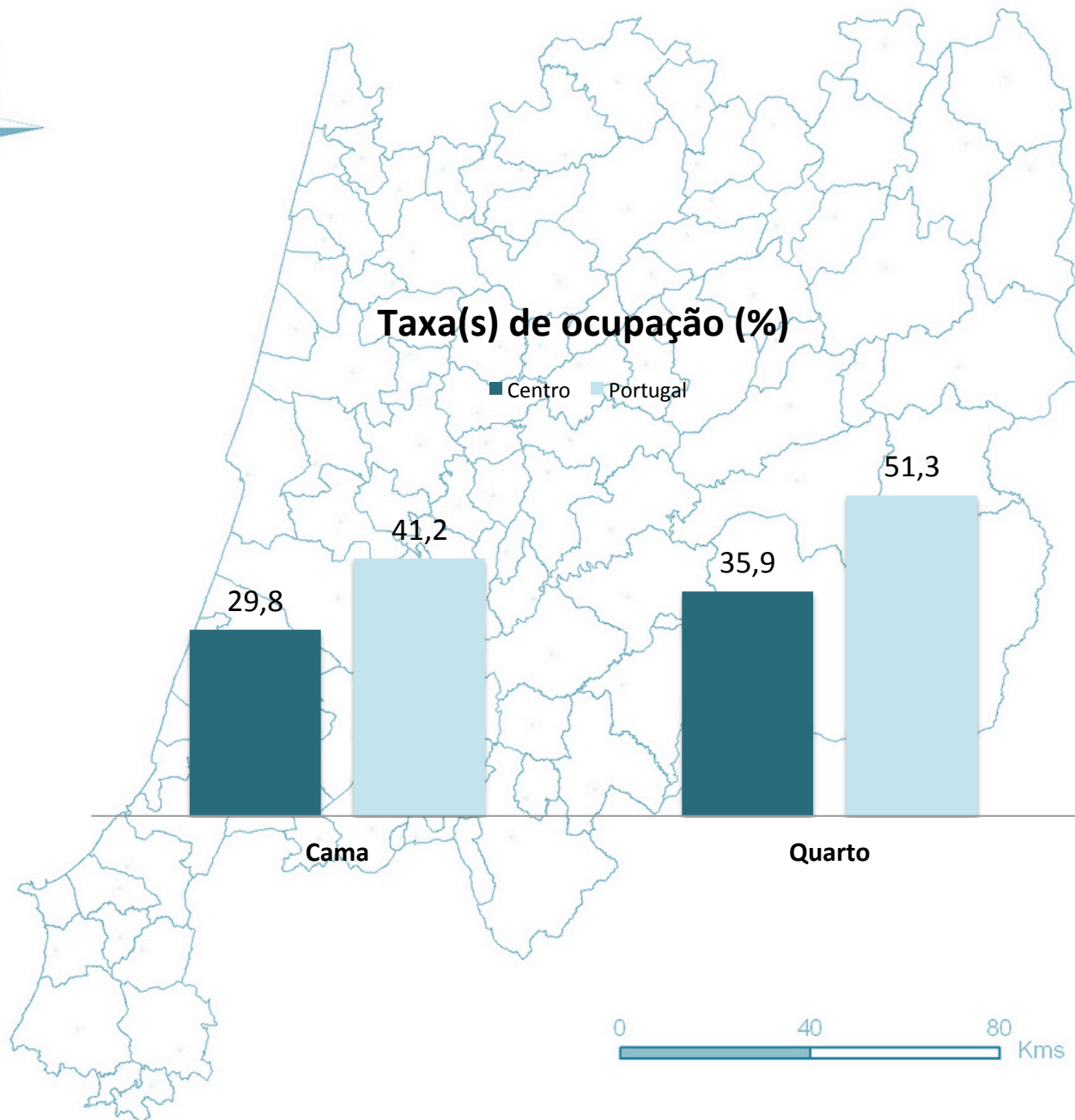


TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL



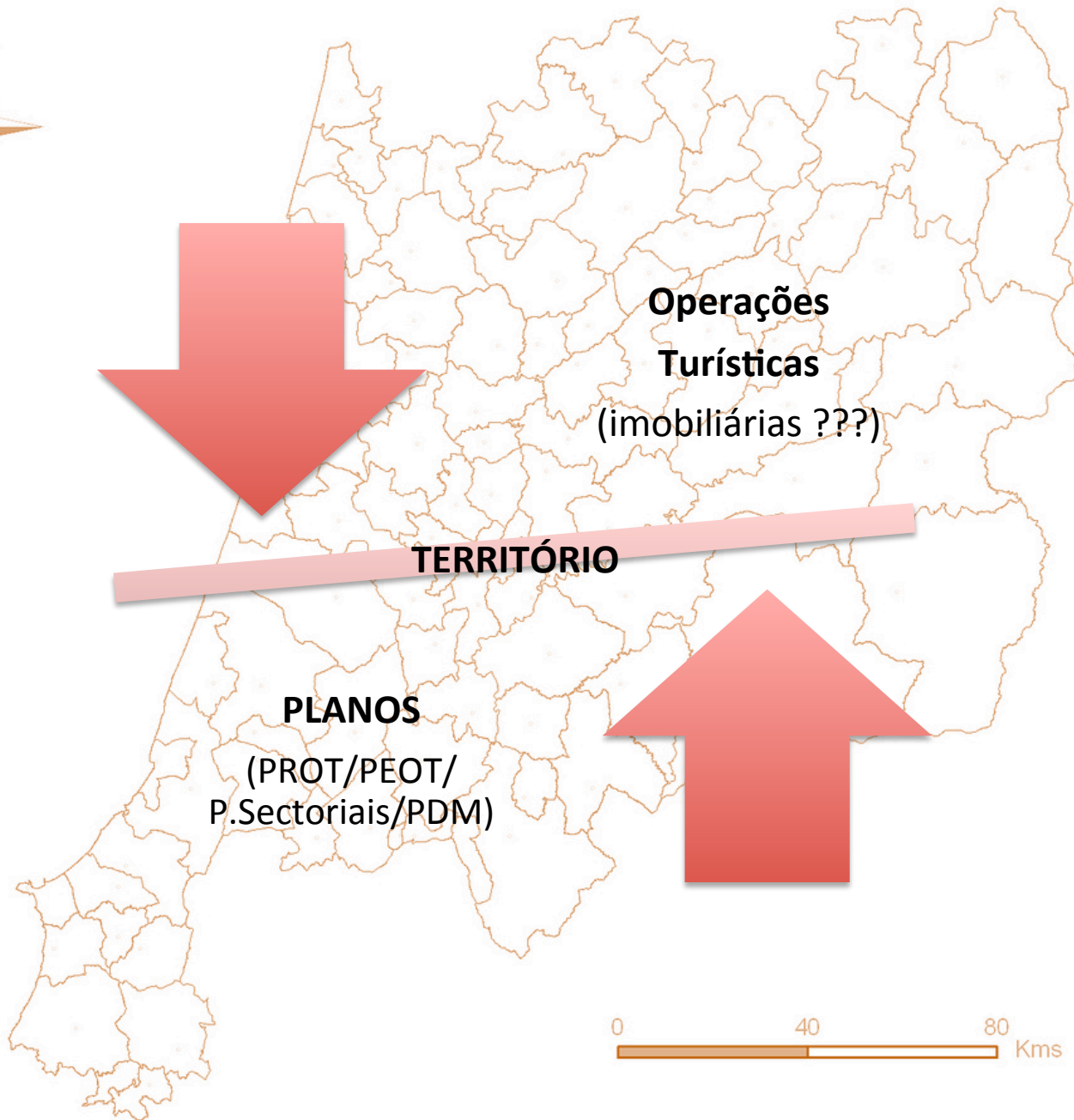


TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL





TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL



0 40 80 Kms



TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL



protcentro

plano regional do ordenamento
do território do centro

DI25. Deve-se reavaliar a capacidade de alojamento quando se verificar, em sede de monitorização do plano, que foi atingido, na região ou em qualquer NUTS III, 50% do limiar máximo de referência comumente utilizado: uma cama por habitante residente. Na determinação deste limiar são excluídas as tipologias Turismo em Espaço Rural (TER), Turismo de Habitação (TH), Hotéis Isolados (Hi) e Pousadas.

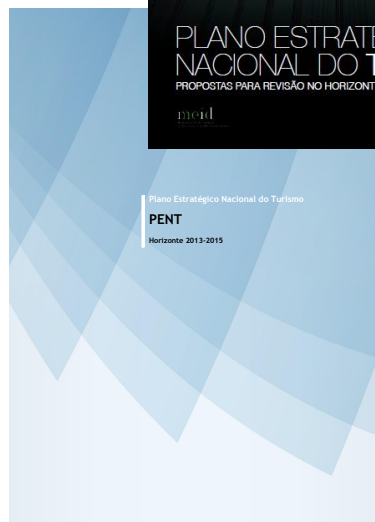


PENT – Tornar a qualidade urbana, ambiental e paisagística uma componente fundamental do produto turístico



TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL

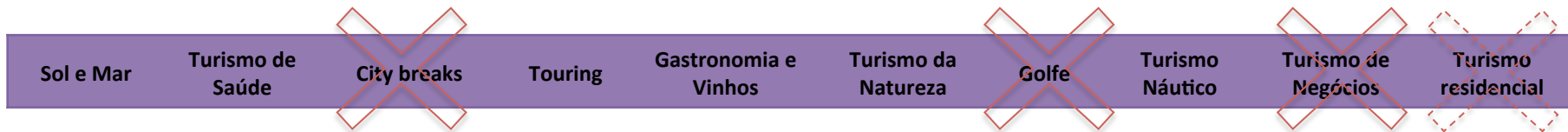
Produtos Turísticos




ESTRATÉGIA PRODUTOS	Consolidado	Desenvolvimento	Complementar	Emergente	Sem Expressão
Sol e mar			✓		
Turismo de saúde	✓		✓	✓	
City breaks					✓
Touring	✓				
Gastronomia e vinhos			✓		
Turismo de natureza		✓			
Golfe					✓
Turismo náutico				✓	
Turismo de negócios					✓
Turismo residencial					✓

Fonte: Análise Turismo de Portugal

PRODUTOS (territorial)



 Sem expressão (PENT Revisão - 2ª versão)



MENOR abrangência territorial

MAIOR abrangência territorial



Sol e Mar

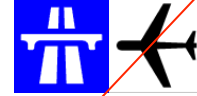
Turismo de Saúde

Touring

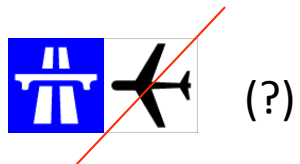
Gastronomia e Vinhos

Turismo da Natureza

Turismo Náutico



TURISMO RELIGIOSO

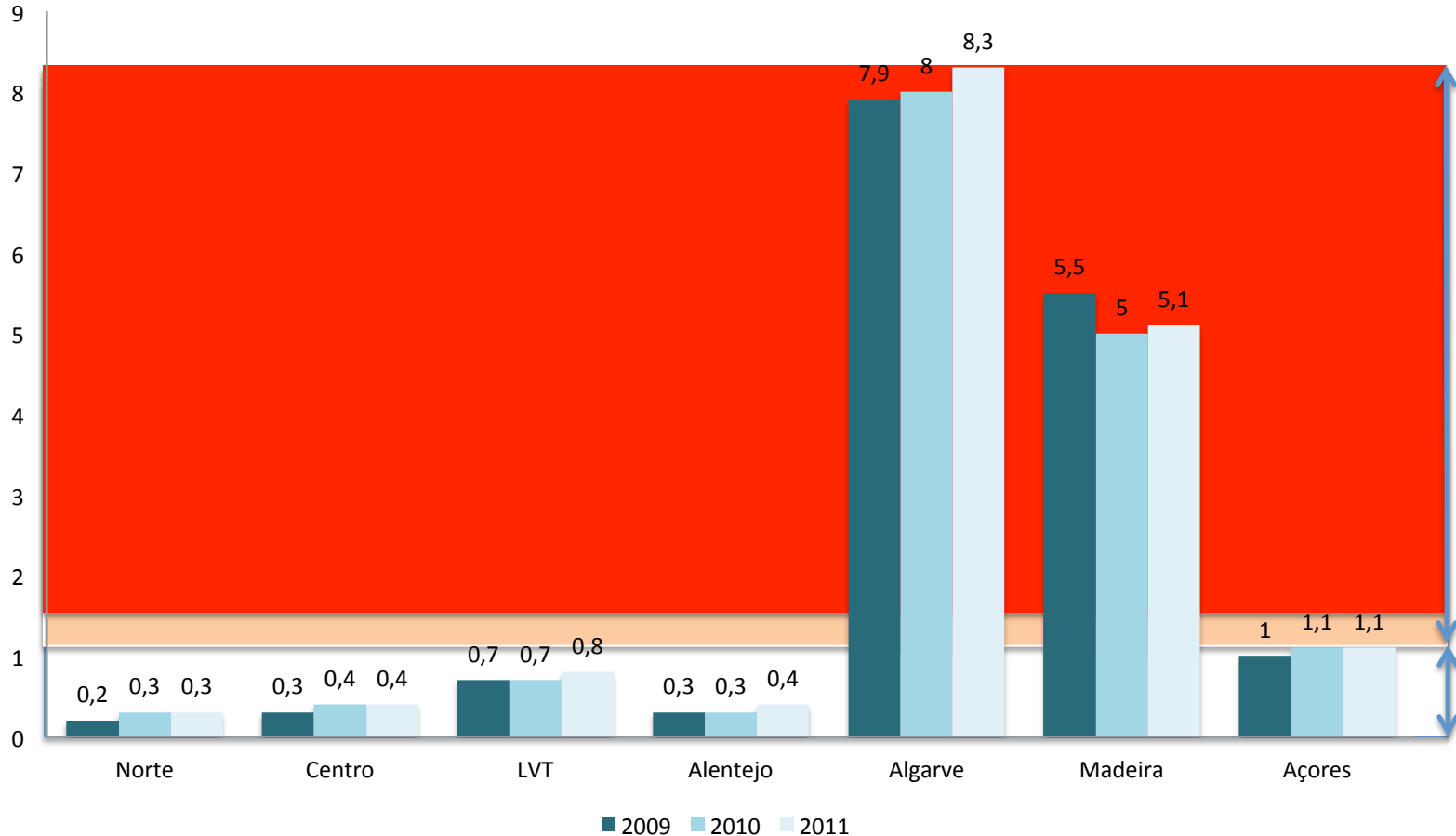




TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL

Intensidade Turística

avalia a pressão exercida pelos turistas que permaneceram em território nacional,



intensidade turística ≤ 1,1	turismo sustentável
1,1 < Intensidade turística < 1,6	turismo pouco sustentável
Intensidade turística ≥ 1,6	turismo insustentável

Environment and Tourism in the Context of Sustainable Development, (DGXI-EC, 1993)



TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL



Com a aplicação RJET de 2008 das 125 (pensões (incluindo 3ª categoria/estalagens/motéis) 64 encerraram ou passaram para Alojamento Local, deixando de ser considerados Empreendimentos Turísticos, representando a perda de cerca de 2.100 camas turísticas)

Projectos Aprovados + 1.000 camas (85 milhões)

- **Palácio da Vista Alegre – Ílhavo (todo 14,0 milhões) – 150 camas - 5***
- **Hotel Universal – Figueira da Foz (1,6 milhões) – 64 camas – 4***
- **Complexo Almargem – Viseu (16,3 milhões) – 116 camas – 4***
- **Hotel Quinta da Paiva - Miranda do Corvo (2,8 milhões) – 80 camas - 4***
- **Hotel Alvaiázere (5,0 milhões) – 62 camas – 4***
- **Aldeamento Caldas de S. Paulo (4,9 milhões) – 76 camas – 5***
- **Hotel Maçarico – Mira (2,6 milhões) – 60 camas – 4***
- **Hotel Golden Tulip – Águeda (5,9 milhões) – 136 camas – 4***
- **Hotel Villa Montemor - Montemor-o-Velho (4,1 milhões) – 72 camas – 4***
- **Convento da Sertã Hotel – Sertã (1,5 milhões) – 50 camas – 4***
- **Esquio Mountain – Penela (17,9 milhões)**
- **Caldas da Cavaca – Aguiar da Beira (9,0 milhões)**



TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL



Linha
de
Acção 1

Sustentabilidade e Coesão Territorial.

Linha
de
Acção 2

Desenvolvimento e Qualificação da Oferta/Produtos

Centro.pt, tudo o que precisa num único destino.
All you need is Centro.pt

Linha
de
Acção 3

Empreendedorismo, Inovação e Diferenciação

Linha
de
Acção 4

Internacionalização e dinamização dos mercados externos.

Centro.pt, esperamos por si.
Centro.pt, waiting for you.

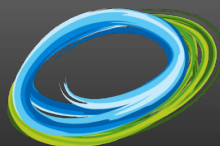
Linha
de
Acção 5

Marketing, Promoção e Comercialização.

Centro de Portugal, desenhado para si.
Centro.pt, drawn for you.

Linha
de
Acção 6

Investigação, Desenvolvimento e Formação



TURISMO
CENTRO
DE PORTUGAL

1 – Intensificar a “tradução” territorial das opções de planeamento.

- a) O PENT não é um Plano Sectorial. É um Plano orientador para das acções de mercado.
- b) A nova legislação regional, enquadra pela primeira vez a componente do Planeamento Regional (conjugada com um plano de Marketing).

2 – Avaliação objectiva dos efeitos das orientações do Turismo para IOT (PDM) e sua aplicação num cenário de evolução do turismo.

3 - O Planeamento e o OT, deverão fomentar o desenvolvimento do Turismo assente em políticas de convergência para com as questões de sustentabilidade ambiental.



MUITO OBRIGADO

António M. A. Martins
antonio.martins@turismodocentro.pt



O indicador intensidade turística avalia a pressão exercida pelos turistas que permaneceram em território nacional, no ano de referência e é calculado através da razão entre o no de dormidas (em milhares) nos estabelecimentos hoteleiros e similares ao longo do ano de referência e o no de residentes (em centenas). De acordo com *Environment and Tourism in the Context of Sustainable Development*, (DGXI-EC, 1993), esta razão é considerada sustentável se fôr inferior a 1,1 dormidas por residente (1,1:1); é considerada pouco sustentável entre 1,1 e 1,5:1; e é considerada insustentável se fôr superior a 1,6:1.