

PRIMEIRA LINHA TURISMO NO INTERIOR DO PAÍS

Interior "tem ainda muito espaço para crescer"

Do Alentejo a Trás-os-Montes, passando pelas Aldeias de Xisto ou por Castelo de Bode, o turismo nas áreas afastadas do Atlântico tem crescido, embora esteja longe de atingir o seu limite, consideram vários agentes do setor. O litoral também está a dar um empurrão.

VÍTOR RODRIGUES OLIVEIRA
vitoroliveira@negocios.pt

Respirar o ar puro da serra enquanto vagueia pelas Aldeias de Xisto; dar mergulhos nas praias fluviais da albufeira de Castelo de Bode ou deixar-se perder pelas profundezas do Alentejo são programas cada vez mais frequentes entre turistas portugueses e estrangeiros. Mas será que nalgumas dessas zonas se está a atingir o limite? Até onde vai o potencial do interior do país na captação de turismo?

"Existe ainda muito espaço para crescimento", considera Gilberto Martins, sócio da Neoturis, uma consultora especializada em turismo. O consultor diz não haver "qualquer indicação de que haja excesso de pressão turística no interior - pelo menos comparável ao que podemos verificar em alguns momentos no centro de Lisboa ou em época alta no Algarve".

Excluindo as áreas do Porto e de Lisboa, o Algarve e as regiões autónomas, "o restante representa cerca de 85% do território nacional (em área) e cerca de 45% do total da população (dados de 2022)", mas "29% do número de camas turísticas e cerca de 20% das dormidas registadas no país", detalha.

Genericamente, todo o interior tem vindo a crescer, salienta. "No entanto, pode ser dado algum destaque a regiões como o Douro ou Évora que têm vindo a ganhar uma maior relevância nos mercados internacionais". O consultor destaca desde logo "a importância das acessibilidades" mas também "a promoção específica em mercados como os EUA e o Brasil".

As dormidas de estrangeiros,



A procura turística nas Aldeias de Xisto ainda é sazonal.



**Existe ainda muito espaço para crescimento (...)
Não há qualquer indicação de pressão turística no interior do país.**

GILBERTO MARTINS
Sócio da Neoturis

diz, "têm vindo a aumentar de forma expressiva", esperando-se que os mercados externos e a sua proporção no total "mantenham a trajetória de crescimento". Ainda assim, em regiões como o Centro e o Alentejo, as dormidas de estrangeiros "representam próximo de um terço das dormidas totais (32% no Alentejo e 37% no Centro), o que contrasta de forma significativa com casos como o de Lisboa ou Algarve", onde estão em causa "quase 80%".

Gilberto Martins considera que a explicar a contínua subida

está "o esforço dos empresários na sofisticação da oferta turística; o esforço público e privado na promoção dos destinos do interior; e o aumento acentuado dos preços" nas regiões turísticas tradicionais.

A dar uma ajuda está ainda o litoral, uma vez que muitos dos mercados em destaque (EUA, Brasil ou Canadá) "são muitas vezes atraídos ao país pela visibilidade de regiões como Lisboa, Porto e Algarve, mas numa segunda fase - na mesma viagem, ou em viagens subsequentes - acabam por conhecer o interior do país".

O efeito da pandemia

E o efeito covid, que levou muitos turistas a explorarem o interior? "Embora seja consensual que a pandemia veio aumentar a visibilidade de alguns destinos do interior, também é verdade que, sem a pandemia, esses destinos poderiam estar hoje com maior desenvolvimento", entende Gilberto Martins, dando o exemplo do Alentejo, que deu um salto como um todo de 38% entre 2016 e 2019, para 2,9 milhões de dormidas, mas que em 2022 ainda se encontrava nos 3 milhões.

As Aldeias de Xisto, no entan-

Um caderno de encargos para o Governo

Tem sido feito um caminho na promoção do turismo no interior, consideram vários agentes do setor, mas ainda há medidas a tomar, defendem.

O que podem fazer o Governo, autarquias e outras entidades públicas pelo turismo do interior? António Martinho, que detém uma casa de alojamento rural no distrito de Vila Real, começa por sublinhar que “organizar e melhorar a oferta e promover nos mercados, nomeadamente, externos, os destinos do litoral e do interior são tarefas diferentes – muito diferentes”. E o antigo responsável do Turismo do Douro questiona: “Mas será que no interior devemos promover o ‘city/short break’ para fins de semana como aqueles que Lisboa e Porto chamam? Aliás, isso interessar-nos-á?”

“O Governo tem um papel específico e pode contribuir muito para o desenvolvimento do turismo no interior”, defende. “Já há linhas de apoio financeiro específicas para o investimento. Mas há um papel a desenvolver por entidades que dependem do Governo e do Turismo de Portugal (TdP) que já mostraram ser importantíssimo”. Está em causa “o apoio que as Escolas de Hotelaria e Turismo dirigidas pelo TdP podem dar para qualificação dos recursos humanos, devendo este trabalho ser desenvolvido com associações empresariais das regiões”. António Martinho espera ainda um trabalho “mais cuidadoso pelas autarquias”, deixando críticas: “Ficam-se muito por festas, quando se esperaria mais apoio às pequenas e médias unidades, por vezes, algo, para não dizer muito, desamparadas”.

Já Gilberto Martins, da consultora Neoturis, defende que “o Governo pode e deve, em primeiro lugar, ter a capacidade de recolher informação e ouvir as regiões sobre quais



Será que no interior devemos promover o ‘city/short break’ para fins de semana como aqueles que Lisboa e Porto chamam?

ANTÓNIO MARTINHO
Ex-presidente do Turismo do Douro

os aspetos que limitam o desenvolvimento”, uma vez que podem passar, por exemplo, “pela falta de fibra ótica em regiões que limitam os empresários no desenvolvimento de produtos mais sofisticados e de maior valor acrescentado”, ou pelo “estímulo, gestão e formação de população emigrante”, que o consultor considera ser “fundamental para suprir a falta de recursos humanos”.

Por seu lado, José Manuel Santos, presidente da Entidade Regional do Turismo do Alentejo e Ribatejo, entende que “é muito importante estruturarmos mais produto”, para atrair negócios e empresas “que programem circuitos turísticos e que criam oferta turística no interior”. “Creio que essa vontade política existiu nos últimos anos, e com alguns resultados. É importante manter esse nível de apoio. Creio que este Governo irá manter esse foco e essa atenção às regiões do interior”. Até à hora de fecho desta edição não foi possível obter um comentário do Ministério da Economia. ■

VÍTOR RODRIGUES OLIVEIRA

to, estão entre os destinos que ficaram a ganhar. “Vejo devolver ao território do interior, e em particular às Aldeias de Xisto, uma certa reputação de território seguro”, diz Rui Simão, vereador do Turismo da Pampilhosa da Serra. O responsável, que liderou a ADXTUR – Agência para o Desenvolvimento das Aldeias do Xisto, sublinha que os incêndios de 2017 trouxeram “um dano reputacional” à região e que houve então “uma quebra grande” no número de visitantes. Algo contrariado em 2020, com recordes de dormidas, numa tendência que “veio para ficar”.

O país “tem de se ganhar a si próprio ganhando o interior”

O vereador da Pampilhosa da Serra considera que, sendo intensa, a procura pelas Aldeias de Xisto ainda é sazonal. No arranque do verão as principais ofertas, “normalmente, já estão ocupadas” e as restantes vão sendo depois preenchidas. Mas a oferta não fica por aí, estando a região a tentar captar cada vez mais turistas para “o sonho de uma fuga, de um descanso à lareira”, durante o frio. Ou ainda o projeto Geoscope, para mostrar “o céu estrelado”, numa iniciativa certificada pela Fundação Starlight; e iniciativas de turismo regenerativo, em que se deixa “uma pegada positiva”.

Rui Simão conclui que “o interior faz mais por Portugal do que aquilo que Portugal tem a perceção que o interior faz”. E em particular no turismo, “é preciso que o país ganhe território e ganhe oferta” sem canibalizar outros destinos.

Alentejo está “muito longe do potencial”

“O Alentejo é claramente a região do país com o maior potencial turístico”, diz de forma perentória José Manuel Santos, presidente da Entidade Regional do Turismo do Alentejo e Ribatejo, sinalizando

que “ainda há muito para crescer”. Um exemplo: o Alentejo “ainda tem apenas 1,1 milhões de dormidas de estrangeiros”. Apesar disso, “o mercado internacional já recuperou do pré-pandemia” e 2023 “já foi o ano em que a procura externa exibiu o melhor comportamento”. E esse é o grande desafio: “Tem de crescer mais, senão não vamos conseguir remunerar todos estes novos investimentos”.

Um pouco mais a norte, Jorge Rodrigues, que preside à Associação de Turismo de Castelo de Bode, abrangendo vários concelhos do Centro, prevê “uma tendência crescente de procura, principalmente uma oferta muito qualificada, sustentável, em partilha com a comunidade, de maior valor acrescentado”. Este destino tem tido crescimento, mas “está longe de chegar ao seu limite de carga turística”, garante, com os 60 quilómetros de lago criados pela albufeira da barragem, na sua maioria, a terem “pouco ou nenhum uso turístico”, sublinha Jorge Rodrigues. Além disso, há “um conjunto de aldeias envolventes com um potencial de desenvolvimento turístico enorme”. Mas ressalva que será sempre “turismo de nicho, náutico, de natureza, bem-estar e não um modelo de turismo de massas”.

Relativamente a estrangeiros, já há “alguma procura fora de época de turistas do norte da Europa”, para fazerem desportos náuticos.

Em Trás-os-Montes, António Martinho, que foi presidente do Turismo do Douro e tem um alojamento local em Santa Eugénia, Vila Real, considera que o interior e a região do Douro, em particular, estão “longe do limite, mesmo tendo em atenção a oferta de quartos, porque pode aumentar”. Observando “as potencialidades e produtos diferenciadores no interior, isso ainda é mais evidente”, sublinha. “Há margem para crescer”. ■

Marisa Cardoso



O Alentejo é claramente a região com maior potencial. Ainda tem apenas 1,1 milhões de dormidas de estrangeiros. Há muito para crescer.

JOSÉ MANUEL SANTOS
Presidente da Entidade do Turismo do Alentejo e Ribatejo

PRIMEIRA LINHA **TURISMO NO INTERIOR DO PAÍS**

Visabeira “atenta a novas oportunidades” para expandir

Com vários investimentos na zona Centro, a grande maioria no distrito de Viseu, o grupo que detém os hotéis Montebelo adianta que quer continuar a expansão, tendo o interior no radar.



O Parador Casa da Ínsua, em Penalva do Castelo, é um de vários investimentos turísticos da Visabeira no interior do país.

VÍTOR RODRIGUES OLIVEIRA
vitoroliveira@negocios.pt

A Visabeira garante que “tem intenções de continuar a sua expansão” no turismo e “está atenta a novas oportunidades” para investir, tendo na mira o interior, onde boa parte dos hotéis do grupo estão localizados.

Em resposta a *Negócios*, Jorge Costa, vice-presidente da Visabeira Turismo, Imobiliária e Ser-

viços, indica ainda que os últimos tempos têm sido positivos para este segmento de negócio do grupo viseense. “No caso dos Montebelo Hotels, o mercado nacional, especialmente nos meses de verão, tem continuado a crescer em bom ritmo”, adianta Jorge Costa, sem revelar números.

O responsável da Visabeira afirma que a procura está a responder “muito bem às melhorias” feitas nos hotéis, “quer ao nível de renovação, quer ao nível de expansão, como no caso do novo espaço de hotel no complexo Montebelo Agueira Lake Resort & Spa”, em Mortágua. No interior do país, o

grupo detém ainda vários hotéis Montebelo em Viseu e o Parador Casa da Ínsua, em Penalva do Castelo. A compor o restante portefólio turístico do grupo detido por Fernando Campos Nunes estão Alcobaca e Ílhavo, ambos no litoral.

O administrador da Visabeira entende que o turismo no interior “não está no limite”, existindo ainda “margem de crescimento”, sendo que “para isso é necessária uma comunicação eficaz e a procura dos segmentos corretos”, avisa. “Pelas suas características, a zona Centro de Portugal não pode concorrer com outras zonas turísticas mais massificadas ao nível da oferta e so-

brete da procura e pelo que oferecem aos visitantes, por exemplo, Algarve, Madeira, Lisboa e Porto”.

Jorge Costa vê ainda “com expectativa” o aumento do número de turistas estrangeiros, dizendo não ter dúvidas “em relação à atratividade e oferta variada da região Centro a diferentes níveis”. Ressalta, porém, que “seria utópico pensarmos que os números do turismo podem, algum dia, ser iguais em todas as regiões”.

Cabe, por isso, “a todos os ‘stakeholders’ e entidades ligadas ao turismo trabalharem em conjunto e de forma eficaz”, acrescenta. “A requalificação da oferta ho-

“

O Grupo Visabeira tem intenções de continuar a sua expansão e está atenta a novas oportunidades.

No caso dos Montebelo Hotels, o mercado nacional, especialmente nos meses de verão, tem continuado a crescer em bom ritmo.

O Centro não pode concorrer com zonas turísticas massificadas.

JORGE COSTA
Vice-presidente da Visabeira Turismo, Imobiliário e Serviços

”

teleira e de restauração é um perfeito exemplo desse trabalho. Mas mais que competir, por exemplo, com algumas outras regiões do país de forma indireta, uma aposta no complemento ou na alternativa podem, possivelmente, resultar mais rapidamente em melhores resultados”, defende Jorge Costa. Já a nível internacional, diz ser “primordial definir mercados e segmentos alvo e trabalhar os mesmos de forma dedicada, concertada e eficaz”.

Além do grupo Visabeira, o *Negócios* tentou obter respostas do grupo Pestana e do Vila Galé, mas não foi possível até ao fecho desta edição. ■

ID: 111936588

03-07-2024

Investimento

Turismo no Interior com muito espaço para crescer

PRIMEIRA LINHA 4 a 6
