

# Turismo

## O turismo na Região de Aveiro

O turismo cresceu em todo o país nos últimos 3 anos, tendo sido 2017 o melhor ano de sempre para a atividade turística no Centro de Portugal, verificando-se o crescimento consolidado da região em todos os indicadores analisados, tendo o número de dormidas no Centro de Portugal ultrapassado largamente os 6 milhões.

Na Região de Aveiro, nos últimos anos tem vindo a registar-se um crescimento consistente no nº de estabelecimentos de alojamento turístico, capacidade de alojamento, dormidas, estada média e hóspedes. É na cidade de Aveiro que este aumento é mais notório já que, de acordo o Turismo Centro de Portugal, o setor do turismo cresceu nesta cidade cerca do dobro da média nacional e superou as restantes cidades da região.

O número de hóspedes estrangeiros na Região de Aveiro corresponde a 39% do total, e é possível destacar dois países como sendo os principais mercados emissores, a par do que também se verifica nas restantes regiões do país: Espanha e França. O crescimento significativo de hóspedes destes dois países representou em 2016 cerca de 16% e 6% do total, respetivamente. Depois destes dois, seguem-se os brasileiros e os alemães.

## Tendências mundiais da procura turística

Na procura:

- O turismo **continuará a crescer significativamente até 2030**. Com uma taxa média de crescimento de 3,3%, prevê-se atingir mais de 1,8 mil milhões de chegadas internacionais de turistas dentro de 15 anos.<sup>1</sup>
- **Crescimento do turismo sénior** – Silver Age;
- Impacto dos **millennials e geração Z**;
- **Crescimento dos X-tra money to spend** (solteiros com poder de compra);
- **Aumento dos Double income no kids** (casais sem filhos);
- Crescente **importância da saúde e aquisição de hábitos saudáveis**.

Na oferta:

- **Tecnologia e canais digitais** (Big data / Open data; marketing digital; mobile; trans-comercialização; realidade virtual/imersiva; gamification; sistemas de personalização; internet of things (IoT); impressão 3D/3D);
- **Problemas políticos e terrorismo**;
- **Emergência de novos destinos**;
- **Sustentabilidade**.

## Turismo empreendedor nas salinas de Aveiro

<sup>1</sup> OMT

Do ponto de vista do turismo, a multidiversidade de recursos naturais faunísticos e florísticos e culturais do Salgado de Aveiro e o património histórico e cultural associado à safra do sal apresentam um forte potencial para fortalecer ou criar novas formas de atratividade da região e que podem contribuir para a valorização do setor e para o aumento da qualidade e variedade dos serviços prestados

O mercado turístico revela novos padrões de consumo e motivações, privilegiando destinos que ofereçam **experiências diversificadas** e com **elevado grau de autenticidade** e de **qualidade ambiental**. O turismo é, cada vez mais, uma atividade transversal suportada por uma cadeia de valor muito vasta e profunda de produtos “locais” para satisfazer procura “globais”, onde se integram múltiplos elementos, muita para além da viagem, alojamento e restauração, como a cultura, o património, o comércio, os cuidados de saúde, a segurança, a qualidade do ambiente, entre outros. Neste contexto, as salinas tradicionais, inseridas em áreas húmidas de grande importância para a conservação da natureza e preservação da biodiversidade, surgem como áreas com forte potencial para o desenvolvimento de atividades turísticas diferenciadoras e para um turismo de excelência, como focos possíveis no **turismo da natureza, ecoturismo, náutica, turismo de saúde e bem-estar, com forte ligação aos recursos endógenos e ao património identitário da região, que configuram novas abordagens para a sua revitalização**.

#### Visitação/ observação/ birdwatching

O Birdwatching é uma atividade de lazer baseada na observação das aves no seu meio natural. Além da observação simples, com recurso a binóculos e telescópios de campo, tem outras variantes como a fotografia e a ilustração. É praticada ativamente por cerca de 80 milhões de pessoas em todo o mundo, sendo especialmente popular nos países anglo-saxónicos e nórdicos e associada aos grupos sócio económicos médio/alto e alto.

É um produto do segmento do produto Turismo de Natureza relevante para a qualificação da oferta turística, já que permite diversificar os serviços de animação disponíveis para os turistas em meio natural e preservar os valores naturais e da biodiversidade, podendo complementar outras propostas de serviços turísticos ou mesmo, outras atividades nestes espaços, como a produção salícola e/ou aquícola.

A zona lagunar na Ria de Aveiro é um destino, por excelência, para a prática do birdwatching, já que as salinas são um local de extrema importância para a vida selvagem acolhendo várias espécies de animais. Algumas aves como o pernilongo (*himantopus himantopus*), a andorinha-do-mar-anã (*sterna albifrons*), o alfaiate (*recurvirostra avosetta*), o pilrito comum (*calidris alpina*) e o borrelho-de-coleira-interrompida (*charadrius alexandrinus*) são algumas das espécies que nidificam na área das marinhas da Ria de Aveiro.

#### Turismo de saúde e bem-estar

A nível global, o turismo de saúde e bem-estar privilegia o paradigma de saúde holística e do bem-estar, preconizado pela Organização Mundial de Saúde e apresenta uma tendência crescente, que se deve à procura por diversos tipos de turistas, nomeadamente os que pretendem apenas tratamentos termais, aqueles que querem prevenir-se de algumas doenças, melhorar a sua condição física, fazer um balanço espiritual e ainda aqueles que anseiam por programas de relaxamento e culturais.

Aproveitando este segmento crescente, têm vindo a surgir alguns projetos empresariais nas salinas tradicionais com a criação de SPAs, que proporcionam aos clientes banhos ricos em sais minerais e argilas terapêuticas e uma envolvente relaxante e prometem rejuvenescer o corpo e a alma. Tendo em consideração o crescimento do turista silver, a importância crescente da saúde e bem-estar nas motivações dos viajantes e as associações das

potencialidades das lamas e argilas formadas no ambiente hipersalino na naturoterapia e em modelos de relaxamento e bem-estar, será possível o desenvolvimento de novos produtos turísticos neste segmento.

### Criação de experiências autênticas

O cliente é cada vez mais exigente, mais informado, mais desinibido, aventureiro e procura “value for money”. O turismo é, por isso, hoje em dia e cada vez mais, uma indústria de experiências genuínas e autênticas. O viajante já não quer apenas “ir a”, quer sentir e por alguns momentos fazer “parte de”. A figura do turista passivo, que tira umas fotografias e regressa a casa, acabou – o turista agora, procura vivências, busca a experiência e a emoção. Quer fazer parte ativa da vida do lugar que visita.

É, assim, importante perceber que o aumento da exigência da procura turística faz com que as práticas e as estratégias aplicadas melhorem a qualidade e a reputação do destino - cada vez que o turista sentir que determinado destino reúne as características necessárias para o surpreender, voltará e recomendá-lo-á a outros. Experimentar para partilhar e voltar são as palavras de ordem.

Neste paradigma do turismo de experiência, num contexto tão rico como o das salinas - natureza, biodiversidade, geodiversidade, história, cultura e tradição – existe tudo para ter sucesso e responder, eficazmente, ao turista de última geração. Transformar este contexto na formatação de produtos turísticos, que captem e expressem a alma das salinas, o *genius loci*, a identidade do local é o advento do novo empreendedorismo inovador!

### Experimentação/ Turismo gastronómico

Um dos segmentos mais dinâmicos e criativos dos últimos anos são os turistas que aliam as suas visitas com a culinária, usufruindo de experiências gastronómicas distintas. Procuram locais com gastronomia típica, conhecer novos sabores e acima de tudo viver novas experiências de degustação. Mais uma vez, os turistas desejam cada vez mais experiências assentes na cultura e identidade locais. A gastronomia incorpora valores tradicionais e revela o estilo de vida de um território indo ao encontro das novas tendências em turismo: respeito pela cultura e tradição, estilo de vida saudável, autenticidade, sustentabilidade, experiência. Mesmo que a comida e a gastronomia não seja a principal motivação para a visita, desempenha um papel cada vez mais importante e tem a capacidade de estimular a inovação e de envolver o consumidor, permitindo complementar outras atividades empresariais e atenuando a sazonalidade. As estimativas apontam para que esta rubrica corresponda a 30% das receitas turísticas.

Analisando as potencialidades da região há a considerar a variedade e riqueza da gastronomia regional, os vinhos da Região Demarcada da Bairrada, os doces típicos, como os ovos-moles de Aveiro e, claro, a qualidade dos peixes e mariscos.

Neste âmbito os principais desafios dos empreendedores é densificar atividades, desenvolver conteúdos e experiências com a integração dos produtos das marinhas (o peixe diretamente das salinas para a mesa, temperado com a flor de sal que o turista acabou ele próprio de colher, acompanhado com algas e aromatizado com a salicórnia que observou...).