



Plano Regional de Desenvolvimento Turístico 2020-2030 – Turismo Centro de Portugal

e

Plano Marketing 2020-2030 – Turismo Centro de Portugal

O Plano Regional de Desenvolvimento Turístico da Região Centro recomenda um conjunto de metas turísticas e *drivers* orientadores, que estão apoiados em linhas estratégicas de ação e pilares estratégicos estruturantes para o desenvolvimento do plano de marketing.

Esse Plano assume como área territorial de intervenção toda a Região Centro (NUTS II), que tem como Missão a *“Valorização e desenvolvimento das potencialidades turísticas da Região Centro, promoção interna do destino turístico Centro de Portugal e das suas sub-regiões, bem como a gestão integrada do destino no quadro do desenvolvimento turístico regional”*, tendo sido definidos 5 *drivers* orientadores da estratégia para a Região Centro no horizonte 2020-2030:

- Recursos Humanos,
- Destino – Território,
- Diferenciação,
- Notoriedade – Conectividade,
- Investimento.

O projeto destaca especificamente os produtos turismo religioso, touring cultural e paisagístico, natureza e gastronómico, concretizando-se nas respetivas 8 Linhas Estratégicas de Ação.

A Região Centro possui uma vasta variedade de recursos naturais, culturais, gastronómicos, arquitetónicos e paisagísticos que devem ser preservados, quer pela sua riqueza, quer pela sua beleza e valor intrínsecos. Além disso, devem ser valorizados no campo económico, como fontes de criação de rendimento, particularmente através das atividades de turismo.

Segundo a **RIS 3 do Centro – Estratégia de Investigação e Inovação para uma Especialização Inteligente**, a Região Centro apresenta vários domínios diferenciados, entre os quais se destaca o Turismo, estando alinhado com a plataforma de inovação relativa à valorização e uso eficiente dos recursos endógenos naturais e inovação territorial. O setor do turismo tem vindo a manter um crescimento sustentado na Região Centro, evidenciando, assim, a sua importância. Tendo em vista a consolidação de um destino capaz de gerar fluxos turísticos que permitam um desenvolvimento sustentável, impõe-se a esta região valorizar, potenciar e promover o património natural e cultural existente.

Alinhadas com a estratégia de desenvolvimento da RIS 3 da Região Centro, apresentam-se as seguintes premissas:

- ❖ Valorizar o património natural, cultural e paisagístico;
- ❖ Aprofundar o valor dos recursos territoriais tangíveis e intangíveis;
- ❖ Fomentar as dinâmicas de rede e a cultura colaborativa;
- ❖ Promover a identidade distintiva e atrativa dos territórios de baixa densidade;
- ❖ Consolidar a atratividade e a qualidade de vida nos territórios;
- ❖ Qualificar a oferta e a promoção do interior em agendas internacionais;
- ❖ Diversificar a oferta com a criação/melhoria de produtos turísticos.

Análise dos pontos fortes, pontos fracos, oportunidades e ameaças identificados na Região Centro:

| Pontos Fortes | Pontos Fracos |
|---|--|
| <p>Vasto e rico património histórico, cultural, arqueológico, natural e paisagístico;</p> <p>Património natural e paisagístico expresso na qualidade e diversidade de recursos naturais;</p> <p>Produtos endógenos de grande qualidade e tradição;</p> <p>Componentes fortes de turismo;</p> <p>Diversidade concentrada de produtos turísticos.</p> | <p>Incapacidade de fixação de visitantes na região;</p> <p>Relativa dependência do turismo interno e elevada sazonalidade;</p> <p>Défice de imagem e de notoriedade da região Centro;</p> <p>Dificuldades de coordenação entre os vários agentes que operam no mercado turístico;</p> <p>Ineficiência de estratégias promocionais da região a nível internacional que fixe visitantes;</p> <p>Insuficientes redes de colaboração sustentáveis.</p> |

| Oportunidades | Ameaças |
|--|--|
| <p>Mercado turístico privilegia destinos que ofereçam experiências diversificadas;</p> <p>Aumento do número de emigrantes;</p> <p>Generalização do uso das redes sociais e meios digitais;</p> <p>Valorização dos recursos naturais, patrimoniais e culturais para o desenvolvimento turístico, diversificação da economia regional e dinamização da base económica local;</p> <p>Dinâmica de crescimento do turismo de natureza e de bem-estar;</p> <p>Valorização dos recursos endógenos através do potencial turístico.</p> | <p>Eventual decréscimo de competitividade regional face a outros destinos/regiões concorrenciais;</p> <p>Dificuldade de afirmação da Região Centro nos principais mercados;</p> <p>Comunidades de turistas que organizam a sua própria viagem orientadas para a visita de outros destinos;</p> <p>Forte dependência do setor do turismo de fatores externos;</p> <p>Promoção do destino turístico.</p> |