

BOLETIM
INFORMATIVO

4INOVA

Turismo

www.4inova.pt

COMPROMISSO DA ESTRATÉGIA TURISMO 2027 PARA A SUSTENTABILIDADE

O Governo apresentou em Abril de 2017 a Estratégia Turismo 2027, o referencial para o desenvolvimento de políticas públicas e estratégias empresariais no setor do turismo.

A visão que foi definida nesse contexto é muito clara e passa por afirmar o turismo como hub para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo.

Portugal, enquanto destino turístico de qualidade, alicerça a sua vantagem competitiva nos princípios de sustentabilidade, na oferta diversificada e na valorização das suas características distintivas e inovadoras, colocando as pessoas no centro da sua estratégia.

Foram definidas metas concretas em cada um dos três pilares de sustentabilidade.

No plano económico, pretende-se atingir 80 milhões de dormidas em 2027, aumentando a procura turística no país e nas diversas regiões, ao mesmo tempo que pretendem crescer em valor e duplicar as receitas turísticas nesse período.

Na vertente social, os objetivos passam por alargar a atividade turística a todo o ano, reduzindo o índice de sazonalidade de 37,5% para 33,5%. Ainda em matéria social, pretende-se duplicar o nível de habilitações do ensino secundário e pós-secundário no turismo e garantir que 90% da população residente nas zonas turísticas considere positivo o impacto do turismo no seu território.

Por fim, no plano ambiental, os objetivos passam por garantir que 9 em cada 10 empresas do país adotam medidas de gestão eficiente de energia, água e resíduos.

ESTRATÉGIA TURISMO 2027

A implementação do plano de ação para atingir estas metas será acompanhada dum esforço redobrado em termos de monitorização da sustentabilidade dos destinos, permitindo a avaliação das políticas e dotar o setor privado de instrumentos para tomada de decisão.

Para o efeito, o Turismo de Portugal realiza regularmente inquéritos sobre esta temática, no

domínio das boas práticas ambientais e responsabilidade social na hotelaria e do desempenho ambiental dos campos de golfe. Até ao final de maio vai ser lançada uma bateria de indicadores de sustentabilidade dos destinos e será publicado o Relatório de Sustentabilidade do Turismo em Portugal, enquanto instrumento de reporte do desempenho do setor neste domínio.

De referir ainda que em 2016 foi lançada a iniciativa Tourism All for All, centrada no Turismo Acessível, colocando Portugal na linha da frente no desenvolvimento de uma das áreas prioritárias do Ano Internacional do Desenvolvimento Turístico Sustentável.

FONTE: <http://travelbi.turismodeportugal.pt/pt-pt/Paginas/compromissodaestrategiaturismo2027paraasustentabilidade.aspx>

“ESTRATÉGIA TURÍSTICA NACIONAL É UM EXEMPLO A SEGUIR” – OCDE

Políticas públicas orientadas para o desenvolvimento do turismo, uma maior colaboração entre governos, os agentes do setor e as comunidades locais e, a implementação de medidas que promovam a inovação e a sustentabilidade, são algumas das recomendações que resultaram da reunião da OCDE subordinada ao tema “Megatrends and Tourism towards 2040: Scenario Building”.



Durante dois dias, peritos de 15 países membros da OCDE discutiram, em Lisboa – na Escola do Turismo de Portugal - questões relacionadas com o impacto das alterações climáticas no setor, o acesso ao transporte e o planeamento de

infraestruturas como forma de disseminar os benefícios económicos do turismo e gerir o impacto dos visitantes, as alterações demográficas e o impacto na procura, bem como, o impacto das inovações tecnológicas na mudança radical da experiência turística.

Para Luís Araújo, presidente do Turismo de Portugal, “a estratégia turística nacional é apontada pela OCDE como um exemplo a seguir e, durante estes dias, tivemos oportunidade de mostrar o que fazemos, como, e quais os objetivos a atingir num futuro próximo. Queremos que o turismo seja o impulsionador do desenvolvimento económico, social e ambiental do país e, isso será possível graças a um esforço conjunto entre todos os agentes do setor, públicos e privados”.

De acordo com Peter Haxton, analista da OCDE, “num ambiente em constante mutação, a incerteza tornou-se uma variável incontornável na formulação de políticas públicas. Os governos precisam de ter uma visão a longo prazo e conceber estratégias flexíveis e inovadoras, capazes de responder eficazmente às questões emergentes e à evolução das tendências do mercado. De futuro, as políticas do setor exigirão uma coordenação horizontal e vertical, desenvolvida em estreita colaboração com todos os *stakeholders* e as comunidades locais”.

Portugal preside atualmente ao Comité de Turismo da OCDE.

FONTE: <http://www.ambitur.pt/estrategia-turistica-nacional-e-apontada-pela-ocde-como-um-exemplo-a-seguir/>

TURISMO CRESCE QUATRO VEZES MAIS DO QUE A ECONOMIA PORTUGUESA

Pela primeira vez sabemos o verdadeiro peso do turismo na economia portuguesa: 7 em cada 100 euros produzidos vêm de atividades desse sector. Só Espanha depende mais do turismo para crescer.



Os sectores que estão relacionados com a atividade turística cresceram 10% no ano passado, o que representa um ritmo quatro vezes superior ao da economia portuguesa. Em 2016, este ramo de atividade tinha um peso de 7,1% produção nacional.

A conta satélite do turismo, publicada hoje pela primeira vez pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), conclui que o valor acrescentado bruto (VAB) gerado pelo turismo ascendeu a 11,5 mil milhões de euros em 2016, um resultado conseguido depois dois anos consecutivos de crescimento forte: 7,1% em 2015 e 9,9% em 2016. Estas variações anuais superam, em muito, o desempenho da economia nacional neste período. O VAB total avançou 3,6% e 2,7% em 2015 e 2016, respetivamente.



O resultado é um peso cada vez maior do turismo no tecido produtivo. De um peso de 6,5% em 2014, passou para 7,1% no ano passado.

Para o emprego, o INE apenas tem dados até 2015, mas também se observa algum dinamismo, com um crescimento de 4,2%. Neste momento, as empresas deste sector empregam quase 400 mil portugueses (9,1% dos empregos existentes no país).

Uma das críticas que se faz à maior dependência do turismo é a qualidade do emprego, nomeadamente o nível de remunerações. As conclusões neste campo são complexas. Por um lado, no total, os salários nos ramos do turismo até são mais elevados do que na generalidade da economia (2,4% mais altos). Por outro, em dois dos sectores mais representativos - restaurantes e

hotéis - os salários são substancialmente mais baixos do que a média.

A conta satélite sublinha também o lugar de destaque que Portugal ocupa no espaço europeu no que diz respeito ao peso do turismo da economia. Embora nem todos os países tenham dados atualizados, aqueles que estão disponíveis mostram que só Espanha depende mais do turismo para o crescimento da sua economia. O país onde o turismo menos pesa é a Dinamarca, onde o VAB do turismo representa apenas 1,5% do total.

Mas afinal quais são os sectores do turismo? A pergunta parece trivial, mas não tem sido de resposta simples com os dados que existiam até hoje. O INE mostra agora que, embora mais de metade do VAB gerado venha dos restaurantes e da hotelaria, existem mais atividades a contribuir, como o transporte de passageiros e aluguer de equipamento de transporte. Quase 16% do VAB está em atividades não especificadas.



O que é o VAB?

O valor acrescentado bruto (VAB) representa a produção de riqueza em cada um dos sectores subtraído dos bens e serviços consumidos durante o processo. Por exemplo, é necessário comprar alumínio para fabricar uma lata de refrigerante. Esse custo é subtraído para se chegar ao VAB. A soma dos VAB's leva-nos até ao valor do produto interno bruto (PIB), depois de se somar os impostos líquidos e os subsídios.

FONTE: <http://www.jornaldenegocios.pt/empresas/turismo---lazer/detalhe/turismo-cresce-quatro-vezes-mais-do-que-a-economia-portuguesa>



INOVAR PARA LIDERAR O TURISMO DO FUTURO

OPINIÃO DE LUÍS ARAÚJO, PRESIDENTE DO TURISMO DE PORTUGAL, IP EM 16 DE OUTUBRO DE 2017 NO JORNAL ECONÓMICO

Liderar o turismo do futuro é o nosso objetivo a longo prazo. Foi com este desígnio em mente que delinearíamos a estratégia turística para os próximos dez anos – Estratégia Turismo 2027 –, definindo linhas de atuação que pretendem posicionar o país como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo e afirmar o Turismo como um hub para o desenvolvimento económico e a sustentabilidade económica, social e ambiental do nosso país.

Num setor que depende, sobretudo, da reinvenção sistemática das experiências no destino e na melhoria dos sistemas de suporte, a aposta na inovação é fundamental para assegurar a sua sustentabilidade. Para que isso aconteça é fundamental fazer, do empreendedorismo e do apoio à inovação, duas prioridades absolutas na estratégia para o futuro do turismo. Porque queremos um Portugal destino de visitas, mas também, um destino para investir, viver, estudar, investigar e criar empresas.

O Turismo de Portugal tem, hoje, toda a sua estratégia orientada para o digital. O que começou pela promoção, está já na gestão do conhecimento, passando pela aposta na tecnologia e na inovação. Estratégia esta, aliás, motivo de elogio por parte da OCDE e OMT, que nos consideram um exemplo a seguir.

Assumimos, como nossa missão, fomentar uma cultura de empreendedorismo no setor,

assegurando programas de incubação de startups e de novas empresas que visem desenvolver ideias de negócio no turismo.

Lançámos, recentemente, o programa Turismo 4.0 que visa promover a inovação na cadeia de valor do turismo, apoiando o desenvolvimento de novos projetos. O seu projeto-âncora, o Centro de Inovação no Turismo, apoia na identificação das tendências internacionais de inovação no turismo e na promoção internacional da inovação feita em Portugal.

Temos, por todo o país, mais de uma dezena de programas de aceleração que apoiam o desenvolvimento de novos projetos na área do turismo, envolvendo mais de 250 startups com interesses nos domínios da utilização da tecnologia na relação com o consumidor e na criação de novas ferramentas de apoio à gestão.

Queremos continuar a ser um polo de atração para turistas de todo o mundo, garantindo que a riqueza produzida pelo turismo se estenda a todo o país, estimulando a inovação e a digitalização em toda a cadeia de valor desta atividade tão relevante para a economia nacional.

Focados no nosso objetivo, unindo esforços com todos os agentes do setor – públicos e privados –, em breve, Portugal será reconhecido como um país de referência na produção de bens e serviços para a atividade turística à escala mundial, um hub internacional especializado para o turismo. O futuro aproxima-se rapidamente.

FONTE: <http://www.jornaleconomico.sapo.pt/noticias/innovar-para-liderar-o-turismo-do-futuro-221007>

DAQUI A 20 ANOS "TURISMO EM PORTUGAL TEM UM FUTURO RISONHO" – RELATÓRIO

O "Turismo em Portugal tem um futuro risonho", conclui um relatório apresentado esta tarde, na Escola de Hotelaria e Turismo de Lisboa (EHTL), que antevê oportunidades e perigos para o setor, numa perspetiva a 20 anos.

Com o título "Futurismo: O Petróleo Nacional, Turismo em Portugal em 2037", este trabalho surge porque "Portugal precisa urgentemente de pensamento a longo prazo", segundo os nove autores, que formam o grupo MESA37.

O documento menciona um cenário futuro que incluirá a ascensão do Oriente, o aumento e envelhecimento da população, mais preocupações ambientais e energéticas, o crescimento do clima de insegurança e mudanças nas instituições, no qual o "Turismo em Portugal tem um futuro risonho".

"Será uma atividade ainda mais importante para a economia portuguesa nos próximos 20 anos, se não cometermos muitos erros e se não tivermos grande azares", lê-se no estudo, que perspetiva nos próximos 20 anos "mais turistas, de mais origens, que ficam mais tempo e despendem mais dinheiro".

Assim, haverá maior riqueza para o país, "mais impostos, mais postos de trabalho, maior aproveitamento dos recursos e das regiões e ainda maior qualidade de vida para os residentes".

Entre a lista de argumentos para justificar as suas perspetivas está o aumento de turistas, nomeadamente por crescer a população, e o aumento da classe média em países do Oriente, como a China e a Índia.

As oportunidades perante o cenário passam por captar rotas do Oriente, "de forma direta e indireta, usando canais sobre o território africano", e a transformação do país na "Florida da Europa", no sentido de captar reformados europeus, através de "boas infraestruturas aeroportuárias, boa

internet, segurança, apoio médico e preços de habitação acessíveis".

Entre o que pode correr mal, os autores do estudo enumeraram o bio e o ciberterrorismo, redução da liberdade de circulação na União Europeia, guerras, problemas em ligações aéreas, colapso dos sistemas de segurança social e crise nas finanças públicas.

Quanto ao argumento de Portugal como destino seguro, o estudo apresenta como oportunidades a gestão da imagem com medidas indiretas como o fim das Forças Armadas, com reforço dos meios eletrónicos e forças de intervenção de grande mobilidade, e inovação na forma de lidar com os incêndios.

À questão sobre o que pode correr mal, o documento responde com as hipóteses de terrorismo, cataclismos naturais, incêndios, alterações climáticas, instabilidade política e opções políticas erráticas, conflitos sociais e má gestão do território "com perda de identidade e qualidade ambiental".

Sobre a previsão de o setor ser ainda mais competitivo, os autores sublinharam a capacidade empreendedora e a existência de tecnologia, assim como diversificação de tendências turísticas e as oportunidades no setor hoteleiro e na restauração, prevendo que as agências de viagens se transformem em produtoras de conteúdos.

Neste capítulo são apresentados os desafios da automação e aumento dos custos, cuja resposta deve passar pelo foco na criação de valor, primado ao cliente e melhoria continuada de produtos e serviços.

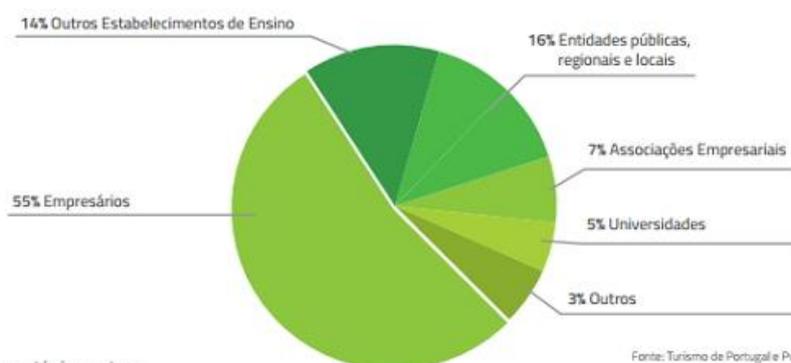
No que pode correr mal, é elencada nomeadamente subida de preços, afunilamento da oferta ou perda da identidade.

O grupo MESA37 integra Ana Moreira, Diretora da EHTL, Ana Borges, Manuel Carvalho, Rui Pereira e Filipa Jordão, professores da EHTL, Filipe Pires e João Cruz, gestores, Luís Carvalho, urbanista e professor universitário, Paulo Vaz, diretor da Escola de Hotelaria do Douro-Lamego.

FONTE: <https://www.dn.pt/lusa/interior/daqui-a-20-anos-turismo-em-portugal-tem-um-futuro-risonho---relatorio-8628360.html>

LABORATÓRIOS ESTRATÉGICOS DO TURISMO

PERFIL DOS PARTICIPANTES NOS LABORATÓRIOS ESTRATÉGICOS DE TURISMO



Fonte: Turismo de Portugal e PwC

- | 1431 participantes
- | Representação diversificada
- | Participação empresarial significativa

Os Laboratórios Estratégicos de Turismo (LET) foram espaços de discussão que promoveram a partilha de conhecimento, para a obtenção de contributos para a Estratégia Turismo 2027.

Os Laboratórios Estratégicos de Turismo/sessões públicas decorreram em todas as regiões do país, com o objetivo de:

- | Obter contributos e recomendações
- | Analisar os principais indicadores do turismo de cada região
- | Debater as prioridades estratégicas para o turismo regional e nacional.

Principais Conclusões dos LET:

Estratégia: oportunidade e pertinência do país ter uma Estratégia para o turismo nos próximos 10 anos;

Coordenação: reforçar a coordenação de atuações entre os vários atores – maior trabalho de parceria;

Financiamento: assegurar coerência entre estratégia e financiamento;

Notoriedade: aumentar a notoriedade de Portugal e das suas regiões nos mercados externos;

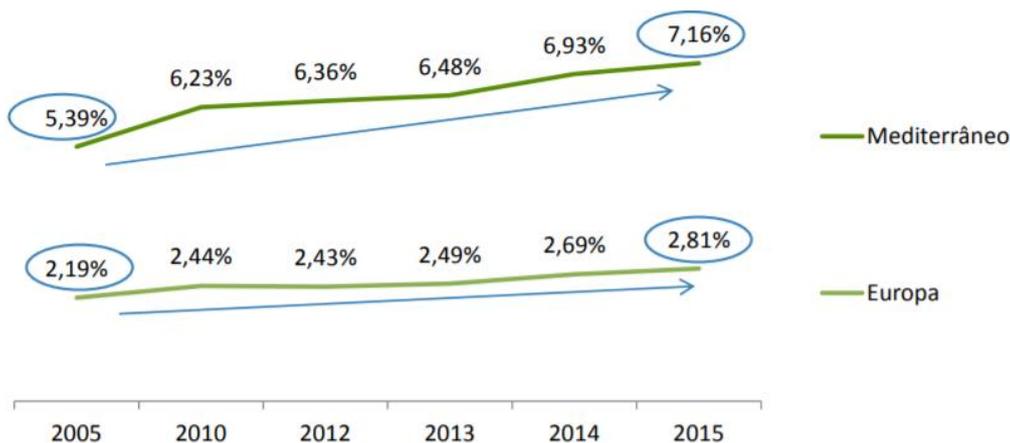
Recursos Humanos: escassez de RH qualificados;

Formação: atender mais às necessidades das empresas;

Conhecimento: aprofundar o conhecimento sobre a procura e melhorar a informação estatística

COMPETITIVIDADE E INOVAÇÃO EM TURISMO

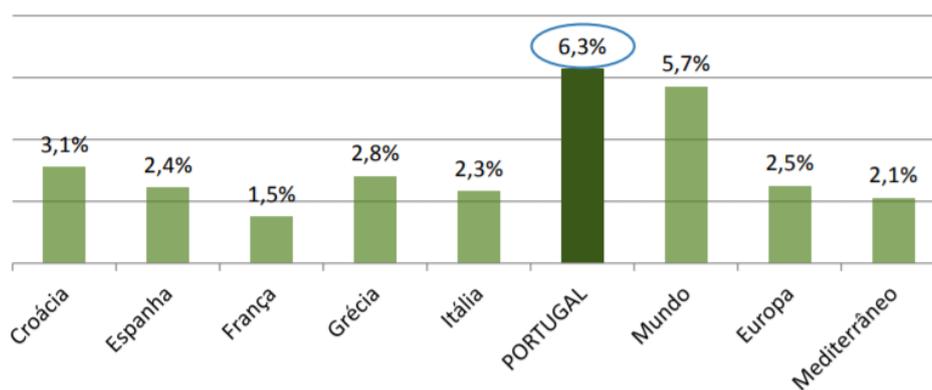
EVOLUÇÃO 2005-2015



Fonte: OMT, Barómetro maio 2016

Nos últimos 10 anos Portugal tem vindo continuamente a conquistar quota de mercado, quer na Europa, quer no Mediterrâneo - região dos seus principais concorrentes.

Receitas Turísticas [TVMA 2015-2005]



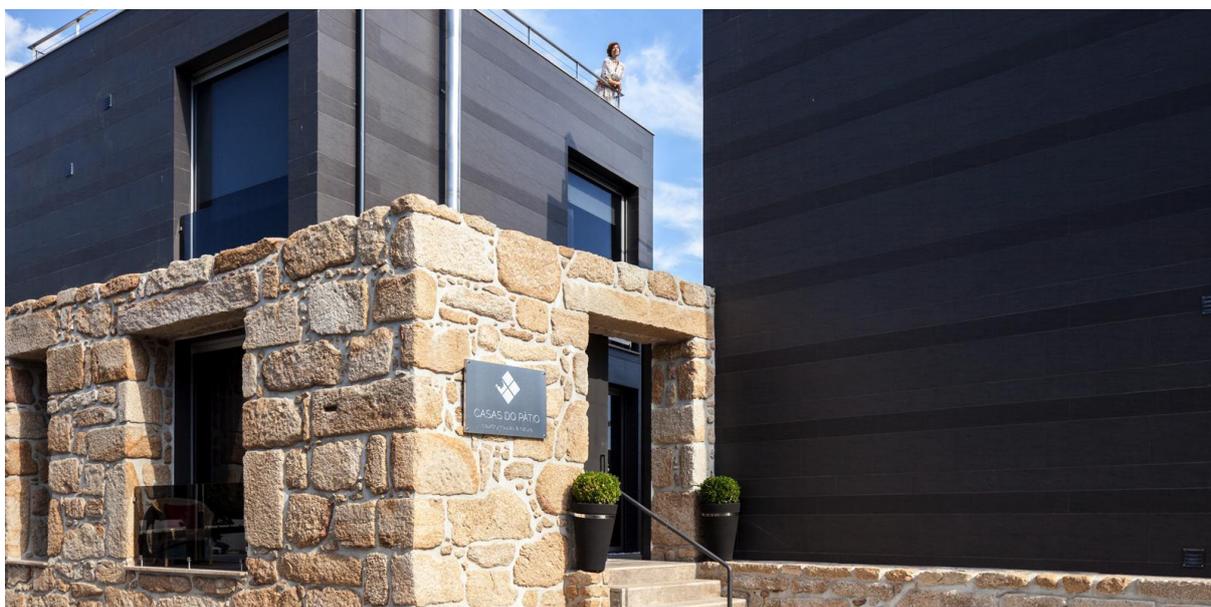
Fonte: OMT, Barómetro maio 2016

FONTE: http://estrategia.turismodeportugal.pt/sites/default/files/LET_CIT_0.pdf

CASOS DE SUCESSO

No âmbito do Projeto 4 INOVA tivemos a oportunidade de entrevistar diversos empresários com projetos inovadores no setor do Turismo. Ficam aqui registadas algumas das ideias-chave das entrevistas concedidas.

LÍDIA MINHOTO E CATARINA MINHOTO – CASAS DO PÁTIO, NELAS



Catarina e Lídia Minhoto, são as promotoras das Casas do Pátio, reconvertidas para turismo, a partir de duas casas antigas dos avós maternos – ligadas por um pátio e que se situam em Caldas da Felgueira, a cinco quilómetros de Nelas. Relacionar as casas com a força da natureza em volta tem sido, também, a preocupação das duas irmãs desde que, há pouco mais de um ano, abriram as Casas do Pátio. Daí o nome e a decoração das casas – Ar, Água, Terra e Fogo –, a fazer lembrar as águas do Mondego, o calor das águas termais, a terra e o ar puro que se respira na região.



Esta unidade, que assume um posicionamento *rural chic*, com o objetivo de se desvincular da imagem a que o turismo rural mais clássico se encontra associado. Uma opção que não as afasta da autenticidade regional que se revela a cada detalhe, desde o pequeno-almoço em que pontuam os produtos regionais até às diversas parcerias estabelecidas localmente para garantir que quem visita as Casas do Pátio não perde o melhor que a Região Centro tem para oferecer. Entre os desafios que as empresárias colocam a si próprias está o processo de certificação em turismo sustentável.

| **JORGE PESSOA – NATURA GLAMPING, GARDUNHA**



O Natura Glamping, fundado por Jorge Pessoa e Elga Correia em 2015, encontra-se situado a cerca de 925 m de altitude, numa localização privilegiada da Serra da Gardunha, com vistas privilegiadas sobre a Cova da Beira e a Serra da Estrela e devidamente integrado no meio envolvente. Segundo os promotores está desde o conceito vocacionado para um Turismo de Natureza de elevada qualidade e conforto.



O Natura Glamping, considerado em 2017 pela Trivago Magazine um dos 8 melhores Glamping do Mundo, pretende ser a resposta para um cliente exigente que procura a autenticidade dos destinos através da diversidade e singularidade de experiências, de enriquecimento cultural, e que aprecia também o conforto de um espaço sofisticado.

Os hóspedes podem contemplar e vivenciar a Natureza em pleno, num respeito mútuo e contacto direto com a biodiversidade do território, realizar atividades ao ar livre, conhecer os trilhos, o património, a gastronomia e os costumes da região.



Numa iniciativa que foi acolhida pelo mercado com entusiasmo, e que tem registado crescimentos anuais em torno dos 20%, Jorge Pessoa aponta como os principais desafios para o curto/médio prazo o crescimento em qualidade e oferta em particular no mercado dos eventos e do team building. De salientar ainda a preocupação com a sustentabilidade que se traduz no facto de este ser o primeiro empreendimento Green Key Award atribuído na Beira Interior.

| **LUÍS ALVES – CRÓNICAS DA TERRA, MOIMENTA DA BEIRA**



Luís Alves, responsável pela empresa turística Crónicas de Aventura apresentou-nos as diversas casas, solares e o parque aventura que integram a oferta turística do seu grupo empresarial.

Solar dos Correia Alves

Este solar, datado do século XVII, era a antiga casa fidalga dos Almeidas até meados dos anos 30 do século XX. Por este espaço passaram vários ocupantes, como instituições públicas, repartição das finanças, escolas e quartel da GNR.

Adquirido em 1995, este Solar, integra a Rota das Vinhas de Cister.

Classificação D.R. - classificado pela autarquia de Moimenta da Beira como Monumento de Interesse Municipal desde outubro de 2012

Classificado pela Direção Geral de Turismo desde 1997 como Edifício de Relevante Valor Arquitetónico e Histórico-Cultural.

Casa da Legião

A Casa da Legião outrora foi a sede da Legião portuguesa, milícia paramilitar do Regime de Salazar. Em 2002 foi alvo de remodelação, mas sempre preservando o modelo arquitetónico dos anos 20, a decoração com as pinturas nas paredes interiores e na cornija exterior.

Parque Aventura Crónicas da Terra

Localizado na Albufeira do Vilar, oferece diversas atividades ideais para Team Building e Férias Desportivas.

| JOSÉ EDUARDO DA SILVA SANTOS | CASAS DO DURÃO, CELORICO DA BEIRA

As Casas do Durão, situadas a 18 Km da Guarda são constituídas por três casas, sendo a casa principal datada do século XVIII (1764) e que serve de receção dos hóspedes para todas as casas. Na “Casa do Durão” temos áreas comuns, como salas de estar e de refeições, além de espaços exteriores como terraço e um pátio ladeado de um telheiro com churrasqueira, forno a lenha e lagar de vinho.



Em anexo a esta casa, há mais duas pequenas casas típicas, em granito, totalmente independentes, denominadas “Casa Ti Nascimento” e “Casa da Adega”.

Ao Visitar estes espaços, sejam os quartos, as salas, as lojas, a adega, o lagar ou o forno de lenha os hóspedes são levados a conhecer o modo de vida de uma família beirã dedicada essencialmente à actividade agrícola, onde se produzia pão, azeite ou vinho, onde as galinhas, os coelhos ou o porco faziam parte importante da alimentação, tal como as batatas, as couves, as cebolas ou as árvores de fruto, principalmente macieiras, pereiras ou cerejeiras. Também para desenvolver esta actividade era imprescindível a mula ou o burro, pelo que havia também um pequeno espaço dedicado ao ferreiro e onde o proprietário – Joaquim Andrade Gonçalves – exerceu ainda o ofício de Marceneiro, havendo vestígios deste ofício por toda a casa, não só ferramentas e

utensílios específicos como algumas peças de mobiliário dos anos 50 do século passado.

Mediante solicitação prévia, os visitantes podem degustar verdadeiras iguarias regionais, nomeadamente o queijo Serra da Estrela, o enchido, o borrego assado na brasa ou o feijão no forno a lenha, havendo biscoitos, requeijão com doce de abóbora, arroz doce ou papas de milho, não podendo faltar a prova de vinhos das Beiras – em concreto da Adega Cooperativa Beira Serra de Vila Franca das Naves.



Os hóspedes das Casas do Durão podem participar no dia-a-dia das tarefas agrícolas, nomeadamente participar na apanha da azeitona que culmina com uma “lagarada” no mês de Novembro, prevista para 16 a 18 daquele mês. Em Fevereiro destaque para “o fim de semana de Carnaval”, com a possibilidade de os hóspedes assistirem e colaborarem no fabrico do pão que é cozido no forno a lenha, bem como preparar o feijão no forno que acompanha com carne de porco e enchidos. Numa nota final, de referir que esta será a primeira unidade a ser certificada, no distrito da Guarda, pela Bioesfera Portugal no âmbito do Turismo Sustentável.

| **EVENTOS**

| **BTL – BOLSA DE TURISMO DE LISBOA**



<http://btl.fil.pt/>

| **IBTM WORLD**



www.ibtmworld.com/

| **WORLD TRAVEL MARKET**



<http://london.wtm.com/>

| **FITUR 2019**



http://www.ifema.es/fitur_01/

| **ITB BERLIN**



<https://www.itb-berlin.de/>

| ESTUDOS

| ESTRATÉGIA TURISMO 2027



Competitividade e Inovação em Turismo

<http://estrategia.turismodeportugal.pt/lista-documentos>

| ANALYSING MEGATRENDS TO BETTER SHAPE THE FUTURE OF TOURISM – OCDE, 2017.



Disponível para download em: <https://www.oecd.org/cfe/tourism/Tourism-meeting-Issues-Paper-on-Analysing-Megatrends-to-Better-Shape-the-Future-of-Tourism.pdf>

UNDERSTANDING TOURISM – BASIC GLOSSARY - UNWTO

World Tourism Organization



Understanding Tourism: Basic Glossary (*)

The glossary has been made possible thanks to the international community's work on defining a new conceptual framework for measuring and analysing tourism economics; an effort that lasted almost three years (2005/2007). The international consensus that followed, in the form of United Nations approved International Recommendations, establishes the concepts, definitions, classifications and the basic set of data and indicators that should be part of any national System of Tourism Statistics.

Disponível para download em: <http://cf.cdn.unwto.org/sites/all/files/docpdf/glossaryenrev.pdf>

FOCUS GROUP INTERNACIONAL - CONTRIBUTOS MERCADO ESPANHOL, FRANCES, ALEMÃO, INGLÊS, BRASILEIRO

ESTRATÉGIA
TURISMO
2027^{PORTUGAL}

FOCUS GROUP INTERNACIONAL

<http://estrategia.turismodeportugal.pt/lista-documentos>

LINKS ÚTEIS

Turismo de Portugal, I.P.



<http://www.turismodeportugal.pt/>

Estratégia Turismo 2027



<http://estrategia.turismodeportugal.pt/>

Turismo do Centro



<https://turismodocentro.pt/>

World Tourism Organization



<http://www2.unwto.org>

Travel BI



travelbi.turismodeportugal.pt

Turismo do Porto e Norte



<http://www.portoenorte.pt>