

IV Conferência Internacional em Hotelaria e Turismo



A quarta edição da Conferência Internacional em Hotelaria e Turismo decorreu no dia 22 de Novembro de 2007 e teve como tema central “ O Turismo: Futuro e Desenvolvimento”.

O evento organizado pelo Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (IPDT) e pela ADETURN – Porto e Norte de Portugal, contou com especialistas internacionais e representantes de entidades nacionais ligadas ao sector do turismo.

Dos quatro painéis que compuseram a Conferência, salientam-se as principais conclusões:

“Turismo na Ásia”

Kaye Chon, The Hong Kong Polytechnic University, HK

- Compreender o mercado asiático é fundamental para a indústria do turismo na Europa.
- A colaboração e as parcerias entre instituições europeias e asiáticas são fundamentais para a criação de valor para ambas as partes.
- Os turistas chineses são um potencial para a Europa, devendo apostar-se num conhecimento aprofundado da cultura asiática.
- Neste momento, só 5% dos chineses têm poder de compra para realizar viagens ao estrangeiro, valor que na prática corresponde a cerca de 65 milhões de pessoas.

“Turismo e Indústria de Cruzeiros”

Matos Fernandes, Administrador APDL, **Gavin Eccles**, Consultor Internacional em Turismo e Transportes, **António Belmar da Costa**, Secretário-Geral AGEPOR, **Emídio Gomes**, Administrador da Área Metropolitana do Porto.

- O projecto do Terminal de Cruzeiros do Porto de Leixões reveste-se de grande importância para a projecção comercial, a integração na cidade e o aumento da capacidade de resposta.
- Este projecto é um contributo importante para a alavancagem do destino Porto e Norte de Portugal.
- Permite o crescimento de um segmento de turismo em que as regiões vizinhas apostam deliberadamente.
- O Turismo de Cruzeiros é um segmento em elevado crescimento – representa apenas 1% dos turistas europeus – pelo que se torna fundamental o desenvolvimento de infra-estruturas capazes de acompanhar e rentabilizar este crescimento.
- A solução apresentada passa pelo fomento de parcerias entre os intervenientes na indústria do turismo – *partnership marketing*.
- A importância dos conceitos de *fly-cruise market* e “hub concept”.
- A indústria dos cruzeiros mundial vê a Europa como um potencial futuro.



organização



patrocínio

“Turismo e Distribuição”

António Loureiro, CEO Galileo; **Francisco Sá Nogueira**, Vice-presidente Espírito Santo Viagens; **Rui Colmonero**, Advogado da APAVT; **Carlos Paneiro**, Director de Vendas da TAP.

- A Liberalização das GDS como factor de competitividade.
- Caminhamos para uma liberalização sem, no entanto, menosprezarmos a perda de uma distribuição neutra.
- As companhias aéreas de bandeira têm que se reinventar, ajustando tarifas, criando novas rotas, no sentido de aumentar a procura actual, recorrendo a novos mercados na perspectiva de se tornarem mais competitivas.
- A competitividade dos operadores Portugueses relativamente a outros internacionais é reduzida, facto que só será ultrapassado pela alteração de questões regulamentares – Entidade Reguladora da Concorrência.
- Importância do reforço entre as parcerias dos actores do sector.
- A importância do “software humano” para o desenvolvimento do turismo, nomeadamente no Porto e Norte de Portugal – isto num mercado dinâmico e instável.

“Turismo Urbano”

Robert Maitland, University of Westminster, UK

- Como atrair os turistas mais desejados sem gastar muito dinheiro.
- As cidades são um elemento central da oferta turística.
- O turismo nas cidades é induzido pelos seguintes factores:
 - Rendimento disponível
 - Classe cosmopolita (que consome acima da média)
 - Globalização
 - Migração
 - Imagem (competição entre cidades)
 - Viagens
- Há visitantes que procuram distinção, experiências únicas
- As cidades têm vindo a competir baseadas nas mesmas atracções, levando a uma *McDonaldização* das cidades.
- Será que o turista que queremos quer um destino demasiado popular?
- Os turistas querem realidades e cidades distintas, não estandardizadas, que respondam às necessidades dos cidadãos.
- Deve apostar-se em programas de educação para o Turismo.



organização



patrocínio