

O enoturismo na  
Região Centro e Castilla y León –  
Oportunidades para iniciativas transfronteiriças

Elisabeth Kastenholz,  
Universidade de Aveiro





- **O projeto MIT**
- **A colaboração transfronteiriça em turismo na perspectiva do projeto MIT**
- **Oportunidades de colaboração em enoturismo e turismo gastronómico**



# O projecto MIT

O projeto «MIT- Mobilidade, Inovação e Território», realizado em 2008, sob coordenação do Prof. Doutor Augusto Mateus, enquadra-se nas iniciativas da Comunidade de Trabalho Castilla y León – Região Centro de Portugal, visando a **valorização da realidade territorial das duas regiões através do desenvolvimento da cadeia de valor associada às infra-estruturas e equipamentos de mobilidade** que estão construídos ou em vias de construção.

Análises em 6 áreas:

- Ordenamento do Território;
- Transporte e Logística;
- Indústria, Comércio e Serviços;
- Inovação e Desenvolvimento Tecnológico;
- **Turismo;**
- Ambiente e Desenvolvimento Sustentável.



# O projecto MIT

**Castilla y León e a Região Centro** de Portugal compreendem, no seu conjunto, uma área de **117 mil km<sup>2</sup>** (19,7% do território ibérico e 3,7% da União Europeia) e uma **população de 4,2 milhões de habitantes** (8,6% da população dos dois países ibéricos e 1,1% da União Europeia).



O território é atravessado por **importantes infra-estruturas de transportes** – rodo e ferroviárias – que fazem a **ligação entre Portugal e a Europa** e entre as **regiões do norte e noroeste da península** (Norte de Portugal, Galiza, Cantábria, Astúrias, País Basco) e as **capitais ibéricas – Lisboa e Madrid**, proporcionando a **articulação entre os espaços mais dinâmicos das duas regiões**: o litoral da **Região Centro** (Aveiro, Coimbra, Leiria e Viseu) e as **principais cidades de Castilla y León** (Salamanca, Valladolid, Burgos e León).



# Metodologia de Trabalho

- **1ª fase: diagnóstico prospectivo da situação do sector em ambos os territórios**
  - **vários documentos, estatísticas, estudos, planos** e informações recolhidas de diversas fontes;
  - **auscultação de um conjunto de agentes intervenientes** nos dois territórios (sector público e privado) através de: **reuniões** e um **inquérito**
  
- **2ª fase: definição de projectos e linhas de acção**
  - integração dos resultados da 1ª fase e análise de alguns projectos concretos em curso
  - **auscultação, em reuniões mais especializadas, de um conjunto de agentes intervenientes** nos dois territórios nas áreas de actuação (mercados-produtos) identificados na 1ª fase como prioritários: turismo de natureza, turismo rural, enoturismo, turismo gastronómico



	Local	Data	Nº de entidades			Nº de participantes			Tema
			RC	CyL	Total	RC	CyL	Total	
1ª FASE	Guarda	16 de Abril	10	4	14	13	4	17	Diagnóstico da situação, na perspectiva dos <i>stakeholders</i>
	Salamanca	19 de Maio	12	7	19	14	8	22	
	Almeida	12 de Junho	11	4	15	13	5	18	
	<i>Total*</i>		28	14	42	37	20	57	
2ª FASE	Lousã	01 de Outubro	15	2	17	23	3	26	Turismo de Natureza I
	Aveiro	27 de Outubro	2	1	3	4	1	5**	Parceria PRIVETUR/ASETUR
	Salamanca	29 de Novembro	4	7	11	5	7	12	T. Natureza II (BuY NATURE)
	Tordesilhas	11 de Novembro	4	15	19	6	17	23	T. Gast. e Enoturismo
	<i>Total*</i>		19	24	43	31	27	58	

\* Os valores dos totais (na horizontal) não são iguais à soma das reuniões porque houve entidades e participantes que foram a mais do que uma reunião.

\*\* Uma pessoa representou 2 entidades.



# Resultado da auscultação dos *Stakeholders*

**Produtos estratégicos  
mais relevantes para o desenvolvimento de iniciativas conjuntas:**

- Turismo de natureza/ turismo activo/ eco-turismo;
- Turismo cultural;
- Turismo rural (perspectiva abrangente, incluindo aspectos como etnografia...);
- **Turismo gastronómico e eno-turismo;**
- *Touring cultural e paisagístico;*

**Principais abordagens/ intervenções sugeridas :**

- Identificar as reais vantagens competitivas do território, aos olhos de um mercado-alvo bem definido e no contexto competitivo internacional, para desenvolver ofertas/ experiências distintas, assentes na vocação natural de cada região;
- Colaboração entre os diversos actores ao nível do destino e entre as das duas regiões, para ganhar “massa crítica”, sinergias, qualidade inovadora e competitividade, à escala internacional:
  - no desenvolvimento dos produtos/ destino e
  - na promoção mais eficaz dos produtos/ destino



# Turismo em CyL e na RC

- Observa-se uma **supremacia da oferta de alojamento de CyL** comparativamente à da RC.
- Destaca-se a **importância do TER em CyL**, cerca de **10 vezes superior** à mesma oferta da RC.
- Na **capacidade de alojamento** (camas/ lugares), destacam-se o **sector hoteleiro em CyL** e o **campismo na RC**.
- Somando a capacidade de alojamento das três modalidades nas duas regiões, obtém-se um **total de 226.512 lugares disponíveis**, dos quais **56,4% em CyL** e **43,6% na RC**.

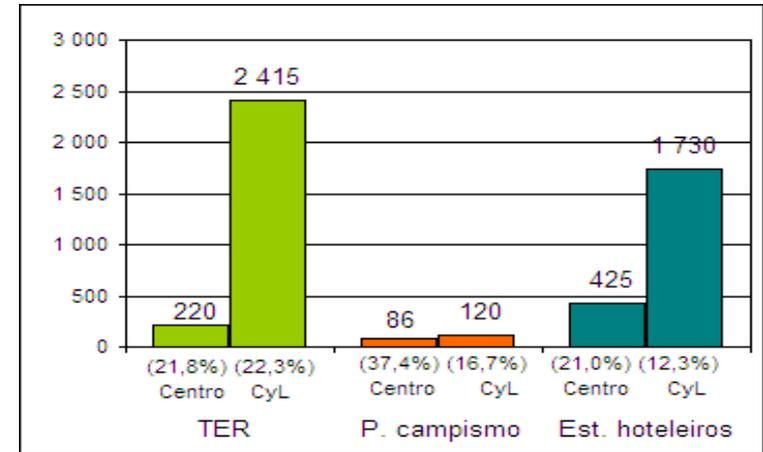
## Taxa de Crescimento Média Anual (TCMA) da oferta de camas/ plazas

	TER	Parques de Campismo	Est. hoteleiros	TOTAL
Região Centro	1,9	6,3	15,9	9,2
Castilla y León	17,7	0,6	3,7	4,3

Fonte: Junta de CyL (2003 - 2007a); INE (2003 - 2007a); INE (2003 - 2007c)

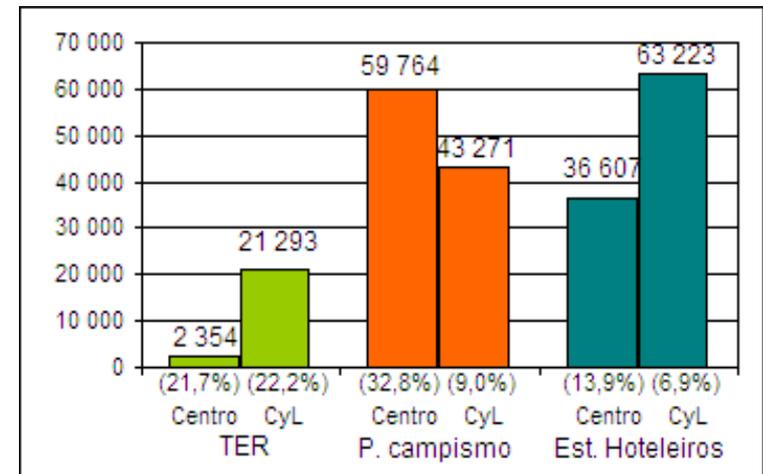
- Os **níveis de crescimento da oferta de alojamento** têm sido globalmente superiores na RC, sobretudo na hotelaria.
- Destaca-se **em CyL um grande dinamismo no TER**.

## Estabelecimentos e quota relativa ao total do país (2006)



Fonte: INE (2004 - 2007c; Junta de CyL (2003 - 2007a)

## Nº de camas e quota relativa ao total do país (2006)



# Turismo em CyL e na RC

- A procura por **estabelecimentos hoteleiros** :

- CyL: acima dos **8 milhões dormidas**; - RC: cerca de **3,5 milhões**.

- A procura por **TER**:

- CyL: **mais de um milhão de dormidas**; - RC: cerca de **90 000 dormidas**

A procura por **parques de campismo**:

- CyL: **790.000 dormidas**; - RC: ligeiramente acima das **2 milhões de dormidas**

- No total das três modalidades analisadas, contabilizaram-se, em 2006, **16.101.775 dormidas nas duas regiões: 64,7% em CyL 35,3% na RC.**

- **Problema comum nas 2 regiões: curta duração de estada na hotelaria** (1,6 noites/ hóspede em CyL, contra 1,9 noites/ hóspede na RC)

- Taxas de **crescimento médio anual da procura superiores na RC que em CyL, com exceção do TER.**

**Taxa de Crescimento Média Anual (TCMA) da procura (dormidas)**

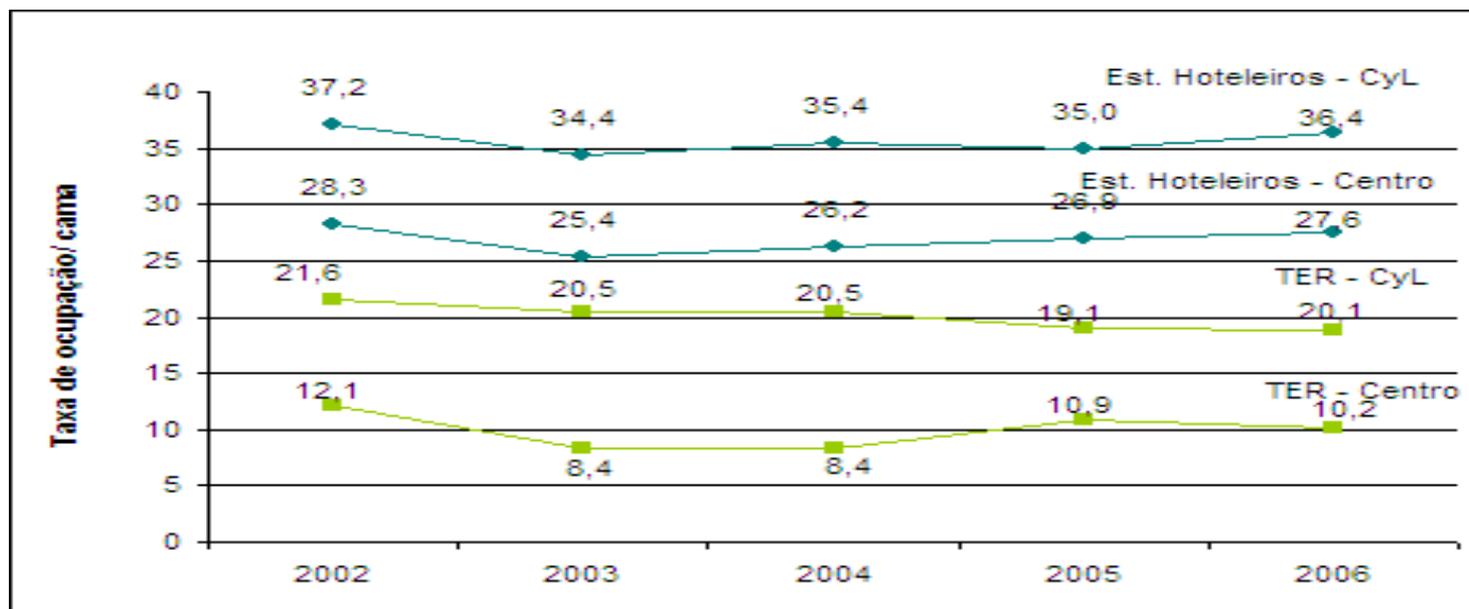
	TER	Parques de Campismo	Est. hoteleiros	TOTAL
Região Centro	5,7	4,7	5,1	5,0
Castilla y León	20,7	2,2	2,7	2,6

Fonte: DGT/TP (2003 - 2007), INE (2003 - 2007a), INE (2004 - 2007c)



# Turismo em CyL e na RC

## Evolução da taxa de ocupação-cama por região e modalidade



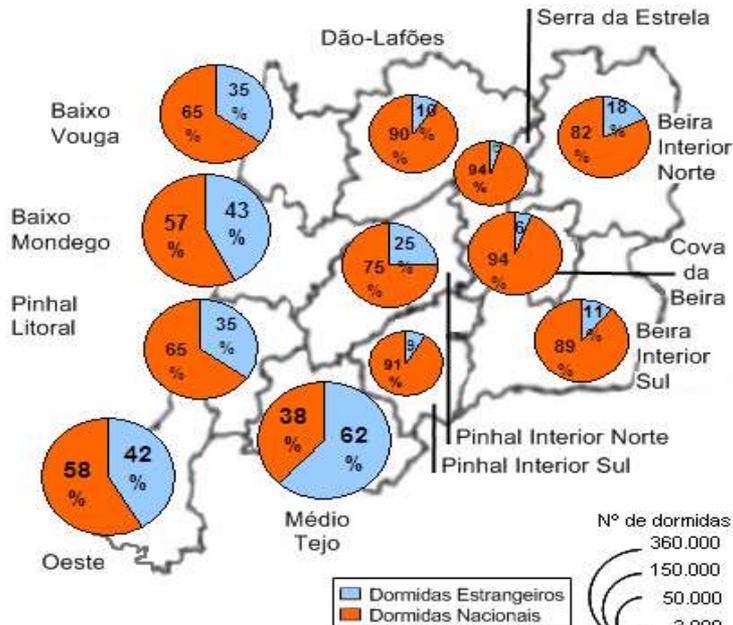
Fonte: INE (2003 - 2007a), Junta de CyL (2005 e 2007b)

- A **performance é relativamente pobre** em todos os meios de alojamento analisados: as **taxas de ocupação não atingem os 40% na hotelaria em CyL** (a taxa média em Espanha ronda os 56% em 2006). Na **RC** os valores são **ainda inferiores, não atingindo os 30%** (também inferior à média nacional de 40%).
- Situação **mais grave no TER**: em CyL, as taxas de ocupação não atingem os 22% (apesar do relativo dinamismo desta região). Na RC as taxas situam-se na ordem dos 10%, em 2006, (média nacional: 14%).



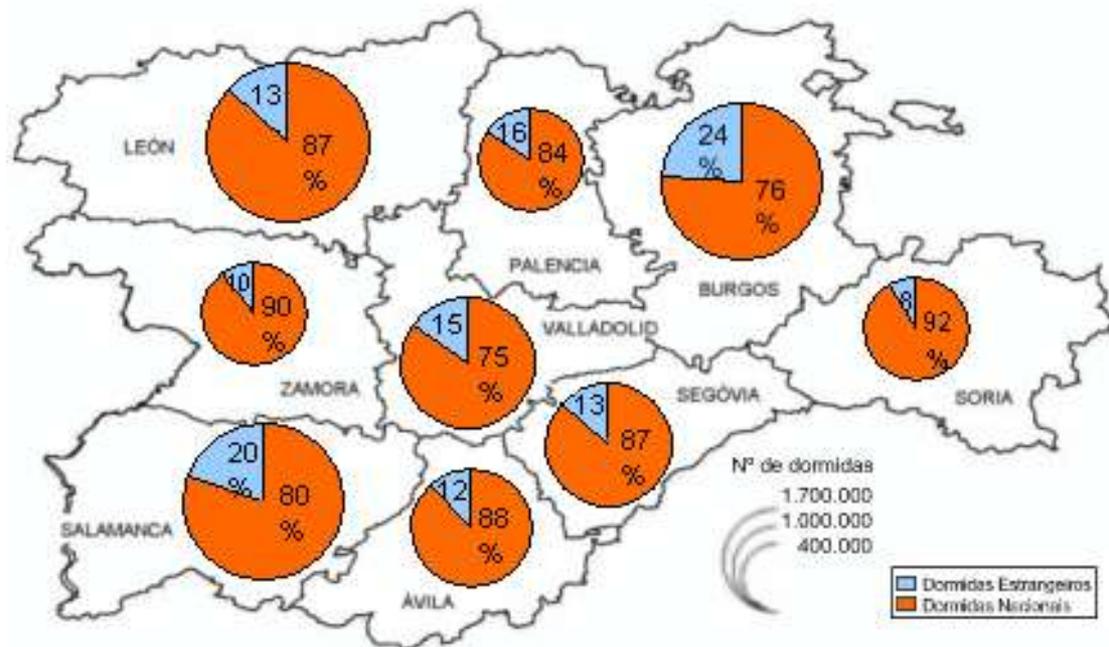
# Turismo em CyL e na RC

Dormidas na hotelaria por origem em 2006



Fonte: INE (2007)

Dormidas na hotelaria em CyL por origem em 2006



Fonte: INE (2007b)

- Mercado das duas regiões e **predominantemente doméstico**: CyL (84%) - RC (65%);
- Relativa **heterogeneidade desta realidade sobretudo na RC**, destacando-se uma **predominância do mercado estrangeiro no Médio Tejo (Fátima)**. Também no **litoral verificam-se valores mais elevados de dormidas de estrangeiros**, com destaque para o Baixo Mondego (Coimbra) e a NUT Oeste.
- Em CyL apenas **Burgos e Salamanca**, situados no Corredor, apresentam **valores ligeiramente superiores de dormidas de estrangeiros**.
- Na RC o mercado Espanhol já ocupa **10%**, enquanto o **mercado português só representa 3%** do global de dormidas em CyL. Com alguma expressão nos dois territórios: **França (próxima do Corredor), Reino Unido, a Alemanha, Itália**.



# Turismo em CyL e na RC

**Grande riqueza e variedade de valores patrimoniais:**

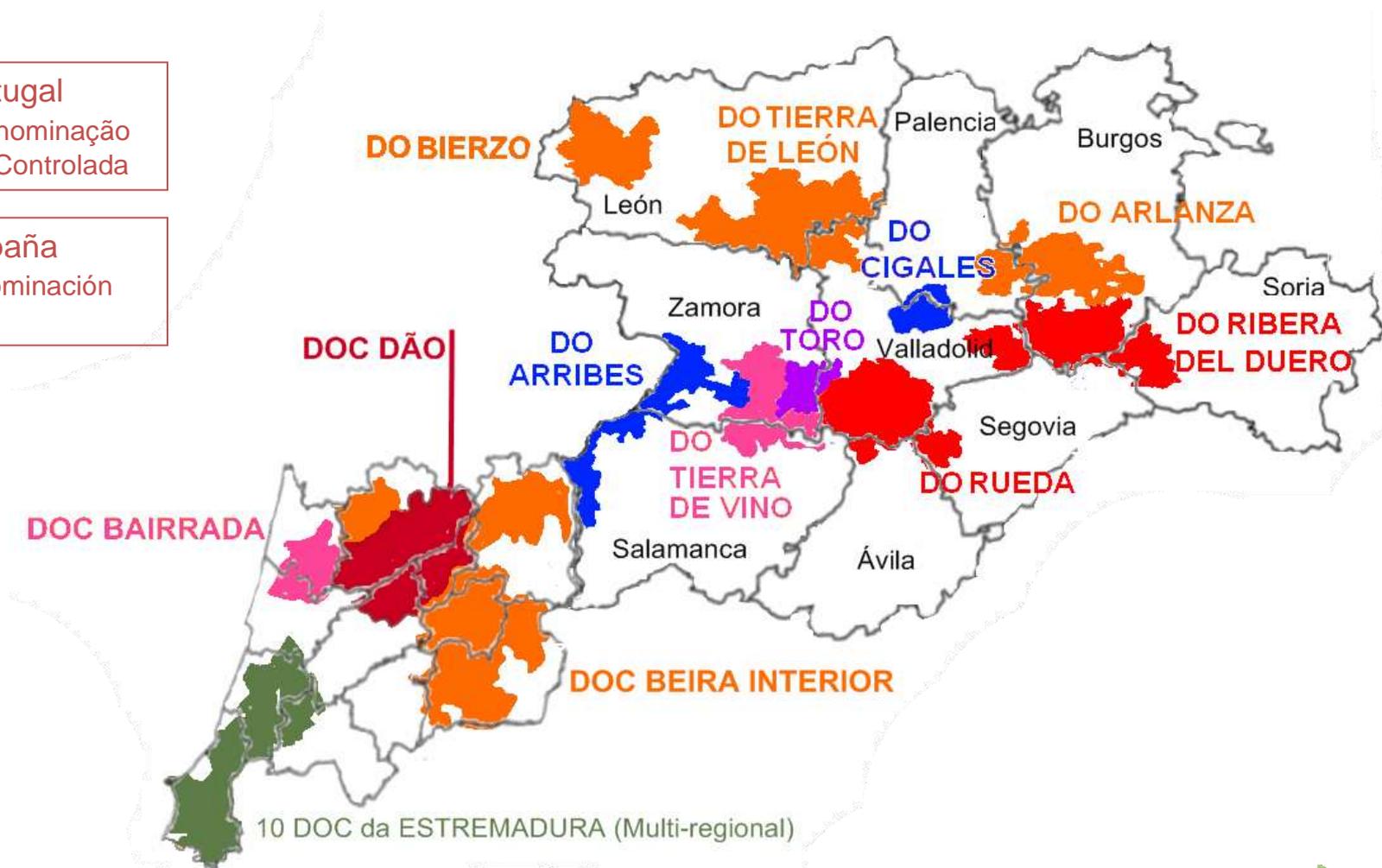
- **culturais** (na sua vertente material e imaterial): destacam-se pela sua **dimensão histórica de matriz de desenvolvimento comum, de grande valor simbólico**, no território em causa (**com ênfase para o Património da Humanidade, arquitectura militar, civil e religiosa, vestígios arqueológicos, etnografia, religião, gastronomia e tradições**);
- **naturais e paisagísticos**: desde a serra até ao mar, assumindo a água um papel importante na RC. **Grandes extensões de território classificado para fins de protecção e valorização. Condições propícias para turismo activo e cinegético;**
- **existem algumas iniciativas ao nível de organização de produtos turísticos, assentes neste património, embora incipientes numa apreciação global e só poucas de natureza transfronteiriça.**



# Vinhos de Qualidade Produzido em Região Determinada (VQPRD) Centro e CyL

Portugal  
DOC – Denominação  
de Origem Controlada

España  
DO – Denominación  
de Origen



# Projeto Âncora

- Gabinete de Iniciativas Turísticas RC - CyL
- Observatório do Turismo RC - CyL

A.  
**Experiências do Património:**

- Turismo rural e de natureza
- Turismo cultural
- **Enoturismo/ T. gastronómico**

B.

*Touring*

C.

Qualidade,  
Inovação e  
Marketing

**PROJETOS COMPLEMENTARES**



# EXPERIÊNCIAS DO PATRIMÓNIO

## - Enoturismo/ Turismo Gastronómico

- **Património eno-gastronómico comum**, mas simultaneamente **diversificado e singular**, visível nas receitas tradicionais, integrando produtos de qualidade locais (alguns certificados) e intimamente ligado ao território (paisagens) e à cultura (ex. tradições, artesanato, ...).
- O Turismo Gastronómico/ Enoturismo registou **600.000 viagens turísticas (como motivação principal) na Europa em 2004**, com taxas de crescimento **7% a 12%/ ano**, elevados gastos diários; duração de estada de **1 a 3 dias**, prolongável pela integração de programas (ex: cursos culinários) ou **combinação com outros produtos**;
- Como **motivo complementar muitíssimo mais relevante, potenciador de experiências mais ricas** em ligação a todos os outros formatos de turismo; grande potencial para **diferenciar destinos**;
- **Mercados:** Viagens de **descobrimento** – para conhecer melhor vinhos e gastronomia de um local (80% do total de viagens); Viagens de **aprendizagem** – para realizar cursos de degustação ou preparação de produtos típicos (15%); Viagens de **aprofundamento** (5% do total das viagens);
- **Principais mercados europeus:** França (16%); Holanda (15%); R.U. (10%); Itália (9%) Espanha (3%)



## FACTORES CHAVE PARA DESENVOLVER ENO-DESTINOS (PENT, 2007)

- **abundância e variedade de vinhos e gastronomia regionais;**
- **diversidade de empresas** que integram as **rotas de vinho** e gastronomia: adegas, restaurantes, lojas especializadas, museus, centros de interpretação,...
- instalações de produção (adegas, etc) organizadas e **adaptadas especificamente para as visitas turísticas;**
- existência de **restaurantes** com oferta variada de gastronomia regional;
- boas condições de **acesso;**
- **sinalética** específica, orientadora e informativa das rotas de vinho e gastronomia;
- oferta de **alojamento variada e de qualidade:** hotéis, casas rurais, hotéis de charme, alojamento intimista, **com “personalidade”**, ...
- **recursos humanos especializados:** guias conhecedores dos processos de produção e engarrafamento do vinho, peritos em castas e degustação de vinhos, empregados com conhecimento do produto e chefes especializados em gastronomia regional.



# EXPERIÊNCIAS DO PATRIMÓNIO

## - Enoturismo/ Turismo Gastronómico

Foram identificadas **oportunidades para projectos de colaboração**, entre outros, nos domínios de:

- Aumento do **conhecimento mútuo** através de:
  - **visitas de estudo de profissionais** (ex. proprietários de adegas, operadores turísticos) para visitar a oferta mais interessante de cada região (uma visita a CyL, outra visita às Rotas da Bairrada e do Dão em 2009);
  - **seminários e workshops para troca de experiências** (ex: Foro Coopera 2009, em Zamora);
  - constituição de **bases de dados** (empresas, produtos, receitas, “pratos com história”, atracções a incluir em circuitos eno/gastronómicos);
- **Jornadas e feiras gastronómicas** com participação da região vizinha (ex: Foro Coopera 2009);
- desenvolvimento de **pacotes turísticos transfronteiriços**, com tema do vinho/gastronomia, associado a outros, para aumentar a estada;
- **Cross-selling** (vinhos) e “troca de clientes” entre parceiros conhecidos;
- Criação de **rede/ equipe de trabalho para preparar projectos mais ambiciosos** com vista à criação de uma **oferta global apelativa e competitiva internacionalmente**



# Visita de Enoturismo a Castela e Leão

1 a 5 maio de 2009

## D. O. Ribeira del Duero

Bodega e hotel 5\*  
Arzuaga Navarro



Museo del Vino –  
Castillo de Peñafiel



Bodega Protos



## D.O. Toro

Bodega Fariña

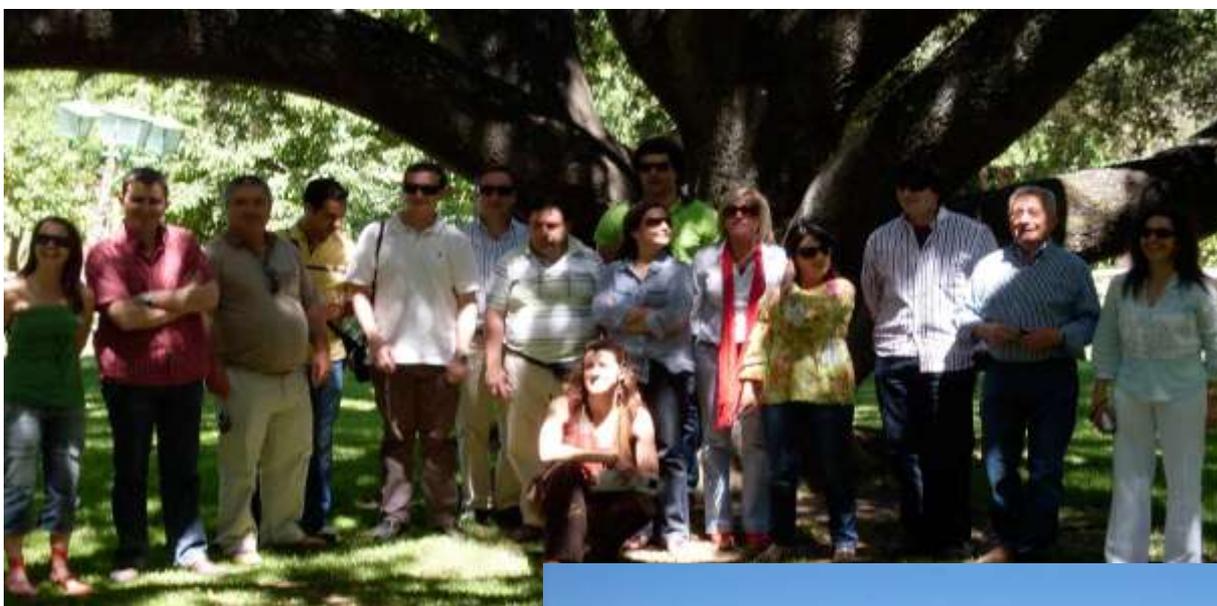


Bodega Liberalia



Bodega Museum D. O. Cigales





Elisabeth Kastenholz, Universidade de Aveiro



# Visita de Enoturismo a Portugal

12 a 14 julho de 2009

Quinta do Encontro



Museu do Vinho  
Bairrada



Caves do Solar São  
Domingos



Caves Primavera



Bairrada

Termas de Alcafache (Vinoterapia)



Solar do Vinho do Dão



Paço dos Cunhas de  
Santar



Casa da Ínsua



Dão





**Obrigada pela atenção!**

**Elisabeth Kastenholz,**  
Universidade de Aveiro

