ESTRATÉGIA TRANSNACIONAL DE ECOTURISMO 2020

Estratégia comum para a proteção, conservação e valorização do património natural, paisagístico e etnográfico dos Municípios da Rede ECO-TUR

Esta estratégia foi desenvolvida pela Câmara Municipal de Teguise, em colaboração com a EPC

Oswaldo Betancort García, Presidente da Câmara Municipal de Teguise, apresenta a Estratégia Transnacional de Ecoturismo 2020, no âmbito do projeto ECO-TUR ao abrigo do programa Interreg MAC 2014-2020.

Para a elaboração desta Estratégia, todos os parceuros que fazem parte do ECO-TUR uniram esforços e elaboraram o seu Plano de Ação Local, propondo possíveis linhas de ação a implementar em cada território.

Considerando as análises individuais, por parceiro, os diagnósticos obtidos e as linhas de ação propostas, o Município de Teguise, Chefe de Fila do Projeto, elaborou este documento com o objetivo de desenvolver uma estratégia global comum para toda a rede ECO-TUR transnacional.

O ECO-TUR é um projeto internacional que pretende criar uma rede transacional de municípios para a coprodução de uma estratégia capaz de valorizar o património natural e etnográfico local através da promoção do ecoturismo e do turismo. Para tal, apostou na pesquisa, desenvolvimento tecnológico e inovação; em melhorar a competitividade das PME; em conservar e proteger o meio ambiente e promover a eficiência dos recursos; em melhorar a capacidade institucional e a eficiência da administração pública; e em melhorar a capacidade institucional e a eficiência da administração pública.

Graças aos esforços de todas as partes envolvidas, espera-se que o ECO-TUR obtenha resultados positivos para os territórios que fazem parte do projeto e sirva como um guia para o desenvolvimento e implementação de ações individuais em cada Região.

ÍNDICE DE CONTEÚDO

1. INTRODUÇÃO 5

1.1 Apresentação do projeto ECO-TUR 5

1.2 Apresentação dos parceiros do projeto ECO-TUR 7

1.2.1 Municípios Turísticos Costeiros 7

1.2.2 Municípios isolados e potencialmente ecoturísticos 8

1.2.3 Municípios rurais 9

2. QUADRO DE REFERÊNCIA 10

2.1 Turismo no campo económico global 10

2.2 O ecoturismo, uma nova tendência 11

2.3 O perfil ecoturista 12

3. ESTRUTURA METODOLÓGICA 14

4. APRESENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA TRANSNACIONAL DE ECOTURISMO 2020 15

4.1 Análise da situação atual do projeto ECO-TUR 15

4.1.1 Oferta e procura 15

4.1.2 Concorrência 18

4.1.3 Tendências 20

4.1.4 Diagnóstico 22

4.2 Estratégia Transnacional de Ecoturismo 2020 25

4.2.1 Missão, visão e objetivos 25

4.2.2 Eixos estratégicos, linhas estratégicas e ações 26

4.2.3 Plano de melhoria 34

5. CONCLUSÕES 35

1. INTRODUÇÃO

Este documento visa desenvolver uma estratégia de ecoturismo no âmbito do projeto ECO-TUR sustentável ao longo do tempo, de modo a melhorar a situação económica dos territórios parceiros e aumentar a qualidade do destino, tanto para os residentes como para os turistas. Espera-se que esta Estratégia promova uma mudança positiva para os parceiros, permitindo-lhes ganhar maior competitividade e visibilidade.

1.1 Apresentação do projeto ECO-TUR

O Projeto ECO-TUR, "Rede Transnacional de Municípios para a Co-Produção de uma Estratégia para a Melhoria do Património Natural e Etnográfico através da Promoção do Ecoturismo e Turismo Ativo" **é um dos 56 projetos aprovados na primeira chamada do programa de cooperação territorial entre Espanha e Portugal INTERREG MAC 2014-2020.**

O ECO-TUR consiste na criação de uma Rede de Municípios para a conservação, gestão e valorização do património natural e etnográfico através da criação de produtos e serviços de ecoturismo e turismo ativo nas regiões do território de cooperação. Os três **principais objetivos** do projeto são:

- Criar uma rede transnacional de municípios ECO-TUR para estabelecer uma estratégia conjunta para a promoção do ecoturismo e do turismo ativo.
- Implementar os planos de ação desenvolvidos pela Rede Transnacional ECO-TUR.
- Lançar e promover os novos produtos e serviços criados para a promoção do ecoturismo e do turismo ativo.

O projeto tem 16 parceiros e um orçamento de 2.546.852,75 euros, cofinanciado em 85% pelos fundos do FEDER. O orçamento correspondente para cada parceiro está detalhado abaixo:

Tabela 1: Parceiros do FEDER do projeto ECO-TUR

PARCEIROS BENEFICIÁRIOS DO FEDER			
Principal beneficiário	**Região**	**Orçamento total**	**FEDER**
Câmara Municipal de Teguise	Ihlas Canárias	400.000,00€	340.000,00€
Parceiros FEDER	**Região**	**Orçamento total**	**FEDER**
Cabildo Insular de El Hierro	Ihlas Canárias	240.000,00 €	204.000,00€
Câmara Municipal de Mogán	Ihlas Canárias	240.000,00 €	204.000,00€
Câmara Municipal de Santiago del Teide	Ihlas Canárias	240.000,00 €	204.000,00€
Câmara Municipal de Vallehermoso	Ihlas Canárias	240.000,00 €	204.000,00€
Câmara Municipal de Los Llanos de Aridane	Ihlas Canárias	240.000,00 €	204.000,00€
Câmara Municipal de La Oliva	Ihlas Canárias	240.000,00 €	204.000,00€
Câmara Municipal de Ponta Delgada	Açores	130.000,00€	110.500,00€
Câmara Municipal de Angra do Heroísmo	Açores	130.000,00€	110.500,00€
Câmara Municipal de Madalena	Açores	117.852,94€	100.175,00€
Câmara Municipal de Lajes do Pico	Açores	61.304,75€	52.109,04€
Câmara Municipal de Porto Moniz	Madeira	267.695,06€	227.540,80€

Fonte: elaboração própria

Além disso, quatro entidades de países terceiros participam no projeto, que não têm um orçamento atribuído porque não recebem uma subvenção dos fundos FEDER. No entanto, os parceiros beneficiários colaboram no financiamento conjunto das ações que se realizam nestas regiões.

Tabela 2: Parceiros de países terceiros do projeto ECO-TUR

PARCEIROS DE PAÍSES TERCEIROS	
Parceiros	**Região**
Associação Nacional de Municípios de Cabo Verde (ANMCV)	Cabo Verde
Câmara Municipal de Porto Novo	Cabo Verde
Agénce de Développement Local du Sénégal	Senegal
Commune de Kaedi	Mauritania

Fonte: elaboração própria

O projeto, com prazo de três anos, está estruturado em **três grandes blocos: coordenação, execução e comunicação.**

Os **objetivos** perseguidos pelo projeto ECO-TUR são os seguintes:

OBJETIVO 1: Criação de novas rotas / experiências de ecoturismo através da participação e cooperação,

OBJETIVO 2: Criação de uma maneira diferente de descobrir a história, património, natureza ou gastronomia das nossas ilhas, e

OBJETIVO 3: Promover a mobilidade turística e o desenvolvimento local.

1.2 Apresentação dos parceiros do projeto ECO-TUR

Como mencionado na secção anterior, o ECO-TUR é formado por 16 parceiros de cinco regiões: Ilhas Canárias, Açores, Madeira, Cabo Verde, Senegal e Mauritânia. Estes territórios têm as capacidades e os recursos necessários para praticar o ecoturismo, mas, em muitos casos, promover e definir a oferta torna-se uma árdua tarefa. Nesse sentido, estes parceiros desenvolveram, em conjunto, uma estratégia para a promoção do ecoturismo nos seus territórios, aplicando uma metodologia focada em aproveitar o valor da cooperação e das boas práticas.

Elencamos, em seguida, os parceiros do projeto ECO-TUR, classificados de acordo com o tipo e as características comuns:

1.2.1 Municípios Turísticos Costeiros

Este primeiro grupo éformado pelos municípios de **Teguise, Mogán, Santiago del Teide** e **La Oliva** (Ilhas Canárias) e pela **Associação Nacional de Municípios de Cabo Verde** (ANMCV).

O principal denominador comum que apresentam é serem territórios consolidados como destinos turísticos, dedicados principalmente ao modelo de turismo de massas, de sol e praia, mas que possuem recursos e capacidade de diversificar a sua oferta noutras áreas.

Da esquerda para a direita: Teguise e Mogán, Santiago del Teide e La Oliva

1.2.2 Municípios isolados e potencialmente ecoturísticos

Esta categoria inclui a ilha de El Hierro e os Municípios de Vallehermoso (Ilhas Canárias), **Ilha do Pico** (Açores), **Porto Novo** (Cabo Verde), **Senegal e Kaedi** (Mauritânia).

Esses territórios, apesar de possuírem uma grande diversidade de recursos suscetíveis de criar valor (cultural e natural), ainda não conseguiram posicionar-se no mercado turístico devido à presença de certos fatores limitativos, tais como: o isolamento, a falta de ligações terrestres/aéreas/marítimas, ou capacidade de alojamento limitada.

Da esquerda para a direita: El Hierro, Vallehermoso, Ilha do Pico, Senegal, Porto Novo e Mauritânia

1.2.3 Municípios rurais

O grupo de Municípios rurais é composto pelos Municípios de **Los Llanos de Aridane** (Ilhas Canárias), **Ponta Delgada** e **Angra do Heroísmo** (Açores) e **Porto Moniz** (Madeira).

Estes territórios apesar de terem uma conotação essencialmente rural, são cidades com reconhecida evolução em termos de atividades turísticas, mas que requerem que se utilize uma série de ferramentas específicas para se conseguirem posicionar no mercado turístico e crescer enquanto destino de ecoturismo.

Da esquerda para a direita: Los Llanos de Aridane, Ponta Delgada, Angra do Heroísmo e Porto Moniz.

CONCLUSÕES

Os Municípios da Rede têm um fator comum: são Municípios com centros turísticos consolidados. No entanto, existe a necessidade de oferecer produtos e serviços turísticos inovadores, de forma a estimular as economias locais, procurando dar resposta à procura emergente por destinos de turismo de natureza e turismo desportivo.

Esta Rede ganha potencial quando gerida em conjunto. Procura-se divulgar o conceito de Macaronésia como destino único e não como território dividido em regiões. Este conceito beneficiará os os turistas que visitam um arquipélago se ele for consolidado como uma referência no campo do ecoturismo ou do turismo ativo. Para isso, o ECO-TUR atua como catalisador e estrutura de base para um setor em expansão.

2. QUADRO DE REFERÊNCIA

2.1 Turismo no campo económico global

A Organização Mundial de Turismo (OMT) reconhece que, nas últimas décadas**, o turismo passou por um processo de diversificação contínuo, tornando-se uma peça essencial do progresso socioeconómico global**. Consequentemente, a contribuição do turismo nos países industrializados e desenvolvidos é benéfica, tanto em termos económicos, representando uma das principais fontes de rendimento, quanto em termos sociais, por ser um importante gerador de emprego e rendimento. Nesse sentido, o turismo tem sido encarado como motor de crescimento e recuperação da economia espanhola (Cuadrado-Roura e Morales López 2015).

Por outro lado, esse crescimento excessivo impulsionado pela atividade turística, especialmente nos países industrializados e nas economias emergentes, acarreta uma infinidade de desvantagens que obscurecem a gestão e, consequentemente, os resultados impulsionados por esse setor. Assim, o turismo enquanto exemplo de crescimento económico não significa necessariamente desenvolvimento (Gascón e Cañada 2005).

A partir destes primeiros considerandos, diferentes impactos (positivos e negativos) derivados da atividade turística podem ser detectados em cada um dos pilares que compõem a pirâmide da sustentabilidade:

- **Campo económico:** o turismo é gerador de divisas e uma economia interna dinâmica.

- **Campo social:** quando se fala em turismo no campo social, destaca-se a criação de empregos (diretos, indiretos e induzidos) e a melhoria da qualidade de vida da população local em num cenário ideal. No entanto, as características e a qualidade desse emprego gerado devem ser consideradas (Gascón e Cañada 2005).

- **Campo ambiental:** as mudanças climáticas resultado da sobre-exploração de recursos naturais, do aumento das emissões de gases de efeito estufa, da poluição dos recursos hídricos e do aumento da produção de resíduos.

O turismo, sendo uma das indústrias que mais cresce, dependente do meio ambiente, exige grandes esforços para desenvolver estratégias de proteção ambiental, complementando o uso de recursos naturais com sua conservação.

De acordo com a Lei N.º 19/2003 sobre as Diretrizes para o Planeamento Geral e Gestão do Turismo das Ilhas Canárias, **os objetivos da política de turismo devem concentrar-se em alcançar um modelo de qualidade que se supõe ser mais sustentável** (Armas Cruz et al. 2011). Neste sentido, o objetivo da sustentabilidade obrigou a alguma reestruturação do planeamento e gestão do turismo (López Palomeque 2007).

A indústria do turismo baseia-se fundamentalmente nos recursos e bens naturais e patrimoniais dos destinos. **No caso das Ilhas Canárias, o clima e o sol são o primeiro fator de escolha para o destino** (PROMOTUR, 2017). Porém, globalmente, o perfil dos turistas está a mudar, surgem novas tendências turísticas que procuram, entre outras coisas, o contacto com a natureza, a exploração de novos espaços e o contacto com o estilo de vida local.

Segundo dados da Organização Mundial de Turismo (OMT), **o segmento de turismo que mais cresce atualmente é o denominado turismo alternativo**, dentro do qual estão tipologias como: ecoturismo, turismo sustentável, turismo ecológico, turismo responsável, turismo ativo, etc. Este turismo reduz a pegada ecológica na flora e fauna, decorrente do desenvolvimento e crescimento descontrolado da atividade.

CONCLUSÕES:

O crescimento descontrolado da atividade turística causou impactos negativos nas áreas económica, social e, sobretudo, ambiental, refletindo-se no aumento das emissões de gases de efeito estufa e, portanto, na poluição ambiental, afetando os recursos naturais de vários destinos.

Como resultado, o turismo alternativo está a assumir um papel mais relevante que o turismo de massa, muito mais consciente do meio ambiente e salvaguardando recursos. Assim, novos tipos de atividades estão a surgir como, por exemplo, o ecoturismo.

2.2 O ecoturismo, uma nova tendência

O ano de 2017 foi declarado o "Ano Internacional do Turismo Sustentável para o Desenvolvimento" pelas Nações Unidas, no âmbito da Agenda 2030 para o Desenvolvimento Sustentável e os Objetivos de Desenvolvimento Sustentável.

Atualmente, de acordo com dados propostos pela Dra. María del Pilar Landoño, Diretora do Ostelea Research Group (2018), representa 5% das emissões globais, 4% transporte e 1% alojamento***. "O ecoturismo e o turismo sustentável tornam-se assim um exemplo a seguir para mudar a trajetória natural da indústria do turismo"*** (Leal Londoño, 2018). Da mesma forma, este tipo de turismo, o ecoturismo, pode contribuir para a prossecução do Desenvolvimento Sustentável das escalas local para regional, nacional e global.

A FAO (Organização das Nações Unidas para Agricultura e Alimentação) define **ecoturismo** como "uma viagem responsável às áreas naturais que promove a conservação ambiental". Desta forma, é um turismo que busca reduzir ao máximo a danificação e as externalidades negativas do turismo (Leal Londoño, 2017). **O ecoturismo é baseado em cinco elementos:**

- Deve ser baseado na natureza
- Deve ser ecologicamente sustentável
- Deve ser um meio de educação ambiental.
- Deve ser economicamente benéfico para a comunidade local.
- Deve trazer satisfação plena aos turistas.

De acordo com a Sociedade Internacional de Ecoturismo (TIES), as pessoas que praticam o ecoturismo e as que participam no ecoturismo devem seguir os seguintes princípios:

- Minimizar impactos, ambientais e sociais.
- Aumentar a conscientização e o respeito ao meio ambiente e à cultura.
- Oferecer experiências positivas para visitantes e anfitriões.
- Oferecer benefícios financeiros diretos para a sua conservação.

- Proporcionar benefícios financeiros e participação real para a população local.
- Aumentar a sensibilidade dos turistas em relação ao país anfitrião.

Uma questão a considerar é a diversidade no mercado de ecoturismo. Os ecoturistas podem diferir em termos de distância percorrida, duração da estadia, nível de esforço físico e conforto, importância da natureza na motivação da viagem, nível de aprendizagem, etc. Da mesma forma, este perfil de turistas geralmente participa numa ampla gama de atividades, incluindo caminhadas (trekking), escalada, camping, caça, fotografia, turismo, pesca, observação de pássaros, observação de baleias, projetos de conservação, projetos comunitários e exploração geral de áreas naturais remotas (Leal Londoño, 2017).

É muito importante considerar estes aspetos enquanto fator de desenvolvimento do turismo em pequenas ilhas e áreas costeiras, já que exige atenção especial devido à fragilidade e vulnerabilidade dos ecossistemas que eles possuem. Portanto, o ecoturismo e, em grande parte, o turismo sustentável, são encarados como modelos a estabelecer para a proteção do meio ambiente, tanto natural quanto cultural.

CONCLUSÕES:

As novas tendências no setor de turismo colocam o ecoturismo e o turismo ativo como os segmentos que mais cresceram nos últimos anos. No entanto, os municípios de turismo consolidados que participam neste projeto coincidem na reflexão de que, apesar do enorme potencial dos recursos naturais, etnográficos e paisagísticos que apresentam, o desenvolvimento do ecoturismo acarreta alguns problemas para sua promoção e consolidação.

A falta de conservação e reabilitação do património natural e histórico, a falta de sinalização e informação das rotas de valor natural e cultural, o fraco desenvolvimento de produtos e serviços turísticos de natureza e a falta de disseminação e promoção daqueles que já existem , são os problemas que os parceiros destacam e concordam com a necessidade de coordenar estratégias e relacionar esforços para implementar um modelo de desenvolvimento sustentável do turismo, por meio do ecoturismo e do turismo ativo.

2.3 O perfil ecoturista

O perfil ecoturista é caracterizado por três aspectos fundamentais: alto nível de escolaridade, são viajantes experientes e provêm de ambientes socioeconómicos com alto poder aquisitivo. Geralmente participam numa ampla gama de atividades, como caminhadas, escaladas, observação de pássaros, projetos de conservação ou exploração de áreas naturais remotas, etc. Outros recursos que eles apresentam são:

- Os ecoturistas procuram locais distantes das grandes cidades, onde podem se alimentar da paz e energia que surgem do contato com áreas naturais, bem como de sua flora e fauna.

- Eles estão interessados em conhecer diferentes formas de entender a vida, procurando o intercâmbio cultural. Eles estão interessados em ter contato com a população local e experienciar costumes e tradições.

- A aprendizagem é um fator essencial no ecoturismo. O turista está sempre disposto a aprender e a ser ativo e dinâmico.

- Na maioria dos casos, são pessoas que apresentam boa condição física, já que fazer ecoturismo ou turismo natural implica viajar longas distâncias ou usar meios de transporte alternativos, como bicicletas.

- O ecoturista procura lugares personalizados e menos lotados, com um selo de qualidade.

CONCLUSÕES:

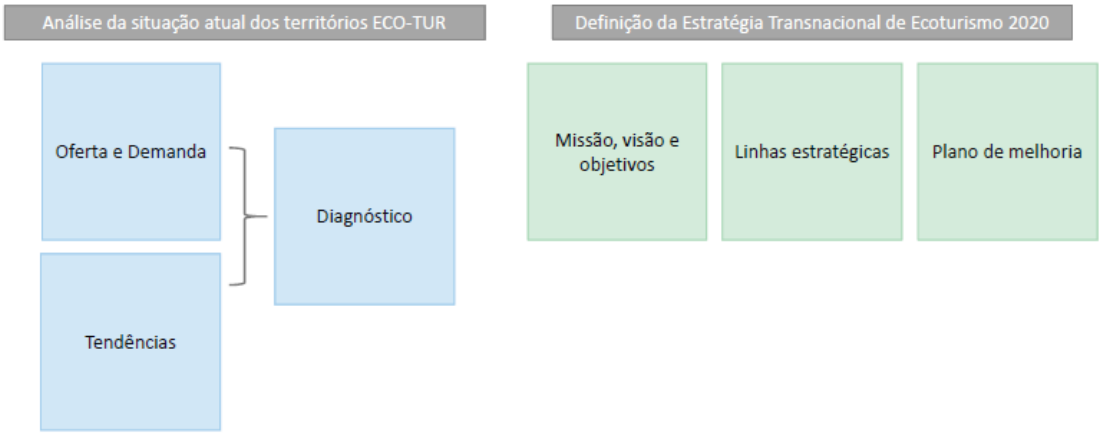
O turista europeu exige cada vez mais atividades de ecoturismo ao ar livre. Aumenta o interesse pelas atrações naturais e culturais e, tanto quanto possível, pelas aglomerações geradas pelo turismo de massa.

Com base nessas informações e nos dados propostos por cada parceiro do projeto sobre o perfil do turista que visita o destino, estratégias podem ser construídas para atender às suas expectativas e, ao mesmo tempo, contribuir para um turismo mais sustentável.

3. ESTRUTURA METODOLÓGICA

A **estrutura metodológica que será usada para elaborar a Estratégia Transnacional de Ecoturismo 2020** é apresentada abaixo:

Ilustração 1: Estrutura metodológica da Estratégia Transnacional de Ecoturismo 2020



Conforme observado no esquema anterior proposto, primeiro, é realizada uma análise da situação atual dos territórios que fazem parte do projeto ECO-TUR:

- É apresentada uma análise da situação de ecoturismo dos parceiros que compõem a Rede, através do estudo e interpretação de diversas ferramentas estatísticas que permitem medir a **oferta e a procura**.

- As **tendências** do turismo estão a ser monitorizadas, a forma como afetam ou podem afetar o desenvolvimento do ecoturismo nas regiões parceiras, bem como os **principais destinos concorrentes** dos territórios ECO-TUR.

- Fazer um **diagnóstico** para avaliar o potencial do destino para se dedicar ao ecoturismo.

Posteriormente, é apresentada a Estratégia Transnacional de Ecoturismo 2020:

- Os **objetivos estratégicos** da estratégia são apresentados, bem como a sua **missão e visão.**

- As **linhas estratégicas** serão detalhadas, agrupadas em eixos estratégicos e englobarão, por sua vez, várias ações, criando um plano de melhoria para os territórios.

4. APRESENTAÇÃO DA ESTRATÉGIA TRANSNACIONAL DE ECOTURISMO 2020

4.1 Análise da situação atual do projeto ECO-TUR

Uma das principais necessidades desta estratégia é conhecer a situação atual dos territórios que fazem parte do projeto. A ideia é ter um entendimento claro do ambiente operacional, dos pontos fortes e fracos do projeto e das possíveis melhorias que podem ser concretizadas.

4.1.1 Oferta e procura

A oferta e a procura nos territórios que fazem parte do projeto ECO-TUR foram analisadas através de dados estatísticos que permitiram o desenvolvimento de uma estratégia adaptada aos indivíduos de cada território. Para obter estas informações, foram utilizadas as informações apresentadas pelos parceiros no seu Plano de Ação Local, portanto os dados disponíveis são de 2017. Os indicadores que foram considerados na análise foram:

- Número de estabelecimentos com alojamento
- Número de turistas
- Perfil turístico geral
- Motivação
- Despesas

Tabela 3: Análise da Oferta

TERRITÓRIO	Nº DE ESTABELECIMENTOS COM ALOJAMENTO
Teguise	17.655 locais de alojamento
El Hierro	1.977 locais de alojamento
Mogán	37.554 locais de alojamento
Santiago del Teide	7.871 locais de alojamento
Vallehermoso	350 - 400 locais de alojamento
Los Llanos de Aridane	2.839 locais de alojamento
La Oliva	20.000 locais de alojamento
Ponta Delgada	282 locais de alojamento
Angra do Heroismo	9.523 locais de alojamento
Ilha do Pico (Madalena e Lajes do Pico)	714 locais de alojamento
Porto Moniz	285 locais de alojamento
Porto Novo	936 locais de alojamento
Senegal	Não há dados disponíveis
Kaedi	24 locais de alojamento

Fonte: elaboração própria com base nos Planos de Ação Locais dos parceiros ECO-TUR

Tabela 1: Análise da Procura

TERRITÓRIO	Nº TURISTAS	PERFIL	MOTIVAÇÃO	DESPESAS
Teguise	700.612	**Duração média da estadia:** 7,84 dias **Idade:** 49,7 anos **Nacionalidade:** R. Unido (48,9%)	Clima e sol (93%); e Descansar e relaxar (41,4%)	134,14€ pessoa/dia
El Hierro	13.712	**Duração média da estadia:** 11,73 dias **Idade:** 45 anos **Nacionalidade:** Espanha (34%), Alemanha (25%) e R. Unido (15%)	Clima e sol (55,5%); Paisagem (44%)	127'50€ pessoa/dia
Mogán	1.023.035	**Duração média da estadia:** 8 dias **Idade:** 16-44 anos **Nacionalidade:** Espanha (40%)	Clima e sol (64%)	157,26€/dia
Santiago del Teide	299.872	**Duração média da estadia:** 9 dias **Idade:** 31-45 anos (27%) **Nacionalidade:** R. Unido (45%)	Clima e sol (58%)	1.164€/pessoa
Vallehermoso	No existen datos disponibles	**Duração média da estadia:** 12,21 dias **Idade:** 46-65 anos (40%) **Nacionalidade:** Alemanha (33%)	Clima; Paisagem; Tranquilidade; e Descansar	88,69€ pessoa/dia
Los Llanos de Aridane	58.620	**Duração média da estadia:** 12,89 dias **Idade:** 46-60 anos **Nacionalidade:** Alemanha, Espanha e R. Unido	Caminhadas; e aproveite a paisagem e a natureza	Não há dados disponíveis
La Oliva	512.272	**Duração média da estadia:** 7,41 dias **Idade:** 45-60 anos **Nacionalidade**: R. Unido (35,5%) e Alemanha (18,5%)	Clima e praias (42%); e práticas esportivas (26%)	140,70€/dia
Ponta Delgada	309.068	**Idade:** 35-44 anos **Nacionalidade:** Portugal e Alemanha	Natureza e lazer	506,92€/pessoa
Angra do Heroismo	137.921	**Duração média da estadia:** 2,8 dias **Idade:** 25-44 anos **Nacionalidade:** Portugal (48,2%) e Alemanha (23,1%)	Natureza	100-200€ pessoa/dia
Ilha do Pico	51.585	**Duração média da estadia:** 3 dias **Idade:** 25-60 anos	Natureza e lazer	Não há dados disponíveis
Porto Moniz	26.806	**Duração média da estadia:** 2,66 dias **Idade:** jovem **Nacionalidade:** Alemanha e Portugal	Natureza e paisagem	Não há dados disponíveis
Porto Novo	26.080	**Nacionalidade:** França e Cabo Verde	Clima e paisagens naturais	Não há dados disponíveis
Senegal	Não há dados disponíveis			
Kaedi	Não há dados disponíveis			

Fonte: elaboração própria com base nos Planos de Ação Locais dos parceiros ECO-TUR

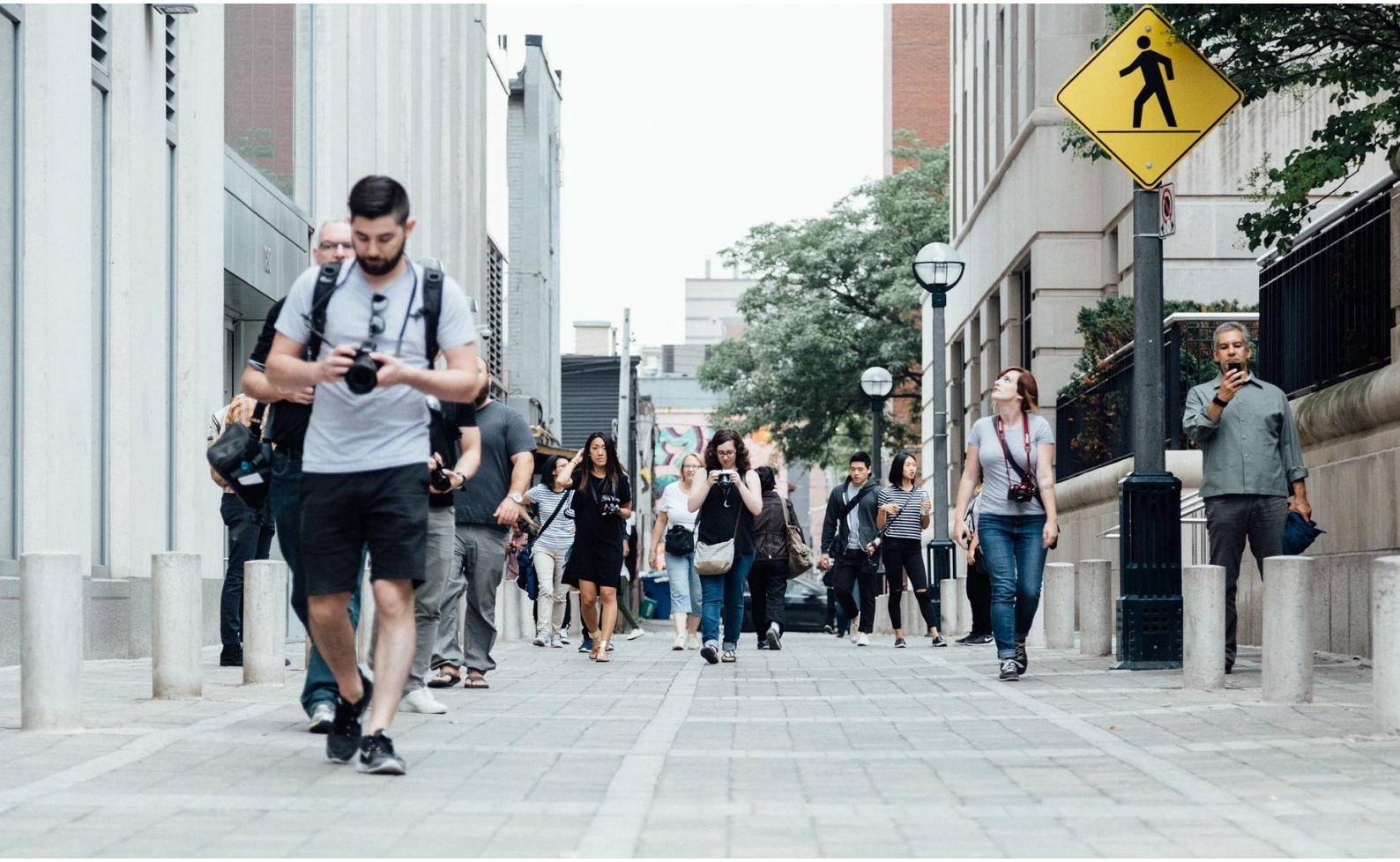
CONCLUSÕES:

Os territórios parceiros do projeto ECO-TUR são caracterizados por um baixo número de estabelecimentos, especialmente nas áreas interior e média que, na maioria das vezes, estão localizados no litoral.

A nacionalidade predominante dos turistas que visitam os territórios que fazem parte do projeto ECO-TUR são, no caso das Ilhas Canárias, Reino Unido, Alemanha e resto da Espanha. Por outro lado, para as Regiões Autónomas dos Açores e da Madeira, destacam-se as nacionalidades portuguesa e alemã. Finalmente, para Porto Novo, a nacionalidade cabo-verdiana e francesa. A idade média dos turistas está entre os 30 e os 60 anos.

A duração média da estadia está geralmente entre 2 e 12 dias. O custo médio de estadia é de cerca de € 100 por pessoa, por dia. A principal motivação para visitar esses lugares é o clima, o prazer da natureza, a tranquilidade, o descanso e a prática de atividades em contacto com o meio ambiente.

A partir destas informações, será construída uma estratégia que tenha em consideração as características dos turistas e a oferta dos territórios.



4.1.2 Concorrência

Segundo dados publicados pelo Booking (2016), entre 2014 e 2015, a procura por destinos mais sustentáveis multiplicou-se por cinco. Quanto aos destinos de ecoturismo, por exemplo, a popularidade de um destino varia dependendo do país de origem. Entre os europeus, os viajantes do Reino Unido preferem destinos na Ásia, enquanto os alemães preferem, maioritariamente, a Ásia e a América Latina. A América Central é o destino popular para os norte-americanos, enquanto a grande maioria dos ecoturistas japoneses prefere destinos na Ásia e Oceania.

Globalmente, a Costa Rica pode ser citada como um ótimo estudo de caso quando se trata de ecoturismo. É um dos países mais biodiversos e um ótimo exemplo de proteção e conservação da flora e fauna. A Costa Rica dedicou aproximadamente 26% do seu território a parques nacionais, reservas naturais e terras protegidas. Além disso, o destino empenha-se em reduzir a dependência de combustíveis fósseis.

A importância que o setor do turismo representa na **Europa** traduz-se na necessidade de promover o turismo sustentável na União. Em 2013, a Comissão Europeia lançou o Sistema Europeu de Indicadores Turísticos (ETIS), com o objetivo de ajudar os destinos a monitorizar e medir seu desempenho turístico sustentável. O ETIS é baseado nas seguintes categorias: Gestão de destinos, Impacto social e cultural, Valor económico e Impacto ambiental. Este projeto é liderado por Itália, Espanha e Bulgária enquanto países que lideram uma mudança e uma preocupação em relação à implementação de modelos sustentáveis.

Como destinos para a prática do turismo na natureza na Europa, podemos destacar: os fiordes noruegueses, a Floresta Negra na Alemanha, Bialowieza na Polônia, o Lago Baikal na Rússia, o Matterhorn nos Alpes suíços ou os penhascos de Moher na Irlanda.

Em Espanha existem 17 destinos certificados como destino da Biosfera (Turismo responsável pela Biosfera, 2017). A Catalunha está posicionada como a primeira comunidade autónoma com o maior número de destinos certificados (Vilafranca del Penedés, Paisagens de Barcelona, Costa de Barcelona, Pirineus de Barcelona, Sitges, Barcelona, Catalunha e Val d'Aran), seguida pelas Ilhas Canárias (Arona, Fuerteventura, La Palma e Lanzarote) e o País Basco (Euskadi e Vitoria Gasteiz).

Destinos certificados garantem uma política de turismo responsável e prevenção de mudanças climáticas, apresentam relatórios sobre turismo responsável, planos de monitorização de turismo sustentável, acesso à população de recursos do destino, conservação e melhoria do património cultural e natural e promoção do desenvolvimento económico e social da comunidade local.

CONCLUSÕES:

O fenómeno da globalização é particularmente característico no setor de turismo, intensificando cada vez mais a competição turística. Apesar do grande crescimento registado nos destinos, é necessário ter em atenção permanente os destinos concorrentes, fornecendo os recursos e estratégias para alcançar uma vantagem competitiva.

Já existem territórios consolidados como destinos de natureza e voltados para esse segmento de mercado específico. Não há dúvida de que a verdadeira concorrência é em escala internacional, como é o caso da Costa Rica, um destino da natureza por excelência; bem como em lugares da Europa Central, ou em certos pontos da geografia ibérica.

O conhecimento da concorrência permitirá que os parceiros do projeto ECO-TUR aprendam com experiências positivas e boas práticas, adaptando-os aos seus territórios e particularidades locais, para alcançar uma posição como destino de natureza ou de ecoturismo.

4.1.3 Tendências

A análise das tendências permite identificar as mudanças ou a evolução que, neste caso, a atividade turística e o comportamento do turista sofrem, e que podem afetar positiva ou negativamente o desenvolvimento do ecoturismo nos territórios que fazem parte do projeto ECO -TUR.

O turismo é um setor que continua a crescer e é cada vez mais globalizado. O turismo de sol e praia ainda está configurado como modelo de turismo de massa. Com o crescimento do turismo e os problemas de sobrelotação, mais e mais turistas estão a procurar destinos que lhes **permitam desfrutar de lugares pouco viajados e conhecer a autenticidade do local e das suas gentes**. Assim, estão a surgir novos tipos de turismo, que se adaptam às novas tendências e oferecem uma experiência única. Alguns exemplos destes novos tipos de turismo, além do ecoturismo e do turismo ativo já mencionados neste documento, são os seguintes: turismo gastronómico, turismo de saúde, turismo responsável, turismo sustentável, etc.

A análise das tendências sociais, com base nas informações apresentadas por cada parceiro nos Planos de Ação Locais, reflete uma mudança de mentalidade por parte da população, caracterizada pelo aumento do interesse em manter uma vida saudável, preocupação com a comida e dieta, exercício, meditação e prazer pessoal. Em suma, um maior interesse no cuidado do corpo e da mente. Enquanto as pessoas sofrem cada vez mais estresse nas suas vidas diárias, as férias são entendidas como uma excelente oportunidade para desconectar e aproveitar o destino.

A médio e longo prazo, parece manter-se o desejo de ter tempo livre para o lazer e para desfrutar do destino, mas principalmente para viajar. Haverá maior disposição para aproveitar as férias com maior distribuição de tempo. As viagens de lazer serão de menor duração e em qualquer época do ano. Tudo isso implica que a indústria do turismo tenha de se especializar e diversificar a sua oferta para responder a diferentes expetativas.

De acordo com o "Turismo de natureza em Espanha – objetivos atuais", publicado pela Sub-Diretoria Geral de Qualidade e Inovação em Turismo, as principais motivações dos turistas são descansar e se divertir (38%), praticar desporto (32%) e conhecer a natureza (28%). Dos turistas que praticam desporto, praticam principalmente caminhadas (50,7%) e ciclismo (32,4%).

A sustentabilidade está a ser integrada nos processos de inspiração e compra por parte dos turistas, influenciando na escolha do destino as experiências que eles procuram. Nesse sentido, as empresas verdes começam a aparecer, para que o ecoturismo comece a se posicionar no tecido empresarial. A participação no mercado do turismo ecológico aumentou consideravelmente nos últimos anos, colocando as Ilhas Canárias em terceiro lugar nas comunidades autónomas espanholas com o maior número de hotéis certificados como ecológicos. Estima-se também que cerca de 40% dos viajantes desejem visitar locais com territórios protegidos ou onde a proteção ambiental é promovida (Ministério do Turismo da Espanha).

Por outro lado, o **surgimento de novas tecnologias de informação e comunicação (TIC's)** provocou mudanças no consumo, refletidas principalmente no aumento da autonomia nas compras e até na organização de uma viagem. Cada vez mais, a quantidade de informações disponíveis para o consumidor é maior. Ao nível empresarial, também há cada vez mais empresas a comercializar os seus produtos através de plataformas on-line, utilizando

ferramentas TIC no desenvolvimento das suas atividades, bem como, cada vez mais, procurando desenvolver uma relação tecnológica inovadora nas atividades procuradas pelos turistas.

Os turistas estão muito interessados em tecnologias disruptivas, tal como a realidade virtual ou a inteligência artificial, mas as inovações que serão mais bem-sucedidas entre os consumidores serão aquelas que oferecem boas experiências aos usuários em ferramentas práticas, que fornecem soluções para as necessidades dos turistas .

CONCLUSÕES:

A indústria do turismo é um setor em constante crescimento e evolução. As pessoas são cada vez mais incentivadas a investir o seu tempo e dinheiro nas férias, em viagens que lhes permitam conhecer outras partes do mundo. A tipologia das viagens mudou e o turista de hoje, regra geral, não aposta mais na combinação tradicional de sol e praia, exige viagens focadas na experiência e autenticidade, o que lhe dá uma sensação de qualidade, bem-estar e aprendizagem. Portanto, os produtos turísticos tradicionais que estão a ganhar espaço são aqueles que permitem contato direto com a natureza.

O ecoturismo é uma tendência crescente. Importa, assim, que os territórios que fazem parte do projeto conheçam essas novas tendências, identificando estratégias para que essa atividade continue a crescer e forneça uma oportunidade para o desenvolvimento local/regional/nacional.

4.1.4 Diagnóstico

O diagnóstico é um processo que faz parte de um plano estratégico que consiste em resumir as conclusões obtidas após a análise da oferta, procura, concorrência e tendências. Este diagnóstico foi preparado com base nos diagnósticos que cada um dos parceiros do projeto desenvolveu nos seus Planos de Ação Locais, selecionando aqueles aspectos que podem favorecer ou prejudicar o estabelecimento de uma estratégia de ecoturismo. Para isso, foram considerados tanto os elementos internos que estão sob o controle do território (pontos fracos e fortes) quanto os do ambiente sobre o qual não há controle, elementos externos, mas é possível adaptarmo-nos a eles (ameaças e oportunidades).

Tabela 5: Diagnóstico dos territórios ECO-TUR

FRAQUEZAS	AMEAÇAS
• Muitos estabelecimentos de alojamento não classificados ou categorizados. • Oferta de alojamento de turismo rural ou natural escassa. • Baixa conectividade dos territórios devido à baixa qualidade do transporte público intra e interurbano. • Baixo nível de formação no setor de turismo, e especificamente em ecoturismo, turismo sustentável e turismo de natureza. • A principal promoção dos destinos continua a incidir nas zonas costeiras. • Baixa integração do setor primário no turismo. • Falta de promoção de recursos culturais e etnográficos. • Pouca consciencialização e sensibilização do residente. • Necessidade de melhorar a infraestrutura turística.	• Distância e acessibilidade de alguns dos territórios. • O aumento do ecoturismo em todo o mundo aumenta a concorrência. • A crise económica global tem um impacto direto no turismo. • A falta de planeamento para o desenvolvimento, até ao momento, da atividade de ecoturismo, pode levar a uma deterioração dos serviços oferecidos. • Existem destinos internacionais com uma oferta de turismo natural já estabelecida. • As decisões tomadas nos municípios requerem, em muitos casos, a aprovação do governo da ilha ou do governo regional.
PONTOS FORTES	**OPORTUNIDADES**
• Variedade de recursos ligados ao ecoturismo. • Elevado número de espaços naturais protegidos. • Rede extensa de trilhos que permite a prática de caminhadas, trilhos, trekking, etc. • Os territórios do projeto são caracterizados pela sua singularidade e autenticidade, por oposição ao turismo de massa. • Paisagens exuberantes e incomparáveis. • Flora e fauna nativas e endémicas. • Riqueza do património histórico e cultural. • Sinalização bem localizada e completa. • A possibilidade de praticar desportos na natureza, como caminhadas, ciclismo, escalada, parapente, windsurf, etc. • Segurança.	• Participação numa rede transnacional de territórios para a promoção do ecoturismo e do turismo ativo. • A presença de um ecoturista, mais especializado, com mais informações e melhor preparação académica do que o turista convencional. • Mudança de tendências, que favorecem o desenvolvimento de novos tipos de turismo distantes do modelo "sol e praia" convencionais. • Estruturas legais que garantem a proteção e conservação do património no território. • Os turistas procuram destinos autênticos onde entram em contacto com a natureza e criam ligações com o local. • Maior consciecialização do público sobre sustentabilidade.

Fonte: elaboração própria com base nos Planos de Ação Locais dos parceiros ECO-TUR

CONCLUSÕES:

A análise SWOT permitiu resumir todas as informações relevantes que precisamos de conhecer para definir as estratégias locais.

As fraquezas referem-se, acima de tudo, à baixa diversificação de oferta nos territórios e à necessidade de melhorar os serviços e infraestruturas existentes. Além disso, destaca entre os parceiros a pouca capacitação de profissionais do setor de turismo e, especificamente, de ecoturismo.

Por outro lado, os recursos naturais, culturais e etnográficos que os territórios parceiros possuem constituem a sua principal força (além da segurança), aspetos significativos para o desenvolvimento da atividade turística.

Considerando estes aspectos e aproveitando as oportunidades do setor, é possível conseguir que estes territórios se tornem destinos consolidados de ecoturismo, através do co-desenvolvimento de uma Estratégia Comum para a Proteção, Conservação e Valorização do Património Natural, Paisagístico e Etnográfico dos Municípios da Rede ECO-TUR, através da promoção do ecoturismo e do turismo ativo.

ESTRATÉGIA TRANSNACIONAL DE ECOTURISMO 2020

4.2 Estratégia Transnacional de Ecoturismo 2020

4.2.1 Missão, visão e objetivos

A **missão** desta estratégia passa por definir ações que permitam valorizar os recursos naturais, culturais e etnográficos dos territórios que fazem parte do projeto ECO-TUR, diversificando a sua oferta atual, criando alternativas ao turismo de massa. Desta forma, atuaremos sobre fatores como a criação de experiências, a acessibilidade, a conectividade, a conscientização ambiental, etc.

Por outro lado, a **visão** passa por converter os territórios ECO-TUR em destinos sustentáveis e referências em ecoturismo e turismo ativo.

Uma vez definidas a missão e a visão é necessário especificar os **objetivos específicos** que se pretende alcançar com o desenvolvimento desta Estratégia. Estes são:

- Identificar ações de acordo com cada grupo de parceiros previamente estabelecido para o desenvolvimento de uma oferta diversificada de ecoturismo no município.
- Identificar ações para incentivar a participação das comunidades locais nas atividades de turismo para impulsionar a economia local e as pequenas e médias empresas.
- Identificar ações para alcançar o desenvolvimento sustentável ao longo do tempo, principalmente ambiental (mas também social e económico), através da redução do consumo de energia e produção de resíduos.

4.2.2 Eixos estratégicos, linhas estratégicas e ações

Nesta secção, serão definidos os eixos, linhas e ações estratégicas que compõem esta Estratégia, com o objetivo de converter os territórios ECO-TUR em destinos de ecoturismo.

EIXOS ESTRATÉGICOS

Os **eixos estratégicos** propostos são os seguintes:

Eixo estratégico 1. Diversificação da oferta turística: Este eixo consiste na criação de uma oferta em torno de outros elementos do município, tais como recursos naturais, culturais e etnográficos, para desenvolver um tipo de turismo diferenciado do "Sol e Praia", através da valorização e comercialização. O objetivo do desenvolvimento sustentável consiste em melhorar a gestão da sustentabilidade ambiental do turismo nos municípios.

As linhas de ação são as seguintes:

- LA1. Oferta de turismo natural
- LA2. Oferta de turismo rural
- LA3. Oferta de turismo cultural
- LA4. Oferta turística ativa

Eixo estratégico 2. Sustentabilidade: Este eixo consiste em melhorar a gestão da sustentabilidade ambiental do turismo nos municípios.

As linhas de ação são as seguintes:

- LA5. Gestão de resíduos
- LA6. Eficiência energética
- LA7. Mobilidade sustentável
- LA8. Acessibilidade
- LA9. Sustentabilidade ambiental

Eixo estratégico 3. Formação e comunicação: este eixo se concentra, por um lado, no aumento da visibilidade e no posicionamento do ecoturismo no mercado atual e, por outro lado, na formaçãode profissionais que atuam no setor, para garantir o sucesso e a sustentabilidade da atividade.

As linhas de ação são as seguintes:

- LA10. Educação e formação
- LA11. Turismo virtual
- LA12. Comunicação e promoção

EE1 LA1. OFERTA DE TURISMO NATURAL	
Justificação	Os municípios parceiros caracterizam-se por possuir grande riqueza natural, principalmente nas áreas periféricas, que, em muitos casos, foram ofuscadas pelas áreas costeiras. Apesar dessa situação, as mudanças nas tendências sociais e no setor do turismo levaram a um aumento do interesse em deixar de lado as formas consideradas "tradicionais" e escolher formas alternativas ao turismo de massa.
Descrição	Esta linha de ação é baseada no desenvolvimento de novos produtos e experiências turísticas que conseguem valorizar os elementos naturais localizados nas áreas intermediárias.
Ações estratégicas	**Ação 1. Rota ECO-TUR.** Esta ação corresponde diretamente a uma das atividades propostas no projeto ECO-TUR. O objetivo do projeto é a definição de um produto turístico que consiste em estabelecer uma rota para a promoção do ecoturismo e do turismo ativo. Desta forma, os diferentes municípios desenvolveram sua rota valorizando diferentes ativos do município. **Ação 2. Valorização de outros tipos de turismo natural.** Esta ação consiste na implementação de produtos turísticos, aproveitando os principais recursos naturais que eles possuem no território: - *Turismo ornitológico: criação de um catálogo ou base de dados que recolhe informações sobre as aves do território; Implementação de painéis interpretativos nos principais sites de observação de aves; Definição de uma rota de turismo ornitológico que funciona numa determinada época do ano nas áreas da ZEPA.* - *Turismo botânico: criação de um catálogo ou base de dados que recolhe informações sobre a flora e vegetação do território; O maneio, a manutenção e a sinalização trabalham em torno da flora endémica ou nativa para evitar seu desaparecimento; Definição de rota de turismo botânico com acompanhamento de guia especializado.* - *Turismo vulcânico: organização de uma rota nos vulcões do território, acompanhada de um guia, no qual explique história, informação, nascimento, etc; Melhoria da interpretação e sinalização em torno de vulcões.* - *Turismo astronómico: criação de um clube de observação de estrelas para organizar excursões noturnas; bem como a qualificação para turistas de pontos de observação de estrelas.* **Ação 3. Sala de aula da natureza.** Essa ação consiste na criação de uma sala de aula da natureza nos territórios do projeto. É um espaço no qual, através do uso de novas tecnologias e de pessoal especializado, eles compartilham informações de interesse do visitante sobre o território. **Ação 4. Sistema de informação geográfica.** Esta ação consiste na criação de um sistema de informações geográficas de todas as rotas dos territórios. **Ação 5. Sinalização e informação.** Esta ação consiste na implementação de um plano de sinalização de trilhos que seja direcional e interpretativo do património natural.
Objetivos	• Valorizar os principais recursos naturais de interesse do município. • Diversificar a oferta turística do município. • Aumentar e distribuir fluxos de visitantes para os pontos menos turísticos do município. • Criação de novos nichos de mercado mais especializados.
Indicadores	• Criação de um sistema de indicadores por produto turístico (Superfície ocupada, Nº de empresas aderentes, Nº de dormidas, etc.). • Número de visitas à sala de aula da natureza. • Número de ativos incluídos no Sistema de Informações Geográficas. • Número de sinais e pontos de informação distribuídos por todo o território.

EE1 LA2. OFERTA DE TURISMO RURAL	
Justificação	Os municípios que fazem parte do projeto ECO-TUR caracterizam-se principalmente por ter uma baixa capacidade instalada de estabelecimentos de turismo rural nas áreas periféricas/rurais.
Descrição	Essa linha de ação procura aumentar a oferta de turismo rural nos municípios, com o objetivo principal de aumentar o número de dormidas nas áreas periféricas/rurais.
Ações estratégicas	**Ação 1. Implementar o conceito de abrigos de montanha.** Essa ação consiste em promover a iniciativa privada para o estabelecimento de abrigos de montanha nas áreas rurais e em torno da rede de trilhos.
Objetivos	• Aumentar a rede de alojamento rural. • Promover o turismo rural no município. • Aumentar as dormidas na periferia.
Indicadores	• % de aumento nas dormidas nas zonas periféricas. • Número de abrigos criados.

EE1 LA3. OFERTA DE TURISMO CULTURAL	
Justificação	Além da riqueza dos espaços naturais, os municípios que fazem parte do projeto caracterizam-se por possuir uma cultura e história representativas. Não surpreende que a sua gastronomia, história, tradições, festividades etc. sejam, em muitos casos, os elementos mais reconhecidos desses territórios.
Descrição	Essa linha de ação procura promover a atração de turistas pelos recursos culturais e etnográficos dos territórios.
Ações estratégicas	**Ação 1. Turismo religioso.** Esta ação consiste na criação de um produto de turismo religioso nos territórios parceiros. As atividades incluídas são: Criação de um museu virtual ou físico para ser dedicado à representação principal dos municípios; Definição de rotas de peregrinação; e criação de um clube de turismo religioso. **Ação 2. Turismo arqueológico.** Esta ação consiste na criação de uma rota turística em torno dos sítios arqueológicos ou na tradição aborígene dos territórios. Seria interessante fazer também representações nos locais, encenando as tradições antigas; bem como implementar material tecnológico e audiovisual. **Ação 3. Aumentar a conexão entre turismo e setor primário.** Essa ação consiste em estabelecer uma maior coordenação entre o turismo e o setor primário, a fim de valorizar o produto gastronómico local e incentivar os turistas a consumi-lo. Propõe-se a celebração de uma feira anual de produtos gastronómicos; bem como visitas a pomares, vinhas, artesãos, ceramistas, etc. **Ação 4. Aumento da promoção de mercados e festividades locais.** Esta ação consiste em promover a promoção de mercados e festividades locais. **Ação 5. Turismo gastronómico.** Essa ação consiste em promover o produto local através da criação de modelos de planeamento para destinos turísticos sustentáveis e na criação e promoção de itinerários e rotas turísticas que valorizem os recursos gastronómicos dos territórios. **Ação 6. De volta ao telhado.** Esta ação consiste na criação de pacotes turísticos relacionados com atividades tradicionais do setor primário dos territórios, principalmente agricultura e pecuária. Inclui alojamento em estabelecimentos voltados para esses setores (fazendas, estábulos, etc.), restauração tradicional, aprendizagem de atividades tradicionais, etc.
Objetivos	• Aumentar o valor do produto agro-alimentar tradicional • Melhorar a economia local (principalmente artesãos e agricultores) • Fortalecer tradições e cultura como recurso turístico
Indicadores	• Criação de um sistema de indicadores por produto turístico (Superfície ocupada, Nº de empresas aderentes, Nº de dormidas, etc.). • Número de participantes da feira gastronómica anual. • Aumento de % de visitas nos mercados locais. • Número de itinerários gastronómicos criados ou promovidos. • Número de estabelecimentos aderentes às embalagens “Back to the roof”.

EE1 LA4. OFERTA DE TURISMO ATIVO	
Justificação	Nos últimos anos, houve uma mudança nas tendências favorecidas pelo interesse em cuidados pessoais e desporto; Isso, juntamente com o desejo de ter uma conexão direta com a natureza e o meio ambiente, promoveu um tipo específico de turismo: o turismo ativo.
Descrição	Esta linha consiste na criação de uma oferta turística ativa no município, através da organização de eventos e eventos desportivos que permitem que atletas de todo o mundo visitem o município com o objetivo de praticar desporto e se conetar com a natureza.
Ações estratégicas	**Ação 1. Criação de um produto turístico ativo.** Essa ação consiste no desenvolvimento de um pacote turístico, no qual todos os elementos nele incluídos, desde alojamento, alimentação e lazer, estão relacionados com o turismo ativo e com a prática de desportos de natureza. Para isso, são necessárias sinergias com estabelecimentos de alojamento, empresas de lazer e desporto e restaurantes para projetar um programa que satisfaça a procura de turistas ativos. **Atividade 2. Feira de desporto.** Esta ação visa celebrar um dia de desporto anual para, além de reunir atletas ou turistas ativos, partilhar experiências e boas práticas, apresentar inovações e novos desafios neste tipo de turismo. **Atividade 3. Turismo de saúde.** Esta ação visa promover o turismo de saúde e os centros especializados que oferecem este tipo de serviço. **Atividade 4. Eventos internacionais.** Esta ação consiste em promover eventos desportivos internacionais: trilhos, regatas, pesca desportiva, parapente, etc. **Atividade 5. Hotéis de bicicleta.** Esta ação consiste em adaptar os alojamentos para que tenham serviços e infraestruturas mínimas projetados para o conforto dos ciclistas: oficina, área de lavagem, área de armazenamento de bicicletas, rotas recomendadas ...
Objetivos	• Criar sinergias entre natureza e desportos • Melhorar o posicionamento dos territórios como destino para a prática do turismo ativo • Diversificar a oferta turística do território • Aumentar e distribuir fluxos de visitantes para os pontos menos turísticos do município
Indicadores	• Número de empresas anexadas. • Número de participantes na feira anual de desporto. • Número de centros especializados em turismo de saúde. • Número de eventos internacionais promovidos. • Número de ciclistas que passam a noite nos hotéis de bicicleta.

EE2 LA5. EFICIÊNCIA ENERGÉTICA	
Justificação	Atualmente, o turismo é um dos setores que gera emissões de dióxido de carbono, por isso requer uma forte gestão da atividade para evitar que seja insustentável.
Descrição	Essa linha de ação procura reduzir as emissões de dióxido de carbono geradas pela atividade turística na atmosfera.
Ações estratégicas	**Ação 1. Programa de consultoria em energia para empresas de turismo.** Esta ação consiste na criação de um programa de consultoria para melhorar a eficiência energética das diferentes infraestruturas de serviços turísticos.
Objetivos	• Reduzir as emissões de dióxido de carbono para a atmosfera. • Promover a eficiência energética.
Indicadores	• Redução anual estimada de gases de efeito estufa (toneladas de CO_2 / ano). • Número de empresas que se beneficiam do programa de consultoria. • % do aumento de estabelecimentos que instalaram painéis fotovoltaicos.

EE2 LA6. GESTÃO DE RESIDUOS	
Justificação	O setor do turismo gera uma grande quantidade de resíduos que, em muitos casos, podem prejudicar o meio ambiente e comprometer o seu status de conservação.
Descrição	Esta linha de ação baseia-se na implementação de mecanismos para tentar garantir ao município uma gestão adequada de resíduos, a favor da reciclagem; Além de um município com população e turistas conscientes da importância do desenvolvimento sustentável da atividade.
Ações estratégicas	**Ação 1. Programa de Reciclagem.** Esta ação consiste na implementação de um programa de reciclagem voltado principalmente para os estabelecimentos de alojamento, com o objetivo de reduzir ao máximo os resíduos gerados e alcançar uma gestão sustentável dos produzidos. **Ação 2. Campanhas de reciclagem.** Esta ação consiste na implementação de campanhas direcionadas à população local, para incentivar a reciclagem e sensibilizar sobre a importância do turismo sustentável. Para isso, serão realizadas diferentes palestras nos centros educacionais, e serão propostas atividades voluntárias com a população para a recolha e reciclagem de lixo em determinadas partes do município.
Objetivos	• Melhorar a gestão de resíduos no município. • Promover a reciclagem e sensibilizar a população local e os turistas.
Indicadores	• Número de empresas que se beneficiam do programa de reciclagem. • Número de ações voluntárias de reciclagem realizadas.

EE2 LA7. MOBILIDADE SUSTENTÁVEL	
Justificação	O transporte é configurado como o setor de atividade turística que consome mais energia e que emite mais dióxido de carbono na atmosfera; portanto, é necessário geri-lo para que seja sustentável e não coloque em causa o meio ambiente. Além disso, os territórios que fazem parte do projeto, após a análise realizada, denotam a necessidade de melhorar a mobilidade e as ligações, principalmente devido à baixa qualidade do transporte público.
Descrição	Esta linha de ação procura promover o uso do transporte público, melhorando sua qualidade, além de propor o estabelecimento de meios de transporte alternativos.
Ações estratégicas	**Ação 1. Acordos com a empresa de transporte municipal.** Essa ação consiste em gerar um protocolo de colaboração entre as instituições que fazem parte do projeto e a empresa de transporte público existente no território para favorecer a deslocação dentro do município e com os arredores. **Ação 2. Estabelecimento de meios de transporte alternativos.** Essa ação consiste em permitir a um serviço municipal um meio alternativo de transporte, que pode ser usado tanto pelo residente quanto pelo turista, para se deslocar entre os primeiros locais de interesse. **Ação 3. Promoção de passeios de bicicleta.** Essa ação consiste em ativar e manter ciclovias que percorrem os territórios. Além disso, inclui a criação de um sistema de aluguer de bicicletas, com paragens com a possibilidade de estacionar a bicicleta a cada número determinado de metros, e que funciona por meio de um aplicativo móvel para acelerar o processo.
Objetivos	• Melhorar o transporte público intra-urbano. • Promover a redução de veículos particulares, promovendo modos de transporte alternativos.
Indicadores	• Número de novas linhas de transporte público. • % Aumento de no aluguer de bicicletas. • % da terra dedicada a ciclovias.

EE2 LA8. ACESSIBILIDADE	
Justificação	A gestão adequada do turismo num destino exige que os produtos oferecidos sejam acessíveis a todos, sem discriminação. Nesse sentido, alojamento, transporte e, em geral, qualquer experiência ou produto turístico, devem oferecer condições e instalações apropriadas para que pessoas com mobilidade reduzida/deficiência (física, intelectual, sensorial ou psíquica) possam consumir e desfrutar.
Descrição	Esta linha de ação pretende que os destinos ofereçam experiências turísticas adaptadas para pessoas com mobilidade reduzida. Desta maneira, alcançaria ampla visibilidade como destino acessível.
Ações estratégicas	**Ação 1. Turismo ativo acessível.** Esta ação consiste em promover entre as diferentes empresas de turismo ativo, que incluam instalações extra, pessoal especializado e outras ajudas para que todas as pessoas realizem estas atividades. **Ação 2. Alojamento acessível.** Esta ação pretende garantir que os estabelecimentos de alojamento tenham instalações adaptadas para pessoas com deficiência. **Ação 4. Plano de turismo acessível.** Esta ação consiste na elaboração de um Plano que visa apresentar propostas para adaptar todos os serviços do município. **Ação 5. Junte-se a mim.** Esta ação consiste em nomear pessoas qualificadas.
Objetivos	• Transformar todos os territórios em destinos acessíveis. • Permitir que os serviços oferecidos atendam pessoas com mobilidade reduzida ou deficiência. • Reduzir a discriminação com base na deficiência ou incapacidade.
Indicadores	• Número de empresas de turismo ativo com instalações e serviços adaptados para pessoas com mobilidade reduzida. • Número de empresas de alojamento com instalações e serviços adaptados para pessoas com mobilidade reduzida. • Número de viagens "Acompanhe-me" realizadas.

EE2 LA9. SUSTENTABILIDADE AMBIENTAL	
Justificação	O crescimento impulsivo e negligenciado da atividade turística gera sérios problemas ambientais que podem se tornar irreversíveis, especialmente em territórios como os que fazem parte do projeto ECO-TUR, que possuem uma riqueza de recursos naturais limitados e suscetíveis de acabar.
Descrição	Esta linha de ação procura promover a sustentabilidade ambiental através do uso responsável dos recursos para garantir sua proteção e conservação.
Ações estratégicas	**Ação 1. Não adquira flora e fauna.** Esta ação consiste em realizar campanhas para sensibilizar os turistas sobre a não aquisição de elementos naturais, como lembranças, durante as suas viagens, principalmente se forem espécies protegidas ou em extinção. **Ação 2. Taxa de sustentabilidade.** Esta ação consiste em aplicar uma taxa de sustentabilidade na entrada de vários espaços naturais, ou mesmo territórios em geral, direcionada à conservação e proteção de recursos. **Ação 3. Capacidade de carga.** Esta ação consiste no desenvolvimento de estudos e diagnósticos de capacidade de carga, principalmente em espaços naturais protegidos. **Ação 4. Certificação ecológica de alojamento.** Esta ação consiste em aplicar um selo de sustentabilidade aos alojamentos para sensibilizar e orientá-los sobre os critérios de sustentabilidade, de acordo com as novas procuras de um consumo que respeite os recursos naturais.
Objetivos	• Fortalecer a conservação e proteção dos recursos naturais
Indicadores	• Número de campanhas para a proteção da flora e fauna protegidas. • Número de espaços em que a taxa ecológica é aplicada. • Indicadores de capacidade de carga. • Número de alojamentos com certificação ecológica.

EE3 LA10. TREINAMENTO	
Justificação	Uma formação adequada e contínua das pessoas que participam do setor de turismo é um fator essencial para o correto desenvolvimento da atividade.
Descrição	Esta linha de ação consiste em estabelecer mecanismos para iniciar o crescimento das PME. O objetivo não é apenas melhorar sua rentabilidade, mas realizar boas práticas que garantam o desenvolvimento da atividade.
Ações estratégicas	**Ação 1. Programa de empreendedorismo.** Esta ação consiste na implementação de um programa de empreendedorismo para promover a criação de empresas locais. **Ação 2. Programa de formação.** Esta ação consiste na implementação de um programa de formação em ecoturismo, turismo de natureza e turismo ativo. **Ação 3. Campanhas de sensibilização.** Esta ação consiste na implementação de campanhas de sensibilização pública sobre a importância do turismo no município, a proteção e conservação dos recursos naturais. **Ação 4. Coworking.** Esta ação consiste em facilitar profissionais da área de turismo ativo e ecoturismo, novos empreendedores, etc., a trabalharem juntos para promover projetos conjuntos. **Ação 5. Jogos ecológicos.** Esta ação consiste no desenvolvimento de ações de formação para crianças nas escolas primárias, através do desenvolvimento de jogos e atividades na natureza.
Objetivos	• Promover o crescimento das pequenas empresas locais. • Melhorar a formação em ecoturismo e turismo de natureza. • Sensibilizar o público. • Promover o desenvolvimento de projetos ativos de turismo e ecoturismo.
Indicadores	• Número de participantes nos programas de empreendedorismo. • Número de participantes nos programas de formação. • Número de campanhas de sensibilização realizadas. • Número de projetos desenvolvidos em coworking. • Número de escolas que participam de jogos ecológicos.

EE3 LA11. TURISMO VIRTUAL	
Justificação	A análise das tendências sociais revela o importante papel que as novas tecnologias têm no setor de turismo, influenciando a maneira como os turistas viajam. Cada vez mais, os turistas procuram ter disponíveis mais informações, conteúdo visual e multimídia, etc., que lhes permitam desenhar uma imagem anterior do destino.
Descrição	Esta linha de ação pretende promover a inovação e a tecnologia nas atividades de ecoturismo do destino, a fim de agregar valor à oferta.
Ações estratégicas	**Ação 1. "Rota virtual".** Esta ação consiste na produção de uma rota virtual de 360º de determinados pontos de interesse cultural ou natural dos territórios parceiros, criando no turista o desejo de viajar e conhecer o destino na sua totalidade. **Ação 2. "Info-tur".** Esta ação consiste no estabelecimento de mupis ou painéis de informações distribuídos nos territórios. Estes painéis de toque oferecem informações e conteúdo multimédia sobre o destino.
Objetivos	• Aumentar a presença virtual de territórios parceiros • Desenvolver ferramentas inovadoras • Implementar tecnologia em serviços turísticos
Indicadores	• Número de visitas à rota virtual • Número de painéis Info-tur instalados nos territórios

EE3 LA12. COMUNICAÇÃO E PROMOÇÃO	
Justificação	A promoção é um fator crucial para o desenvolvimento adequado de uma oferta turística, especialmente numa tipologia de turismo novo e crescente.
Descrição	Esta linha estratégica centra-se na promoção da comunicação sobre ecoturismo nos territórios para alcançar melhor posicionamento e atrair fluxos de visitantes.
Ações estratégicas	**Ação 1. Plano de comunicação.** Esta ação consiste na elaboração de um plano de comunicação específico para o ecoturismo nos municípios. Este plano deve definir uma análise externa e interna do destino, os objetivos a serem alcançados, o público-alvo ao qual será direcionado, os recursos e canais a serem utilizados, bem como um calendário de ações. **Ação 2. Posicionamento da Web.** Esta ação consiste, sobretudo, em tentar aumentar o posicionamento da web dos municípios e, especificamente, a atividade de ecoturismo. Para isso, devem ser desenvolvidas estratégias de SEO e SEM e tentar aumentar a visibilidade nas redes sociais, bem como participar em blogs e guias on-line sobre ecoturismo e turismo de natureza. **Ação 3. Celebração de concursos de fotos.** Esta ação consiste na realização de concursos de fotografia de natureza e cultura nos municípios, com o objetivo de promover a participação da população local e não apenas do turista. **Ação 4. Prémios por ideias inovadoras.** Esta ação consiste na realização de concursos de ideias inovadoras para a promoção do ecoturismo e do turismo ativo nos municípios. **Ação 5. Guias especializados.** Esta ação consiste no desenvolvimento e publicação de guias técnicos especializados para cada produto de ecoturismo e turismo ativo desenvolvido. **Ação 6. Promoção porta a porta.** Esta ação consiste em promover, em pequenos territórios, produtos desenvolvidos entre os vizinhos de maneira pessoal. **Ação 7. Contadores de histórias.** Esta ação consiste em promover a divulgação cultural através de pessoas que contam tradições, histórias, folclore, etc. do lugar
Objetivos	• Melhorar o posicionamento na web de territórios no âmbito do ecoturismo • Garantir que o produto de ecoturismo atinja um número maior de turistas • Incluir a população local na promoção do produto de ecoturismo
Indicadores	• Número de postagens em blogs e guias de turismo on-line. • Número de seguidores no Instagram. • Número de seguidores na página do Facebook. • Número de seguidores no Twitter. • Número de participantes em concursos de fotografia. • Número de participantes nas competições de ideias inovadoras. • Número de guias especializados distribuídos.

Fonte: Elaboração própria com base nos Planos de Ação Locais dos parceiros ECO-TUR

4.2.3 Plano de melhoria

Para que os parceiros do projeto ECO-TUR respondam às mudanças geradas nos seus territórios e cumpram os objetivos propostos na Estratégia, devem implementar um plano de melhoria para detetar suas fraquezas e propor possíveis soluções para os problemas que possam surgir. O desenvolvimento de um plano de melhoria permite definir mecanismos que permitam aos municípios ECO-TUR alcançar os objetivos propostos e melhorar seu posicionamento como destinos virados para o ecoturismo e o turismo ativo.

Para criar um plano de melhoria que seja consistente com as necessidades individuais de cada território, todas as pessoas envolvidas no desenvolvimento do ecoturismo e do turismo ativo devem estar envolvidas: administração pública, empresas privadas, associações de bairro, etc., para identificar todos os elementos, situações e / ou problemas que ocorram. Estratégias de melhoria permitirão processos mais eficientes, maior controle e monitoramento das ações, conhecer o que causa os problemas e encontrar a sua solução, bem como decidir os pontos prioritários e a estratégia a ser seguida.

As **etapas do plano de melhoria** são as seguintes:

- Etapa 1. Identifique o processo ou problema a ser aprimorado, com base nas informações decorrentes do planeamento estratégico.
- Etapa 2. Identifique o que causa o problema.
- Etapa 3. Defina objetivos gerais, ou seja, identifique como os problemas serão resolvidos em linhas gerais.
- Etapa 4. Defina projetos e ações de melhoria.
- Etapa 5. Planear e acompanhar projetos e ações de melhoria.

5. CONCLUSÕES

Os territórios que fazem parte da rede ECO-TUR compartilham um critério comum, que é o facto de serem centros turísticos, em maior ou menor grau, consolidados. No entanto, foi identificada a necessidade de oferecer produtos e serviços turísticos inovadores que estimulem as economias locais, respondendo à procura emergente pela natureza e pelo turismo ativo. A principal força desta rede é que ela tenta expandir o conceito de Macaronésia como um destino único, e não como um território estruturado e individualizado, atuando como catalisador e infra-estrutura básica para um setor em expansão. Após a análise realizada nos Planos de Ação Locais de cada um dos parceiros do projeto e posteriormente neste documento, pode-se afirmar que os territórios possuem uma série de recursos naturais, culturais e etnográficos que lhes permitem tornar-se destinos de referência do ecoturismo caso a oferta seja gerida de forma adequada em torno deste conceito; e são desenvolvidas ações sobre outros aspetos que influenciam indiretamente o setor de turismo.

O crescimento do turismo e a sua diversificação contínua nas últimas décadas fazem deste um elemento-chave da economia (seja local, regional ou nacional). No entanto, o seu desenvolvimento, em pequenas ilhas e áreas costeiras (características das regiões parceiras do projeto ECO-TUR), exige grandes esforços para desenvolver estratégias de proteção ambiental, devido à vulnerabilidade dos ecossistemas que possuem. As estratégias projetadas visam obter resultados satisfatórios para os territórios que a aplicam, não apenas focados no desenvolvimento de experiências ou produtos turísticos definidos pela procura, mas também em ações a favor dos próprios residentes. Não é de surpreender que entre as características do ecoturismo esteja um tipo de turismo sustentável, que aumenta a participação das populações locais e envolve aprendizagem de parte a parte.

Sem sombra de dúvida, o ECO-TUR atuará como trampolim para estabelecer as bases, condições e parâmetros iniciais capazes de permitir que estes territórios se tornem destinos de ecoturismo, criando uma oferta relacionada com o turismo de natureza de qualidade e adaptada às necessidades dos visitantes e de todo o mercado.

MAC 2014-2020
Cooperación Territorial
Interreg
Fondo Europeo de Desarrollo Regional
EUROPEAN UNION