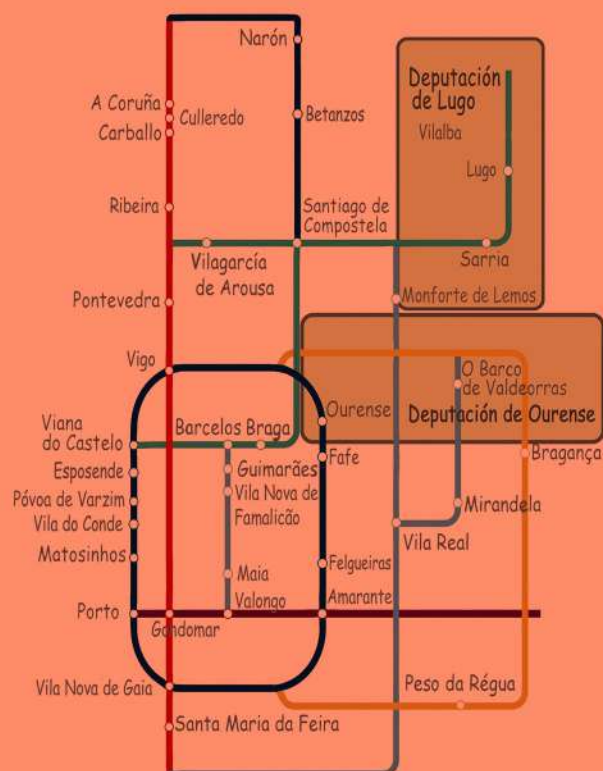




## VALONGO: ESTRATÉGIAS TURÍSTICAS PARA A COMPLEMENTARIEDADE COM O DESTINO PORTO



Interreg



Cofinanciado por  
la Unión Europea  
Cofinanciado pela  
União Europeia

España – Portugal



EIXO ATLÂNTICO  
DO NOROESTE PENINSULAR



**CADERNOS DE COOPERAÇÃO  
DO EIXO ATLÂNTICO**

**VALONGO:  
ESTRATÉGIAS TURÍSTICAS  
PARA A COMPLEMENTARIEDADE  
COM O DESTINO PORTO**

COLECÇÃO:  
Cadernos de Cooperação do Eixo Atlântico

EDITA:  
Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular

DIRETOR:  
Xoán Vázquez Mao

AUTORES:  
María del Carmen Pardo López - Instituto Politécnico de Viana do Castelo  
Monica Cecilia Cortes Garcia - Galaxipotential – Unipessoal, Lda

IMPRESSÃO:  
Rodi Artes Gráficas, S.L.

MAQUETAÇÃO:  
María Llauger

ISBN:  
Versão impressa: 978-989-9060-97-5  
Versão digital: 978-989-9060-98-2

Ano de edição: 2025

Esta publicação foi cofinanciada pelo Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (FEDER) através do Programa Operacional de Cooperação Transfronteiriça Espanha-Portugal (POCTEP). As opiniões são da exclusiva responsabilidade dos autores que as emitem.

# ÍNDICE

<b>INTRODUÇÃO</b> .....	<b>7</b>
<b>01. CONTEXTUALIZAÇÃO</b> .....	<b>11</b>
<b>02. INVESTIGAÇÃO DOCUMENTAL E VIRTUAL</b> .....	<b>23</b>
<b>2.1. Análise de fontes de informação turística de Valongo</b> .....	<b>23</b>
<b>2.2. Análise de fontes de informação turística. Comparação com os municípios limítrofes</b> .....	<b>43</b>
<b>2.3. Cliente mistério virtual</b> .....	<b>52</b>
2.3.1. Acessibilidade .....	<b>55</b>
2.3.2. Atrações .....	<b>56</b>
2.3.3. Atividades .....	<b>68</b>
2.3.4. Restauração .....	<b>77</b>
2.3.5. Alojamento .....	<b>80</b>
2.3.6. Canais digitais .....	<b>81</b>
<b>2.4. Benchmarking internacional</b> .....	<b>88</b>
2.4.1. Apresentação de boas práticas .....	<b>90</b>
<b>2.5. Análise da oferta de experiências potencialmente concorrentes para Valongo</b> .....	<b>97</b>
<b>03. TRABALHO DE CAMPO</b> .....	<b>105</b>
<b>3.1. Questionário ao setor privado</b> .....	<b>105</b>
<b>3.2. Questionário ao setor público</b> .....	<b>116</b>
<b>3.3. Visita ao território</b> .....	<b>127</b>
<b>04. DIAGNÓSTICO</b> .....	<b>141</b>
<b>4.1. Forças</b> .....	<b>142</b>
<b>4.2. Fraquezas</b> .....	<b>143</b>
<b>4.3. Oportunidades</b> .....	<b>144</b>
<b>4.4. Ameaças</b> .....	<b>146</b>

<b>05. PROPOSTAS DE AÇÃO</b> .....	<b>153</b>
<b>5.1. Ordenamento</b> .....	<b>156</b>
<b>5.2. Impulso ao setor privado</b> .....	<b>160</b>
<b>5.3. Desenvolvimento de produto</b> .....	<b>166</b>
<b>5.4. Marketing</b> .....	<b>175</b>
<b>APÊNDICES</b> .....	<b>183</b>
<b>REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>211</b>
<b>LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS</b> .....	<b>214</b>
<b>ÍNDICE DE TABELAS, GRÁFICOS E FIGURAS</b> .....	<b>215</b>

## INTRODUÇÃO

O presente relatório nasce da iniciativa do Eixo Atlântico e resulta da vontade da Câmara Municipal de Valongo de explorar se o município consegue (mesmo não se desenvolvendo como destino turístico), aproveitar os fluxos que a região recebe, dada a sua variedade e qualidade de recursos e atrações turísticas e que, em alguns casos, já exercem uma pressão “não saudável” no território. De tal forma que, o complemento de oferta turística em áreas não massificadas, como é o caso, resolveria a pressão que existe noutras. O relatório é parte integrante do projeto TSI, cofinanciado pelo INTERREG PORTUGAL-ESPANHA (POCTEP) 2021-2027.

No capítulo 1, e antes de se iniciar a análise turística do município de Valongo, assume-se essencial contextualizar de forma breve o cenário económico internacional e nacional com algumas informações gerais de indicadores e principais resultados do turismo a nível mundial em 2023, incluindo fontes diversas tais como a UN Tourism Eurostat, Fundo Monetário Internacional (FMI) e o Instituto Nacional de Estatística (INE). E também, a nível nacional e regional, antes de passar para uma análise muito mais pormenorizada, a nível municipal (Valongo). Esta contextualização, irá subdividir-se em contexto mundial, europeu, nacional e região Norte de Portugal. Apresentam-se também as principais tendências no setor das viagens de 2024 e para 2025, mas apenas aquelas informações com algum interesse para o município de Valongo, que poderão também “dar luz” para as propostas a realizar no contexto do presente relatório.

No capítulo 2, apresenta-se todo o trabalho de análise realizado, denominado como *desk research*. Em primeiro lugar, para entrar em detalhe na realidade do município, é necessário realizar uma abordagem detalhada e integrada, com um levantamento das diversas fontes e dados (indicadores) secundários relevantes. Consideram-se aqui as diferentes fontes de informação turística existentes em Portugal com desagregação municipal que permitem um maior grau de detalhe (Instituto Nacional de Estatística, Travel BI, Pordata, ...). Também se apresenta neste capítulo o restante trabalho de investigação documental e virtual realizado (*benchmarking* internacional, análise da oferta de experiências turísticas e cliente mistério virtual).

No capítulo 3, aborda-se o trabalho de campo com diferentes ferramentas metodológicas tais como as duas visitas ao município de Valongo para observação direta/participante com acompanhamento num caso e como cliente mistério no segundo caso. Com a colaboração do município, também foram realizados questionários anónimos aos *stakeholders* chave (setor público e setor privado).

Já no capítulo 4, e como resultado de todas as ferramentas metodológicas desenvolvidas e dos seus resultados, chega-se a um diagnóstico, como elemento mais importante para definição das propostas de ação. Este diagnóstico possui o rigor de concentrar os elementos positivos e negativos identificados no território (não de forma abrangente como se um plano estratégico de turismo se tratasse, mas com ênfase no objetivo deste relatório - o aproveitamento de fluxos turísticos que chegam à região, para lhes oferecer o que Valongo de forma complementar tem de diferenciador.

No capítulo 5, desenvolvem-se as propostas (estruturadas em eixos, previamente acordadas com o município) que respondem ao diagnóstico, isto é, que aproveitam as oportunidades identificadas, que mitigam ou eliminam as fraquezas que nele se detalha, que desenvolvem ainda mais as forças ou preparam para as ameaças que aí vêm. As condicionantes que a equipa redatora colocaram para estas foram muito simples: específicas, realistas, atingíveis e sem orçamentos impossíveis de disponibilizar.

Nota: A leitura apenas do capítulo 5 não é suficiente para a compreensão deste relatório, pois ao longo do documento apresentam-se recomendações/sugestões, que não precisam de desenvolvimento em forma de proposta de ação, mas que fazem todo o sentido (ou por detalhes observados durante as visitas, informações inexistentes no IoT, pormenores observados pelo cliente mistério virtual, indicadores com potencial de melhoria resultado da análise estatística, respostas aos questionários que apontam falhas fáceis de resolver, etc). E estes detalhes são tão “valiosos” quanto as próprias propostas.

**01**

**CONTEXTUALIZAÇÃO**



# 01

## CONTEXTUALIZAÇÃO



### MUNDIAL

---

#### TAXA DE CRESCIMENTO DO PIB

De acordo com o FMI, o crescimento da economia mundial registou abrandamentos em 2023, com o Produto Interno Bruto (PIB) a aumentar 3,2%. O conjunto dos países da União Europeia destaca-se pelo abrandamento ainda mais acentuado, com o PIB a crescer apenas 0,6%, enquanto o PIB da região da Ásia emergente e em desenvolvimento aumentou 5,6% em 2023. Na zona Euro, o PIB aumentou 0,4% em 2023 e todos os países registaram um abrandamento do crescimento. A Irlanda destacou-se pelo maior recuo, seguida da Estónia e do Luxemburgo. Por outro lado, Malta foi a economia que mais cresceu em 2023, seguindo-se a Croácia, Espanha e Chipre (INE, 2024).

Em Portugal, o PIB cresceu 2,3% em 2023, o que se traduz um abrandamento do ritmo de crescimento para 1/3 do registado no ano anterior (+6,8%), mas ainda assim acima do desempenho do conjunto dos países da zona Euro e da União Europeia (INE, 2024).

	2018	2019	2020	2021	2022	2023
<b>Ásia emergente e em desenvolvimento</b>	6,4	5,2	0,5	7,7	4,4	5,6
<b>Mercados emergentes e economias em desenvolvimento</b>	4,7	3,6	-1,8	7,0	4,1	4,3
<b>Mundo</b>	3,6	2,8	-2,7	6,5	3,5	3,2
<b>EUA</b>	3,0	2,5	-2,2	5,8	1,9	2,5
<b>Portugal</b>	2,8	2,7	-8,3	5,7	6,8	2,3
<b>Japão</b>	0,6	-0,4	-4,1	2,6	1,0	1,9
<b>União Europeia</b>	2,3	2,0	-5,5	6,1	3,6	0,6
<b>Zona Euro</b>	1,8	1,6	-6,1	5,9	3,4	0,4

**Tabela 1.**

Taxa de crescimento do PIB (2018-2023).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados retirados de INE (2024).

## 1.1.2 CHECADAS DE TURISTAS INTERNACIONAIS

Segundo a UN Tourism, as chegadas de turistas internacionais aumentaram 33,4% face ao ano anterior e atingiram 1300 milhões em 2023. A região da Europa representou 54,6% em 2023 e a Ásia e Pacífico 18,2%, sendo esta última a região com o maior crescimento face ao ano anterior (INE, 2024). O continente americano representou 15,4% dos turistas mundiais em 2023, 27,4% acima do número registado em 2022. A região do Médio Oriente foi a única a registar um acréscimo face a 2019 (+22,0%), tendo concentrado 6,7% das chegadas de turistas internacionais em 2023 (INE, 2024).

Região	Chegadas de turistas internacionais (milhões)			Variação (%)	
	2019	2022	2023	2023/22	2023/19
<b>Total</b>	<b>1465,0</b>	<b>975,0</b>	<b>1300,0</b>	<b>+33,4%</b>	<b>-11,2%</b>
<b>Europa</b>	<b>742,4</b>	<b>609,5</b>	<b>709,4</b>	<b>+16,4%</b>	<b>-4,4%</b>
<b>UE 27</b>	<b>539,2</b>	<b>454,3</b>	<b>527,3</b>	<b>+16,1%</b>	<b>-2,2%</b>
<b>América</b>	<b>219,3</b>	<b>157,2</b>	<b>200,2</b>	<b>+27,4%</b>	<b>-8,7%</b>
<b>América do Norte</b>	<b>146,6</b>	<b>101,9</b>	<b>127,0</b>	<b>+24,6%</b>	<b>-13,4%</b>
<b>Ásia e Pacífico</b>	<b>362,7</b>	<b>93,3</b>	<b>237,2</b>	<b>+154,2%</b>	<b>-34,6%</b>
<b>Médio Oriente</b>	<b>71,3</b>	<b>67,8</b>	<b>87,0</b>	<b>+28,3%</b>	<b>+22,0%</b>
<b>África</b>	<b>69,0</b>	<b>47,0</b>	<b>66,3</b>	<b>+41,2%</b>	<b>-3,9%</b>

**Tabela 2.**

Chegadas de turistas internacionais (2019, 2022 e 2023).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados retirados de Barómetro do Turismo Mundial (2024).

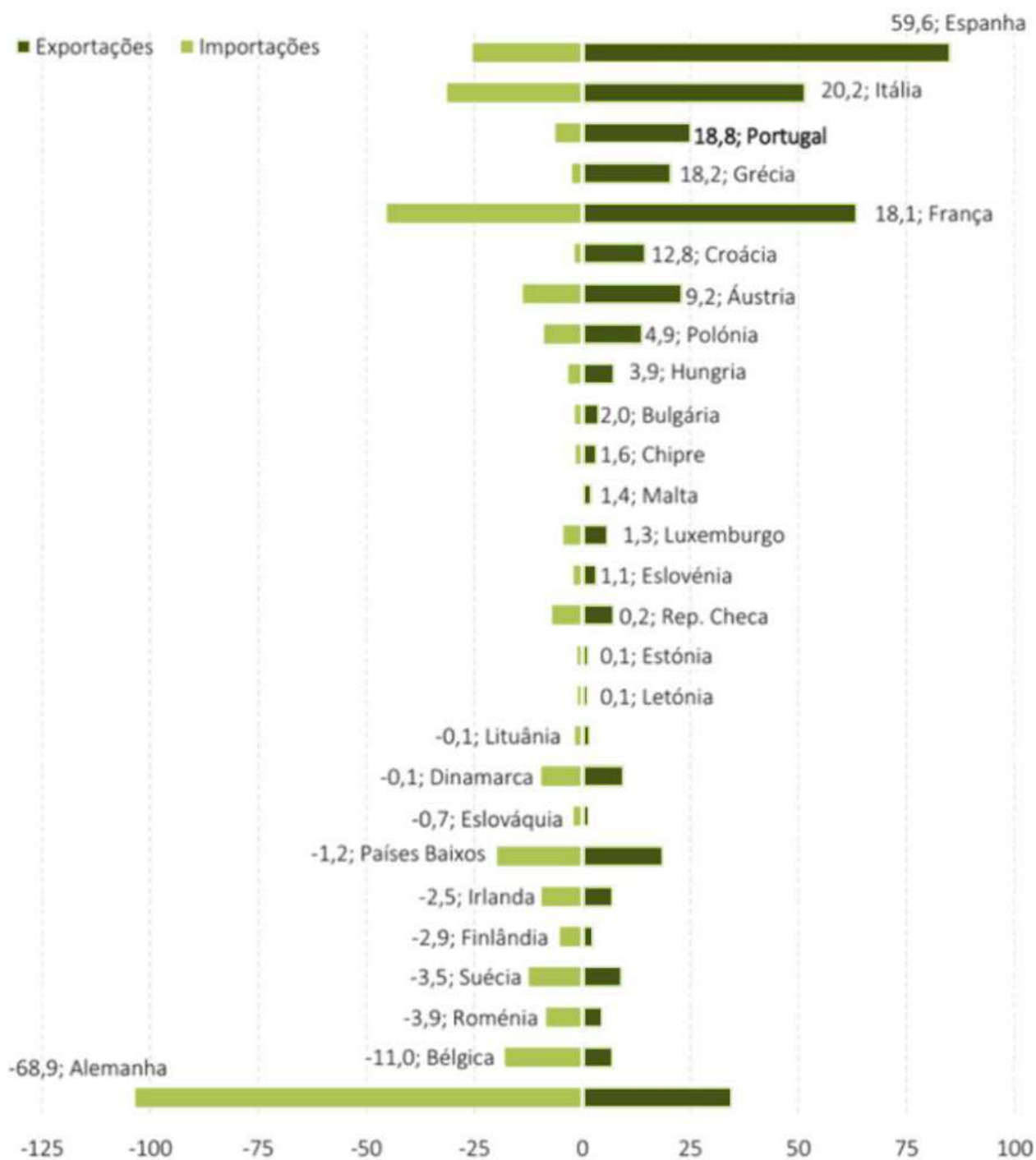
## 1.2

### CONTEXTO DA UNIÃO EUROPEIA

#### 1.2.1 SALDO DA BALANÇA TURÍSTICA DOS PAÍSES DA UE

Segundo o Eurostat, o saldo da balança turística de Portugal em 2023 atingiu os 18,8 mil milhões de euros, +20,7% face ao ano anterior. Espanha continuou a liderar, com um saldo de 59,6 mil milhões de euros, seguida de Itália com 20,2 mil milhões de euros. O défice da balança turística alemã agravou-se em 2023, tendo atingido os 68,9 mil milhões de euros. Por outro lado, a Bélgica continuou a registar o segundo maior défice da balança turística com 11 mil milhões de euros entre os países da UE (INE, 2024).

Em 2023, o saldo da balança de serviços de turismo da UE atingiu 78,9 mil milhões de euros e cresceu 2,5% face ao ano anterior, ou seja +7,5% em comparação com 2019 (INE, 2024).



**Gráfico 1.**

Saldo da balança turística dos países da UE (2023).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados retirados de Eurostat (2024).

# 1.3

## CONTEXTO NACIONAL

---

Segundo o INE, 2023 marcou-se pelo “abrandamento do crescimento da economia, em resultado da desaceleração na procura interna e na procura externa. O aumento generalizado dos preços refletiu-se significativamente na generalidade dos produtos e serviços, principalmente no alojamento” (2024).

Em 2023, o PIB português registou um crescimento de 2,3% em volume, após o aumento de 6,8% em 2022, o mais elevado desde 1987. Segundo o INE, “em termos nominais, o PIB aumentou 9,6% em 2023 (+12,2% em 2022), atingindo cerca de 266 mil milhões de euros” (2024). Destaca-se a desaceleração da procura interna e do investimento, o abrandamento do crescimento do consumo privado e o aumento das exportações de bens.

Em 2023, Portugal atingiu 26,5 milhões de turistas não residentes, ou seja, um acréscimo de 19,2% face a 2022 (INE, 2024). Nesse ano, a generalidade dos meios de alojamento turístico registou aumentos de 12,5% no número de hóspedes e de 10,3% nas dormidas, totalizando 32,5 e 85,1 milhões, respetivamente (INE, 2024). Comparado com os dados de 2019, as dormidas de não residentes ganharam uma ligeira expressão, registando um crescimento de 10,4%.

Em termos de proveitos, os estabelecimentos de alojamento turístico, registaram crescimentos de 20,0% no total e 21,4% nos de aposento, em 2023, totalizando 6 015,3 e 4 622,6 milhões de euros, respetivamente. Este crescimento dos proveitos deve-se, não só à recuperação do setor em 2023, mas também à subida generalizada de preços, com efeitos nos custos dos serviços prestados nestes estabelecimentos (INE, 2024).

Em 2023, Portugal distinguiu-se com vários prémios tais como “Melhor Destino de Golfe do Mundo e Melhor Destino de Golfe da Europa” ou “Melhor Destino Turístico do Europa” (Turismo Porto e Norte de Portugal, 2024).

# 1.4

## TENDÊNCIAS VIAGENS 2024/2025

---

Diferentes análises públicas e privadas têm apontado diversas tendências e mudanças no comportamento dos viajantes em 2024. Entre os aspetos mais destacados estão o reforço da quota dos orçamentos das famílias para a rubrica de viagens e o aumento da duração das viagens em um dia, em média (TravelBi, 2024). As viagens para participação em eventos encontram-se também a impulsionar as tendências de viagens, seja para espetáculos, grandes concertos ou eventos desportivos.

Entre os diferentes segmentos da procura, há um destaque previsível para o crescimento do turismo de luxo, onde se espera que nos próximos cinco anos se verifique um crescimento anual médio na ordem dos 10% em viagens com este tipo de consumo. No entanto, “o turismo doméstico e intrarregional continua a ser uma grande oportunidade” (TravelBi, 2024) e, por esse motivo, atender os turistas locais é um fator crítico de sucesso. Assume-se que “a colaboração criativa entre diferentes agentes envolvidos na atividade turística pode contribuir para ajudar a colocar no mapa destinos menos procurados” (TravelBi, 2024).

Existem inúmeros estudos de mercado de consultoras privadas sobre esta temática, de maneira que, se relatam aqui, as mais coincidentes em estudos americanos, portugueses e espanhóis (só nas questões e segmentos que se repetem):

- **Inteligência artificial (IA):**  
O valor que a IA pode acrescentar à experiência turística é notório, uma vez que pode ajudar na personalização da viagem, esclarecimento de dúvidas e otimização dos processos. Os turistas “vão estar mais capacitados para utilizar ferramentas como o *Chat GPT* em seu benefício, para, por exemplo, planear a sua viagem” (IPDT, 2024). As empresas que adotarem ferramentas de IA como parceiros de trabalho podem melhorar a qualidade da experiência turística, uma vez que ela irá melhor de encontro ao que os turistas procuram. Os destinos turísticos precisam de estar presentes nas redes sociais e nos motores de pesquisa, oferecendo conteúdos de qualidade aos potenciais clientes e criando consciência sobre os produtos e serviços que vendem (Fuentes, 2023).
- **Estadias mais longas:**  
Várias empresas implementaram a semana de 4 dias de trabalho, o que estende o fim-de-semana e prolonga os possíveis dias de viagem. Os resultados desta mudança têm sido “bastante positivos e é expectável que esta prática comece a ser mais adotada, já a partir de 2024” (IPDT, 2024). As empresas têm assim a oportunidade de estruturar novas ofertas (com mais dias) para que os turistas explorem mais. Já se verificam estadias mais longas em destinos,

o que geralmente se traduzem em maiores gastos em destino, tais como nas regiões do Médio Oriente e África (MEA) e a Europa, que têm já beneficiado desta tendência, ambas com cerca de dois dias extras gastos no destino (TravelBi, 2024).

- **Desporto/atividades outdoor:**  
O turismo desportivo será um dos segmentos mais importantes (Fuentes, 2023). Com a realização dos Jogos Olímpicos/Paralímpicos, em França, e do Euro 2024, na Alemanha, “será expectável que se verifique um elevado crescimento do número de viagens com a motivação de assistir a estes eventos, mas também uma maior abertura para realizar outras viagens para participar ou assistir a eventos desportivos de múltiplas naturezas, fruto da atmosfera envolvente que estes dois eventos conseguem catapultar, meses antes e depois de decorrerem” (IPDT, 2024). Os destinos turísticos têm aqui uma enorme oportunidade de obterem retorno económico para os territórios e criar mais atividades.
- **Maior interação entre o turista e a comunidade:**  
Os turistas estão a aproximar-se e envolver-se ativamente com as comunidades dos destinos turísticos, aprendendo e compreendendo as suas expressões culturais e tradições. Segundo Fuentes (2023), os grupos de turistas procuram grandes experiências e conhecimento sobre as localidades junto das comunidades do destino turístico. Os turistas vão procurar destinos onde possam viver experiências novas e enriquecedoras longe de grandes aglomerações, trânsito e contaminação (Fuentes, 2023).
- **Astroturismo:**  
A implementação de novas tecnologias no turismo mostra que vários destinos já ampliaram a sua oferta, tal como o astroturismo na América Latina com eventos astronómicos como eclipses e chuvas de meteoros (Fuentes, 2023). Este tipo de turismo garante a possibilidade de viajar para locais com pouca poluição luminosa para observar estrelas, planetas e outros fenómenos astronómicos (Bureau Mundu, 2024).

Como primeira conclusão, relativamente a este pequeno sumário de tendências de 2024, é óbvio que, de todo o apontado, Valongo pode “aproveitar” e concentrar os esforços em todo o mencionado com exceção (pelo trabalho de campo realizado) do astroturismo (ou pelo menos não identificado neste trabalho -o que não quer dizer que este potencial não exista e possa ser explorado), e o turismo de luxo.

As tendências para o mercado espanhol (o que regista maior número dormidas em Valongo - o que não quer dizer necessariamente o de maior interesse dada a escassa oferta de alojamento, mas, sem dúvida, a continuar a trabalhar) apontam o turismo desportivo, astronómico, de bem-estar e atração pela vida selvagem (TravelBi, 2024).

Por outro lado, analisando as estatísticas do mercado alemão (que não aparece no ranking de destinos emissores com maior número de dormidas, mas aparece nos últimos três anos foi o mercado com maior índice de crescimento), espera-se que as tendências de 2025 sejam férias na natureza e aventura (TravelBi, 2024). Segundo a mesma fonte espera-se “mais dinheiro para gastar na preparação das viagens”, “predominância no uso do automóvel para a realização das deslocações” e ainda “Portugal está entre os cinco destinos preferidos dos alemães para viajar no próximo ano” (TravelBi, 2024).

Relativamente às tendências de 2025, no momento de redação do presente capítulo, ainda não se encontra literatura diversa literatura, no entanto, existe um absoluto consenso de que o turismo em 2025 está a transformar-se (ainda mais) num campo dinâmico e em evolução, com tendências que incluem a utilização de abordagens sistémicas para gerir a complexidade urbana, a importância crescente do turismo criativo e o papel crucial do *marketing* empresarial. Estas tendências refletem uma indústria que procura adaptar-se às novas realidades e preferências dos consumidores, oferecendo experiências mais autênticas e personalizadas. Analisando o que já fora publicado e que possa ter interesse para o presente relatório, apontam-se:

- **Abordagem Sistémica no Turismo Urbano:**  
O turismo urbano é uma área de estudo que adotou a abordagem sistémica para gerir a sua complexidade e dinamismo. Esta abordagem permite uma melhor compreensão da forma como o turismo interage com ambientes urbanos complexos e em mudança. A literatura sugere que o uso da abordagem sistémica é uma alternativa viável para gerir a diversidade e o dinamismo do turismo urbano, especialmente no contexto das cidades inteligentes.
- **Turismo criativo:**  
O turismo criativo está a emergir como uma tendência significativa, transformando o turismo cultural tradicional em experiências mais intangíveis e participativas. Este tipo de turismo promove a integração de estratégias de *placemaking*, indústrias criativas e a classe criativa, oferecendo experiências mais autênticas e flexíveis que podem ser co-criadas entre o anfitrião e o turista.
- **Turismo policêntrico:**  
O desenvolvimento do turismo policêntrico tem sido uma abordagem inovadora que procura aumentar o apelo regional e promover a sustentabilidade ao estabelecer conexões entre múltiplos “microdestinos” dentro da mesma região. Este modelo afasta-se da tradicional concentração em um único destino central, enfatizando, em vez disso, a criação de redes entre vários destinos. Esta abordagem funciona como um reequilibrador dos fluxos turísticos, aliviando a pressão em destinos sobrecarregados e redistribuindo os visitantes para áreas com potencial de desenvolvimento, permitindo que estas melhorem a sua oferta e atratividade.

Além disso, o turismo policêntrico promove uma melhor utilização dos recursos existentes, reduz os impactos negativos do turismo de massa e incentiva o crescimento equilibrado e sustentável das comunidades envolvidas. O projeto EAPA\_0003/2022 - POST, liderado pelo Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular está a ser desenvolvido com base neste conceito, atuando na região do Espaço Atlântico, inclusive no norte de Portugal. Assim, ao diversificar os focos de atração turística, este modelo também estimula a cooperação entre os diferentes destinos da rede, contribuindo para a valorização das identidades locais, a preservação do património cultural e natural e a dinamização das economias regionais.

- **Turismo Local:**  
O desejo de evitar os destinos turísticos massificados continuará a crescer. Os turistas irão procurar por locais menos explorados, oferecendo uma forma de viajar mais tranquila e sustentável; como parte deste fenómeno, volta a emergir o turismo de proximidade, ou seja, viagens curtas e regionais, muitas vezes motivadas pela crise climática e pela necessidade de reduzir a pegada de carbono.
- **Viagens Multigeração e Turismo Familiar:**  
As viagens que envolvem várias gerações da mesma família, como avós, pais e filhos, estão em ascensão. Estes grupos procuram destinos e experiências que atendam às necessidades de todas as idades, com hospedagens adaptadas para grupos grandes ou multigeracionais e atividades inclusivas que podem ser desfrutadas por todas as faixas etárias, como parques temáticos e atrações culturais.

Como indicado, para as tendências de 2025, foram apresentadas as que realmente podem ser já aproveitadas/trabalhadas no contexto dos objetivos deste relatório. Muito concretamente, este trabalho permite, precisamente, a aplicação do conceito do turismo policêntrico ao Porto/Valongo.



**02**

**INVESTIGAÇÃO  
DOCUMENTAL E VIRTUAL**



# 02

## INVESTIGAÇÃO DOCUMENTAL E VIRTUAL

### 2.1

#### ANÁLISE DE FONTES DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA DE VALONGO

---

A análise turística do município de Valongo deve considerar uma abordagem detalhada e integrada, levando em conta diversas fontes e dados relevantes. As principais fontes de informação turística existentes em Portugal com desagregação municipal são as seguintes:

- **Registo Nacional de Turismo (RNT):**  
Esta base de dados fornece informações sobre as infraestruturas turísticas no município, como o número de unidades de alojamento, a classificação das mesmas (por exemplo, hotéis, casas de turismo, etc.), e outras estatísticas relacionadas à oferta turística em Valongo. Este registo permite avaliar a evolução da oferta e a sua capacidade de atrair turistas.
- **Instituto Nacional de Estatística (INE):**  
O INE fornece dados macroeconómicos, demográficos e sociais importantes, que são cruciais para compreender o perfil da população local e como ela se relaciona com a atividade turística. Os dados sobre a população residente, empregos no setor de turismo e o movimento de turistas em termos de chegada e pernoites são elementos essenciais para a análise.

- **PorData:**  
Esta plataforma oferece informações detalhadas sobre os indicadores regionais e locais. Os dados disponíveis na PorData ajudam a entender a dinâmica socioeconómica e os fluxos turísticos na região de Valongo, sendo útil para comparar com outras regiões e verificar tendências no comportamento dos turistas e residentes.
- **TravelBi:**  
Plataforma que fornece dados sobre o turismo, especialmente em relação à procura e consumo turístico. Esta apresenta informações sobre o comportamento dos turistas que visitam a região, como os seus destinos preferenciais, a sazonalidade das visitas, a duração das estadias e outros fatores importantes para o planeamento estratégico do turismo.

O município de Valongo integra-se no distrito do Porto, a capital do Norte de Portugal que está em emergente crescimento turístico nos últimos anos. A elaboração da presente análise turística de dados secundários existentes nas diferentes fontes de informação turística a nível municipal, permite, com a análise do histórico e a comparação com os municípios (e em conjunto com as outras ferramentas metodológicas utilizadas) a realização de um diagnóstico *ad hoc* para o objetivo principal deste relatório, a apresentação de propostas de atuação no sentido do aproveitamento dos fluxos turísticos que a região está a receber, tendo em conta o potencial turístico do município e as oportunidades estratégicas que se identifiquem.

Para a análise turística do município de Valongo foi tido em conta o histórico disponível nas diferentes fontes existentes: o Registo Nacional de Turismo (RNT), o Instituto Nacional de Estatística (INE), PorData e TravelBi.

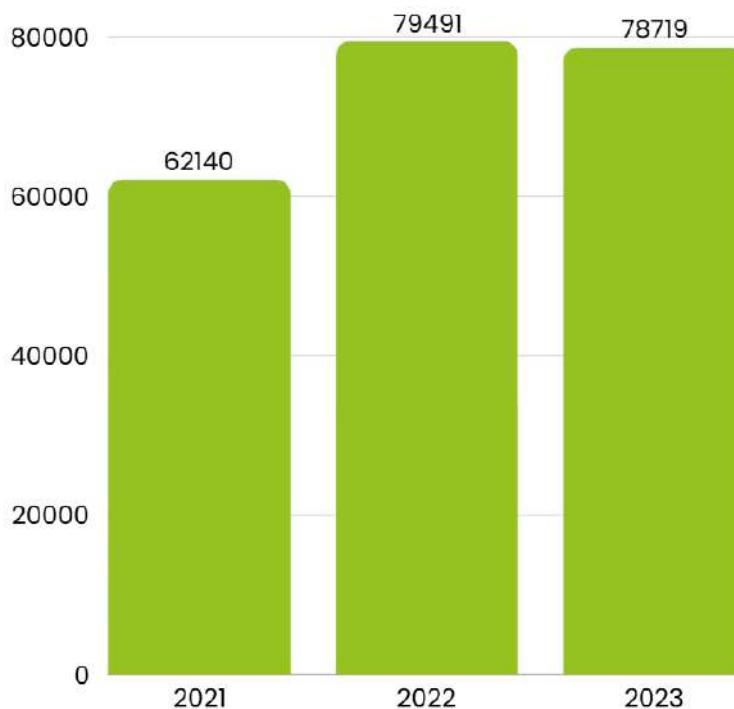
Sempre que possível foram tidos em conta os dados mais recentes disponíveis. Os dados analisados do RNT e da PorData dizem respeito a períodos compreendidos entre 2010 e 2023 e, em alguns casos específicos, foram necessários dados mais antigos de anos como 1975 ou de 2008, por exemplo, no caso do registo dos estabelecimentos de alojamento turístico. Do INE, foram analisados dados referentes ao período compreendido entre 2013-2023 e, por último, do TravelBi foram tidos em conta dados de 2017 até 2023.

Finalmente, acrescentar que, uma vez que os períodos para os diferentes indicadores não são idênticos, deixam-se aqui a título informativo, mas, só o período 2021-2023 será tido em conta para efeitos de diagnóstico.

## Número de dormidas nos estabelecimentos de Alojamento Turístico – evolução de 2017 para 2023

Segundo o INE, observa-se que, entre 2017 e 2023 no município de Valongo, de uma forma geral, o número de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico tem registado crescimentos. O valor mais alto relativo ao número de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico registou-se em 2022, com 103.569 dormidas, revelando um grande crescimento comparado com os anos anteriores. No entanto, de 2022 para 2023 este valor diminuiu ligeiramente para 102.246 dormidas.

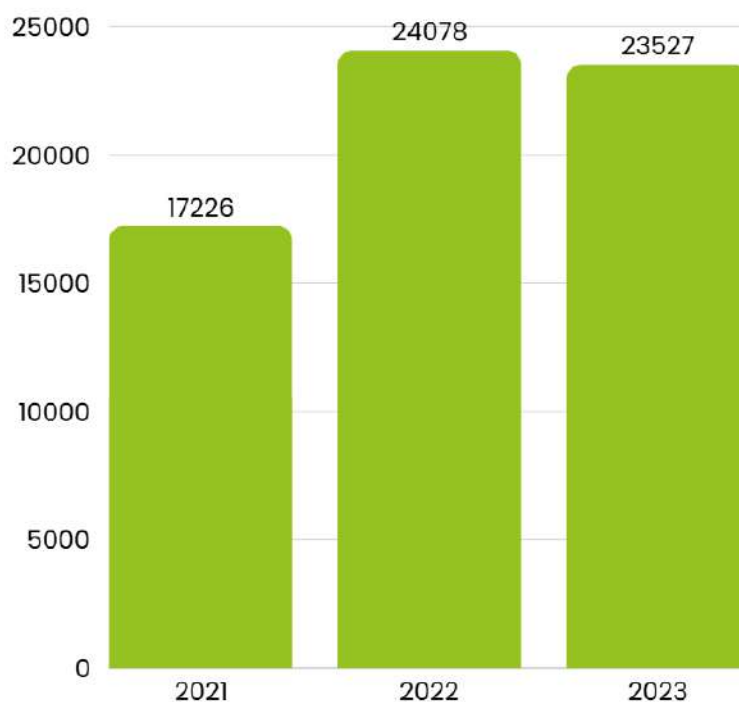
### DORMIDAS (Nº) NOS ESTABELECIMENTOS HOTELEIROS DE VALONGO (2021-2023)



**Gráfico 2.**

Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros de Valongo (2021-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE.

### DORMIDAS (Nº) NOS ESTABELECIMENTOS ALOJAMENTO LOCAL DE VALONGO (2021-2023)



**Gráfico 3.**

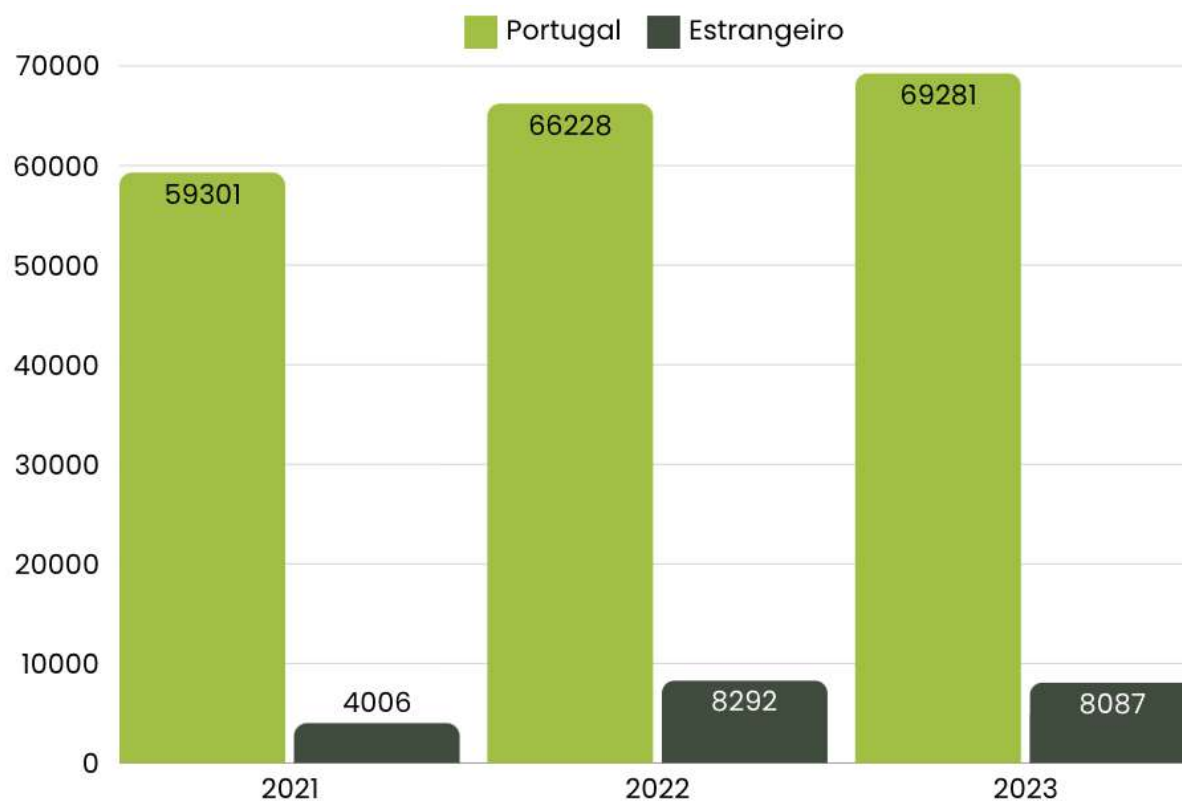
Dormidas nos estabelecimentos de alojamento local de Valongo (2021-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE.

## Hóspedes

Quanto ao número de hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico, os dados mais recentes disponíveis são de 2018, onde no município de Valongo registaram-se 59.911 hóspedes e em 2023, 77.368 hóspedes, sendo em 2023 o ano com valores mais altos. Desde 2018 até 2023, tem-se registado um exponente crescimento do número de hóspedes residentes em Portugal.

Por outro lado, no que diz respeito aos hóspedes estrangeiros, este valor tem registado algumas quebras. Nos anos de 2018 e 2019 registaram-se 10.100 e 12.019 hóspedes estrangeiros no município de Valongo. Em 2020, registou-se uma descida acentuada, com apenas 3.460 hóspedes, possivelmente devido à situação pandémica do COVID-19. Contudo, a partir de 2021 este valor registou um novo crescimento, atingindo os 8.087 hóspedes estrangeiros em 2023.

Por fim, em 2023, o número de total de hóspedes nacionais e estrangeiros foi de 77.368, dos quais 69.281 diziam respeito a hóspedes residentes em Portugal.



**Gráfico 4.**  
Hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico de Valongo (2018-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE.

PAÍS/ANO	2021	2022	2023
ALEMANHA	94	176	165
BÉLGICA	43	93	100
CANADÁ	2	18	49
ESPAÑA	2035	4538	3647
EUA	22	58	96
FRANÇA	592	885	1014
IRLANDA	6	9	14
JAPÃO	-	2	4
NORUEGA	1	8	6
PAÍSES BAIXOS	168	425	617
REINO UNIDO	171	123	136
SUIÇA	105	130	128

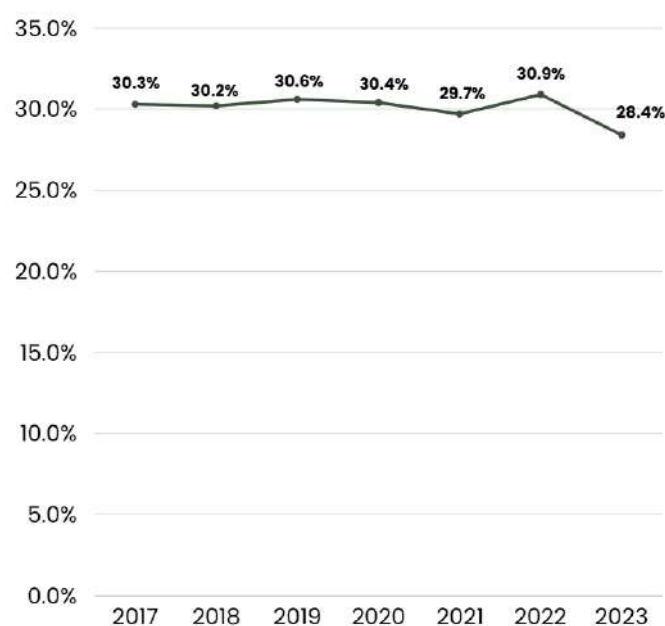
**Tabela 3.**

Hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico de Valongo por localização (2021-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).

Na tabela apresentada, os dados referem-se ao número de hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico em Valongo, distribuídos por país de residência, nos anos de 2021, 2022 e 2023. Primeiramente, observa-se um aumento significativo no número de hóspedes em quase todos os países entre 2021 e 2023, por exemplo a Alemanha com uma subida de 94 hóspedes em 2021, para 65 em 2023, a França com 592 hóspedes em 2021 e 1.014 em 2023 ou os Países Baixos de 283 em 2021 para 617 hóspedes em 2023. Verifica-se que os mercados mais expressivos para o município de Valongo são Espanha (4.538 hóspedes em 2022 e 3.647 em 2023), a França, o Reino Unido (ainda que com uma redução de 171 hóspedes em 2021 para 136 em 2023) e os Estados Unidos da América (que registam um crescimento constante, de 22 hóspedes em 2021 para 96 em 2023).

### Taxa de Sazonalidade

Este indicador permite avaliar o peso relativo da procura turística nos três meses de maior procura (julho, agosto e setembro), relativamente ao total anual, medido através do número de dormidas nos meios de alojamento. A concentração do número de dormidas ou de turistas em determinadas épocas do ano, pode ter um impacto importante na sustentabilidade do próprio destino, reduzindo fortemente a viabilidade das empresas do setor e a sua capacidade em oferecer e manter postos de trabalho todo o ano (INE, 2024). Essa assimetria pode também exercer grande pressão sobre as comunidades e os recursos naturais de um dado destino em determinada época, deixando fragilidades noutras. Assim sendo, quanto à taxa de sazonalidade, esta tem-se mantido estável, contudo, em 2023 apresenta uma ligeira diminuição. Em 2017 era de 30,3% e manteve-se nos 30% até 2020. Apesar de em 2021 ter caído para 29,7%, em 2022 apresentou os valores mais altos, registando 30,9%. Por outro lado, em 2023 registou o valor mais baixo dos registos, com 28,4%.

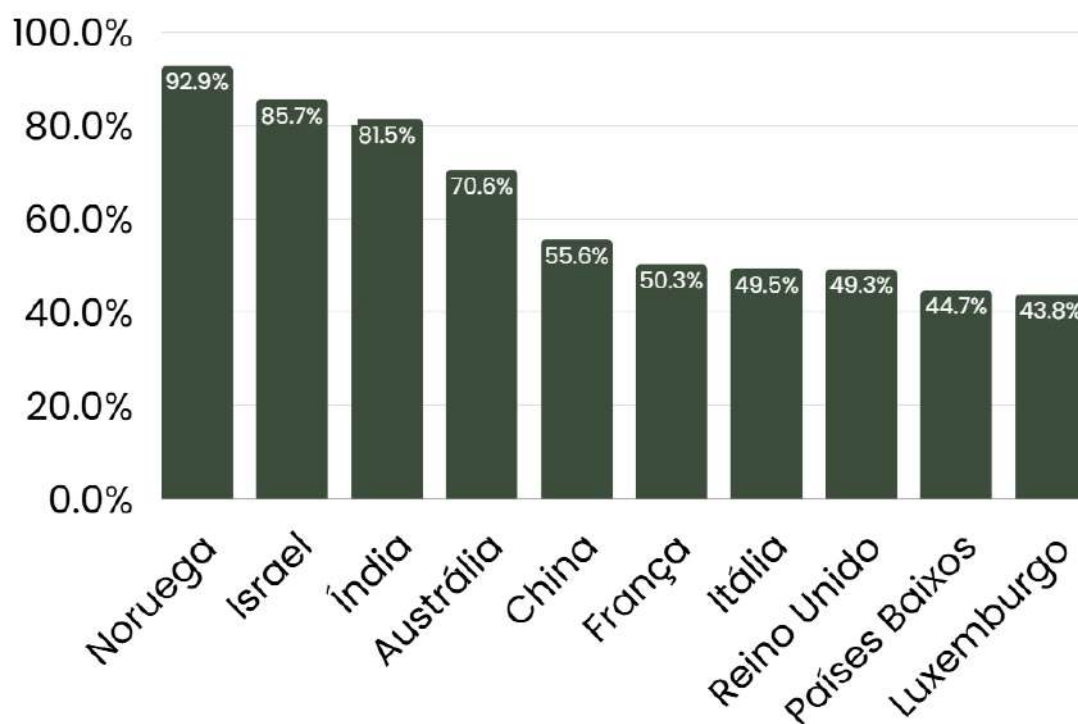


**Gráfico 5.**

Taxa de Sazonalidade de Valongo (2017-2023).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do TravelBi (2024).

Na figura seguinte pode visualizar-se a evolução da taxa de sazonalidade, de 2016 a 2023, bem como os mercados externos com maior taxa de sazonalidade no município de Valongo. Desta forma, compreende-se que o município depende fortemente do mercado norueguês, israelita e indiano. A priori, não existe uma razão que justifique os valores tão altos de 2022 nem tão baixos de 2023, pelo que apenas se poderá concluir algo deste indicador por comparação com os municípios próximos.



**Gráfico 6.**

Taxa de Sazonalidade de Valongo e mercados externos (2016-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do TravelBi (2024).

### Gasto médio por Operação - evolução de 2018 até 2023

Este indicador permite avaliar a evolução do gasto realizado em média pelos turistas em alojamento, alimentação, transportes, cultura e lazer, durante a sua estada em Portugal. O crescimento económico constitui uma vertente fundamental do desenvolvimento sustentável. Centra-se na capacidade de gerar riqueza numa sociedade, elemento básico para o aumento do bem-estar dos indivíduos que a constituem e, por sua vez, para a sustentabilidade. Os dados mais recentes disponíveis são desde 2018, onde se registam uma diminuição do gasto médio de 45,4€ para 39,6€ em 2023. Apesar do valor do gasto médio por operação ter diminuído, o número de compras duplicou de 2018 para 2023, e o valor de compras estava muito próximo de duplicar de 2018 para 2023. No município de Valongo, desde 2018, o mercado que mais dinheiro gastou foi a Suíça, e o mercado que menos gastou, em média de 2018 até 2023 foi a Irlanda.

GASTO MÉDIO (ANO)	GASTO MÉDIO (ANO)					
	2018	2019	2020	2021	2022	2023
GASTO MÉDIO POR OPERAÇÃO	45,4€	42€	42,2€	42,2€	40,4€	39,6€
Nº DE COMPRAS	62K	76,9K	68,9K	89,5K	127,7K	148K
VALOR DE COMPRAS	2,8M	3,2M	2,9M	3,8M	5,2M	5,9M
MERCADO QUE MAIS GASTOU	SUIÇA	SUIÇA	SUIÇA	SUIÇA	SUIÇA	SUIÇA
MERCADO QUE MENOS GASTOU	NORUEGA	IRLANDA	REINO UNIDO	IRLANDA	IRLANDA	IRLANDA

**Tabela 4.**

Gasto médio por operação (2018-2023).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do TravelBi.



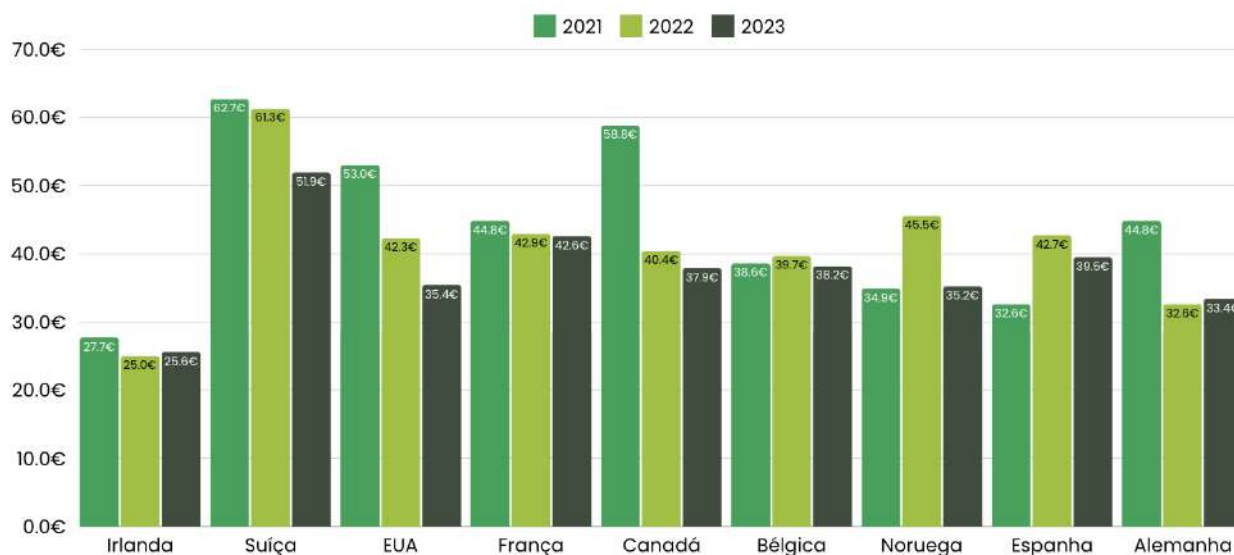
**Gráfico 7.**

Gasto médio (€) por operação no município de Valongo (2021-2023).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do TravelBi.

Mesmo não sendo uma queda “preocupante”, o certo é que a inflação neste período foi muito elevada e só por esta razão, o gasto deveria ter subido de forma marcada. A única interpretação que pode dar-se é que a oferta teve de reajustar os preços (com muita menor margem de lucro) para poder ser competitiva por esta via, o que não é nunca o recomendável (deve procurar-se a diferenciação e a surpresa para poder manter ou subir preços e não ser melhores que a concorrência pela via da baixada de preços).

Compreende-se ainda que, o valor do gasto médio por operação foi maioritariamente em alojamento, seguido de agência de viagens e, por fim, restauração e similares, nos anos de 2021 a 2023.



**Gráfico 8.**  
Mercados com maior valor de gasto (€) médio por operação (2021-2023).  
Fonte: TravelBi.

### Capacidade de alojamento nos estabelecimentos turísticos por 1000 habitantes, no município de Valongo - evolução de 2013 para 2023

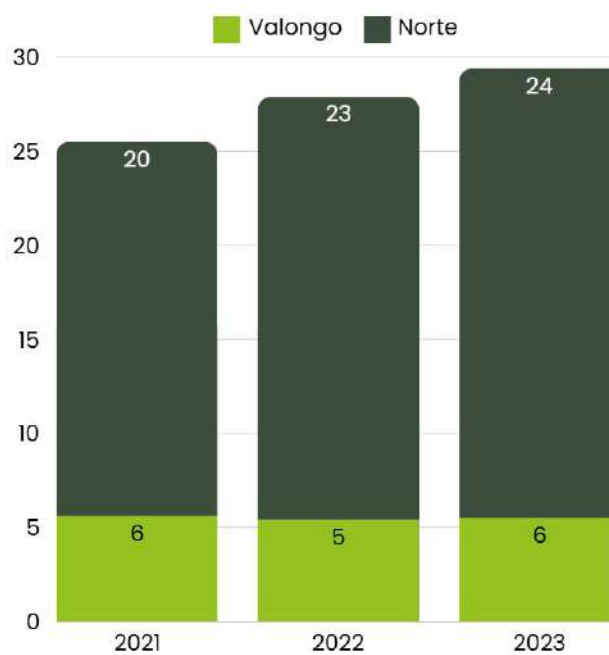
Analisou-se a evolução de 2013 até 2023 e, a partir de 2013, para além dos estabelecimentos hoteleiros, os valores integram o turismo no espaço rural, turismo de habitação e novas unidades de alojamento local. Através dos dados recolhidos do INE, foi possível verificar que a capacidade de alojamento nos estabelecimentos turísticos por 1000 habitantes, no município de Valongo tem vindo a aumentar. Em 2013, havia em média 4 camas disponíveis por 1000 residentes, no município de Valongo e, em 2023 existiam 5,5 camas.

	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Portugal	28,6	32,9	35,0	36,9	39,1	41,1	43,1	33,5	39,1	43,8	45,2
Continente	26,2	30,4	32,3	33,9	35,9	37,4	39,8	31,9	36,4	40,2	41,6
Norte	11,4	14,3	15,6	16,2	17,6	18,6	20,7	17,4	19,9	22,5	23,9
Valongo	4,0	4,6	4,5	4,5	5,1	5,0	4,9	5,5	5,6	5,4	5,5

**Tabela 5.**

Capacidade de alojamento nos estabelecimentos turísticos por 1000 habitantes, em Valongo (2013-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE.

### CAPACIDADE DE ALOJAMENTO NOS ESTABELECIMENTOS TURÍSTICOS POR 1000 HABITANTES (2021-2023)

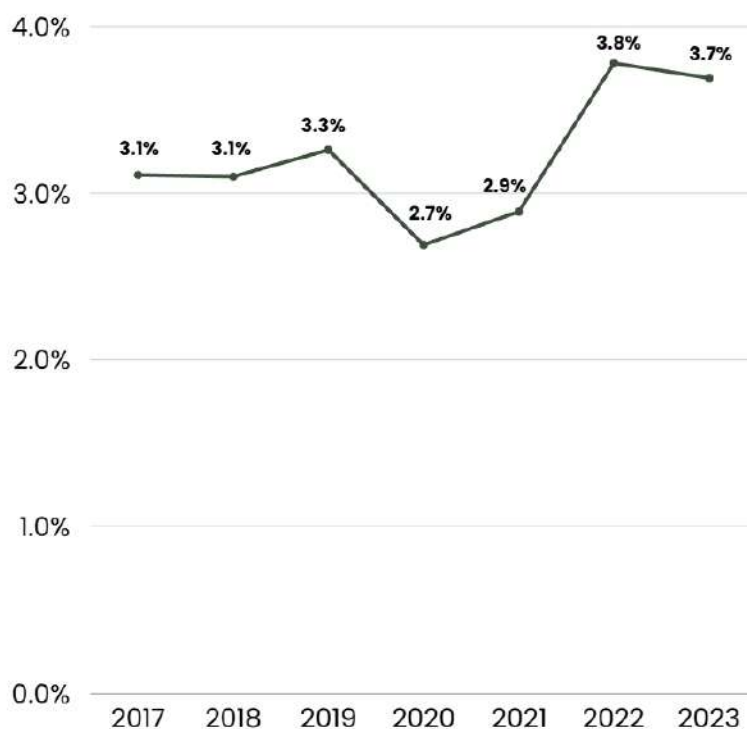


**Gráfico 9.**

Capacidade de alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico por 1000 habitantes (2021-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE.

### Densidade turística, no município de Valongo - evolução de 2017 para 2023.

Este indicador permite avaliar a pressão turística sobre a região, através da relação entre o número de dormidas nos empreendimentos turísticos e a área da região, medida em Km<sup>2</sup>. Através dos dados recolhidos no TravelBi foi possível verificar que a densidade turística tem aumentado ligeiramente, de 3,1 turistas/km<sup>2</sup> em 2017 e 2018 para 3,69 turistas/km<sup>2</sup> em 2023. Em 2022 registou-se o valor mais alto de 3,78 turistas/km<sup>2</sup>. Verificou-se também uma descida acentuada para 2,69 turistas/km<sup>2</sup>, no ano de 2020. A pressão turística diminuiu nesta data, possivelmente devido ao COVID-19, no entanto, nos anos seguintes tem demonstrado um aumento, no município de Valongo. Contudo, em média, são 3 turistas por cada quilómetro quadrado do município.



**Gráfico 10.**

Densidade Turística de Valongo (2017-2023).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do TravelBi.

### Intensidade turística, no município de Valongo - evolução de 2017 para 2023

Novamente relacionado com a sustentabilidade, este indicador avalia a pressão turística, através da relação entre o número de dormidas nos empreendimentos turísticos e o número de habitantes numa determinada região (INE, 2024). Uma vez que o número de habitantes entra na equação, foi necessário indicar o número de habitantes do município de Valongo. De acordo com o INE, em 2021, Valongo possuía 94.672 habitantes.

## POPULAÇÃO RESIDENTE EM VALONGO (2021)

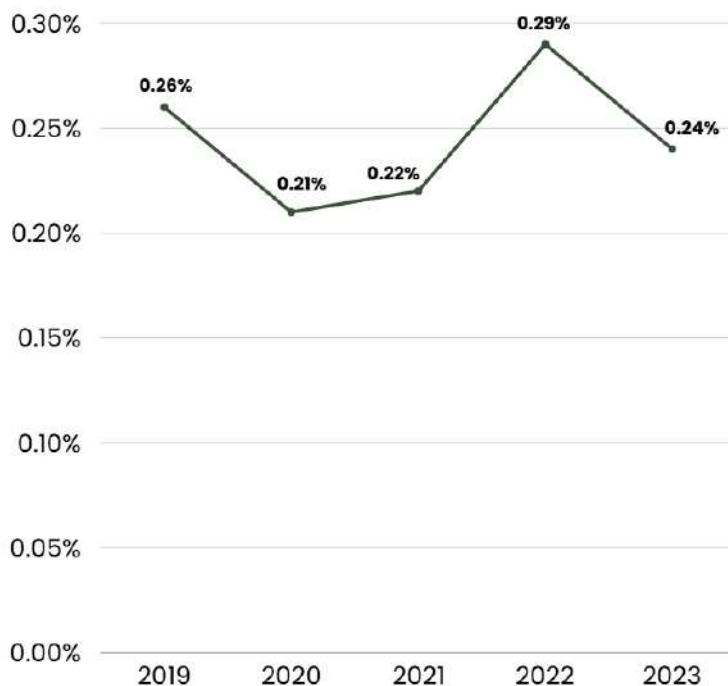


**Gráfico 11.**

Número de habitantes de Valongo (2021).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).

Através dos dados recolhidos no TravelBi foi possível verificar que a intensidade turística tem-se mantido estável, entre os 0,2 e os 0,3 dormidas de turistas para cada 100 residentes, nos anos entre 2019 e 2023. Em 2020 e 2021, registou-se uma pequena descida e em 2022 atingiu as 0,3 dormidas. De 2019 até 2023 registou-se uma diminuição muito ligeira nos valores do município de Valongo. Assim, a média da intensidade turística é de 0,2 noites para cada 100 habitantes locais. Uma vez que a cidade tem 94.000 residentes, a intensidade turística de 0,2 por 100 residentes significa que, ao longo do ano, os turistas passaram o equivalente a 188 dormidas (noites) no município. Portanto, isto reflete um baixo fluxo de turismo em termos de pernoites em relação ao tamanho da população.



**Gráfico 12.**

Intensidade turística de Valongo (2019-2023).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do TravelBi (2024).

### Alojamento total e por tipo de alojamento e número de camas – análise da evolução até 2023

Através dos dados recolhidos da PORDATA e do Registo Nacional de Turismo (RNET e RNAL) existem 4 empreendimentos turísticos no município de Valongo e 29 estabelecimentos de alojamento local. A tabela que se segue apresenta os empreendimentos turísticos do município de Valongo, a data de registo, a tipologia e o número de camas disponíveis. Os empreendimentos turísticos de Valongo registam um total de 402 camas.

Nº	DATA	NOME	TIPOLOGIA	Nº CAMAS	LOCALIZAÇÃO
8766	2019-12-02	MOTEL AVENUE	HOTEL ★★	58	VALONGO
5753	2015-08-05	PARK HOTEL PORTO VALONGO	HOTEL ★★★	198	VALONGO
610	2010-07-22	HOTEL PORTAS DE SANTA RITA	HOTEL ★★★★★	42	VALONGO
238	2010-03-16	HOTEL ALTO DE VALONGO MOTEL	HOTEL ★★	104	VALONGO

**Tabela 6.**

Registo de empreendimentos turísticos de Valongo (2010-2019).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do RNET (2024).

A tabela abaixo apresenta os estabelecimentos de alojamento local do município de Valongo, a data de registo, a modalidade e o número de utentes disponíveis. Os estabelecimentos de alojamento local do município têm capacidade para 196 utentes. Não foram considerados os estabelecimentos registados em 2024, pois esta evolução remete só até o ano de 2023.

Nº	DATA	NOME	TIPOLOGIA	Nº CAMAS	LOCALIZAÇÃO
149261/AL	2023-08-05	AL 01	QUARTOS	2	VALONGO
148325/AL	2023-07-22	CASA DAS GARÇAS	MORADIA	9	VALONGO
145898/AL	2023-06-02	QUINTA DA LOUSA	MORADIA	5	VALONGO
140882/AL	2023-03-25	RESIDENCIAL ABE	ESTABELECIMENTO	21	VALONGO
135637/AL	2023-01-07	VILLA BOUCINHA	MORADIA	8	VALONGO
103806/AL	2019-10-11	QUINTA DA LOUSA	MORADIA	6	VALONGO
91244/AL	2019-02-06	BP APARTMENT 1	APARTAMENTO	5	VALONGO
85668/AL	2018-10-15	DANIEL MARTINS	APARTAMENTO	2	VALONGO
84558/AL	2018-10-07	PADRE CRUZ 1º	APARTAMENTO	6	VALONGO
84556/AL	2018-10-06	PADRE CRUZ R/C	APARTAMENTO	6	VALONGO
80229/AL	2018-08-08	ROOMS SERVICES	APARTAMENTO	6	VALONGO
74105/AL	2018-06-08	QUINTA DO MOINHO	MORADIA	4	VALONGO
73753/AL	2023-06-05	STONE VILLAGE GARDEN	MORADIA	6	VALONGO
67856/AL	2018-03-29	QUINTINHA DA AMIZADE	ESTABELECIMENTO	16	VALONGO
66168/AL	2018-03-08	URBANO GUEST HOUSE	MORADIA	10	VALONGO
60316/AL	2017-12-01	RUCA APARTAMENT 2	APARTAMENTO	6	VALONGO
54270/AL	2017-08-16	FIEL CHEF	ESTABELECIMENTO	16	VALONGO
52715/AL	2017-07-25	OPORTO GUEST HOUSE ERMESINDE	MORADIA	4	VALONGO
50307/AL	2017-07-04	PORTO NATURA HOUSE	ESTABELECIMENTO	6	VALONGO
37274/AL	2016-11-28	ALOJAMENTO ARACELLI	APARTAMENTO	5	VALONGO
25823/AL	2016-03-14	VIVENDA SUAVINHA	MORADIA	8	VALONGO
18477/AL	2015-06-18	AL LOUREIRO	MORADIA	6	VALONGO
16024/AL	2015-06-18	SOLAR SALDANHA	MORADIA	9	VALONGO
15264/AL	2015-06-05	SOLAR NOSSA SENHORA DA PIEDADE	MORADIA	12	VALONGO
9664/AL	2015-03-20	PORTO NATURA	ESTABELECIMENTO	12	VALONGO
3957/AL	2008-03-25	MOTEL "O SONHO"	ESTABELECIMENTO	50	VALONGO
21824/AL	1975-10-15	BARRIL HOSTEL	HOSTEL	38	VALONGO

**Tabela 7.**

Registo de Alojamentos locais de Valongo (1975-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do RNAL (2024).

### Estada média: análise dos anos de 2022 e 2023

De acordo com os dados recolhidos do INE (que não disponibiliza mais que estes dois anos), verifica-se que a estada média era de 1,4 noites em 2022 e diminuiu ligeiramente para 1,3 noites em 2023. Em 2022, a estada média dos residentes em Portugal era de 1,3 noites e dos estrangeiros 2,4 noites. Em 2023, o valor diminuiu para 1,2 noites para os residentes em Portugal e diminuiu para 2,3 noites no caso dos estrangeiros.

	TOTAL (PORTUGAL CONTINENTAL)	TOTAL (VALONGO)	PORTUGAL (VALONGO)	ESTRANGEIRO (VALONGO)
2022	2.5	1.4	1.3	2.4
2023	2.4	1.3	1.2	2.3

**Tabela 8.**

Estada média de Valongo (2022 e 2023).

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).

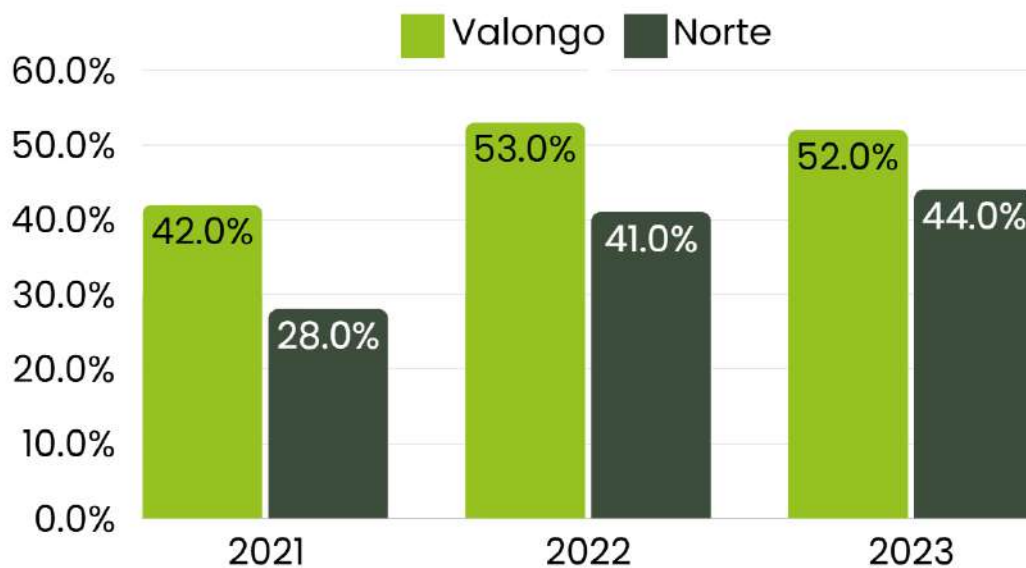
### Taxa líquida de ocupação de cama (%) nos estabelecimentos de alojamento turístico - evolução de 2017 até 2023

De acordo com os dados recolhidos do INE, o município de Valongo apresentou em 2017 uma taxa líquida de ocupação de cama de 51%, tendo este valor decrescido em 2018. Subiu ligeiramente em 2019 registando um 50,2%, mas em 2020 caiu para 38,2%, o valor mais baixo dos anos em análise (por razões óbvias). A partir de 2021 registou uma nova subida, com 42%, mas de 2022 para 2023 diminuiu ligeiramente de 53,4% para os 52%.

	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Portugal	48,9%	47,8%	47,3%	24,1%	31,1%	45,7%	48,0%
Continente	47,3%	46,8%	46,4%	23,7%	29,7%	44,1%	46,3%
Norte	42,0%	42,6%	42,6%	22,3%	27,8%	41,4%	44,2%
Valongo	51,0%	49,0%	50,2%	38,2%	42,0%	53,4%	52,0%

**Tabela 9.**

Taxa líquida de ocupação de cama (%) de Valongo (2017-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).



**Gráfico 13.**

Taxa líquida (%) de ocupação de cama (2021-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).

## Número de registos nacionais de Agentes de Animação Turística- análise da evolução até 2023

Através dos dados recolhidos do Registo Nacional de Turismo (RNAAT), existem 46 registos de agentes de animação turística no município de Valongo desde 2009 até 2023. A tabela que se segue apresenta os mesmos registos.

Nº	DATA	TIPO	CONTRIBUINTE	DENOMINAÇÃO	LOCALIZAÇÃO
1099/2023	2023-10-12	EAT	517675145	• FRISO D'IMPROVISO UNIPessoal LDA	VALONGO
1040/2023	2023-09-27	EAT	265879701	• VASCO JOÃO SALAZAR PROSPERO NUNES	VALONGO
976/2023	2023-09-08	EAT	517658151	• JORNADAS OTIMISTAS UNIPessoal LDA	VALONGO
901/2023	2023-08-16	EAT	516498568	• DESTINO FABULOSO UNIPessoal LDA	VALONGO
754/2023	2023-07-07	EAT	213791404	• SANDRA MARINA DA COSTA VIEIRA	VALONGO
436/2023	2023-05-12	EAT	517378337	• ONDAS AXADREZADAS UNIPessoal LDA	VALONGO
58/2023	2023-01-23	EAT	517294621	• TIAGO TOURS UNIPessoal LIMITADA	VALONGO
984/2022	2022-12-29	OMT	517182602	• CONDIÇÃO COMPATIVEL LDA	VALONGO
566/2021 	2021-10-11	EAT	516369911	• BÚSSOLA HEROICA UNIPessoal LDA	VALONGO
649/2020	2020-08-12	OMT	137877056	• ALFREDO ABREU DE SOUSA AGUIAR	VALONGO
572/2020 	2020-07-10	EAT	516052187	• AZÁFAMA DO DRAGÃO UNIPessoal LDA	VALONGO
401/2020	2020-05-15	EAT	513825240	• AFEHVC- ACADEMIA DE FORMAÇÃO EQUESTRE E HIPOTERAPIA DE VALONGO E CAMPO	VALONGO
384/2020	2020-05-12	EAT	506913902	• MUNDO EM FESTA, ENTRETENIMENTO E ORGANIZAÇÃO DE EVENTOS, LDA	VALONGO
920/2019 	22019-08-19	EAT	514550058	• MOMENTS 4 YOU - EVENTS, TOURS & TRAVELS, LDA	VALONGO
197/2019 	2019-03-01	EAT	515238791	• PURPLE WEEKS - ASSOCIAÇÃO	VALONGO
1772/2018 	2018-08-28	EAT	505304244	• TRANSPORTES KOALA	VALONGO
1428/2018	2018-07-18	EAT	514984740	• 100 VOLTS LDA	VALONGO
1337/2018 	1018-07-06	EAT	514862874	• SMART BUZZ - VIAGENS E TURISMO UNIPessoal LDA	VALONGO
1291/2018 	2018-07-04	EAT	514897040	• MOMENTOBJETIVO - TRANSPORTES DE PASSAGEIROS UNIPessoal LDA	VALONGO
1211/2018 	2018-06-25	EAT	514939974	• CLEVERCHANCE UNIPessoal LDA	VALONGO
964/2018 	2018-05-29	EAT	514904941	• AMPERWIDE LDA	VALONGO
650/2018	2018-04-17	EAT	514822155	• SURPRESA FAVORITA UNIPessoal LDA	VALONGO
211/2018 	2018-02-08	OMT	514527544	• TRAVELLING WITH BACO LDA	VALONGO
1889/2017 	2017-12-18	EAT	514585668	• BRAND TOURS ANIMAÇÃO TURÍSTICA UNIPessoal LDA	VALONGO

1569/2017	2017-10-25	EAT	514599731	• TABELAS E COLUNAS UNIPessoal LDA	VALONGO
1334/2017 	2017-09-08	EAT	514483539	• LATITUDEXPANDE LDA	VALONGO
1223/2017	2017-08-23	EAT	514461845	• VANTAGEM COLOSSAL UNIPessoal LDA	VALONGO
585/2017 	2017-05-08	EAT	514371552	• EXUBERCOMITIVA UNIPessoal LDA	VALONGO
542/2017 	2017-04-28	EAT	514363738	• À BOLEIA UNIPessoal LDA	VALONGO
539/2017 	2017-04-28	EAT	514384816	• DISTÂNCIAS OBJETIVAS UNIPessoal, LDA	VALONGO
311/2017 	2017-03-08	EAT	513796525	• HELLOBUS TRANSPORTES PERSONALIZADOS UNIPessoal LDA	VALONGO
83/2017 	2017-01-18	EAT	207939713	• JOÃO PEDRO DUARTE OLIVEIRA	VALONGO
4/2017	2017-01-02	EAT	514182431	• AXIOMA UNIPessoal, LDA	VALONGO
1475/2016 	2016-11-30	EAT	514141743	• MOMENTOS REGULARES, UNIPessoal LDA	VALONGO
1449/2016	2016-11-25	OMT	514084111	• PINKWORLD, LDA.	VALONGO
1433/2016 	2016-11-23	EAT	514157585	• LÉGUAS E CORTESIAS UNIPessoal, LDA	VALONGO
598/2016 	2016-06-14	EAT	252788532	• VIVIANE APARECIDA DE ALMEIDA MAGALHAES	VALONGO
482/2016	2016-05-19	EAT	510734499	• HAPPYMERIDIAN LDA	VÁRIOS CONCELHOS
350/2016 	2016-04-18	EAT	130157538	• JOÃO PEDRO PINA PEREIRA DE SÁ	VALONGO
322/2016 	2016-04-13	EAT	207467714	• TIAGO COELHO SILVA SANTOS MOREIRA	VALONGO
19/2016 	2016-01-12	EAT	508513162	• SOFTWATER UNIPessoal LDA	VALONGO
757/2015 	2015-11-26	EAT	231394829	• RICARDO JORGE CANCELA DA SILVA PEREIRA	VALONGO
18/2015	2015-01-21	EAT	508905516	• OAK UNIPessoal LDA	LISBOA
211/2013 	2013-08-22	EAT	196110122	• RUI MANUEL RIBEIRO GONÇALVES	VALONGO
288/2011	2011-08-25	EAT	203858301	• JOAQUIM MIGUEL BARBOSA LEAL	VALONGO
50/2007	2009-12-15	EAT	507590589	• TOBOGÃ - DESPORTO, AVENTURA E LAZER LDA	VÁRIOS CONCELHOS

**Tabela 10.**

Registo de Agentes de Animação Turística de Valongo (2009-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do RNAAT (2024).

No entanto, dos 46 registos apresentados, verificou-se que 24 empresas se encontram em situação de incumprimento, uma vez que não cumpriram a obrigação de envio ao Turismo de Portugal do comprovativo de que as devidas apólices de seguro obrigatórias, ou de seguros, garantias financeiras ou instrumentos equivalentes se encontram em vigor, em violação do disposto nos n.ºs 6 a 8 do artigo 27.º (alínea a), do número 1, do artigo 10.º-A), do Decreto-Lei n.º 108/2009, de 15 de maio, na redação dada pelo Decreto-Lei n.º 95/2013, de 19 de julho.

Obteve-se a indicação de que existem empresas de animação turística no Porto a trabalhar em Valongo. Encontra-se em apêndice (Apêndice 1) uma listagem das 46 empresas de AT que permite uma melhor análise destas 46 empresas, onde constam as atividades nas quais as empresas de AT estão registadas, tais como morada, contacto, entre outras informações. Contudo, foi possível compreender que apenas 12 das 46 empresas registadas possuem *website* que faz referência direta à atividade comercializada. As restantes apenas identificam a atividade principal no momento do registo da empresa de AT e não possuem página online (sejam *website* ou redes sociais). Foi possível verificar também que, algumas das 12 empresas que possuem *website* realizam experiências turísticas no Porto, uma vez que promovem várias atividades, algumas das quais não localizadas exclusivamente no município de Valongo.

### Número de registos nacionais de Agências de Viagens e Turismo: análise da evolução até 2023

Através dos dados recolhidos do Registo Nacional das Agências de Viagens e Turismo (RNAVT), existem 16 registos de agentes de animação turística no município de Valongo desde 2011 até 2023. A tabela que se segue apresenta os mesmos registos.

Nº	DATA	CONTRIBUINTE	DENOMINAÇÃO	LOCALIZAÇÃO
11058	2023-05-31	517205122	• FANTASY TRAVEL UNIPessoal LDA	VALONGO
10693	2023-01-19	517294621	• TIAGO TOURS UNIPessoal LIMITADA	VALONGO
9912	2023-11-03	516581015	• LIA DA ROCHA FERREIRA UNIPessoal LDA	VALONGO
9870	2021-10-08	516585401	• LUAVENTUREIRA LDA	VALONGO
8440	2019-04-26	515396770	• ODISSEIA FÁVEL - AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO UNIPessoal LDA	VALONGO
8070	2018-10-04	514198680	• HAD AN IDEA - CONSULTING LDA	VALONGO
6735	2017-02-15	514278935	• NOVAS VIAGENS LDA	VALONGO
5424	2015-04-29	513478329	• INÉDITA AMPLITUDE LDA	VILA NOVA DE GAIA
5227	2015-03-11	253746060	• SERGIO RICARDO MONTEIRO PINTO	VALONGO
5091	2015-01-20	508905516	• OAK UNIPessoal LDA	LISBOA
4129	2013-08-21	510687490	• SILVA E CAMPO GRANDE LDA	VALONGO
2177	2011-06-03	503677892	• BOJADOR - TURISMO E VIAGENS LDA	VALONGO
2331	2011-06-03	504600338	• NOVA ERA - AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO, LDA	VÁRIOS CONCELHOS
2631	2011-06-03	507862546	• 100IEVASÕES - AGÊNCIAS DE VIAGENS E TURISMO, LDA	VALONGO
2538	2011-06-03	507151070	• CDVIAGENS CORPORATE TRAVEL, LDA	VALONGO
1786	2011-06-03	500307091	• AGÊNCIA DE VIAGENS E TURISMO SOLNORTE, LDA	VÁRIOS CONCELHOS

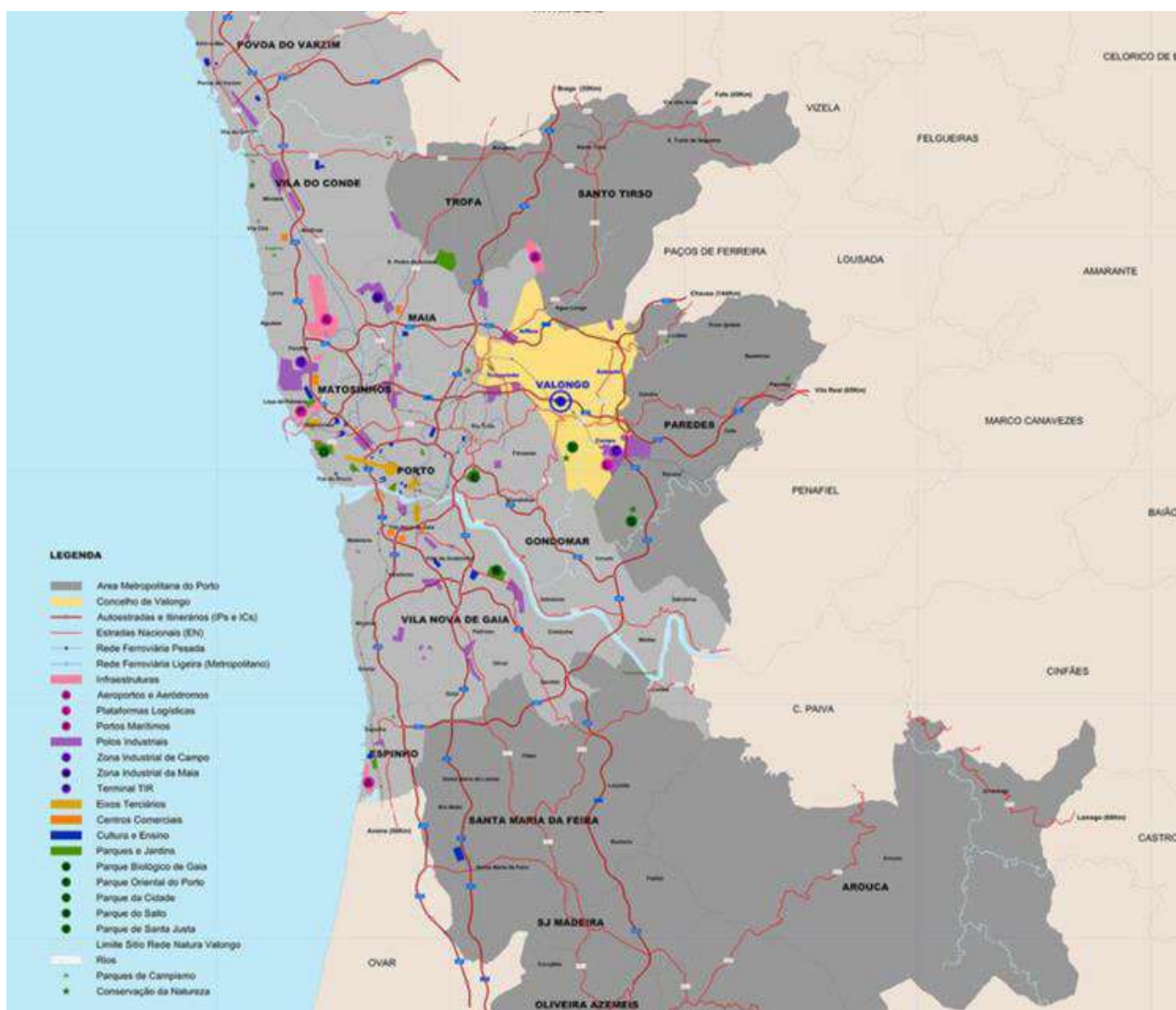
**Tabela 11.**

Registo de Agências de Viagens e Turismo de Valongo (2011-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do RNAVT (2024).

## 2.2

### ANÁLISE DE FONTES DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA, COMPARAÇÃO COM OS MUNICÍPIOS LÍMITROFES

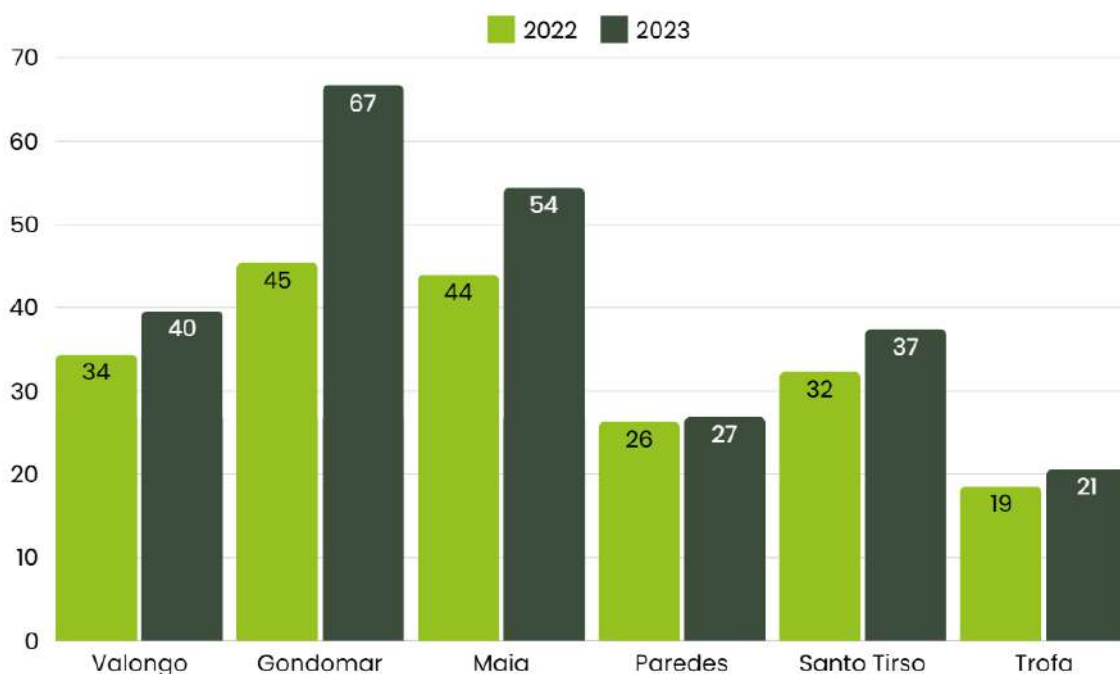
A realização de uma comparação com os municípios limítrofes assume-se essencial para analisar turisticamente o município de Valongo. Neste sentido, foram tidos em conta os municípios concorrentes, sendo eles Gondomar, Maia, Paredes, Santo Tirso e Trofa, todos estes integrantes da Área Metropolitana do Porto.



**Figura 1.**  
Valongo e municípios limítrofes.  
Fonte: CM Valongo.

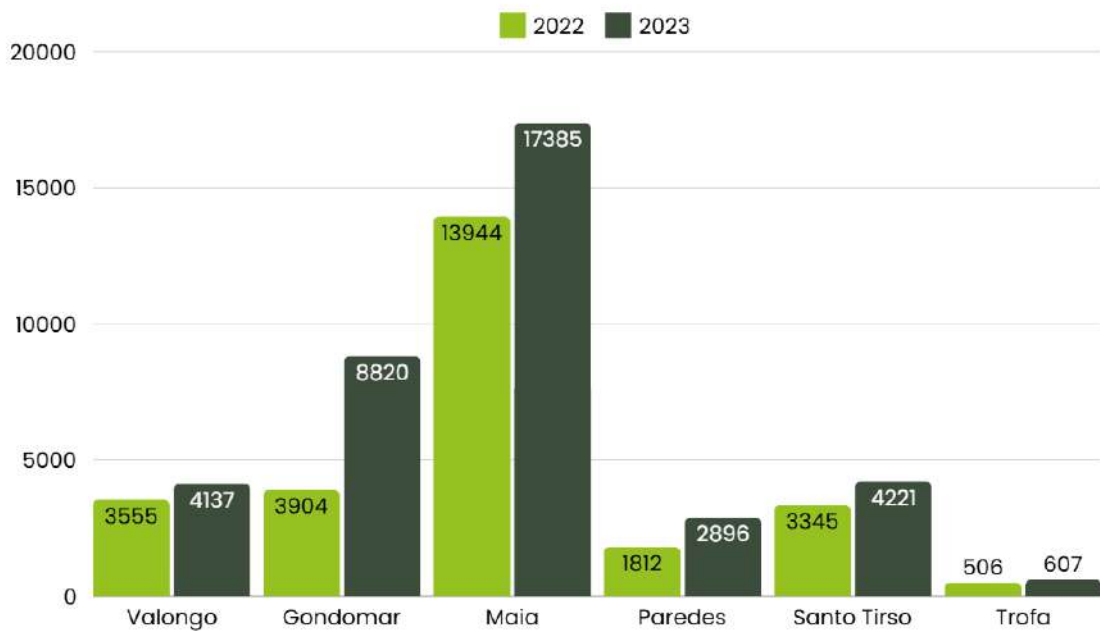
Analisaram-se vários indicadores em comparação com os municípios limítrofes, no ano de 2023, tais como o rendimento médio por quarto, a estada média, os proveitos totais e proveitos de aposentos, a proporção de dormidas entre julho e setembro, a taxa de sazonalidade, a intensidade e a densidade turística.

Em 2023, o rendimento médio por quarto, em Valongo era de 39,6€. Os valores mais baixos registam-se no município da Trofa com 20,6€ e os mais altos no município de Gondomar com 66,7€. Um RevPAR mais alto indica que o hotel está conseguindo maximizar tanto a ocupação quanto a receita por quarto disponível, o que é um sinal positivo de eficiência e rentabilidade.



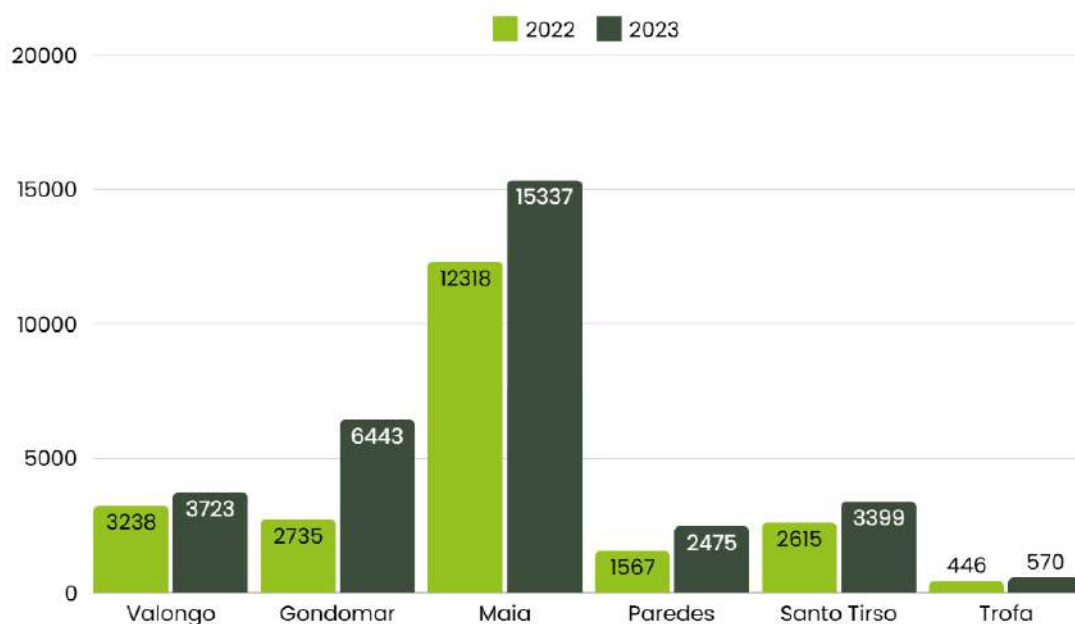
**Gráfico 14.**  
Rendimento médio por quarto (Revpar €) nos estabelecimentos de alojamento turístico (2022-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).

Comparando os proveitos totais nos estabelecimentos de alojamento turístico nos anos de 2022 e 2023 dos seis municípios, verificou-se que o que registou um maior valor foi o município da Maia e o menor foi a Trofa, tanto em 2022 como em 2023. O município de Valongo registou valores de 3555 (milhares de €) em 2022 e 4137 (milhares de €) em 2023, ou seja, regista-se um aumento no valor deste indicador.



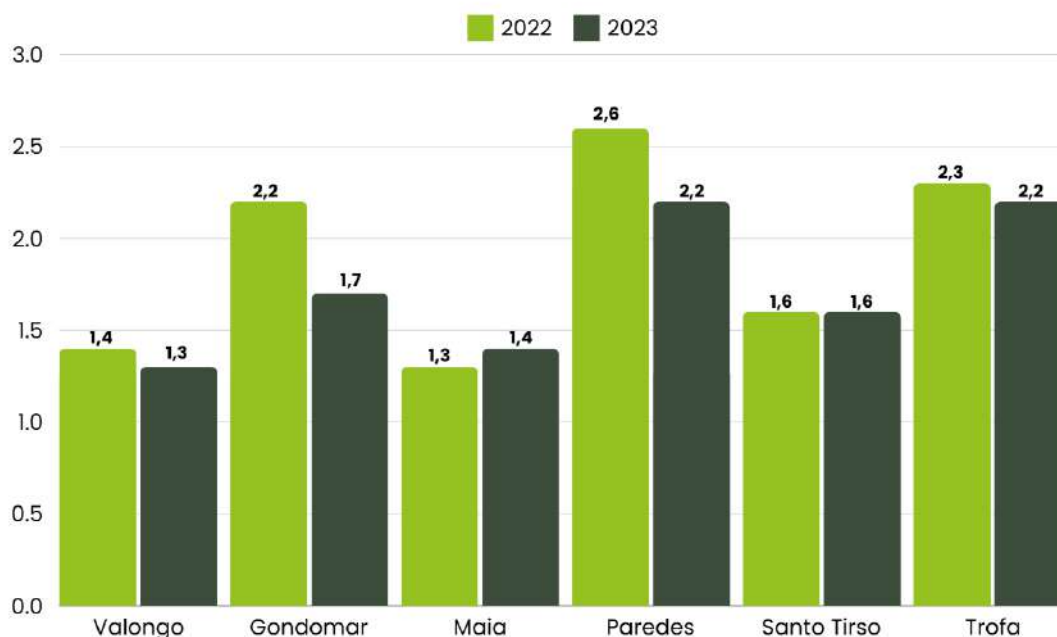
**Gráfico 15.**  
Projeitos totais (€ milhares) nos estabelecimentos de alojamento turístico (2022-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).

Comparando os proveitos de aposento nos estabelecimentos de alojamento turístico nos anos de 2022 e 2023 dos seis municípios, verificou-se que o município da Maia continuou a liderar e a Trofa manteve-se com o menor valor dos seis municípios, quer em 2022, quer em 2023. O município de Valongo registou valores de 3.238 (milhares de €) em 2022 e de 3.723 (milhares de €) em 2023, ou seja, apresentou uma subida nos valores deste indicador.



**Gráfico 16.**  
Projeitos por aposento (€ milhares) nos estabelecimentos de alojamento turístico (2022-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).

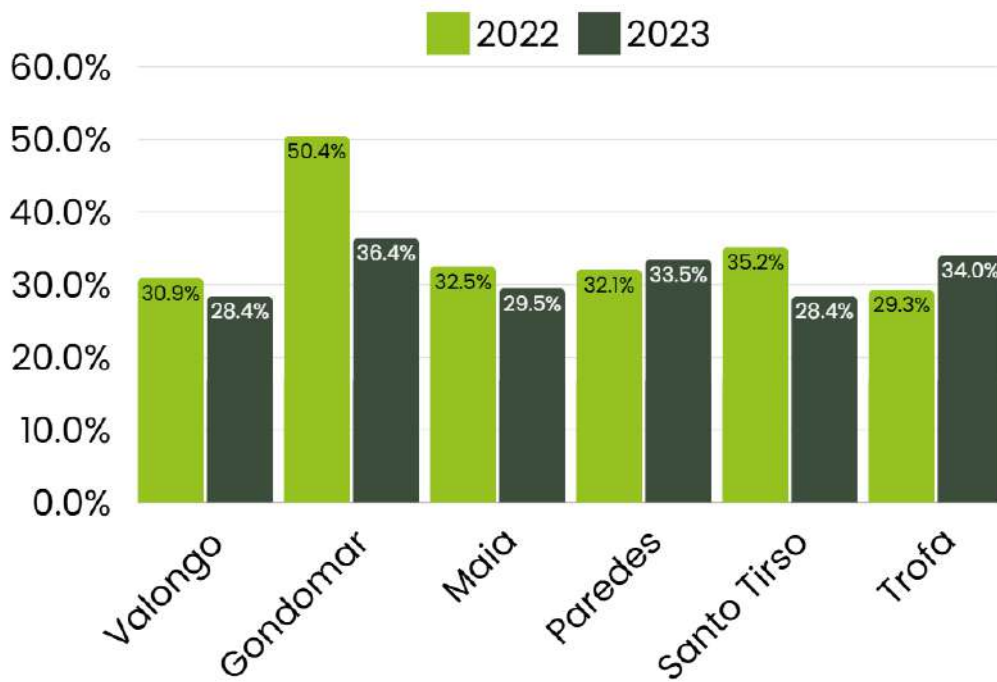
No entanto, analisando o conjunto dos seis municípios no ano de 2023, a estada média mais baixa regista-se no município de Valongo com 1,3 noites. Por outro lado, os municípios de Paredes e Trofa são os que registam um valor de estada média mais elevado, com 2,2 noites.



**Gráfico 17.**

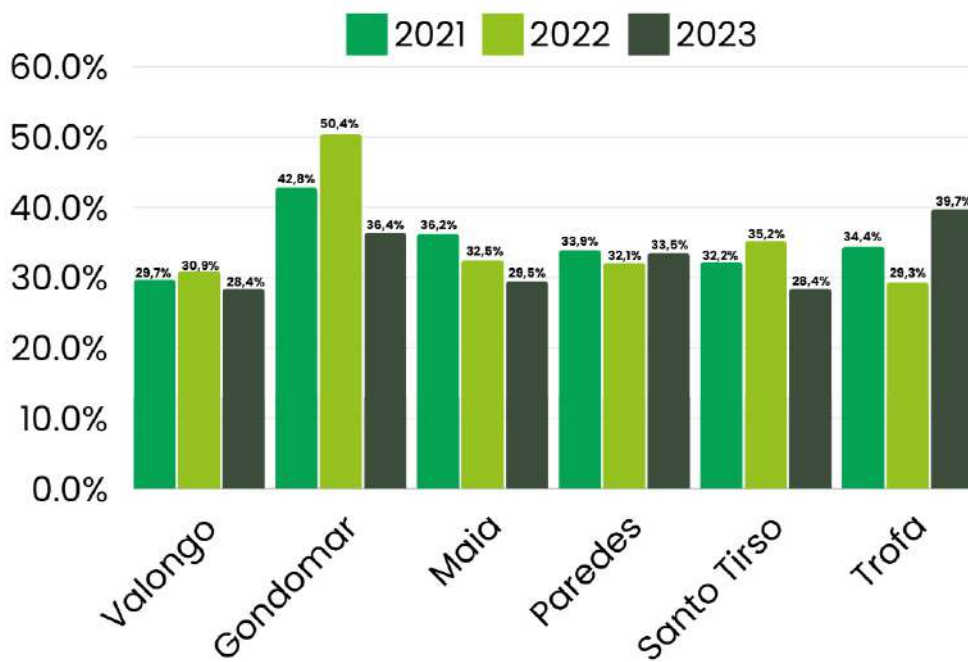
Estada média (nº) nos estabelecimentos de alojamento turístico (2022-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).

Quanto à proporção de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico entre julho e setembro, o município de Valongo registou um decréscimo de 2022 para 2023, com uma percentagem de 30,9% e 28,4%, respetivamente. O município que registou uma maior percentagem na proporção de dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico entre julho e setembro foi Gondomar, contudo de 2022 para 2023 registou um decréscimo bastante significativo, com percentagens de 50,4% em 2022 e 36,4% em 2023. O município que registou uma menor percentagem na proporção de dormidas nos meses anteriormente referidos, em 2022 foi a Trofa com 29,3%, no entanto, em 2023 a situação alterou-se, sendo Valongo e Santo Tirso os municípios que registaram os valores mais baixos com 28,4%.



**Gráfico 18.**

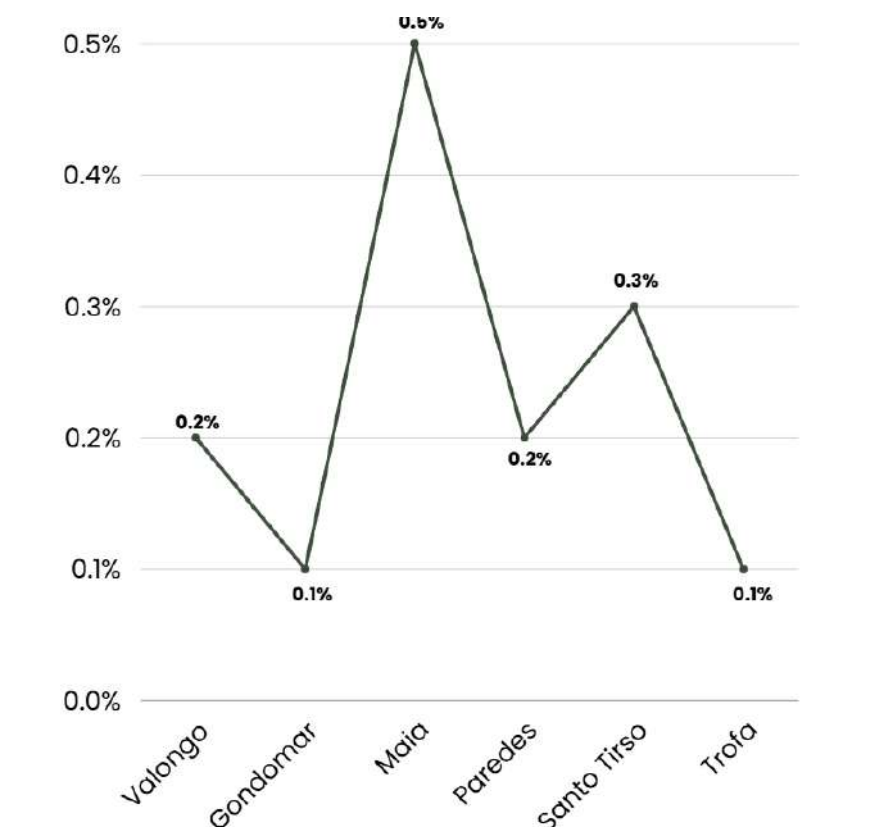
Proporção de dormidas entre julho-setembro (%) nos estabelecimentos de alojamento turístico (2022-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).



**Gráfico 19.**

Taxa de sazonalidade (%) de Valongo e dos municípios limítrofes (2021-2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do TravelBi (2024).

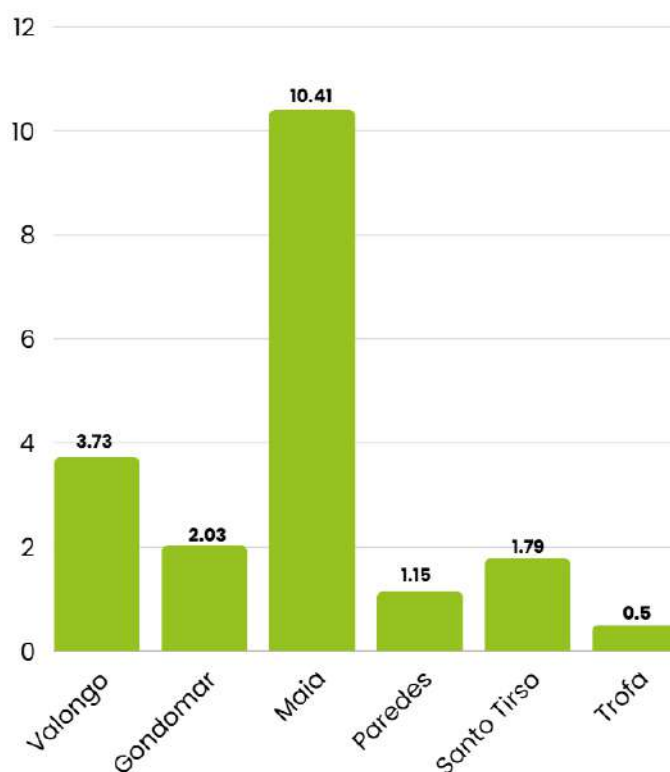
Analisando a taxa de sazonalidade, verificou-se que, de 2022 para 2023, todos os municípios diminuíram os valores deste indicador, à exceção do município de Paredes e da Trofa que aumentaram. O município de Valongo tem-se mantido constante ao longo dos anos, mas em 2023 registou a maior diminuição nos seus últimos 7 anos, com valores de 28,4%. Em 2023, verificou-se que o município com maior taxa de sazonalidade foi a Trofa com 39,7%. No mesmo ano, os municípios com valores mais baixos de taxa de sazonalidade foram Santo Tirso e Valongo, onde ambos registaram valores de 28,4%.



**Gráfico 20.**

Intensidade turística de Valongo e dos municípios limítrofes (2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do TravelBi (2024).

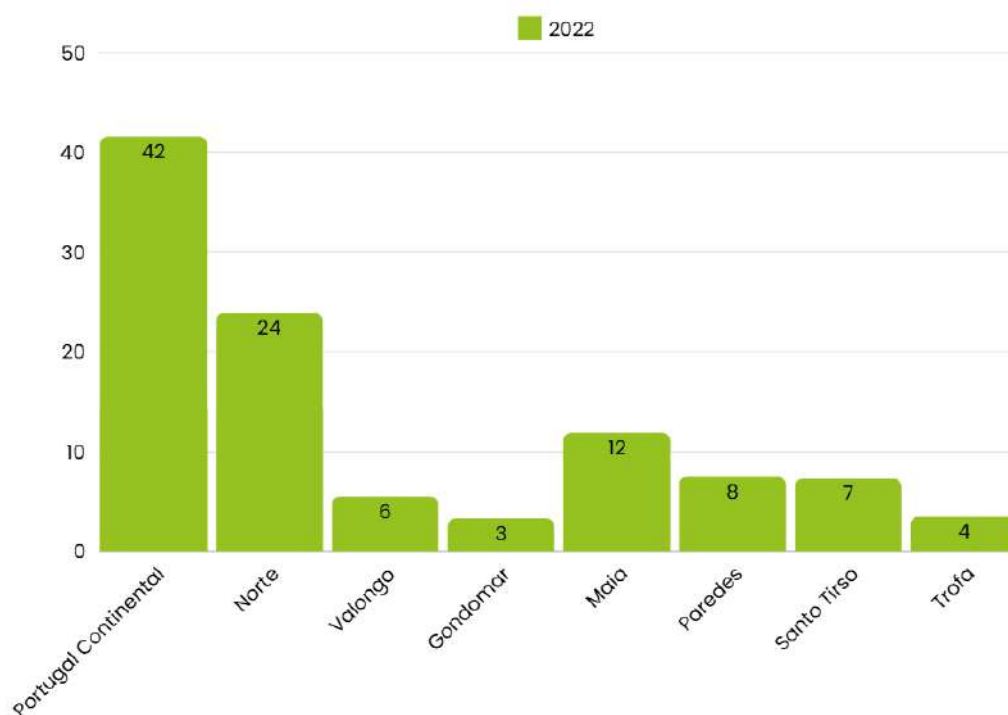
Analisando a intensidade turística, verificou-se que em 2023, os seis municípios registaram valores compreendidos entre 0,01 e 0,05. Os municípios que registaram valores mais baixos de intensidade turística foram Gondomar e Trofa, ambos com 0,01. Por outro lado, o município que registou um valor mais alto foi de 0,05 na Trofa.



**Gráfico 21.**

Densidade turística de Valongo e dos municípios limítrofes (2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do TravelBi (2024).

Analisando a densidade turística, verificou-se que em 2023, os seis municípios registaram valores muito distintos, compreendidos entre 0,50 e 10,41. O município que registou valores mais baixos de intensidade turística foi a Trofa com 0,50. Por outro lado, a Maia registou os valores mais díspares e altos com 10,41.



**Gráfico 22.**

Capacidade de alojamento nos estabelecimentos turísticos por 1000 habitantes, de Valongo e dos municípios limítrofes (2023).  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos do INE (2024).

Analisou-se a capacidade de alojamento nos estabelecimentos turísticos por 1000 habitantes, de Valongo e dos municípios limítrofes. Segundo o INE, verificou-se que o município com maior capacidade de alojamento nos estabelecimentos turísticos por 1000 habitantes foi o município da Maia, com 11,9 camas disponíveis. Já o município com menor capacidade foi a Trofa, com 3,5 camas, estando muito próximo do município de Valongo com 5,5 camas disponíveis por 1000 habitantes, em 2023.

Com base nos indicadores recolhidos e como resultado deste primeiro capítulo, é possível adiantar alguns elementos que integrarão o diagnóstico global, tendo em conta a “foto” turística do município de Valongo no ano de 2023, e também a análise comparativa realizada com os municípios limítrofes de Gondomar, Maia, Paredes, Santo Tirso e Trofa.

O município de Valongo tem registado um aumento do número de dormidas, apesar de uma descida ligeira de 2022 para 2023. A taxa líquida de ocupação-cama registou quebras em 2020, possivelmente devido à pandemia COVID-19, mas a partir de 2021 tem registado uma nova subida. O número de hóspedes também tem registado aumentos, quer nos hóspedes estrangeiros quer nos residentes, mas principalmente nos estrangeiros. Por estes motivos, o município deve apostar continuamente no mercado estrangeiro e intervir estrategicamente no mercado nacional.

A nível da capacidade de alojamento no município de Valongo, esta tem vindo a aumentar ao longo dos anos, no entanto, a Maia possui a maior capacidade de alojamento e a Trofa a menor, e os valores do município de Valongo assemelham-se muito com os valores da Trofa. O município de Valongo possui 4 empreendimentos turísticos e 29 estabelecimentos de alojamento local.

A nível de empresas de agentes de animação turística e de agências de viagens, apesar do município possuir uma recheada oferta (46 registos), existe um número bastante elevado de empresas em incumprimento (24 registos). Do número total de registos apresentados, só 12 empresas possuem *website*, das quais 3 não realizam atividades em Valongo. Ou seja, são empresas registadas em Valongo, mas não operam no município.

Por outro lado, ao analisar a estada média, que é outro desafio turístico nacional, Valongo regista diminuições neste indicador. A estada média de turistas estrangeiros ou residentes em Portugal diminuiu para 1,3 noites, sendo o município de Valongo aquele que possui a estada média mais baixa de 2023, comparada com os municípios limítrofes. Enquanto noutros casos, por exemplo os municípios de Paredes e Trofa possuem 2,2 noites, um valor bastante diferente. No entanto, de uma forma geral, todos os municípios registaram uma diminuição nos valores relativos à estada média de 2022 para 2023.

A densidade turística no município de Valongo registou quebras em 2020, em parte devido à pandemia COVID-19 e, a partir daí tem vindo a aumentar a um nível ponderado, comparado com os municípios limítrofes. A intensidade turística, comparada com os restantes municípios está controlada e tem-se mantido estável ao longo dos anos e, no ano de 2023, apresentou uma diminuição muito ligeira.

O rendimento médio por quarto subiu de 2022 para 2023 em todos os municípios limítrofes analisados. O valor registado em Valongo em 2023 foi de 39,6€, enquanto o valor mais alto registou-se em Gondomar (66,7€) e o mais baixo na Trofa (20,6€). Ou seja, Valongo precisa de maximizar tanto a ocupação como a receita por quarto disponível, para aumentar a sua rentabilidade e tornar-se um indicador de força.

Relativamente ao gasto médio, ao longo dos anos este valor tem apresentado diminuições. No município de Valongo, o mercado que mais gastou em 2023 foi a Suíça e o que menos gastou foi a Irlanda. Estes gastos foram executados sobretudo em alojamento, agências de viagens e restauração e similares.

Por fim, em análise aos proveitos totais, os valores têm registado aumentos no município de Valongo, no entanto, comparado com os municípios limítrofes, a situação apresenta-se um pouco diferente. Em 2022, Valongo possuía quase os mesmos valores de proveitos que Gondomar, e em 2023, Valongo aumentou-os ligeiramente, enquanto que Gondomar duplicou-os.

Por último, quanto aos proveitos de aposento, Valongo registou uma subida nos valores de aposento de 2022 para 2023, no entanto, veja-se o caso de Gondomar, que tinha proveitos de aposento inferiores a Valongo em 2022, e em 2023 conseguiu até duplicar os proveitos de Valongo.

## 2.3

### CLIENTE MISTÉRIO VIRTUAL

---

O cliente mistério é uma ferramenta de gestão muito útil para monitorar o desempenho e melhorias dentro das organizações (Wereda & Grzybowska, 2014). Um cliente mistério é uma forma de recolha de dados e pesquisa de mercado utilizada para ajudar as marcas a medirem secretamente o atendimento ao cliente em vários pontos de contacto da jornada do consumidor. Pode ser utilizado para analisar conformidades regulares, padrões operacionais ou para reunir inteligência competitiva. O cliente mistério virtual permite o fornecimento de *insights* sobre os aspetos a melhorar ou oportunidades, de forma a alinhar estrategicamente uma determinada ação ou objetivo da empresa (Intouch Insight, 2022).

Com o objetivo de concentrar esta investigação apenas nas informações que o visitante necessita, foram adotados critérios específicos para avaliar a oferta deste destino. Esses critérios, mencionados anteriormente, consistem na avaliação de informações relacionadas à acessibilidade, atrações, atividades, alojamento e restauração, considerando que sejam estabelecimentos utilizados por turistas. Essa abordagem parte do princípio de que a definição de turismo não se refere à natureza dos bens e serviços oferecidos, mas sim a quem os consome.

Dessa forma, o cliente mistério virtual realiza uma pesquisa exaustiva por todas as informações disponíveis, simulando o comportamento de uma pessoa na etapa de planeamento da sua viagem ou visita. Os critérios estabelecidos são definidos a seguir, com o objetivo de estruturar as informações e facilitar a sua análise:

<b>Critério</b>	<b>Descrição</b>
<b>Acessibilidade</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Refere-se a todos os sistemas de transporte (rotas, terminais, veículos, etc.) que permitem o acesso ao destino em condições adequadas de relação custo-benefício. Esse conceito deve ser distinguido de "turismo acessível", que se limita à facilitação de visitas para turistas com necessidades especiais.</li></ul>
<b>Atrações</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Consideram-se todos os recursos naturais, culturais, patrimoniais, entre outros, que existem no território e que já foram adaptados para atrair turistas.</li></ul>
<b>Atividades</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Incluem todas as práticas que podem ser realizadas em diferentes espaços, como passeios de diversos tipos, desportos, cursos e oficinas, observação de animais, plantas ou objetos, e visitas a monumentos, entre outras.</li></ul>
<b>Restauração</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Refere-se aos estabelecimentos dedicados à venda de alimentos e bebidas que complementam ou fazem parte da experiência dos turistas.</li></ul>
<b>Alojamento</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Engloba todos os serviços que oferecem alojamento aos visitantes durante a sua estadia.</li></ul>

**Tabela 12.**

Critérios para Avaliação da Oferta Turística do Cliente Mistério Virtual.  
Fonte: Elaboração própria.

Foi realizada uma revisão exaustiva em diversos websites, começando pelo *Google*. A seguir, apresenta-se uma classificação dos *websites* consultados e as suas características. Para garantir a coerência e a veracidade das informações, o cliente mistério virtual focou a sua pesquisa exclusivamente em instituições fiáveis e *websites* reconhecidos. Assim, foram analisados portais de entidades de promoção turística, o *website* do município de Valongo, operadores privados e plataformas especializadas em avaliações de experiências.

A pesquisa começou por utilizar o mecanismo de pesquisa mais popular do mundo, o *Google*, onde foram feitas perguntas típicas de um visitante iniciante, como “O que visitar em Valongo?”. A partir disso, foram exploradas as principais entidades vinculadas ao turismo e sites de terceiros, como *Booking* e *Expedia*, que abrangem o setor de alojamento e entretenimento. Além disso, foram consultadas agências regionais de promoção turística, o *website* oficial do município e plataformas de avaliação de experiências, como *TripAdvisor*, bem como sites menores especializados em rotas e experiências, como *Komoot* e *Escapada Rural*.

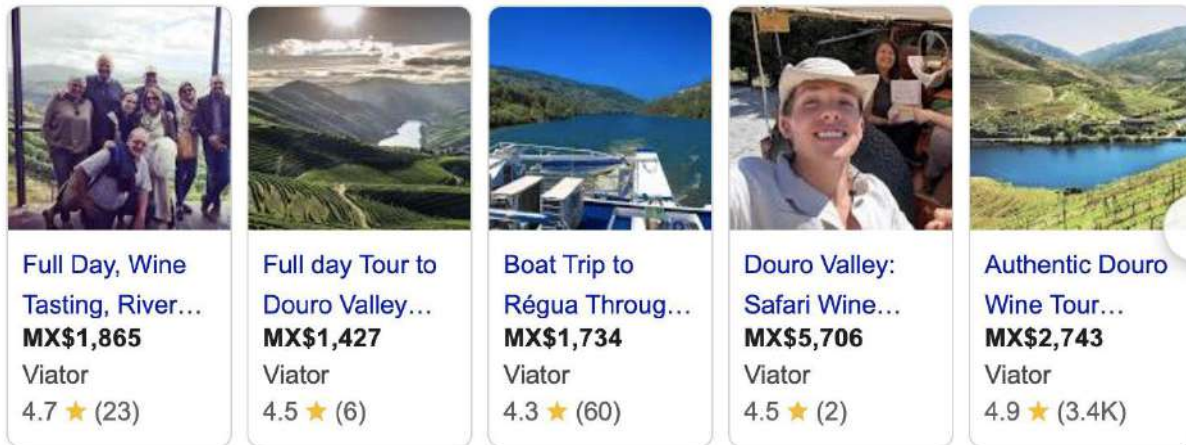
PLATAFORMA	SÍTIO WEB	TIPO DE SÍTIO	CRITÉRIO DE PESQUISA
Google Maps	google.pt	Plataformas de mapas e navegação	Acessibilidade
Rome2Rio	rome2rio.com	Plataformas de mapas e navegação	Acessibilidade
Tripadvisor	tripadvisor.com	Plataformas de avaliações e recomendações turísticas	Atrações
Expedia	expedia.com	Plataformas de reservar	Atrações
VisitPortugal	visitportugal.com	Plataformas oficiais de promoção turística	Atrações
Google	google.com	Metapesquisadores	Atrações
Tripadvisor	tripadvisor.com	Plataformas de avaliações e recomendações turísticas	Atividades
Komoot	komoot.com	Plataformas de avaliações e recomendações turísticas	Atividades
Booking	booking.com	Plataformas de reservas	Alojamento

**Tabela 13.**

Plataformas de informação utilizadas para o exercício de Cliente Mistério Virtual.  
Fonte: Elaboração própria.

Além do mencionado, foram encontrados outros locais específicos para analisar cada um dos critérios da oferta turística, que serão mencionados posteriormente.

Sponsored · Tickets & tours :



**Figura 2.**  
Exemplo de experiências encontradas pelo cliente virtual a partir do Porto.  
Fonte: google.com.

É igualmente importante especificar as primeiras “perguntas” feitas pelo cliente mistério virtual. Este exercício é realizado pela autora que nunca visitou previamente Valongo e o seu conhecimento da região. Por isso, inicialmente, o cliente mistério virtual tem dúvidas sobre como chegar, onde dormir e onde comer, o que fazer no destino, o que visitar e que condições existem para garantir o seu conforto. Assim, o cliente mistério virtual efetuou uma pesquisa no *Google* utilizando os seguintes termos de pesquisa:

Critério	Termos de Pesquisa
<b>Acessibilidade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Como chegar a Valongo</li> </ul>
<b>Atrações</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O que visitar em Valongo</li> <li>• O que ver em Valongo</li> </ul>
<b>Atividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• O que fazer em Valongo</li> <li>• Atividades em Valongo</li> <li>• Tours em Valongo</li> </ul>
<b>Restauração</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onde comer em Valongo</li> <li>• Restaurantes em Valongo</li> </ul>
<b>Alojamento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Onde dormir em Valongo</li> <li>• Hotéis em Valongo</li> </ul>

**Tabela 14.**  
Termos de Pesquisa para Avaliação da Oferta Turística do Cliente Mistério Virtual.  
Fonte: Elaboração própria.

Finalmente, para cada tema, foi realizada uma análise individual que permite justificar os elementos que serão incluídos no diagnóstico posterior, destacando tanto os aspetos positivos (forças e oportunidades) como os negativos (ameaças e fraquezas).

Os resultados do trabalho do cliente mistério virtual, realizado entre os dias 4-10 de novembro de 2024, foram os seguintes.

### 2.3.1 ACESSIBILIDADE

Dado o importante papel da acessibilidade na redução das distâncias e na ligação entre as pessoas, o cliente mistério virtual prestou especial atenção a este tópico. Assim, procurou os termos “como chegar a Valongo” e “transportes em Valongo” no motor de pesquisa acima mencionado para aceder a informação sobre o tópico.

Ao pesquisar os termos acima mencionados, apareceram vários resultados, e o cliente mistério virtual utilizou os seguintes *websites* para resolver as suas dúvidas:

- Google Maps
- Rome2Rio

Através da consulta destes sítios web, o cliente mistério concluiu que existem poucos meios de transporte para chegar a Valongo (cidade) e que o município conta com uma boa rede viária dentro do contexto da região Norte. Valongo encontra-se apenas a 15 minutos e 18,8 km de carro, pela autoestrada A4, a partir do aeroporto mais próximo (aeroporto Francisco de Sá Carneiro, no Porto), o que é uma força do território, se bem que não contribui para o foco deste documento pelo facto do objetivo do mesmo ser o aproveitamento de fluxos de turistas já em destino (área metropolitana).

Para chegar a Valongo a partir do Aeroporto Porto (Francisco Sá Carneiro) através de transportes públicos, existem várias opções de itinerário, combinando diferentes meios de transporte. Em primeiro lugar, é necessário deslocar-se do aeroporto até uma das estações ferroviárias do Porto, e seguir de comboio até Valongo. Um exemplo de itinerário seria o seguinte:

- 1º, apanhe o autocarro 3M na paragem do aeroporto, que segue em direção ao centro do Porto. Esta viagem demora aproximadamente 28 minutos até à zona da Av. Aliados.
- 2º, apanhe um transfer e caminhe cerca de 7 minutos da Av. Aliados até à estação de comboios do “Porto São Bento”.
- 3º, apanhe o comboio suburbano em “Porto São Bento” em direção a Marco de Canaveses, com duração aproximada de 24 minutos até à estação de “Valongo”.

Os percursos completos do aeroporto até Valongo demoram cerca de 1 hora, combinando autocarro e comboio.

Da mesma forma, é possível chegar a Valongo a partir do Porto com uma viagem entre 19 e 40 minutos de comboio ou autocarro dependendo do meio e ponto de origem escolhido.

## 2.3.2 ATRAÇÕES

Após pesquisar os termos mencionados, surgiram vários resultados, e o cliente mistério recorreu aos seguintes *websites* para esclarecer as suas dúvidas:

### 2.3.2.1 Análise da informação no *website* "Tripadvisor" sobre Valongo

O Tripadvisor é uma das maiores plataformas de viagens do Mundo que permite aos turistas potencializarem as suas experiências nas viagens. O website possui milhões de avaliações e opiniões sobre alojamentos, restaurantes, experiências, companhias aéreas e cruzeiros (Tripadvisor, 2024).

As informações apresentadas a seguir foram obtidas a partir de dados recolhidos do Tripadvisor, considerando critérios como avaliações e avaliações dos viajantes, número de visualizações de páginas e localização do usuário. Como resultado, foram identificados um total de 16 localidades, que são detalhadas a seguir.

ATRAÇÃO	PONTUAÇÃO	CLASSIFICAÇÃO
Museu da Lousa	4.50 de 5.0 com 12 opiniões	Museus especializados
Oficina da Regueifa e do Biscoito de Valongo	5.0 de 5.0 com 2 opiniões	Museus de história
Igreja Matriz de Valongo	5.0 de 5.0 com 1 opinião	Igrejas e catedrais
Centro Hípico de Valongo	5.0 de 5.0 com 2 opiniões	Passeios a cavalo
Capela Nossa Senhora das Neves	4.0 de 5.0 com 1 opinião	Lugares religiosos
Capela da Nossa Senhora da Hora	-	Lugares religiosos
Studio Bar Lounge	4.50 de 5.0 com 17 opiniões	Bares e pubs
Kelly Boris Esteticista	-	Spas
Oferrovelho	-	Lojas de presentes
Elenkllustre Montagens Elétricas	-	Lojas de Presentes
Crislú	-	Lojas de Presentes
New Look	5.0 de 5.0 com 1 opinião	Lojas de Presentes
Arya Balance	-	Passeios autoguiados e alugueres
José Alberto Magalhães Figueiredo	-	Táxis e outros serviços de transporte
WGT Adventure	-	Tours culturais
Green Porto Tour	-	Tours culturais

**Tabela 15.**  
Informação no site "Tripadvisor" sobre Valongo.  
Fonte: Elaboração própria.

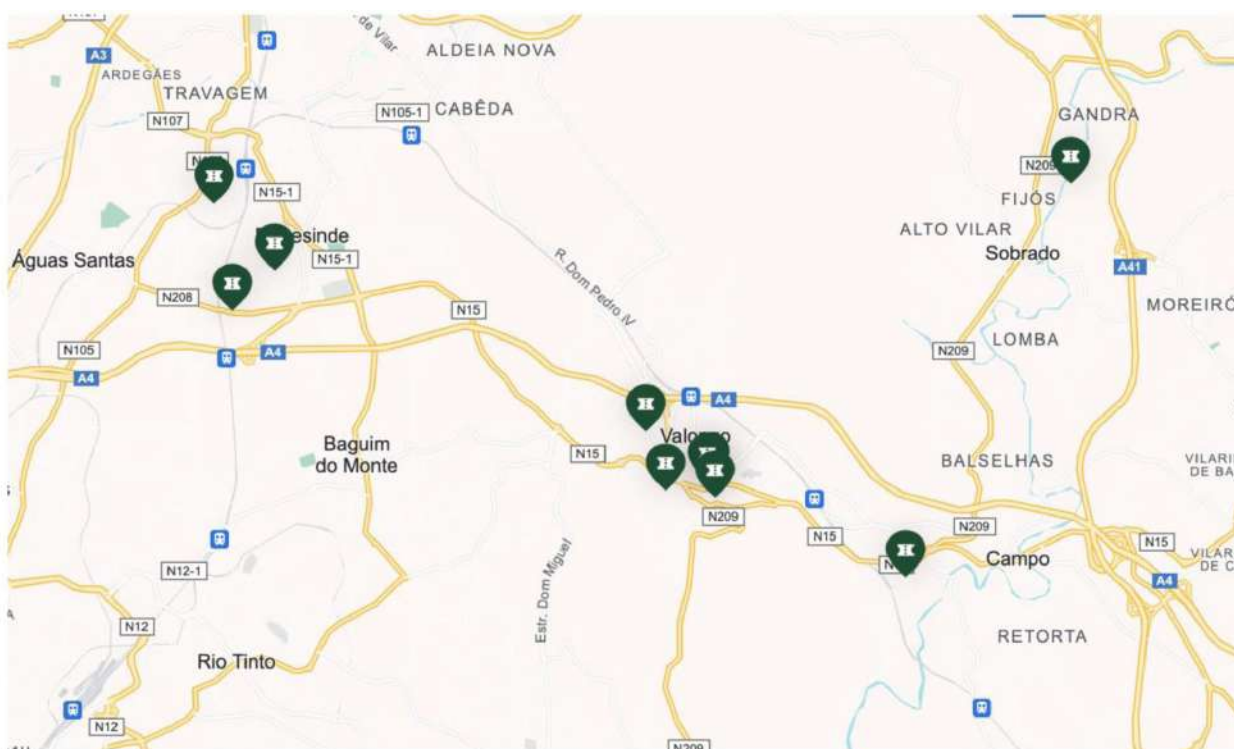
A partir desta análise, podemos notar, em primeiro lugar, a baixa quantidade de avaliações. Exceto pelo Museu da Lousa e o Studio Bar Lounge, a maioria dos locais possui poucas opiniões. Isso dificulta uma avaliação mais fidedigna sobre a qualidade e popularidade das atrações.

Podemos identificar também atrações sem classificação, como a Capela da Senhora da Hora, algumas lojas de presentes e serviços como o de José Alberto Magalhães Figueiredo, que não contam com avaliações nem classificações, o que pode indicar baixo interesse turístico ou promoção insuficiente.

Em terceiro lugar, observa-se que os locais apresentados não são, em sua maioria, do tipo turístico. Alguns deles são lojas de presentes ou serviços de beleza, voltados principalmente para usuários locais.

Além disso, a classificação de alguns locais está incorreta. Por exemplo, o Arya Balance aparece como “Tours autoguiados e alugueres”, mas, pela descrição, comentários e fotos, parece ser um SPA. Outro exemplo é José Alberto Magalhães Figueiredo, classificado como “Táxis e outros serviços de transporte”, mas cuja descrição apresenta o seguinte texto: “As visitas guiadas às montanhas do Porto - Valongo que realizamos são excursões de jipe, combinando estradas asfaltadas e de terra. Somos um negócio familiar. A duração é de aproximadamente 3 a 4 horas, geralmente (no período da manhã ou tarde, a combinar), percorrendo os pontos de maior interesse turístico da região (miradouros, vilas tradicionais, capelas, igrejas, paisagens naturais e outros pontos de interesse).” Esta descrição colocaria-o como uma experiência de *tours*, e, além disso, não há dados de contacto disponíveis, e o *website* não está funcional. Por fim, a atividade WGT Adventure aparece como “*tours* culturais”, quando, na realidade, segundo seu perfil, “A WGT Adventure tem como principal objetivo a dinamização, promoção e organização de atividades desportivas com foco no BTT, Trail, Ciclismo de Estrada e Atletismo”.

De uma forma geral, a informação é insuficiente em relação a fotografias, descrições, dados de contacto, avaliações e classificações.



**Figura 3.**

Mapa de atividades e atrações em Valongo.  
Fonte: Tripadvisor (2024).

### **Pontos fortes “óbvios”**

O Museu da Lousa e a Oficina Da Regueifa e do Biscoito são pontos-chave que já estão posicionados positivamente e poderão tornar-se pilares para a promoção do turismo na região.

### **Oportunidades de diversificação**

Embora haja menção a atividades culturais, religiosas e de lazer, a falta de avaliações indica que ainda não são suficientemente reconhecidas pelos turistas. Iniciativas para melhorar a experiência em passeios e atividades guiadas poderiam aumentar a atração.

### **Avaliação de produtos turísticos não consolidados**

Elementos como lojas de presentes e alguns serviços específicos necessitam de uma revisão para determinar se podem ser eficazmente integrados na oferta turística ou se devem concentrar-se no mercado local.

#### **Recomendações:**

- Implementar campanhas de promoção turística que incentivem os visitantes a deixar comentários em plataformas como o Tripadvisor.
- Concentrar esforços na melhoria da visibilidade de pontos com elevadas classificações mas poucas opiniões, como o Gabinete Da Regueifa e o Centro Hípico.
- Desenvolver estratégias específicas para posicionar atividades e serviços de baixa exposição, como passeios culturais e experiências de caminhadas.
- Considerar alianças entre atrações turísticas para oferecer pacotes ou roteiros integrados que facilitem que o visitante explore diversos pontos numa única experiência.

### 2.3.2.2 Análise da informação no website "Expedia" sobre Valongo

Sítios mais populares para visitar:

SÍTIO	DESCRIÇÃO
<b>1. CENTRO COMERCIAL CONTINENTE</b>	NA SUA VIAGEM A VALONGO, PODERÁ COMPRAR PRESENTES PARA LEVAR PARA CASA NO CENTRO COMERCIAL CONTINENTE. DESCUBRA OS SABORES DESTA ZONA, PERFEITA PARA EXPLORAR A PÉ NAS SUAS PROPOSTAS DE PASSEIOS NOTURNOS, E APROVEITE TAMBÉM PARA PARTICIPAR EM DIVERSOS PASSEIOS.
<b>2. BIBLIOTECA MUNICIPAL VALONGO</b>	DEPOIS DE VISITAR BIBLIOTECA MUNICIPAL DE VALONGO, RESERVE TEMPO PARA EXPLORAR MAIS ATRAÇÕES DE VALONGO. AO VISITAR ESTA ÁREA TRANQUILA, RESERVE UM TEMPO PARA EXPLORAR AS LOJAS E TAMBÉM PARTICIPAR EM DIVERSOS PASSEIOS.
<b>3. CATEDRAL DE VALONGO</b>	APRENDA SOBRE A HISTÓRIA DE VALONGO COM UMA VISITA À SÉ CATEDRAL DE VALONGO. DESCUBRA OS SABORES DESTA ZONA, PERFEITA PARA EXPLORAR A PÉ NAS SUAS PROPOSTAS DE PASSEIOS NOTURNOS, E APROVEITE TAMBÉM PARA PARTICIPAR EM DIVERSOS PASSEIOS.
<b>4. MUSEU DA LOUSÃ</b>	PASSE UM DIA VENDO AS EXPOSIÇÕES NO MUSEU DA LOUSA, NO CAMPO. DESCUBRA OS SABORES DESTA ZONA, PERFEITA PARA EXPLORAR A PÉ NAS SUAS PROPOSTAS DE PASSEIOS NOCTURNOS, E APROVEITE TAMBÉM PARA PARTICIPAR EM DIVERSOS PASSEIOS.
<b>5. SANTA JUSTA CHURCH</b>	PARA COMPREENDER MELHOR A HISTÓRIA DE VALONGO, BASTA VISITAR A IGREJA DE SANTA JUSTA. QUANDO ESTIVER NA REGIÃO, LEMBRE-SE DE RESERVAR UM TEMPO PARA FAZER COMPRAS E PASSEAR PELOS SEUS INTERESSANTES MONUMENTOS.

**Tabela 16.**

Sítios publicados como atrações na plataforma Expedia.  
Fonte: Elaboração própria.

Como primeiro ponto, podemos observar uma relevância limitada dos sítios culturais e naturais da lista. Embora sejam mencionados a Sé de Valongo, o Museu da Lousa e a Igreja de Santa Justa, a presença de um centro comercial (Continente) como local de destaque sugere uma orientação limitada para as atrações culturais e naturais do território. Este facto pode ser devido a:

- A perceção dos usuários da Expedia, que podem estar priorizando locais de fácil acesso ou atividades convenientes, como compras.
- Falta de divulgação na plataforma das atrações mais emblemáticas de Valongo, como os seus percursos pedestres, o Parque Paleozóico ou a Aldeia de Couce.

A descrição da maioria dos sítios sublinha que Valongo é uma zona “perfeita para explorar a pé”. Isto pode ser interpretado como uma vantagem competitiva, mas também devido ao formato das descrições pode ser devido a um texto “padrão” que a plataforma utiliza para complementar as descrições automaticamente. No mesmo sentido, podemos notar que as recorrentes menções a “propostas de passeios noturnos” e “passeios” indicam que a experiência turística em Valongo está intimamente ligada a atividades complementares (compras, vida noturna e visitas guiadas). Esta afirmação pode ser duvidosa, uma vez que pouca ou nenhuma informação foi encontrada sobre ambos os conceitos.

O conteúdo não destaca suficientemente elementos distintivos como a tradição da regueifa e dos biscoitos, os percursos históricos da Serra de Santa Justa ou intervenções artísticas como a VIA ou a CAL. Esta lacuna poderá estar a limitar a capacidade de Valongo se posicionar como um destino único no mercado turístico.

Oportunidades de melhoria:

- Redefinir a estratégia de promoção na Expedia: Valongo poderia aproveitar a plataforma para destacar com mais precisão os seus elementos únicos, tais como:
  - Atrações culturais (Museu da Lousa, tradição gastronómica local).
  - Percursos naturais e atividades ao ar livre (Serras de Valongo, Parque Paleozóico).
- Promover experiências diferenciadas: Incorporar opções mais estruturadas como visitas guiadas, oficinas culturais ou roteiros gastronómicos na descrição dos locais. Isso melhoraria a perceção do município como um destino com experiências imersivas.
- Focar a comunicação no património e na sustentabilidade: A ligação de Valongo com a sua história, as suas tradições locais e o seu ambiente natural poderá ser um ponto chave para se diferenciar de outros destinos.

As informações de Valongo na Expedia refletem um perfil turístico básico focado em atividades práticas e atrações de fácil acesso. Para aproveitar ao máximo esta plataforma, o município deve trabalhar para melhorar a representação dos seus elementos culturais e naturais distintivos, bem como estruturar experiências que enriqueçam a perceção do visitante e aumentem a sua atratividade como destino turístico abrangente.

### 2.3.2.3 Análise da informação no website "Visit Portugal" sobre Valongo

O website oficial Visit Portugal oferece uma visão geral das características e atrações de Valongo, apresentando informações organizadas em secções que abordam a história, opções gastronómicas, alojamento e transporte. A seguir, é feita uma análise detalhada de cada aspeto:

#### **Apresentação geral sobre Valongo**

A descrição inicial posiciona Valongo como uma extensão da cidade do Porto, destacando a sua origem romana e a relevância histórica da mineração de ouro na região. Embora seja descrita como uma cidade moderna e dinâmica, o texto enfatiza a preservação de elementos culturais do século XVIII e XIX, especialmente a tradição local de produção de pão e biscoitos. Essa apresentação é eficaz em transmitir a singularidade de Valongo, combinando história e tradição. No entanto, a descrição poderia ser ampliada para incluir mais detalhes sobre as atrações específicas, como as Serras de Porto, que também são elementos importantes da identidade turística do município.

## Onde comer

A secção dedicada à gastronomia apresenta três restaurantes em Valongo, com informações básicas como telefone, *e-mail* e *links* para os websites dos estabelecimentos. Os restaurantes mencionados são:

- A Regional Valonguense: Focado na culinária tradicional.
- Jardim: Sem maiores detalhes na descrição.
- Senhor Churrasco: Especializado em churrasco.

A lista é funcional, mas limitada, considerando a diversidade gastronómica que Valongo pode oferecer. Além disso, os filtros disponíveis, como acessibilidade, ar-condicionado e vista panorâmica, ajudam a refinar a pesquisa, mas os resultados são restritos. Seria interessante expandir essa secção com mais opções e incluir informações sobre pratos típicos ou eventos gastronómicos relacionados à tradição da regueifa e biscoitos, que são marcas culturais de Valongo.

## Onde dormir

A secção de alojamento destaca quatro opções:

- Hotel Alto de Valongo Motel
- Hotel Portas de Santa Rita
- Motel Avenue Hotel
- Park Hotel Porto Valongo

Cada hotel apresenta informações práticas, como a telefónico, *e-mail* e *website*, mas há pouca descrição sobre os serviços e características únicas de cada estabelecimento. Assim como na secção de gastronomia, os filtros são úteis, mas os resultados limitados não representam toda a oferta de alojamento em Valongo. Além disso, a ausência de avaliações ou comentários pode dificultar a escolha do visitante.

## Transporte

A funcionalidade da secção “*Getting here*” foi limitada, já que as ferramentas de pesquisa para seleccionar o tipo de transporte e o ponto de partida não funcionaram. Isso representa uma falha significativa, pois informações claras e funcionais sobre como chegar ao destino são essenciais para facilitar o planeamento da viagem e atrair turistas.



**Figura 4.**  
Mapa de Valongo na plataforma Visit Portugal.  
Fonte: Visit Portugal.

Embora o *website* Visit Portugal ofereça uma base informativa sobre Valongo, a sua abordagem é limitada e pouco detalhada em relação ao potencial turístico do município. Melhorias na variedade de opções, detalhamento das descrições e correção de ferramentas técnicas são necessárias para apresentar Valongo como um destino turístico atrativo e bem estruturado. Com ajustes, o website pode tornar-se uma ferramenta eficaz para promover o turismo em Valongo e fortalecer o seu posicionamento na região.

#### 2.3.2.4 Google - *Top sights in Valongo*

Ao realizar a pesquisa na plataforma *Google*, é gerado automaticamente um resultado intitulado de “*Top sights in Valongo*”. Esses resultados são classificados principalmente com base na popularidade, considerando a frequência com que os locais são mencionados na *web* e a proximidade em relação ao destino pesquisado.

As avaliações apresentadas não foram verificadas como visitas e experiências confirmadas. No entanto, o *Google* realiza verificações e remove conteúdos falsos sempre que são identificados. Além disso, os preços indicados são baseados no ingresso padrão para adultos e podem variar de acordo com o tipo de bilhete, as datas ou a elegibilidade para descontos.

É importante destacar que este resultado é gerado como parte da pesquisa e não corresponde a um anúncio. Apenas os anúncios pagos aparecem identificados com os rótulos “Patrocinado” ou “Anúncio”.

Ao analisar os resultados da pesquisa “*Top sights in Valongo*” no Google, observa-se que aproximadamente metade dos locais listados estão, de facto, situados em Valongo. Entre os exemplos mais relevantes localizados no município estão a Igreja Paroquial de Valongo, o Parque das Serras do Porto, a Oficina da Regueifa e do Biscoito, e o Museu da Lousa. Esses pontos destacam o património cultural, natural e gastronómico característico de Valongo.

Por outro lado, a outra metade dos resultados refere-se a locais em municípios próximos, especialmente no Porto e na área metropolitana, como a Ponte Luís I, a Catedral do Porto e o Estádio do Dragão. Esses pontos, embora populares e bem avaliados, não pertencem ao território de Valongo, o que demonstra uma classificação ampla por parte do Google, baseada na proximidade geográfica e na frequência de menções na web.

Essa divisão aproximadamente equilibrada entre atrações em Valongo e em áreas adjacentes reflete a necessidade de maior clareza na delimitação geográfica dos resultados. Apesar disso, evidencia-se que Valongo possui elementos importantes e únicos que podem ser mais explorados para atrair visitantes, como o seu património natural nas Serras do Porto e as suas tradições culturais e gastronómicas.

## Top sights in Valongo :



**Figura 5.**

Exemplos de atrações em Valongo segundo o Google.com “*Top Sights in Valongo*”.  
Fonte: Google.com “O que fazer em Valongo”.

ATRAÇÃO	CATEGORIA	AValiação	LOCALIZAÇÃO
Igreja Paroquial de Valongo	Igreja Católica	4.7 estrelas de 761 opiniões	Valongo
Oficina da Regueifa e do Biscoito	Museu	4.8 estrelas de 219 opiniões	Valongo
Museu da Lousa	Museu	4.5 estrelas de 63 opiniões	Valongo
Clube Hípico de Valongo	Escola de Equitação	4.5 estrelas de 79 opiniões	Valongo
Senhora da Hora	Localidade	N/D	Matosinhos
Ponte Luís I	Ponte	4.8 estrelas de 84k opiniões	Porto
Capela Nossa Senhora das Neves (Luz)	Igreja Católica	4.5 estrelas de 22 opiniões	Valongo
Catedral do Porto	Catedral	4.6 estrelas de 31k opiniões	Porto
Parque das Serras do Porto	Parque ecológico	4.6 estrelas de 716 opiniões	Valongo
Estádio do Dragão	Estádio	4.7 estrelas de 41K opiniões	Porto
Museu Municipal e Arquivo Histórico de Valongo	Museu	4.3 estrelas de 82 opiniões	Valongo
Estação de São Bento	Estação de comboio	4.7 estrelas de 4.3K opiniões	Porto
Centro de Interpretação Ambiental e da Mineração Romana (CIAMR)	Recursos naturais renováveis e ambiente	5.0 estrelas de 1 opinião	Valongo
Parque Nascente Shopping	Centro comercial	4.3 estrelas de 38K opiniões	Porto
House Malta – Museu de Mineração	Museu	4.4 estrelas de 210 opiniões	Gondomar
Mosteiro de Leça do Balio	Mosteiro	4.7 estrelas de 2.3K opiniões	Matosinhos
Serra de Santa Justa	Pico montanhoso	4.7 estrelas de 107 opiniões	Valongo
Zoo da Maia	Zoológico	4.2 estrelas de 8.2K opiniões	Maia
Arya Balance	Centro de bem-estar	5.0 estrelas de 79 opiniões	Valongo
O FerroVelho	Loja de Informática	4.5 estrelas de 51 opiniões	Valongo

**Tabela 17.**

Atrações em Valongo segundo o Google “Top Sights in Valongo”.  
Fonte: Elaboração própria a partir de Google “Top Sights in Valongo”.

A análise dos resultados revela que das atrações listadas, destacam-se o Parque das Serras do Porto, com o maior número de opiniões entre as atrações naturais, e a Oficina da Regueifa e do Biscoito, que combina tradição cultural e gastronómica de forma única. Esses locais são representativos do potencial turístico de Valongo, mas ainda enfrentam desafios para alcançar a mesma visibilidade de atrações localizadas em municípios vizinhos.

Por outro lado, as atrações fora de Valongo, como a Ponte Luís I e a Catedral do Porto, possuem uma visibilidade significativamente maior, refletida pelo alto número de opiniões e pelo reconhecimento internacional. Isso indica que Valongo compete diretamente com destinos amplamente estabelecidos na região metropolitana do Porto, o que dificulta sua posição como destino turístico independente.

As atrações em Valongo apresentam boas avaliações, mas o número de opiniões é consideravelmente menor em comparação aos pontos turísticos do Porto. Isso evidencia a necessidade de estratégias mais robustas de *marketing* e promoção para aumentar a visibilidade e atratividade do município.

Por fim, Valongo tem um rico património natural, cultural e gastronómico que poderia ser mais explorado e integrado às rotas turísticas regionais. Investir em infraestruturas, divulgação e criação de experiências diferenciadas pode posicionar Valongo como um destino complementar ao Porto, atraindo visitantes que busquem autenticidade e contacto com a natureza.

Do exercício do cliente mistério concluiu-se que a identificação das atrações turísticas específicas de Valongo pode ser um desafio devido à mistura de informação com a oferta do Porto e à falta de fontes oficiais dedicadas exclusivamente a Valongo. No entanto, após uma investigação exaustiva, foram identificados os seguintes pontos de interesse dentro do município.

## Atrações

- Museu da Lousa  
Museu dedicado à história da extração e benefícios da ardósia, indústria tradicional da região
- Oficina da Regueifa e do Biscoito de Valongo  
Espaço que celebra a tradição local da regueifa e dos biscoitos, oferecendo *workshops* e degustações.
- Igreja Matriz de Valongo  
Igreja matriz de Valongo, destaca-se pela sua arquitetura e valor histórico.
- Centro Hípico de Valongo  
Centro hípico que oferece atividades relacionadas com passeios a cavalo e provas equestres.
- Capela Nossa Senhora das Neves  
Capela histórica dedicada a Nossa Senhora das Neves, situada num cenário pitoresco.

- Parque Paleozóico  
Parque natural que se destaca pelas formações geológicas e fósseis do período Paleozóico.
- Aldeia de Couce  
Aldeia tradicional que oferece uma visão da arquitetura e do estilo de vida rural da região.
- Parque da Cidade de Valongo  
Espaço verde urbano ideal para atividades ao ar livre e lazer.
- Serras de Valongo  
Conjunto de formações montanhosas que constituem um dos principais atrações naturais do município. Fazem parte do Parque das Serras do Porto, uma área protegida que abrange cerca de 6.000 hectares e se estende pelos concelhos de Valongo, Gondomar e Paredes. Possui uma rede de trilhos marcadas que facilitam a exploração destas áreas naturais. Além disso, o parque promove atividades como *mountain bike* e observação de aves, oferecendo uma experiência completa aos amantes da natureza.
- Serra de Santa Justa  
Conhecida pelos seus percursos pedestres que oferecem vistas panorâmicas e a possibilidade de observar uma rica biodiversidade. Um dos percursos populares é o “Trilho dos Romanos”, que permite explorar antigos vestígios romanos da zona.
- Serra de Pias  
Oferece trilhos que atravessam paisagens naturais e permitem a observação da flora e fauna nativas. Reformular o Trono Romano de Pias.
- Serra de Castiçal  
Destaca-se pelas suas formações geológicas e é ideal para atividades de caminhadas e observação da natureza. É considerado para este exercício, uma vez que o percurso passa por 3 concelhos: Gondomar, Valongo e Paredes. Portanto, embora não seja exclusivo do Valongo, está incluído.

## Festividades

- Festa da Bugiada e Mouriscada  
Festa tradicional que representa a luta entre cristãos e mouros, celebrada anualmente no dia 24 de junho.
- Magic Valongo  
Festival internacional de magia que se celebra anualmente em Setembro, atraindo mágicos de todo o mundo.

### 2.3.3 ATIVIDADES

Após pesquisar os termos mencionados, surgiram vários resultados, e o cliente mistério recorreu aos seguintes *websites* para esclarecer as suas dúvidas:

#### 2.3.3.I. Análise da oferta de atividades em Valongo na plataforma Tripadvisor

A análise das atrações identificadas no Tripadvisor para Valongo mostra uma oferta diversificada, porém, grande parte das atividades destacadas não está localizada diretamente em Valongo, mas sim em áreas próximas. A página menciona *tours* e atrações que, na sua maioria, são realizadas em destinos populares como o Porto ou o Vale do Douro. Valongo é citado apenas como um ponto de referência geográfica, sem destaque claro para atividades únicas na região.

Todas as atividades têm avaliações excelentes (5.0 de 5.0), indicando a alta satisfação dos participantes. A maioria das atividades envolve vinícolas, degustações de vinho, cruzeiros e *tours* culturais no Porto, o que sugere que Valongo ainda não é visto como um destino principal para turismo.

ATIVIDADE	DURAÇÃO	PONTUAÇÃO
Tour Completo do Vinho do Vale do Douro com Almoço, Degustações de Vinho e Cruzeiro pelo rio	A atividade dura 10 horas	5.0 de 5.0 com 7.855 opiniões
Douro Histórico: Tour com Almoço, Visita e Degustação numa vinha e Cruzeiro Panorâmico	A atividade dura 10 horas	5.0 de 5.0 com 3.117 opiniões
Tour Autêntico do Vinho do Douro com Almoço Incluído	A atividade dura 9 a 10 horas	5.0 de 5.0 com 2.076 opiniões
Porto: Excursão de Degustação de Comida e Vinhos de 3 Horas	A atividade dura 3 horas	5.0 de 5.0 com 1.140 opiniões
Tour a pé pelo Porto, Livraria Lello, Cruzeiro pelo Rio e Teleférico	A atividade dura 4 horas	9.6 de 10 com 23 opiniões
Excursão pelos Armazéns de Vinho em Oporto, Incluindo 7 Degustações de Vinho	A atividade dura 3 horas e 30min	5.0 de 5.0 com 917 opiniões
Tour pelo Vale do Douro: 2 Visitas a Vinhedos, Cruzeiro pelo Rio e Almoço na Vinícola	A atividade dura 10 horas	5.0 de 5.0 com 1.654 opiniões
Rota pelo Vale do Douro com 3 Vinícolas Diferentes e Almoço Incluído (Grupos Pequenos)	A atividade dura 9 horas	5.0 de 5.0 com 1.213 opiniões
Passadiços do Paiva e Aveiro	A atividade dura 9 horas	5.0 de 5.0 com 147 opiniões
Disfrute do Encanto de Porto: Visita a pé Guiada de 3 Horas	A atividade dura 3 horas	5.0 de 5.0 com 931 opiniões

**Tabela 18.**

Propostas de atividades no Tripadvisor.  
Fonte: Elaboração própria com base no TripAdvisor (2024).

Embora Valongo seja mencionado na plataforma, as atrações identificadas pertencem principalmente ao Porto e ao Vale do Douro, indicando que a cidade ainda não está posicionada como um destino turístico independente, e por isso não conta com destaque próprio.

Se Valongo deseja atrair mais visitantes, seria importante criar experiências únicas na região (por exemplo, rotas de *trekking*, turismo rural ou cultural) e promovê-las de forma mais visível na plataforma.

A popularidade das atividades relacionadas ao vinho e à cultura no Porto e Douro sugere que Valongo poderia capitalizar em rotas ou experiências complementares, conectadas a esses temas. Valongo ainda tem muito potencial inexplorado para se tornar um destino turístico relevante

### 2.3.3.2. Análise da oferta de atividades em Valongo na plataforma Komoot

A plataforma Komoot apresenta uma oferta diversificada de atividades relacionadas a Valongo, mas com algumas observações importantes a serem feitas.

Uma das dificuldades enfrentadas pelo cliente mistério virtual foi a mistura entre atividades e atrações turísticas. No caso da plataforma Komoot, o termo de pesquisa utilizado foi “o que fazer em Valongo”, que corresponde às atividades. No entanto, os resultados apresentados referem-se a “Os melhores sítios para ver em Valongo” e, finalmente, a maioria trata-se de rotas, ou seja, mapas com os caminhos a seguir para atividades como caminhada, ciclismo, corrida, entre outras. Os locais mencionados como “20 melhores sítios para ver” (Sé de Porto, Ponte Dom Luís I, Estação de São Bento, entre outros) não estão localizados em Valongo, mas em cidades próximas, como o Porto. Isso pode gerar confusão para os usuários que esperam informações específicas sobre Valongo.

Essa discrepância sugere que a categorização inicial da página combina atrações de áreas vizinhas ao invés de focar exclusivamente em Valongo, o que dilui a relevância específica do destino. Após a secção inicial, a plataforma apresenta um conjunto relevante de rotas localizadas em Valongo, que são o verdadeiro destaque da página.

ATIVIDADE	ROTAS	PONTUAÇÃO
Sé do Porto	-	-
Fantástica vista da ponte sobre o casco antigo	-	-
Ponte D.Luís I	-	-
Estação de São Bento	-	-
Rotas em bicicleta	36 rotas	4.0 (12) 578 pessoas já realizaram a rota
Rotas em bicicleta de estrada em Valongo	46 rotas	4.7 (13) 878 pessoas já realizaram a rota
Rotas de trekking/caminhada em Valongo	13 rotas	4.5 (128) 962 pessoas já realizaram a rota
Rotas de MTB em Valongo	33 rotas	4.9 (8) 239 pessoas já realizaram a rota
Rotas para correr em Valongo	29 rotas	5.0 (2) 213 pessoas já realizaram a rota

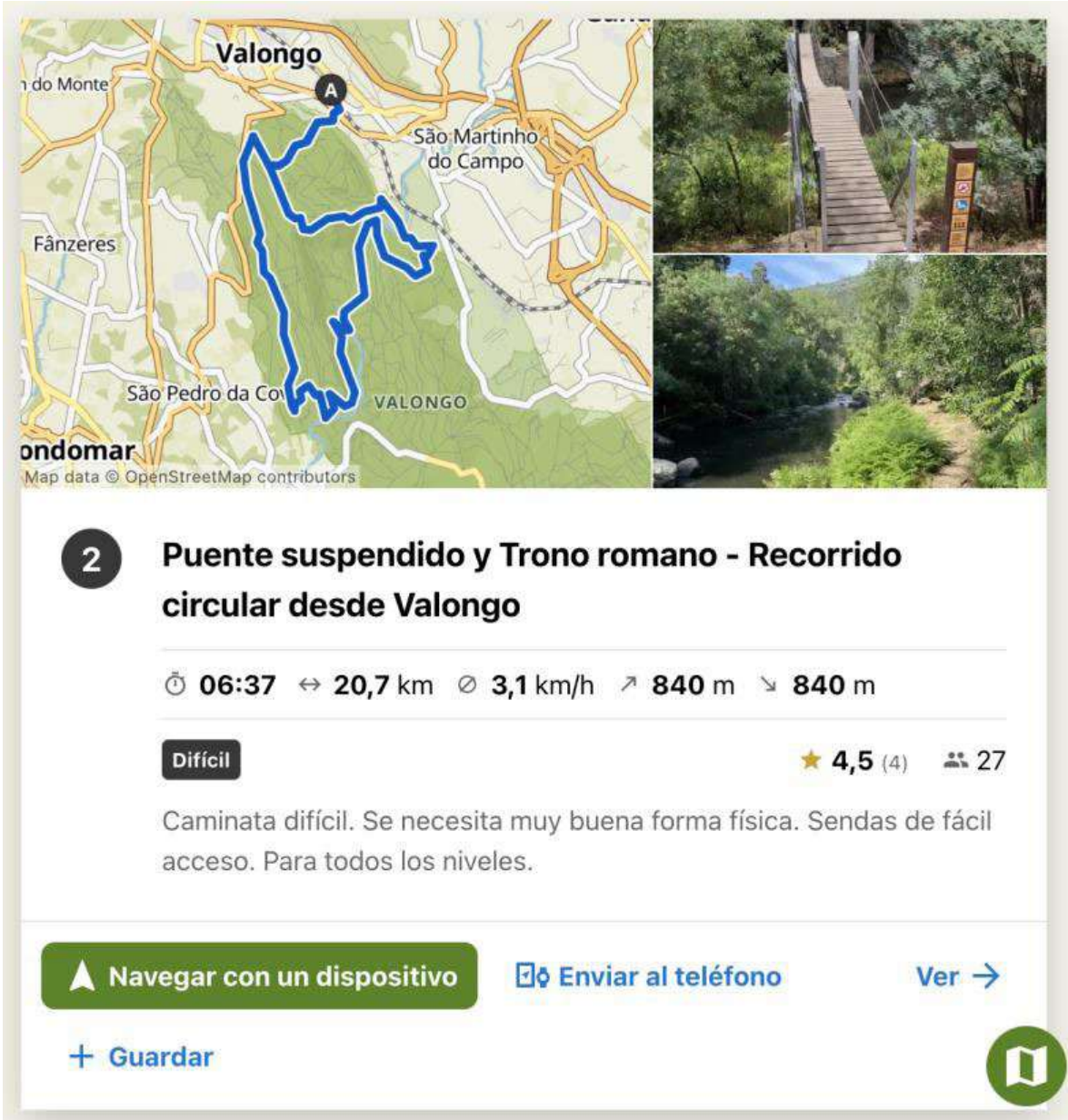
**Tabela 19.**

Oferta de atividades em Valongo na plataforma Komoot.  
Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos de Komoot (2024).

A oferta de atividades em Valongo na plataforma Komoot é sólida em termos de rotas ao ar livre, especialmente para *trekking* e ciclismo (tanto de estrada como MTB). No entanto, a categorização inicial da página, que mistura atrações de outras cidades, pode prejudicar a perceção do público sobre Valongo como um destino próprio.

Para fortalecer a relevância de Valongo na plataforma:

- A página poderia priorizar as rotas de *trekking*, ciclismo e corrida, que são claramente as principais atrações da região.
- Destacar mais informações e imagens sobre o contexto natural de Valongo ajudaria a diferenciá-lo como um destino único e autêntico.
- Aproveitar a alta satisfação dos usuários (especialmente nas rotas de MTB e corrida) para atrair mais visitantes com campanhas de marketing específicas.



The image shows a screenshot of a hiking route on the Komoot platform. On the left, a map displays a blue circular route starting and ending in Valongo, passing through São Martinho do Campo and São Pedro da Co. To the right, two photographs show a wooden suspension bridge and a river valley. Below the map, the route title is '2 Puente suspendido y Trono romano - Recorrido circular desde Valongo'. The route details are: 06:37, 20,7 km, 3,1 km/h, 840 m ascent, and 840 m descent. The difficulty is 'Difícil' with a 4.5 star rating from 4 reviews and 27 users. A description states: 'Caminata difícil. Se necesita muy buena forma física. Sendas de fácil acceso. Para todos los niveles.' At the bottom, there are buttons for 'Navegar con un dispositivo', 'Enviar al teléfono', 'Ver', and 'Guardar', along with a Komoot logo.

**2** **Puente suspendido y Trono romano - Recorrido circular desde Valongo**

🕒 06:37 ↔ 20,7 km ⚙️ 3,1 km/h ↗️ 840 m ↘️ 840 m

**Difícil** ★ 4,5 (4) 👤 27

Caminata difícil. Se necesita muy buena forma física. Sendas de fácil acceso. Para todos los niveles.

▲ Navegar con un dispositivo 📱 Enviar al teléfono Ver →

+ Guardar

**Figura 6.**  
Exemplo de rota na plataforma Komoot.  
Fonte: Komoot (2024).

Outro grande desafio é a localização exata das rotas, já que, como mencionado anteriormente, alguns dos pontos indicados nem sequer estão em Valongo, mas sim no Porto. Em relação às rotas, a plataforma apresenta um total de 157. Algumas estão completamente dentro do município, outras abrangem múltiplos municípios e apenas passam por Valongo parcialmente. Ou seja, há casos em que é provável que estejam na região, mas não há certeza total de que estejam ou se cruzem com Valongo.

### 2.3.3.3. Análise da oferta de atividades em Valongo na plataforma Expedia

No exercício de cliente mistério virtual, foi realizada uma pesquisa pelas atividades em Valongo na plataforma Expedia.

Após este exercício, foi identificado que a pesquisa retorna a secção “Atividades mais populares em Valongo” com um total de 148 resultados, categorizados nas seguintes áreas:

- Alimentos, bebidas e vida noturna
- Aulas e *workshops*
- Aventura e atividades ao ar livre
- *Tours* privados e personalizados
- Espetáculos e concertos

Ao realizar a análise solicitada, observa-se que nenhuma das atividades mencionadas ocorre realmente no município de Valongo. Todas as atividades são realizadas no Porto ou em outras localidades próximas, como Braga ou o Parque Nacional Peneda-Gerês, tendo como ponto central a cidade do Porto ou o Vale do Douro, ambos destinos turísticos amplamente reconhecidos na região. Valongo não aparece como ponto de partida, destino ou destaque em nenhuma das atividades analisadas. Isso pode gerar confusão para aqueles que procuram experiências especificamente em Valongo.

As temáticas e a duração das atividades apresentadas reforçam a desconexão com Valongo. A maioria das opções está centrada em tours vinícolas e experiências gastronómicas no Vale do Douro, incluindo visitas a vinícolas, degustações de vinho e atividades culinárias. Essas propostas não possuem qualquer relação com Valongo, já que a região não é conhecida por oferecer esse tipo de atração.

Além disso, muitas das atividades destacadas estão claramente localizadas no Porto, como espetáculos de fado, passeios de tuk-tuk e visitas guiadas, sem apresentar qualquer conexão com o município de Valongo.

Outro aspeto importante é a duração prolongada de várias dessas atividades, que frequentemente variam entre 9 e 10 horas. Esse tempo elevado implica deslocamentos significativos para áreas fora de Valongo, reforçando a ausência de relação direta com o município.

Algumas atividades possuem avaliações altas (9.8 ou 10 de 10) e um número significativo de opiniões. No entanto, essas classificações reforçam que os pontos de interesse principais estão no Porto e no Vale do Douro, não em Valongo. Finalmente, nenhuma atividade mencionada faz referência a atrações únicas ou distintivas de Valongo. Isso sugere que a categorização na plataforma é duvidosa ou utiliza Valongo apenas como uma referência geográfica ampla.

#### Possíveis implicações:

- Erros na categorização da Expedia  
As atividades parecem estar mal categorizadas, utilizando Valongo como referência para a região mais ampla, sem considerar a identidade específica do município.
- Falta de representatividade turística de Valongo  
Se Valongo procura atrair turistas, é essencial desenvolver e promover atividades próprias que destaquem os seus atributos únicos. A inclusão do município nessa lista parece circunstancial, não deliberada.

#### Sugestões para melhoria:

- Promoção de atividades específicas de Valongo  
Caso Valongo tenha atrações únicas (como trilhos, património cultural ou atividades comunitárias), o município deve colaborar com plataformas como Expedia para integrá-los como atividades autênticas e localizadas.
- Correção das etiquetas na plataforma  
Entrar em contacto com a Expedia para ajustar a categorização de atividades, garantindo que Valongo não seja utilizado como referência errada caso não tenha conexão com as atividades apresentadas.
- Desenvolvimento de uma oferta turística  
Valongo pode investir na criação de experiências temáticas, como tours históricos, caminhadas em áreas naturais ou eventos culturais que atraiam tanto visitantes locais quanto internacionais.

Este exercício demonstra que, embora a lista de atividades possa atrair turistas interessados no Porto e no Vale do Douro, ela não contribui para posicionar Valongo como um destino turístico. A ausência de atividades específicas relacionadas ao município torna o título “Atividades mais populares em Valongo” incorreto ou enganoso.

A distribuição por categorias revela que a maioria das atividades está concentrada em Gastronomia e Cultura, enquanto opções relacionadas à Natureza e ao Desporto são escassas, e não há atividades específicas identificadas nas categorias de Religião ou Saúde.

Recomenda-se que a plataforma seja mais clara ao informar que as atividades estão localizadas no Porto e arredores, além de incluir atividades específicas de Valongo para enriquecer a oferta e alinhar os resultados ao título apresentado.

### 2.3.3.4. Análise da oferta de atividades em Valongo na plataforma *Get your guide*

ATIVIDADE	DURAÇÃO/ESPECIFICIDADES	PONTUAÇÃO
PORTO: EXCURSÃO 4X4 PELA MONTANHA	2 - 3,5 HORAS	4.9 (615)
PASSEIO DE MOTO ENDURO	1 DIA - GRUPO REDUZIDO	
EXCURSÃO MATINAL E ALMOÇO NO LONGO VALE DO PORTO	4 HORAS - GRUPO REDUZIDO	
DO PORTO: EXCURSÃO SUP RIO PAIVA COM TRANSFER	3 HORAS - GRUPO REDUZIDO - TRANSFER DISPONÍVEL	5 (54)
VIVER 4X4 NAS MONTANHAS DO PORTO	1 DIA - TRANSFER DISPONÍVEL	

**Tabela 20.**

“Coisas a fazer em Valongo” de acordo com a plataforma “*Get your Guide*”.  
Fonte: Elaboração própria com base na plataforma *Get Your Guide* (2024).

Apesar da tabela ter como título “O que fazer em Valongo”, nenhuma das atividades listadas é realizada no concelho. Estão todos centrados no Porto e arredores. Isto poderá dever-se à falta de ofertas turísticas específicas em Valongo na plataforma “*Get Your Guide*” ou a uma categorização incorreta das atividades.

- Foco geográfico no Porto  
Todas as atividades parecem estar centradas no Porto ou nos arredores. Não há menção direta ao Valongo como local chave nas atividades.
- Duração e especificações  
As atividades variam em duração, desde algumas horas (2 a 4 horas) até um dia inteiro, o que pode atrair diferentes perfis de turistas. Diversas atividades oferecem transporte, o que é conveniente para os turistas, mas não indica necessariamente que tenham relação direta com Valongo.
- Avaliações e comentários  
Apenas duas atividades incluem classificações e número de opiniões. Isto pode ser um indicativo de que as atividades não têm uma forte associação com Valongo, uma vez que as atividades mais populares são geralmente melhor avaliadas e mencionadas.
- Falta de detalhes específicos sobre Valongo  
Não é mencionada qualquer atração, local ou atividade distintiva de Valongo. Isto sugere que as atividades podem ser mal categorizadas na plataforma ou que Valongo é utilizado apenas como um termo genérico ou um ponto de referência próximo.

Dicas para melhorar a relevância:

- Incluir atividades autênticas de Valongo  
Se Valongo pretende posicionar-se como destino turístico, deve identificar e promover atividades genuinamente associadas à zona, como caminhadas nas suas montanhas, visitas a parques naturais ou eventos culturais locais.
- Rever a categorização na plataforma  
Poderá ser útil corrigir as descrições na plataforma “*Get Your Guide*” para melhor refletir a relação das atividades com o Porto ou Valongo, conforme o caso.
- Promover atrações locais  
Caso existam sítios específicos em Valongo, como património cultural ou natural, deverão ser incluídos na plataforma para atrair visitantes interessados em conhecer o local.

Esta análise mostra que Valongo, enquanto destino, não está representado nesta lista e que a categorização pode induzir os utilizadores em erro.

### 2.3.3.5. Análise da oferta de atividades equestres

Considerando o centro hípico como um produto diferenciador para Valongo em relação à oferta turística da região, foi realizada, no âmbito do exercício de cliente mistério virtual, uma pesquisa específica sobre esta atração. A escolha deste produto baseou-se no seu potencial de atrair visitantes interessados em atividades ao ar livre e experiências exclusivas, além de complementar a oferta turística existente no município. O objetivo foi identificar informações disponíveis, como localização, atividades oferecidas, estrutura, acessibilidade e como o centro hípico se posiciona no mercado regional, avaliando sua capacidade de se destacar como um diferencial competitivo.

De acordo com a informação disponibilizada pela plataforma *Get Your Guide*, destacam-se seis atividades de turismo equestre na Região Norte, Portugal, com opções de experiências variadas:

ATIVIDADE	DURAÇÃO	PREÇO	PONTUAÇÃO
Aveiro: Experiência de Equitação com Instrutor	1 hora	A partir de 45€	4.6 estrelas (16 opiniões)
Passeio a Cavalo	2,5 horas	A partir de 100€	4.5 estrelas (4 opiniões)
Gerês Braga: Passeio a cavalo no Parque Nacional da Peneda Gerês	2 horas	A partir de 85€	5 estrelas (10 opiniões)
Aveiro: Passeios a cavalo numa fazenda pedagógica	29 minutos	A partir de 25€	5 estrelas (3 opiniões)

**Tabela 21.**

Atividades de turismo equestre no *Get you Guide*  
Fonte: Elaboração própria com base no *Get Your Guide* (2024).

O cliente mistério virtual entrou em contacto diretamente com o Centro Hípico de Valongo pelo WhatsApp. Na sua mensagem inicial, mencionou que chegará ao Porto na sexta-feira, 15 de novembro, perguntando se:

- Oferecem passeios a cavalo em Valongo.
- Disponibilizam transporte a partir do aeroporto do Porto ou de outro ponto.

Na resposta do centro hípico confirmaram que não possuem transporte, mas podiam providenciá-lo. Oferecem duas opções de passeios:

- 45 a 60 minutos: 100,00 €
- 2 horas: 200,00 €

Na segunda mensagem, o cliente mistério virtual esclareceu os horários, solicitou informações adicionais sobre o transporte e perguntou se uma menina de 11 anos poderia participar da atividade. Adicionalmente, compartilhou as rotas equestres disponíveis no site InOutdoor Valongo para saber qual seria o caminho a seguir. A partir dessa solicitação, não obteve mais resposta.

Os passeios oferecidos pelo Centro Hípico de Valongo têm diferenças significativas em relação às opções disponíveis no *Get Your Guide*:

- Valongo:
  - Passeio curto: 45-60 min --- 100,00 €
  - Passeio longo: 2 horas --- 200,00 €

- Get Your Guide:
  - Aveiro: Passeio com instrutor --- 45,00 € (1 hora)
  - Gerês Braga: Passeio de 2 horas --- 85,00 €
  - Outro passeio a cavalo (2,5 horas) --- 100,00 €

Os preços do Centro Hípico de Valongo são significativamente mais elevados em comparação com as opções do *Get Your Guide* para atividades de duração semelhante.

Em relação aos serviços adicionais, Valongo não oferece transporte diretamente, mas demonstrou flexibilidade ao mencionar que poderiam organizá-lo, caso fosse necessário. Por outro lado, *Get Your Guide* não faz menção explícita a transporte adicional, porém as atividades oferecidas estão situadas em locais turísticos de fácil acesso, o que minimiza a necessidade desse serviço. Quanto à participação de crianças, na solicitação enviada, o cliente mistério virtual perguntou se uma menina de 11 anos poderia participar da atividade, à qual não obteve resposta. Enquanto isso, as experiências disponíveis no *Get Your Guide* incluem opções familiares, como a fazenda pedagógica em Aveiro, que são claramente projetadas para atender crianças e famílias, demonstrando uma atenção maior ao público infantil.

O Centro Hípico de Valongo oferece uma rota na serra, mas não especificaram se é uma das apresentadas na página do Inoutdoor Valongo.

No *Get Your Guide*, as experiências incluem passeios na praia (Aveiro) ou em parques nacionais (Peneda-Gerês).

O Centro Hípico de Valongo oferece passeios de menor duração com um custo mais elevado do que as opções disponíveis no *Get Your Guide*. Embora não possuam transporte, estão dispostos a organizá-lo sob solicitação. A principal vantagem do Valongo pode ser a experiência personalizada, mas em termos de acessibilidade e preço, os passeios no *Get Your Guide* se tornam mais atrações, especialmente para famílias ou pequenos grupos.

### 2.3.4 RESTAURAÇÃO

A oferta gastronómica em Valongo revela-se ampla e diversificada, com opções que atendem a diferentes perfis de consumidores, tanto locais quanto turistas. A seguir, destacam-se os principais aspetos observados na análise da plataforma google.com.

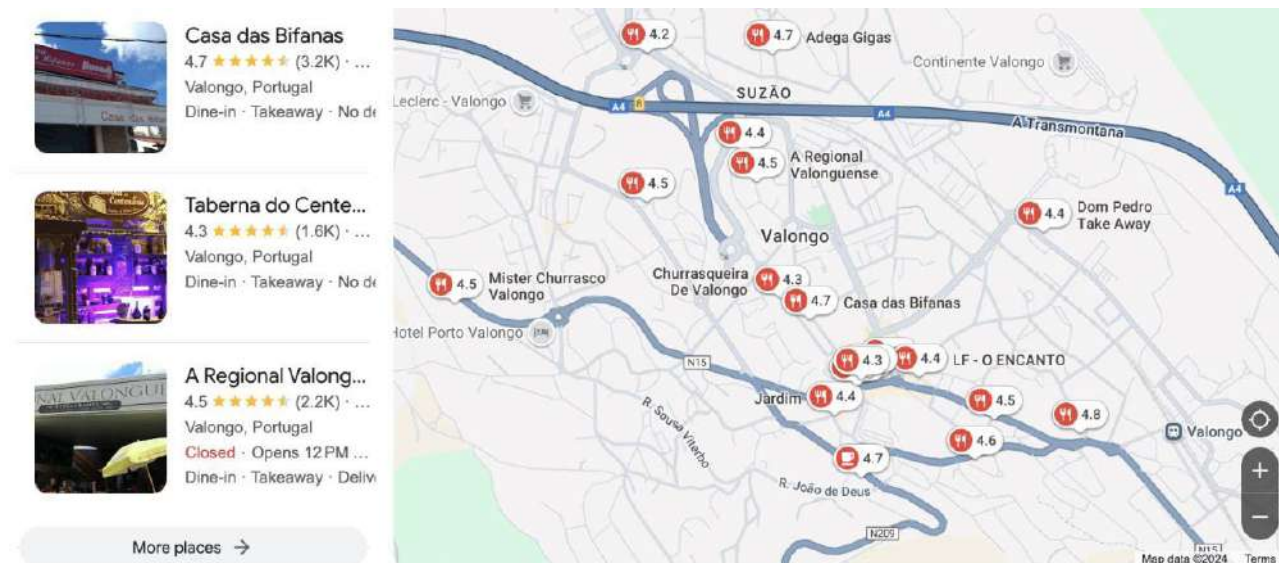


Figura 7.

Print da oferta de restauração de Google.com.  
Fonte: Google.com (2024).

Valongo apresenta uma gama variada de estabelecimentos gastronómicos, incluindo:

- Restaurantes tradicionais  
Lugares que destacam pratos típicos portugueses, como churrasqueiras e restaurantes que oferecem bifanas, francesinhas e pratos de bacalhau.
- Cafés e snack bars  
Opções para refeições rápidas e económicas, como tapas, sanduíches e menus do dia.
- Cozinha internacional  
Alguns restaurantes oferecem culinárias específicas, como sushi, pizza e comida italiana, ampliando a atratividade para diferentes paladares.
- Fast-food  
Redes conhecidas, como Burger King e Pizza Hut, estão disponíveis, oferecendo uma alternativa prática e acessível.

Os preços praticados nos estabelecimentos variam amplamente, com:

- Opções económicas, na faixa de €5 a €10, ideais para refeições rápidas e acessíveis.
- Restaurantes de médio custo, na faixa de €10 a €20, que oferecem experiências gastronómicas mais completas.
- Estabelecimentos premium, com preços acima de €20, para quem procura refeições sofisticadas e exclusivas.

A maioria dos restaurantes oferece:

- Serviço à mesa, para uma experiência gastronómica tradicional.
- Opções para levar ("*takeaway*"), muito procuradas por moradores locais e visitantes que preferem refeições rápidas.
- Entrega ("*delivery*") em diversos estabelecimentos, facilitando o acesso à gastronomia de Valongo sem a necessidade de deslocamento.

A gastronomia de Valongo destaca-se pela preservação de sua identidade local, especialmente com a produção de regueifas, biscoitos tradicionais e pratos típicos portugueses. Esses produtos reforçam a conexão com as tradições culturais e contribuem para o posicionamento do município como um destino autêntico.

Os restaurantes estão bem distribuídos por Valongo e arredores, com concentração em locais de fácil acesso, como o centro da cidade, Sobrado, Alfena e Ermesinde. Essa distribuição estratégica facilita o acesso dos visitantes e estimula a movimentação dentro do município.

Pontos a Melhorar

- Promoção e divulgação  
Muitos estabelecimentos têm potencial turístico, mas carecem de maior visibilidade em plataformas digitais e redes sociais.
- Inovação na carta  
Embora a tradição seja valorizada, incluir opções modernas e adaptadas a novas tendências alimentares, como vegetarianas e veganas, poderia atrair públicos mais jovens e internacionais.
- Integração ao turismo  
A criação de roteiros gastronómicos que combinem restaurantes e visitas a produtores locais (como padarias e biscoitarias) poderia agregar valor à experiência gastronómica de Valongo.

A oferta gastronómica de Valongo apresenta uma sólida base, com diversidade de preços, estilos e serviços. No entanto, para se consolidar como um destino gastronómico de destaque, o município deve apostar em estratégias de promoção e integração ao turismo local.

Roteiros temáticos, eventos gastronómicos e maior visibilidade digital (por exemplo, não se identificou neste exercício a inovadora francesinha feita com pão de regueifa - que apenas um restaurante oferece - e que poderia ser um elemento diferenciador) são ações recomendadas para aproveitar plenamente o potencial desse setor.

## 2.3.5 ALOJAMENTO

Os serviços de alojamento desempenham um papel essencial no fortalecimento da oferta turística de Valongo, sendo elementos cruciais para garantir o conforto e a satisfação dos visitantes. A análise foi realizada por meio de uma pesquisa virtual com o termo “onde dormir em Valongo?”, resultando em uma lista diversificada de estabelecimentos disponíveis no território. A tabela a seguir apresenta as informações detalhadas obtidas sobre os principais serviços de alojamento identificados.

NOME DO ESTABELECIMENTO	PONTUAÇÃO	CATEGORIA	DESCRIÇÃO
Fiel Chef Alojamento Local	3,7 (289)	Hotel 2 estrelas	Estacionamento gratuito; Wi-fi grátis; Ar condicionado
Hotel Portas de Santa Rita	4,0 (508)	Hotel 4 estrelas	Hotel informal com Wi-fi grátis e bar; Estacionamento gratuito; Ar condicionado; Pequeno-almoço
Park Hotel Porto Valongo	4,21 (1.739)	Hotel 3 estrelas	Hotel funcional com bar no lobby; Estacionamento gratuito; Wi-fi grátis; Ar condicionado; Pequeno-almoço
Barril Hostel	4,2 (115)		Wi-fi grátis; Pequeno-almoço; Ar condicionado; Apto para crianças; Restaurante
Porto Natura Loft	4,7 (21)		
Porto Natura House	4,7 (28)	Hotel 2 estrelas	Wi-fi grátis; Estacionamento gratuito; Piscina ao ar livre; Não permitem animais; Apto para crianças
Motel Alto de Valongo	4,3 (872)		Wi-fi grátis; Estacionamento gratuito; Jacuzzi
Oporto Guesthouse Ermesinde	4,6 (33)		Wi-fi grátis; Piscina; Apto para crianças; Cozinha em algumas habitações

**Tabela 22.**

Alojamento em Valongo e características dos estabelecimentos.  
Fonte: Elaboração própria.

A oferta de alojamento em Valongo apresenta uma boa diversidade de categorias, incluindo hotéis de 2 a 4 estrelas, *hostels* e *guesthouses*. Essa variedade permite atender diferentes perfis de visitantes, desde aqueles que procuram conforto e serviços completos até os que preferem opções mais económicas.

A maioria dos estabelecimentos oferecem serviços básicos como *Wi-Fi* gratuito, estacionamento gratuito e ar condicionado, o que garante um padrão mínimo de conforto. Alguns locais destacam-se por comodidades adicionais, como *jacuzzis* no Motel Alto de Valongo e piscinas no Porto Natura House e Oporto Guesthouse Ermesinde. O Park Hotel Porto Valongo e o Hotel Portas de Santa Rita possuem um grande número de avaliações e uma boa classificação, destacando-se como opções confiáveis e funcionais. O Porto Natura House apresenta uma excelente avaliação (4,7) e diferencia-se por oferecer uma piscina ao ar livre, sendo ideal para famílias.

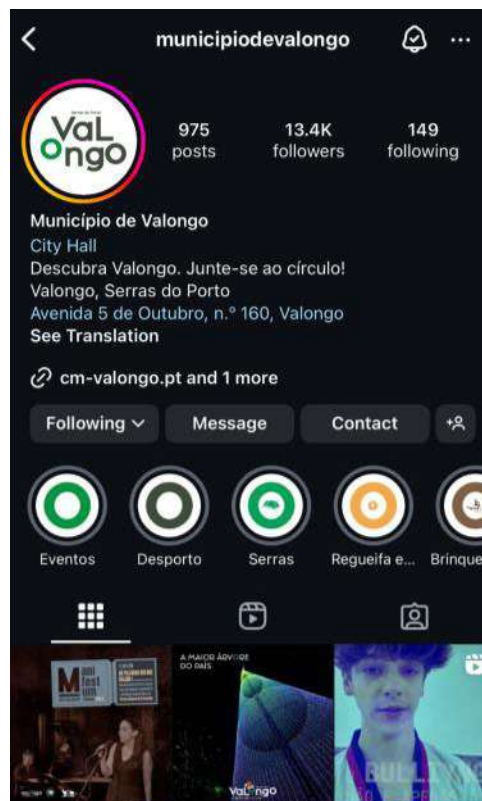
Alguns estabelecimentos, como o Barril Hostel e o Porto Natura Loft, possuem descrições incompletas, o que dificulta a avaliação detalhada de seus serviços. Isso pode impactar a atratividade desses locais para potenciais visitantes.

A oferta de alojamento em Valongo, embora diversificada, parece limitada em opções de luxo ou experiências diferenciadas. Isso pode ser uma oportunidade para expandir o mercado, atraindo públicos que procuram mais exclusividade ou experiências únicas.

## 2.3.6 CANAIS DIGITAIS

### 2.3.5.I. Instagram

Não existe uma conta dedicada ao turismo, apenas a conta do município (@municipiodevalongo). A conta oficial do Município de Valongo no Instagram é apresentada como uma ferramenta de comunicação institucional e promocional, com 14 mil seguidores, 1.125 publicações e um foco claro em eventos, atrações culturais e património local.



**Figura 8.**

Conta de Instagram do Município de Valongo.  
Fonte: Instagram, 2024.

De seguida, apresenta-se a análise detalhada sobre o conteúdo e o seu potencial para promover o turismo no município.

A conta destaca Valongo como um município integrado às Serras do Porto, com ênfase na descoberta e promoção do destino. O *slogan* “Descubra Valongo. Junte-se ao círculo!” é atrativo e convida os seguidores a explorar o município.

Os *stories* destacados organizam os temas de interesse em categorias específicas, como:

- Natureza e cultura: Serras, regueifa e biscoitos, brinquedos, ardósia e o santuário.
- História e tradições: Bugios e mourisqueiros, além de conteúdos sobre a ferrovia.
- Eventos e desporto: Mostram atividades que dinamizam o município.

Essa organização é eficiente para apresentar a diversidade da oferta turística e cultural de Valongo, mas poderia incluir mais informações relacionadas a roteiros turísticos e infraestrutura.

A análise das publicações mostra uma variedade de temas com ênfase principal em:

- Eventos sazonais e culturais  
A magia do Natal em Valongo é um tema recorrente, com atividades como as Aldeias de Natal, a Casa do Natal ao Contrário e o Comboio Histórico. Esses eventos destacam o município como um destino atrativo durante as festas de fim de ano.
- Património cultural  
Publicações relacionadas à exposição de brinquedos e à valorização de elementos como a regueifa, a ardósia e tradições locais são frequentes. Isso reforça o posicionamento de Valongo como um destino cultural autêntico.
- Engajamento local  
A página também promove iniciativas como premiações literárias e horários de férias escolares, voltadas mais para o público residente.

No entanto, o turismo de natureza, como as Serras de Porto, é menos explorado nos posts, apesar de ser uma das maiores atrações do município.

## Alcance e interação

Com 14 mil seguidores, a conta tem potencial para atingir um público relevante. As publicações são visuais e incluem elementos que captam a atenção, como imagens temáticas de Natal e eventos culturais. No entanto, o alcance poderia ser ampliado com mais uso de vídeos curtos (*reels*) e conteúdos interativos, como sondagens ou *quizzes* nos *stories*.

## Ênfase no turismo

Embora a conta inclua conteúdos voltados para o turismo, a comunicação parece balancear-se mais para o público local. As iniciativas culturais e eventos sazonais são promovidos, mas faltam *posts* que conectem explicitamente Valongo aos turistas, como:

- Sugestões de roteiros.
- Dicas de visitas a pontos turísticos, como o Museu da Lousa ou o Santuário Santa Rita Cássia.
- Experiências de ecoturismo nas Serras de Porto.

A conta do Município de Valongo no Instagram demonstra um esforço consistente para promover a cultura e os eventos locais. Apesar disso, a exploração do potencial turístico do município poderia ser mais estruturada, integrando melhor as atrações naturais e culturais em campanhas direcionadas a visitantes externos.

### 2.3.5.2. Facebook

A página oficial do Município de Valongo no Facebook conta com 46 mil seguidores e apresenta-se como um canal de comunicação direta com a população local e visitantes. A seguir, analisamos o conteúdo da página com foco na sua relevância turística e os ênfases abordados.

A página é classificada como um “Negócio local” e inclui informações úteis como telefone, *e-mail* e *link* para o *website* oficial. Também menciona as Serras do Porto, o que sugere uma tentativa de conectar o município às suas atrações naturais. No entanto, a descrição poderia ser mais voltada para a promoção turística, destacando explicitamente as principais atrações de Valongo e o que diferencia o destino.

A análise das publicações recentes revela dois focos principais:

- Comunicação institucional  
A maioria dos *posts* refere-se a anúncios e avisos administrativos, como alterações no recolhimento de resíduos urbanos durante os feriados. Esse conteúdo é voltado para os residentes e não contribui diretamente para a promoção de Valongo como destino turístico.

- Promoção cultural e patrimonial  
Publicações como a divulgação da exposição “Brinquedos de outros tempos” na Casa do Corim mostram esforços para valorizar o património cultural de Valongo. A menção à futura Oficina do Brinquedo Tradicional Português demonstra um compromisso com a preservação cultural e pode atrair visitantes interessados em história e tradições locais. No entanto, iniciativas como essa ainda são esporádicas na página.

### Turismo e integração com as atrações locais

Embora a página mencione eventos culturais e iniciativas voltadas ao património, há pouca promoção explícita de atrações turísticas conhecidas de Valongo, como as Serras de Porto, o Museu da Lousa, ou o Santuário de Santa Rita Cássia. Esses recursos poderiam ser mais explorados em *posts* regulares para atrair turistas e destacar a oferta turística diversificada do município.

A ausência de roteiros, dicas para visitantes e imagens marcantes de pontos turísticos sugere que a página não está plenamente otimizada para atrair o público externo. O conteúdo é maioritariamente voltado para moradores, com pouca integração entre a comunicação institucional e a promoção turística.

### Interação e alcance

A página do Município de Valongo no Facebook apresenta-se como um canal eficiente para comunicação institucional, mas a promoção turística do município ainda é subutilizada. Embora existam esforços pontuais para destacar eventos culturais e patrimónios locais, como a exposição de brinquedos, a ausência de conteúdos regulares sobre as principais atrações turísticas limita o potencial de Valongo como destino.

#### 2.3.5.3. Sitio Web

O *website* oficial do Município de Valongo é uma plataforma dedicada principalmente a assuntos administrativos e de interesse local, voltada para os residentes do concelho. No entanto, a secção “Descobrir” foi criada como um espaço específico para apresentar as atrações turísticas da região e, por isso, será o foco exclusivo desta análise. Essa secção reúne informações que um potencial visitante provavelmente procuraria ao planejar a sua viagem, como sugestões de locais para visitar, onde comer, onde se alojar e os eventos mais relevantes. Apesar desse enfoque, grande parte do conteúdo geral do *website* é voltada para serviços municipais, o que pode limitar sua atratividade e utilidade para turistas que procuram explorar o município.

A secção “Descobrir” do *website* oficial do Município de Valongo é uma vitrine abrangente que visa promover o turismo local, destacando as principais atrações e serviços disponíveis na região. Em baixo, apresenta-se uma análise detalhada com foco nos pontos fortes, oportunidades de melhoria e recomendações.

## Organização da informação

A secção está bem estruturada e apresenta as seguintes subsecções principais:

- Eventos
- História, Heráldica, Geografia e Demografia
- Como chegar
- Gastronomia e Vinhos
- O que visitar
- Onde dormir
- Artesanato
- Marcas de Valongo
- Valongo Capital - Desporto *Outdoor*

Essa organização facilita a navegação e proporciona ao visitante uma visão geral das possibilidades turísticas em Valongo. No entanto, algumas subsecções poderiam ter um conteúdo mais detalhado para enriquecer a experiência do usuário.



**Figura 9.**  
"Marcas de Valongo".  
Fonte: Website Valongo, 2024.

## Potencialidades e lacunas

A secção oferece um bom ponto de partida para visitantes, mas ainda apresenta algumas lacunas importantes:

- Falta de integração entre subsecções  
As informações sobre “Gastronomia e Vinhos”, “Marcas de Valongo” e “O que visitar” poderiam ser melhor conectadas, criando roteiros temáticos que combinam cultura, história e natureza.
- Descrição genérica  
Apesar de destacar muitas atrações, o conteúdo em algumas áreas é superficial, como a descrição dos percursos e roteiros ou dos parques naturais.
- Informações práticas  
A secção “Como chegar” apresenta limitações, já que o sistema de pesquisa para calcular trajetos não está funcional, o que prejudica a experiência do visitante.

## Acessibilidade e usabilidade

O *website* é funcional e acessível, com informações de contacto claras e *links* para redes sociais. Contudo, a navegação poderia ser enriquecida com:

- Mapas interativos  
Para destacar trilhos, atrações e alojamento.
- Conteúdo multimídia  
Imagens ou vídeos de experiências turísticas poderiam tornar o *website* mais atrativo.
- Sugestões de roteiros  
Itinerários sugeridos para diferentes perfis de turistas (famílias, aventureiros, amantes de cultura, etc.) ajudariam a organizar a visita.

A secção “Descobrir” do site [cm-valongo.pt](http://cm-valongo.pt) é um recurso valioso que apresenta as principais características turísticas do município, desde a rica história e cultura até as belezas naturais. No entanto, a falta de profundidade em algumas áreas e a ausência de integração entre os temas limitam o seu impacto como ferramenta de promoção turística.

#### 2.3.5.4. Recomendações para a comunicação institucional

Os canais institucionais do Município de Valongo, como o *website* oficial, Instagram e Facebook, desempenham um papel essencial na comunicação e promoção do turismo local. Embora atualmente sejam utilizados principalmente para informar a comunidade sobre eventos e serviços municipais, esses canais possuem um grande potencial para atrair visitantes e destacar Valongo como um destino turístico diferenciado. Este estudo analisa cada um desses meios de comunicação, com foco nas suas características e no tipo de conteúdo apresentado, e propõe recomendações estratégicas para maximizar sua eficácia na promoção das riquezas culturais, naturais e gastronômicas do município.

##### Facebook

A página do Facebook também tem potencial para ser mais eficiente na promoção turística. É fundamental promover ativamente as atrações turísticas, publicando regularmente sobre as Serras do Porto, o Museu da Lousa, a gastronomia local e eventos culturais. Além disso, o conteúdo deve incluir roteiros sugeridos, dicas de visitação e imagens atrativas para captar o interesse dos turistas.

Vídeos e transmissões ao vivo são excelentes para mostrar trilhos, workshops culturais e festivais locais, criando uma conexão visual mais forte com o público. Eventos sazonais, como a Festa da Regueifa e celebrações no Santuário de Santa Rita Cássia, devem ser amplamente promovidos, destacando Valongo como um local para experiências autênticas.

Por último, a página pode ampliar seu alcance regional ao conectar Valongo à oferta turística do Porto e de municípios vizinhos, apresentando o município como uma extensão natural para visitantes da região. Com essas ações, o Facebook pode melhorar o engajamento dos seguidores e posicionar Valongo como um destino turístico estruturado e atrativo.

##### Instagram

O Instagram é uma plataforma visual e interativa que pode ser melhor aproveitada para atrair turistas. É necessário diversificar o conteúdo temático, destacando as Serras do Porto, *workshops* culturais, gastronomia e eventos ao longo de todo o ano. Isso ajudaria a reduzir a dependência de eventos sazonais, como o Natal, e ampliaria o alcance da conta.

Vídeos curtos e conteúdos interativos são fundamentais para engajar o público. Mostrar trilhos nas serras, a produção de regueifa e depoimentos de visitantes pode criar uma conexão mais forte com os seguidores. Além disso, fortalecer a conexão com a sustentabilidade ao promover ações de preservação ambiental pode atrair um público preocupado com questões ecológicas.

A gastronomia local é outro ponto que merece mais atenção. Campanhas específicas sobre regueifa, biscoitos e pratos típicos valorizariam a identidade culinária do município. Por fim, o turismo histórico e cultural poderia ser explorado com conteúdos mais profundos e dinâmicos, abordando temas como a Batalha de Ponte Ferreira e a tradição da mineração.

Com essas estratégias, o Instagram pode tornar-se uma ferramenta poderosa para posicionar Valongo como um destino turístico versátil e atrativo.

### **Website oficial**

O *website* oficial do Município de Valongo é uma ferramenta importante para a promoção do turismo, mas precisa de ajustes para se tornar mais atrativo e funcional para os visitantes. Primeiramente, é essencial detalhar as atrações turísticas. Para cada local destacado na secção “O que visitar”, devem ser incluídas informações práticas como horários de funcionamento, preços, acessibilidade e mapas interativos que facilitem o planeamento dos visitantes. Além disso, as Serras do Porto merecem maior exploração, com a criação de roteiros detalhados de trilhos e sugestões de atividades ao ar livre.

Outra recomendação é conectar as marcas identitárias de Valongo às experiências práticas. Por exemplo, incluir *workshops* de brinquedos tradicionais, degustações de regueifa e visitas às minas de ardósia. Na gastronomia, o conteúdo poderia ser enriquecido com mapas de restaurantes e confeitarias locais, além de roteiros e eventos gastronómicos que promovam pratos típicos.

A secção “Como chegar” precisa de ser funcional, garantindo que os visitantes conseguem calcular trajetos e encontrar opções de transporte público e privado. Por fim, a introdução de conteúdos multimédia, como vídeos, imagens de alta qualidade e mapas interativos, tornaria o site mais dinâmico e atrativo, posicionando-o como uma ferramenta essencial para a promoção turística.

## **2.4**

### **BENCHMARKING INTERNACIONAL**

---

*Benchmarking* é o processo de identificação, compreensão e adaptação de práticas excecionais de organizações em qualquer lugar do mundo para ajudar uma organização a melhorar seu desempenho (Kumar et al., 2006). O *benchmarking* é considerado uma ferramenta para identificar e comparar processos de um determinado setor entre os seus concorrentes, num ambiente que se encontra em constante mudança (Hong et al., 2012). Neste caso, não nos referimos à concorrência mas ao estudo de casos a nível internacional, em que se possa extrair boas práticas com potencial de transferibilidade a Valongo.

O turismo em destinos *city & short break* é uma das formas mais dinâmicas de mobilidade turística contemporânea, caracterizado por viagens de curta duração, geralmente entre dois a quatro dias, para cidades com elevada atratividade cultural, histórica ou de lazer (Page & Connell, 2020). Esses destinos, frequentemente localizados em centros urbanos de médio a grande porte, destacam-se pela facilidade de acesso, diversidade de atrações concentradas e infraestrutura turística robusta (Ashworth & Page, 2011).

Segundo os critérios definidos por Buhalis (2000), os destinos de city break geralmente oferecem:

- Boas acessibilidades: Conexões rápidas como aeroportos, estações ferroviárias e redes rodoviárias bem desenvolvidas.
- Atratividade Cultural: Presença de património cultural tangível (museus, monumentos) e intangível (festivais, gastronomia).
- Infraestrutura de Apoio: Opções variadas de alojamento, gastronomia e entretenimento.
- Eficiência de Tempo: A possibilidade de explorar uma ampla gama de atrações em pouco tempo.

Barcelona, Londres, Amsterdão, Edimburgo, Praga ou Roma são ícones desse tipo de turismo, frequentemente associados a altos níveis de massificação e saturação turística (Koens, Postma & Papp, 2018). Esses destinos atraem milhões de visitantes anualmente, mas enfrentam desafios relacionados com a gestão de fluxos turísticos, como o aumento da densidade populacional temporária e o impacto sobre os residentes locais (Russo & Scarnato, 2018). Também o Porto, desde a segunda parte da década passada, tem integrado a lista dos “*must*” em *City-break*, por isso analisou-se aquilo que os municípios próximos a Barcelona e Amsterdão têm vindo a fazer para aproveitar os fluxos destes.

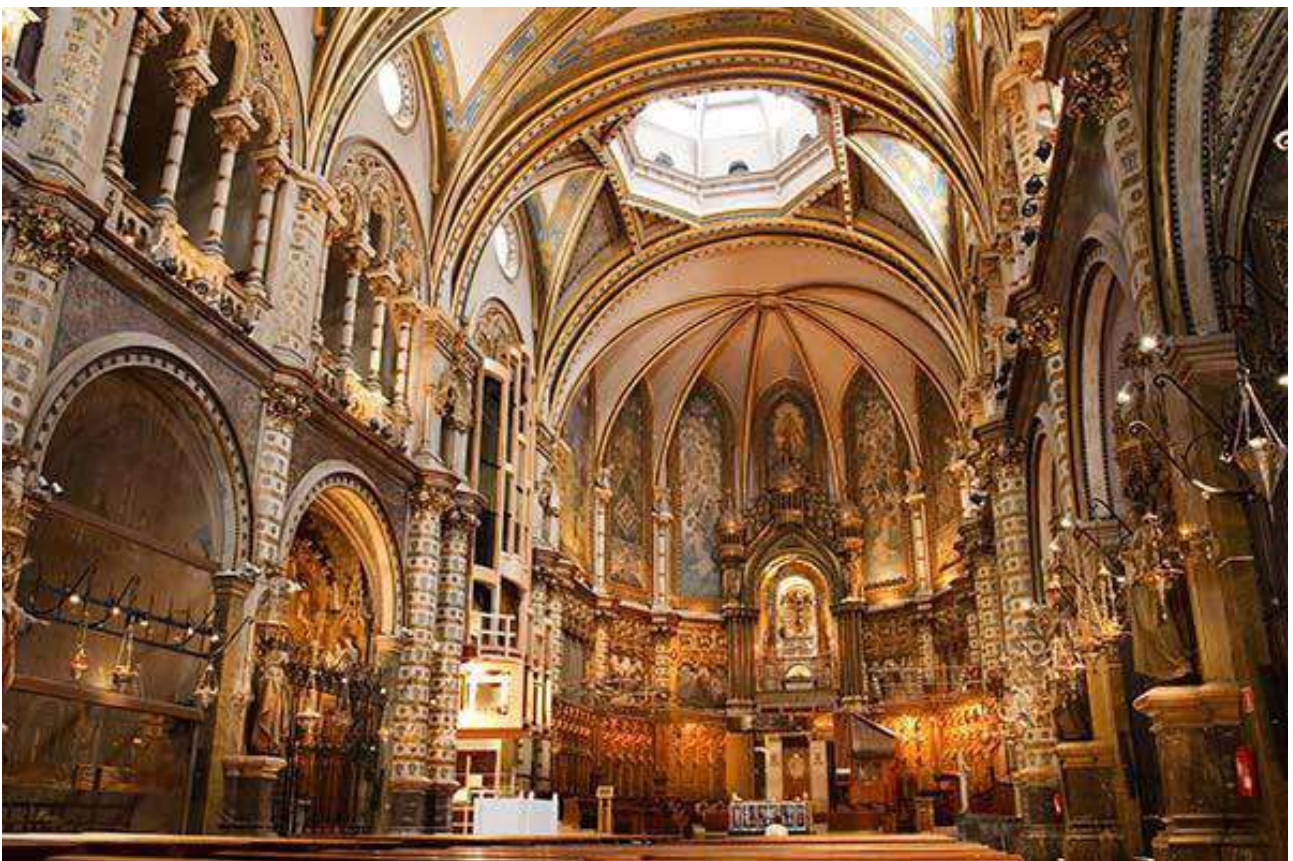
Para a escolha dos municípios, tentou-se que se tratasse de territórios que ainda não fossem destinos turísticos ou que estivessem muito no início do ciclo de vida (exploração). Por outro lado, municípios localizados muito próximos de grandes destinos turísticos. Segundo Richards (2018), os municípios devem estar localizados a uma distância suficiente para excursões de meio-dia ou dia inteiro (idealmente a menos de 100 km da cidade principal), devem existir conexões funcionais com o centro urbano e ligações de transporte eficientes.

Alguns exemplos considerados para o *benchmarking* são: Montserrat como “escapadinhas de Barcelona”, Haarlem como complemento de Amsterdão ou “Surrey Hills” como refúgio verde perto de Londres, cujas ideias de interesse para Valongo se apresentam no epígrafe seguinte.

## 2.4.1 APRESENTAÇÃO DE BOAS PRÁTICAS

### Barcelona - Montserrat ou Sant Sadurní d'Anoia (Espanha)

Criação de parcerias regionais e rotas conjuntas através da conexão da cidade principal a municípios vizinhos com temáticas específicas, por exemplo as experiências de “escapadinhas de Barcelona” em Montserrat, atraindo turistas a um santuário e caminhadas e Sant Sadurní d'Anoia com o enoturismo. Esta ideia seria transferível a Valongo e consistiria em desenvolver produto turístico conjunto como “City break + natureza” ou “City Break + Enoturismo”. Obviamente, isto deveria ser impulsionado a partir do município de Valongo mas executado a partir do setor privado (agências de *incoming*).



**Figura 10.**

Mosteiro Montserrat (Barcelona).

Fonte: Ticketshop Barcelona.

<https://ticketshop.barcelona/montserrat.html>



**Figura 11.**

Caves vinícolas Sant Sadurní d'Anoia (Barcelona).

Fonte: CIVITATIS

<https://www.civitatis.com/pt/sant-sadurni-anoia/>

## Amsterdão - Harleem (Países Baixos)

Organização de eventos exclusivos e temporários nos municípios vizinhos, alinhados com o perfil de turistas da cidade principal, por exemplo o caso de Haarlem (próximo de Amsterdão) com a criação dos festivais de flores e eventos gastronómicos que complementam a experiência urbana de Amsterdão. Valongo poderia também criar calendários culturais e festivais de comida, música ou história, sempre na perspetiva da sustentabilidade sociocultural, com base na sua autenticidade, tradição e história (recomenda-se muito fugir dos muitos exemplos que existem no norte de criação “artificial” de eventos”.



**Figura 12.**

Festival de Flores em Harleem (Países Baixos).

Fonte: HoponHopoff

<https://www.hoponhopoffholland.com/pt/bus-tours/flower-parades/parade-haarlem-and-keukenhof/>

## Itália - Castelli Romani

Produtos turísticos complementares, por exemplo, culturais, naturais, locais relaxantes, mais afastados da cidade principal, com possibilidade para desenvolver novos pacotes temáticos, por exemplo, caminhadas, gastronomia, spa, turismo rural, enoturismo, por exemplo a alternativa Castelli Romani, próximo de Roma. Para Valongo, aproveitar esta ideia seria na perspectiva da oferta de experiências complementares ao que o Porto oferece (e Valongo tem): rotas a pé, rotas a cavalo, rota das Padeiras, “do grão ao pão”, entre outras... bem estruturadas e a realizar o ano todo (a partir das empresas de animação turística).



**Figura 13.**

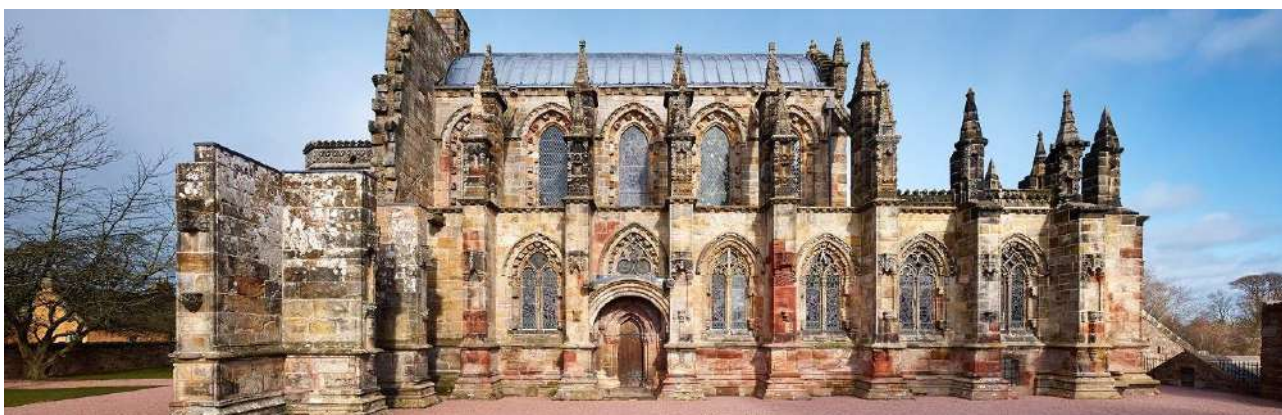
Rota dos Castelos Romanos (Itália).

Fonte: Love Exploring

<https://www.loveexploring.com/gallerylist/288493/24-things-to-do-in-castelli-romani-romes-secret-alternative>

## Escócia - Rosslyn Chapel

A história local como fator autêntico, por exemplo, as lendas e histórias das regiões, por exemplo Rosslyn Chapel ligada à lenda do Santo Graal, tornou-se uma extensão cultural atraente para turistas. Para isso será necessário identificar património ou histórias únicas ou criar *tours* narrativos conectados à cidade principal. Esta ideia volta a confirmar o potencial de Valongo nesta área, uma vez que tem todas essas histórias únicas e *tours* já concebidos.



**Figura 14.**

Capela de Rosslyn Chapel.

Fonte: Rosslyn Chapel

<https://www.rosslynchapel.com/about/rosslyn-chapel-trust/>

## Inglaterra (próximo de Londres) - Surrey Hills

O turismo ativo e de aventura, por exemplo com atividades desportivas ou de aventura tais como caminhadas, ciclismo, experiências de ar livre promovidas como um “refúgio verde” próximo da cidade. Para isto, seria necessário, os trilhos e experiências existentes e incluir também o transporte e atividades inclusivas.



**Figura 15.**

O refúgio verde de Surrey Hills próximo a Londres.

Fonte: SurreyHills

<https://surreyhills.org/>

## Praga (República Checa) - Kutná Hora

Apoio a empreendimentos locais: incentivar os locais a criarem experiências únicas para os turistas, sejam guias locais, produtores, artesãos. Criar roteiros que incluam pequenas aldeias e negócios, como o exemplo de Kutná Hora em Praga, na República Checa (que destaca pequenas vinícolas e experiências personalizadas como um passeio de um dia a partir de Praga).



**Figura 16.**

Catedral em Kutná Hora integrada nos passeios de dia a partir de Praga.

Fonte: Amazing Czechia

<https://www.amazingczechia.com/destinations/kutna-hora/>

## 2.5

### ANÁLISE DA OFERTA DE EXPERIÊNCIAS POTENCIALMENTE CONCORRENTES PARA VALONGO

---

Muitos territórios, e mesmo destinos consolidados relativamente próximos ao porto ou destinos em diferentes fases do seu ciclo de vida, estão a tentar aproveitar o fluxo de turismo a Porto, devido, fundamentalmente, ao seu crescimento exponencial nos últimos anos. Independentemente de quem impulsionou este exercício (setor público, empresas de animação turística ou agências de incoming mais “visionárias”), é importante realizar o exercício de análise das experiências que já são vendidas para um turista que está no Porto.

Neste ponto, e a partir das informações recolhidas nas plataformas, foi realizada uma análise das experiências identificadas, o local onde são realizadas e sua categorização de acordo com o tipo de atividade. As categorias consideradas foram:

- Natureza
- Desporto
- Saúde
- Cultura
- Religião
- Gastronomia

Este levantamento proporciona uma visão clara sobre o tipo de oferta disponível tanto no Porto como nos municípios vizinhos. Destaca também como as atrações e produtos de Valongo poderiam ser integrados na oferta existente, complementando-a, ou servir como base para a criação de novas experiências turísticas. Essa integração estratégica seria uma oportunidade para Valongo se posicionar como um destino diferenciado, destacando as suas características únicas e reforçando o seu potencial turístico na região.

A análise das tabelas apresenta uma visão ampla sobre a diversidade da oferta turística disponível no Porto e em seus municípios vizinhos, com foco em atividades e *workshops*. Essa oferta destaca o equilíbrio entre atrações culturais, gastronómicas e de natureza, refletindo o potencial da região para atender a diferentes perfis de visitantes.

Atividade	Natureza	Desporto	Saúde	Cultura	Religião	Gastronomia
Tour pelo Vale do Douro com visita a dois vinhedos, cruzeiro pelo rio e almoço na vinícola	○					○
Tour pelo Vale do Douro com visita a dois vinhedos, cruzeiro pelo rio e almoço na vinícola	○					○
Passeio vinícola pelo Vale do Douro: visita a três vinhedos com degustações e almoço	○					○
Tour de meio dia pela cidade do Porto				○		
Porto: espetáculo de fado ao vivo com taça de vinho do Porto				○		
Porto: excursão de degustação de comidas e vinhos de 3 horas						○
De Porto: Aveiro, Passadiços do Paiva e Ponte 516 Arouca	○	○				
Visita guiada ao melhor do Porto com almoço, cruzeiro e degustação de vinhos				○		○
De Porto: Vale do Douro com passeio de barco, degustação de vinhos e almoço	○					○
Porto: tour guiado de tuk-tuk pelo centro histórico				○		
Passeio pelo Vale do Douro com 3 vinícolas diferentes e almoço incluído (grupos pequenos)	○					○
<b>Total</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>7</b>

**Tabela 23.**

Classificação de atividades da plataforma Expedia.  
Fonte: Elaboração própria a partir dos dados de Expedia.

As atividades descritas oferecem uma combinação de experiências que valorizam a natureza, a cultura e a gastronomia. Entre os principais destaques:

- **Natureza**  
Atividades relacionadas ao Vale do Douro lideram nessa categoria, como passeios por vinhedos, cruzeiros pelo rio e visitas aos Passadiços do Paiva. Ao todo, 6 atividades foram classificadas como relacionadas à natureza, evidenciando a importância desse recurso na região para atrair turistas que procuram conexão com paisagens naturais e experiências ao ar livre.
- **Cultura**  
O turismo cultural também é bem representado, com 4 atividades que incluem *tours* pela cidade do Porto, espetáculos de fado e visitas guiadas ao centro histórico. Esses elementos reforçam o papel do Porto como um destino rico em património cultural.

- **Gastronomia**  
Esta categoria foi a mais expressiva, com 7 atividades relacionadas. Os passeios que combinam vinhos e gastronomia no Vale do Douro se destacam, além de degustações de comidas e vinhos no Porto. A oferta gastronómica não apenas promove os sabores locais, mas também conecta os visitantes à tradição e autenticidade da região.
- **Desporto e Saúde**  
Embora o desporto tenha apenas uma atividade registada (Passadiços do Paiva), a categoria de saúde não foi representada. Isso sugere que a região pode explorar mais atividades relacionadas ao bem-estar, como *spas* ou práticas desportivas.
- **Religião**  
Nenhuma atividade foi explicitamente associada à religião, o que indica que esse segmento não está a ser explorado como uma vertente turística na região.

Aulas, experiências e oficinas/workshops	Natureza	Desporto	Saúde	Cultura	Religião	Gastronomia
Porto: aula de culinária de pastel de nata com a receita da avó						○
Workshop do Pastel de Nata – Aula de culinária no centro do Porto						○
Tour gastronómico no Porto: refeição completa e bebidas						○
Pintar uma aguarela com Hugo do Lago				○		
Porto: pintura de azulejos e cocktails no centro do Porto				○		
Porto: tour pelo mercado local e aula de culinária				○		○
Porto: cruzeiro privado de 3 horas pelo rio Douro	○			○		
Portugal: tour privado por Braga				○		
Aprenda a fazer pastel de nata numa bela casa no Porto						○
Oficina de sobremesas portuguesas no centro do Porto						○
<b>Total</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>5</b>	<b>0</b>	<b>6</b>

**Tabela 24.**

Classificação de Aulas, experiências e oficinas/workshops da plataforma Expedia.  
Fonte: Elaboração própria a partir de Expedia.

Os *workshops* e aulas oferecem experiências interativas e criativas, sendo um diferencial na oferta turística:

- **Cultura**  
Com 5 atividades, os *workshops* de arte, como pintura de aquarelas e azulejos, fortalecem o apelo cultural da região. Essas experiências proporcionam uma imersão criativa, conectando os visitantes à identidade artística local.
- **Gastronomia**  
Esta categoria é novamente um destaque, com 6 atividades, como aulas de culinária focadas no famoso pastel de nata e oficinas de sobremesas portuguesas. Estas iniciativas oferecem uma abordagem prática e envolvente, permitindo que os visitantes aprendam mais sobre a rica culinária portuguesa.
- **Natureza**  
Apenas uma atividade foi classificada como relacionada com a natureza (cruzeiro privado pelo rio Douro). Isso indica que os *workshops* ao ar livre ou em contacto com o ambiente natural poderiam ser mais explorados, ampliando o leque de opções para os visitantes.
- **Desporto, Saúde e Religião**  
Assim como nas atividades gerais, estas categorias não foram representadas nos *workshops*, o que evidencia uma oportunidade para desenvolver ofertas que envolvam práticas esportivas, bem-estar ou elementos de turismo religioso.

A análise da oferta turística no Porto e municípios vizinhos destaca iniciativas de sucesso na gastronomia, cultura e natureza, que podem servir de exemplo para Valongo desenvolver produtos turísticos similares ou diferenciados, aproveitando suas características únicas. A seguir, são apresentadas recomendações específicas para Valongo com base nas boas práticas identificadas. A forte ênfase na gastronomia em Porto e no Vale do Douro pode inspirar Valongo a explorar ainda mais as suas tradições culinárias, como a regueifa e os biscoitos. Algumas estratégias incluem:

- Criar *workshops* que permitam aos visitantes aprender a fazer regueifa e biscoitos, similar às aulas de pastel de nata no Porto.
- Desenvolver experiências gastronómicas que combinem pães e biscoitos locais com produtos regionais, como mel ou vinhos do Porto, criando roteiros específicos em padarias e confeitarias tradicionais.
- Ampliar a oferta de festivais, como a Festa da Regueifa, tornando-os um ponto de destaque regional.

As Serras de Porto/Valongo já são reconhecidas como um recurso natural importante, mas poderiam beneficiar de maior estruturação e diferenciação. Exemplos:

- Criar trilhos que combinem paisagens naturais com narrativas históricas ou culturais, como percursos que explorem a mineração romana e os castros.
- Introduzir práticas como ioga ao ar livre, trilhos guiadas focadas em fotografia ou observação de pássaros, diferenciando-se dos Passadiços do Paiva.
- Investir em eco-alojamentos ou campings com serviços diferenciados, como *glamping*, para atrair públicos que procuram conforto e conexão com a natureza.

Valongo pode inspirar-se no sucesso de workshops artísticos no Porto para valorizar os seus próprios recursos culturais:

- Desenvolver *workshops* que utilizem materiais locais, como a ardósia ou relacionados com os brinquedos, conectando os visitantes à tradição mineradora da região e à história dos brinquedos.
- Criar festivais que combinem gastronomia, cultura e natureza, promovendo visitas a pontos como o Museu da Lousa e as Serras de Valongo.
- Oferecer visitas guiadas ao Santuário de Santa Rita Cássia e à Aldeia de Couce, destacando seu valor histórico e cultural.

Embora o turismo religioso não seja fortemente explorado na região, Valongo pode destacar-se:

- Promover o Santuário Santa Rita Cássia com eventos espirituais e peregrinações que posicionem o santuário como um destino relevante na região Norte. Desenvolver trajetos que combinem o santuário com outros pontos históricos e culturais, oferecendo uma experiência enriquecedora.

Valongo deve posicionar-se como uma extensão natural da oferta turística do Porto e do Vale do Douro, conectando-se de forma estratégica:

- Criação de roteiros integrados  
Desenvolver pacotes turísticos que combinem visitas a Valongo e Porto, destacando a proximidade e a complementariedade entre os destinos.

- **Parcerias regionais**  
Estabelecer colaborações com operadores turísticos do Porto para incluir Valongo como parte de seus roteiros.
- **Promoção digital:** Investir na divulgação dos produtos turísticos de Valongo em plataformas utilizadas pela concorrência, como Tripadvisor, Komoot e Visit Portugal.

Valongo tem a oportunidade de aprender com as práticas bem-sucedidas do Porto e municípios vizinhos para desenvolver uma oferta turística experiencial, diferenciada e autêntica. Apostar em suas tradições gastronómicas, valorizar os seus recursos naturais e culturais e integrar-se estrategicamente à oferta regional pode posicionar Valongo como um destino único e atrativo no Norte de Portugal. Estas iniciativas não apenas fortalecem a identidade do município, mas também ampliam a sua relevância no mercado turístico.

**03**

**TRABALHO  
DE CAMPO**



# 03

## TRABALHO DE CAMPO

Tal como acordado com o Eixo Atlântico do Noroeste Peninsular e o município de Valongo, o trabalho de campo consistiu na aplicação de várias ferramentas metodológicas de utilidade para a realização do diagnóstico:

- Visita acompanhada
- Visita de observação direta/cliente mistério
- Questionário a agentes do setor público
- Questionário a agentes do setor privado

### 3.1

#### QUESTIONÁRIO AO SETOR PRIVADO

---

O questionário foi desenhado para compilar a informação de agentes do setor privado de Valongo, com o objetivo de avaliar a perceção atual do território como destino turístico, identificar oportunidades de melhoria na sua oferta, e propor estratégias para maximizar os impactos positivos do turismo em termos de emprego e geração de riqueza.

Os objetivos específicos para esta ferramenta metodológica foram:

- Identificar a perceção do setor privado sobre a situação atual do turismo em Valongo  
As perguntas iniciais ajudam a compreender que produtos e serviços estão atualmente disponíveis e quais elementos complementares seriam necessários para dinamizar o turismo.

- Identificar atrações turísticas chave  
Pedi-se aos inquiridos para identificarem os principais pontos de interesse, o que permite avaliar a sua relevância e potencial para atrair visitantes.
- Explorar as necessidades e melhorias do território  
Através de perguntas abertas e de opção múltipla, recolhem-se sugestões sobre infraestrutura, promoção e estratégias de desenvolvimento turístico.
- Entender o perfil dos visitantes  
Esta secção permite analisar as características demográficas, interesses e níveis de satisfação dos turistas atuais, assim como identificar públicos potenciais.
- Propor estratégias realistas e viáveis  
A última secção do questionário procura recolher ideias sobre investimentos estratégicos, atividades inovadoras e oportunidades para melhorar a experiência do visitante e aumentar a estada média.

O questionário ao setor privado consta de 21 questões organizadas em 3 secções principais:

- Sobre a entidade  
Esta secção procura identificar os serviços e produtos oferecidos pelos participantes e explorar que tipos de ofertas complementares poderiam melhorar a atração turística do território. Utilizam-se perguntas fechadas e de opção múltipla para facilitar a identificação das áreas de especialização e oportunidades de diversificação.
- Sobre o território (Valongo)  
Nesta secção, questiona-se sobre as perceções dos inquiridos quanto às vantagens, desvantagens, e as atrações emblemáticas de Valongo. Inclui perguntas abertas para obter opiniões detalhadas, assim como perguntas de classificação para priorizar produtos e atrações turísticas.
- Relativamente aos visitantes do território  
Esta secção está focada no perfil dos turistas, o seu nível de satisfação, interesses, e necessidades percebidas pelos agentes do setor. Inclui perguntas de escala, opção múltipla e perguntas abertas para identificar tanto o público atual como segmentos potenciais.

O questionário está desenhado para gerar uma visão integral de Valongo como destino turístico, baseada nas experiências e perceções de agentes do setor privado. A compilação de dados permitiu:

- Identificar forças e fraquezas do território.
- Priorizar investimentos e esforços de promoção.
- Desenhar estratégias concretas para maximizar o potencial turístico de Valongo e os seus impactos positivos na economia local.

Este foco metodológico garante que as respostas refletem tanto as necessidades do setor como as oportunidades para desenvolvimento sustentável do turismo em Valongo.

## **Resultados:**

O inquérito de Valongo foi enviado a 139 agentes do setor privado, distribuídos entre Agentes Turísticos Locais, Restaurantes, Empreendimentos Turísticos e Alojamento Local, e Padarias e Biscoitarias, tendo recebido 26 respostas (Ver Apêndice 2). Através das perguntas filtro incluídas no questionário, será possível identificar a representatividade de cada categoria, permitindo uma análise mais detalhada e segmentada dos dados obtidos.

### **Sobre a sua Empresa**

Neste bloco consegue-se apresentar o perfil dos empresários que realizaram o questionário, sendo que o total é superior a 100%. Não se trata dum erro, mas apenas que existem empresas que oferecem diversos produtos/serviços.

Restaurantes e gastronomia é o serviço mais destacado, com 42,3% das respostas. Isto indica que a maioria dos respondentes estão relacionados com este setor, o que sugere que a gastronomia é um elemento chave da oferta turística do território, aspeto que já era expectável na análise dos indicadores das diferentes fontes de informação turística, que demonstravam um considerável reduzido volume de capacidade de alojamento. O 23,1% das respostas menciona a produção alimentar local, o que complementa o ênfase na gastronomia. Este dado indica a presença de atores vinculados à produção de alimentos que “alimentam” a oferta turística, pelo que é importante ter em conta que uma grande parte das respostas recolhidas vem desse setor.

O 19,2% e o 15,4% das respostas provêm de empresas de alojamento e transporte, respetivamente. Isto sugere a participação de agentes que facilitam a chegada e estadia de visitantes, mas em menor proporção comparado com o sector gastronómico.

Por último, os serviços como elaboração de artesanato, enoturismo, comercialização de serviços turísticos, e animação turística têm uma participação baixa, representando cada um apenas o 3,8% das respostas. Isto mostra uma menor diversificação na oferta turística fora dos setores principais.

É relevante destacar que nenhum participante mencionou informação ou promoção turística como um serviço oferecido, o que poderia indicar uma oportunidade para fortalecer a visibilidade do território.

Quanto às perceções dos agentes do setor privado sobre quais as ofertas complementares poderiam tornar Valongo um destino mais atrativo, é possível identificar que 50% das respostas (13 inquiridos) apontam a animação turística como a oferta que mais poderia complementar e dinamizar o território.

Isso reflete uma perceção generalizada de que atividades interativas, eventos culturais e experiências vivenciais são elementos ausentes ou pouco desenvolvidos em Valongo e considerados necessários para atrair mais visitantes.

### Sobre o Território (Valongo)

A análise das respostas sobre as vantagens do território de Valongo destaca vários aspetos-chave que os inquiridos consideram como diferenciadores do destino. A continuação, apresenta-se um resumo estruturado:

VANTAGENS	CONTEÚDOS DAS RESPOSTAS
<b>1. Proximidade e acessibilidade</b>	Várias respostas mencionam a proximidade de Valongo ao centro do Porto e o fácil acesso através da rede de transportes existente. A proximidade com o Porto também é apontada como uma vantagem estratégica, facilitando a conectividade com outros destinos.
<b>2. Atrativos naturais</b>	O Parque das Serras do Porto é mencionado como um elemento diferenciador pela sua natureza e paisagens. A diversidade natural e o entorno tranquilo são destacados como valores únicos.
<b>3. Património cultural e histórico</b>	A história de Valongo, especialmente a da indústria da cozedura do pão (regueifa e biscoitos), identifica-se como um factor diferencial importante. As tradições locais e a preservação do património cultural contribuem à autenticidade do destino.
<b>4. Gastronomia</b>	A diversidade gastronómica é também mencionada, com ênfase em produtos tradicionais como a regueifa e os biscoitos. Alguns respondentes consideram que a comida é já uma fortaleza chave para atrair visitantes.
<b>5. Oportunidades de desenvolvimento</b>	Observa-se interesse na infraestrutura, mencionando áreas agrícolas e espaços disponíveis para projetos como hotéis e atrações turísticas.
<b>6. Qualidade de vida e autenticidade</b>	Aspetos como a calma, a tranquilidade e a autenticidade do território sentem-se como vantagens para aqueles que procuram uma experiência diferente dos grandes centros urbanos.

**Tabela 25.**

Vantagens competitivas do território.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos nos inquéritos.

De acordo com estes resultados, Valongo apresenta uma combinação única de vantagens competitivas, incluindo a proximidade estratégica com o Porto, uma rica oferta natural e cultural e uma gastronomia de excelência. No entanto, para maximizar o seu potencial, seria útil reforçar a promoção do seu património e natureza, bem como desenvolver infraestruturas que atraiam mais visitantes, reforçando a sua atratividade como destino turístico e residencial. Algumas respostas (por exemplo, “nenhuma”, “N/A”) refletem uma perceção limitada dos benefícios, sugerindo que ainda há espaço para melhorar a comunicação dos valores do Valongo.

### Desvantagens Identificadas no Setor Privado

A análise das desvantagens do território do Valongo, com base nos comentários recolhidos, pode ser estruturada em diversas categorias-chave que resumem os principais problemas:

<b>1. INFRAESTRUTURAS E URBANISMO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FALTA DE RESTAURAÇÃO EM BOAS CONDIÇÕES. A AUSÊNCIA DE MANUTENÇÃO E RENOVAÇÃO DE ESPAÇOS PODE IMPACTAR NEGATIVAMENTE NA PERCEÇÃO DO DESTINO.</li> <li>PROBLEMAS NOS TRAJETOS RODOVIÁRIOS. O MAU PLANEAMENTO OU AS CONDIÇÕES PRECÁRIAS DAS ESTRADAS DIFICULTAM A MOBILIDADE.</li> <li>O CENTRO PEQUENO E A FALTA DE OPÇÕES PARA ESTACIONAR LIMITAM O ACESSO.</li> <li>A AUSÊNCIA DE INFRAESTRUTURAS PARA PESSOAS COM MOBILIDADE REDUZIDA EVIDENCIA UMA EXCLUSÃO EM TERMOS DE PLANEJAMENTO URBANO.</li> </ul>
<b>2. MOBILIDADE E TRANSPORTES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>DESTACA-SE A FALTA DE ALTERNATIVAS DE TRANSPORTE PÚBLICO, COMO O METRO, O QUE PREJUDICA A CONEXÃO DO TERRITÓRIO) (ENTENDE-SE QUE ESTE COMENTÁRIO SE REFERE A VALONGO CIDADE)</li> <li>POUCAS OPÇÕES DE TRANSPORTE PÚBLICO E DESORGANIZAÇÃO, O QUE CRIA BARREIRAS PARA RESIDENTES E VISITANTES.</li> </ul>
<b>3. MEIO AMBIENTE E LIMPEZA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>EXCESSO DE EUCALIPTOS. AINDA QUE SE NOTE UMA MELHORIA, CONTINUA A SER UM TEMA AMBIENTAL RELEVANTE.</li> <li>A POLUIÇÃO DO RIO FERREIRA É UM PROBLEMA AMBIENTAL QUE PREJUDICA A QUALIDADE DO ENTORNO NATURAL.</li> <li>A FALTA DE LIMPEZA URBANA É MENCIONADA COMO UM PROBLEMA RECORRENTE, PREJUDICANDO TANTO A PERCEÇÃO VISUAL QUANTO A QUALIDADE DE VIDA.</li> </ul>
<b>4. OFERTA TURÍSTICA E CULTURAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>A PERCEÇÃO DE UM LUGAR SEM ATRAÇÕES RELEVANTES, COM POUCA DIVERSIDADE EM ATIVIDADES TEMÁTICAS E POUCA OFERTA TURÍSTICA:</li> <li>A FALTA DE EVENTOS DISTRIBUÍDOS AO CONCENTRAR OS EVENTOS EM CERTAS ÁREAS (COMO A ESTAÇÃO EM ERMESINDE) LIMITA O DINAMISMO NOUTRAS ZONAS.</li> <li>DINÂMICA CULTURAL LIMITADA, QUE DERIVA EM UMA FALTA DE ATIVIDADES CULTURAIS QUE PODERIAM ENRIQUECER A EXPERIÊNCIA DE RESIDENTES E TURISTAS.</li> </ul>
<b>5. PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>FALTA DE DIVULGAÇÃO DEVIDO A UMA PROMOÇÃO DEFICIENTE E À SINALIZAÇÃO INADEQUADA QUE LIMITAM O ATRATIVO DO DESTINO.</li> <li>HÁ TAMBÉM INCONSISTÊNCIA NA ESTRATÉGIA DE COMUNICAÇÃO E A AUSÊNCIA DE UMA VISÃO CLARA PARA POSICIONAR VALONGO COMO UM DESTINO INTERESSANTE.</li> <li>A FALTA DE PROMOÇÃO TURÍSTICA E CULTURAL INDICA QUE UMA ESTRATÉGIA MAIS ROBUSTA PODERIA ATRAIR VISITANTES E MELHORAR A PERCEÇÃO GERAL.</li> </ul>
<b>6. CARACTERIZAÇÃO DO TERRITÓRIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>TERRITÓRIO PERIFÉRICO SEM ATRATIVIDADE É PERCEBIDO COMO UMA ÁREA DORMITÓRIO, SEM CARACTERÍSTICAS QUE O DESTAQUEM COMO UM DESTINO TURÍSTICO OU CULTURAL.</li> <li>O ATERRAMENTO DE SOBRADO PODE SER VISTO COMO UM PROBLEMA AMBIENTAL E VISUAL QUE IMPACTA NEGATIVAMENTE A REPUTAÇÃO DO LOCAL.</li> </ul>

**Tabela 26.**

Desvantagens do território.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos nos inquéritos.

O território Valongo enfrenta múltiplos desafios que vão desde problemas ambientais e de infraestruturas até à insuficiente promoção turística e cultural. Melhorar os transportes públicos, implementar estratégias de comunicação consistentes e diversificar a oferta turística e cultural poderia mudar significativamente a sua perceção como um destino mais atrativo tanto para residentes como para visitantes.

Além disso, a aposta na limpeza urbana, na recuperação dos espaços e na melhoria das acessibilidades poderá contribuir para a transformação do território num local mais habitável e acolhedor.

### **Sobre a Concorrência do Território**

Entre as 21 respostas analisadas, o destino mais citado foi Porto, considerando as diferentes variações como “Porto” e “Cidade do Porto”. Isso indica que Porto, como capital regional e importante destino turístico, é visto como a principal concorrência para Valongo. Este dado reflete a proximidade geográfica e o papel de Porto como um polo de atração turística mais consolidado na região. Esta é a interpretação dos respondentes que devemos refletir, mesmo que seja óbvio que o Porto não é concorrente de Valongo, mas sim uma oportunidade.

Gondomar aparece com 2 menções, sendo outro município vizinho que oferece atrativos semelhantes aos de Valongo, como natureza e cultura. A menção a Arouca Geopark e Serras de Paiva, ambos destinos naturais de destaque, indica que o turismo de natureza também é um segmento competitivo.

Outras respostas, como Gerês, apontam para destinos naturais mais afastados que, apesar de não estarem tão próximos de Valongo, são reconhecidos pela sua relevância no turismo em Portugal.

Curiosamente, algumas respostas demonstram falta de consenso ou confiança na competitividade do município. Por exemplo, “Valongo sem dúvida se as ruas aqui estivessem enfeitadas agora” e “Se o pelouro da cultura criar mais atividades não temos concorrência” refletem uma visão de que o município possui potencial, mas que ele ainda precisa ser melhor explorado, principalmente no que se refere à oferta cultural e ao embelezamento urbano.

Além disso, a menção a Ermesinde, que faz parte de Valongo, reforça a necessidade de promover a identidade integrada do município como um todo. Algumas respostas genéricas, como “Portugal” e “Global”, apontam uma perspetiva mais ampla, que pode indicar falta de clareza ou desconhecimento sobre destinos concorrentes específicos.

## Sobre a Oferta do Território

A análise das respostas sobre as atrações mais emblemáticas de Valongo destaca uma rica diversidade de elementos que tornam o território único e promissor no campo do turismo. As Serras de Valongo, com destaque para a Serra de Santa Justa, aparecem como a principal atração natural, sendo mencionadas em mais da metade das respostas. Estes espaços são valorizados pela sua beleza natural, trilhos, miradouros e conexão com a biodiversidade local. Além disso, atividades como espeleologia e circuitos pedestres reforçam sua atratividade, posicionando as serras como um recurso central para o turismo de aventura e natureza.

A gastronomia local também foi amplamente mencionada, com destaque para produtos tradicionais como a regueifa, os biscoitos, a broa de milho e as francesinhas. Estes itens não refletem apenas a identidade cultural de Valongo, mas também são complementados por eventos como a Festa da Regueifa, que une tradição e vivência gastronómica. O Museu da Regueifa e do Biscoito é frequentemente citado como um local emblemático que conecta a gastronomia à história e cultura da região.

O património cultural e histórico de Valongo é outro ponto de destaque, representado por elementos como o Museu da Lousa, o Museu do Brinquedo e tradições festivas, como o São João de Sobrado. Essas atrações mostram o potencial de Valongo para oferecer experiências culturais únicas e diversificadas, que vão desde a valorização das suas tradições mineradoras até celebrações populares que atraem visitantes e fortalecem o vínculo com a comunidade local.

Espaços urbanos e de lazer, como o Parque Urbano de Ermesinde, o Parque Vale do Leça e a Vila Beatriz, também foram mencionados. Estes locais são valorizados pela sua funcionalidade e capacidade de atrair famílias e moradores, oferecendo opções de lazer no meio à natureza. A presença de atividades sazonais, como uma árvore de Natal nos parques, aponta para o potencial de eventos específicos como atrações complementares.

Por fim, a proximidade com o Porto foi identificada como uma vantagem estratégica para Valongo. A curta distância de importantes pontos turísticos, como o aeroporto e a cidade do Porto, posiciona Valongo como um destino complementar ideal para turistas que procuram uma experiência autêntica e diferenciada fora do centro metropolitano.

Para concluir, Valongo possui uma oferta turística diversificada e rica, combinando natureza, gastronomia e cultura. No entanto, a análise também sugere a necessidade de investimentos em infraestrutura e promoção integrada para maximizar o potencial dessas atrações. A criação de roteiros temáticos que conectem os principais elementos do território pode aumentar a permanência dos visitantes e fortalecer a imagem de Valongo como um destino autêntico e sustentável.

## Relativamente aos visitantes do território

A análise das respostas revela as atrações turísticas mais valorizadas pelos visitantes de Valongo, destacando elementos naturais, culturais e religiosos como principais pontos de interesse. As Serras de Porto/Valongo, incluindo a Serra de Santa Justa, Serra de Pias e Serra de Castiçal, aparecem como a atração mais mencionada, consolidando-se como um recurso essencial para o turismo de natureza. As serras são reconhecidas pela sua beleza natural, trilhos e potencial para atividades ao ar livre, sendo frequentemente associadas à biodiversidade e à tranquilidade da região.

A Regueifa, representada pela Oficina da Regueifa e do Biscoito de Valongo, também foi amplamente citada, evidenciando a importância da gastronomia local como elemento cultural e turístico. A tradição associada à produção da regueifa e dos biscoitos atrai visitantes que procuram experiências autênticas, ligadas à história e à identidade de Valongo. Essa atração une gastronomia e cultura, destacando o papel da oficina como um ponto turístico emblemático.

O Santuário Santa Rita Cássia surge como uma das atrações religiosas mais valorizadas, apontado por visitantes interessados em turismo espiritual e contemplativo. A sua relevância demonstra que Valongo também é capaz de atrair um público que procura conexões emocionais e culturais, reforçando a diversidade da oferta turística da região. O Museu da Lousa e o Centro de Interpretação e Parque Paleozóico completam a lista de atrações destacadas. O museu valoriza a herança histórica e mineradora de Valongo, enquanto o centro e o parque paleozóico oferecem uma conexão única com o património natural e científico da região. Estes locais atendem a públicos interessados em aprender mais sobre a história e a geologia local, agregando valor à experiência turística.

Conclui-se que as Serras de Porto/Valongo lideram como a atração mais valorizada, enquanto a regueifa, o santuário e os museus complementam a oferta com elementos culturais e religiosos. Essa diversidade destaca o potencial de Valongo para atrair diferentes perfis de visitantes, desde aventureiros e amantes da natureza até apreciadores de cultura e espiritualidade.

Recomenda-se o contínuo investimento na promoção das serras e na melhoria da infraestrutura de acesso a esses locais. Além disso, a valorização de atrações culturais, como a Oficina da Regueifa e o Museu da Lousa, deve ser mantida, integrando essas experiências em roteiros turísticos completos. O desenvolvimento de estratégias para atrair mais visitantes ao Santuário Santa Rita Cássia e ao Centro Paleozóico pode complementar as iniciativas, garantindo que Valongo se destaque como um destino turístico diversificado e atrativo.

Sobre as melhorias sugeridas para tornar essas atrações mais atrativas para os visitantes, as respostas destacam divulgação e promoção (38,5%) como a principal necessidade para tornar as atrações de Valongo mais atrativas. Isso reflete uma percepção de que as iniciativas existentes não estão a alcançar, de forma eficaz, os potenciais visitantes. Estratégias de *marketing* e maior visibilidade em redes sociais e agências de turismo da região metropolitana do Porto foram mencionadas como prioridades.

Acessibilidade e infraestrutura também surgem como aspetos importantes, com sugestões como melhorias nos acessos às atrações, ampliação de transporte público (como o metro chegando a Valongo) e limpeza das áreas de visitação. Estas melhorias são essenciais para garantir uma experiência agradável e acessível aos visitantes. A manutenção e qualidade das atrações, indica a necessidade de cuidado contínuo com as estruturas existentes, bem como com o atendimento ao cliente. Atividades e dinamismo foram citados em 11,5% das respostas, sugerindo que a programação de eventos e visitas guiadas pode ser uma forma eficaz de tornar as atrações mais atrativas.

Finalmente, parcerias e cooperação local demonstram que há espaço para fortalecer as conexões entre os negócios locais e as atrações turísticas, criando sinergias para beneficiar o destino como um todo. A análise das respostas sobre as atividades ou experiências que poderiam ser desenvolvidas em Valongo para atrair visitantes, segundo os agentes do setor privado, destaca ideias variadas e abordagens que evidenciam tanto oportunidades imediatas quanto áreas estratégicas. De seguida, a análise:

ATIVIDADES	ASPETOS CHAVE
<b>1. Cultura e entretenimento</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Espetáculos culturais:</b> Propõe-se um foco em eventos musicais que possam atrair diferentes públicos.</li> <li>• <b>Desenvolvimento cultural:</b> Atividades que destaquem a cultura local e as tradições.</li> <li>• <b>Eventos direcionados aos visitantes:</b> Baseados na natureza e na gastronomia, aproveitando os recursos locais.</li> <li>• <b>Workshops e experiências guiadas:</b> Propostas interativas para aprender sobre a cultura, a natureza e a história de Valongo.</li> <li>• <b>Atividades direcionadas aos jovens:</b> Focar em eventos que incentivem a participação desse grupo demográfico.</li> </ul>
<b>2. Natureza e atividades ao ar livre</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Visitas guiadas:</b> Sugere-se a organização de roteiros pelas Serras do Porto para mostrar a beleza natural do território.</li> <li>• <b>Descida do Rio Ferreira em barco:</b> Uma experiência aquática inovadora e atraente.</li> <li>• <b>Desportos radicais:</b> Incorporar atividades de aventura para atrair um público mais jovem e ativo.</li> <li>• <b>Parques temáticos e piscinas públicas:</b> Melhorias nas infraestruturas de lazer para atrair famílias.</li> </ul>
<b>3. Gastronomia e parcerias estratégicas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Roteiros gastronómicos:</b> Um itinerário focado na comida local, como o pão, a regueifa e os biscoitos.</li> <li>• <b>Parcerias com empresas locais:</b> potencializar o turismo industrial e gastronómico por meio de visitas a produtores locais.</li> <li>• <b>Colaborações externas:</b> Parcerias com lojas e negócios fora de Valongo para promover os produtos locais.</li> <li>• <b>Enoturismo:</b> Incorporar a produção de vinhos e visitas a adegas como uma atividade turística.</li> </ul>
<b>4. Infraestruturas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Melhorias nas instalações desportivas:</b> Renovação dos courts de ténis para integrá-los em circuitos regionais.</li> <li>• <b>Hotéis:</b> Uma maior oferta de alojamento seria essencial para atrair mais visitantes.</li> <li>• <b>Parques temáticos e piscinas públicas:</b> Investimentos em infra estruturas recreativas. Enriquecer a experiência para visitantes com interesses específicos.</li> <li>• <b>Parques com atividades para estudantes:</b> Uma forma de combinar educação e turismo.</li> </ul>
<b>5. Promoção e marketing</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Inovação na promoção turística:</b> Destacar os atrativos existentes com campanhas inovadoras.</li> <li>• <b>Divulgação de programas turísticos:</b> Estratégias de marketing voltadas para dar visibilidade ao que Valongo já oferece.</li> </ul>

**Tabela 27.**

Atividades ou experiências para atrair visitantes.  
Fonte: Elaboração própria.

Algumas respostas como “N/A”, “sem opinião” ou similares indicam que nem todos os participantes têm uma visão clara ou propostas específicas, o que pode refletir a necessidade de maior orientação ou informação.

As propostas refletem um equilíbrio entre cultura, natureza, gastronomia e infraestrutura. Valongo tem um potencial significativo para atrair visitantes por meio de atividades que aproveitem seus recursos únicos, como o ambiente natural e a tradição gastronómica, ao mesmo tempo que melhora a sua infraestrutura e estabelece parcerias estratégicas. A chave será implementar um plano coordenado que integre essas ideias numa estratégia turística sólida e sustentável.

Sobre como desenvolver novas atividades e experiências para atrair visitantes a Valongo, destacam-se diferentes áreas de foco. Gastronomia e enoturismo surgem como uma categoria importante, com sugestões como roteiros gastronómicos, promoção de enoturismo e parcerias com empresas locais para degustação de produtos tradicionais, como pão, biscoitos e regueifa. Estas iniciativas mostram o potencial da gastronomia local como uma ferramenta para valorizar a identidade cultural e atrair turistas interessados em experiências autênticas.

Outra área de destaque é a natureza e atividades ao ar livre, que inclui propostas como descidas de barco no rio Ferreira, visitas guiadas às serras e o desenvolvimento de parques temáticos e piscinas públicas ao ar livre. Estas atividades valorizam os recursos naturais da região, oferecendo experiências que combinam lazer e contacto com a natureza. Além disso, a inclusão de desportos radicais e trilhos amplia o apelo para um público mais aventureiro.

A juventude e a educação também foram mencionadas, com a sugestão de aproveitar parques já existentes para atividades voltadas aos estudantes e criar iniciativas específicas para o público jovem. Essas ideias reforçam a necessidade de diversificar a oferta turística para atrair diferentes faixas etárias.

No âmbito cultural, os participantes destacaram a importância de espetáculos, especialmente de música, e o desenvolvimento de mais iniciativas culturais para complementar a oferta turística. Isso aponta para a relevância de valorizar o património cultural como um diferencial competitivo. Além disso, algumas respostas enfatizaram a necessidade de inovação na promoção turística, sugerindo maior divulgação de programas e melhorias na comunicação para atrair visitantes. Também foi apontada a necessidade de fortalecer a infraestrutura, como melhorar os courts de ténis e investir em hotéis, o que demonstra uma preocupação com a capacidade de Valongo de receber mais turistas.

Por fim, algumas respostas indicaram falta de opinião ou reforçaram ideias já mencionadas, evidenciando que certos participantes não têm uma visão clara sobre o que poderia ser desenvolvido. De maneira geral, as respostas mostram que Valongo tem potencial para diversificar e fortalecer sua oferta turística, especialmente em áreas como natureza, gastronomia e cultura, mas que isso depende de esforços coordenados entre inovação, infraestrutura e promoção.

## **Sobre as Estratégias para Aumentar a Estada Média no Destino**

A questão “Proponha, por favor, estratégia(s) que poderiam contribuir para aumentar a estada média no destino” trouxe respostas variadas, refletindo diferentes percepções sobre as necessidades e oportunidades do território de Valongo. A maior parte das respostas (53,8%) foi classificada como Não sei/N/A/Irrelevante, indicando que muitos participantes não têm ideias concretas ou familiaridade suficiente com o tema para propor estratégias específicas. Esse dado reflete a necessidade de ações de conscientização e capacitação sobre o potencial turístico de Valongo.

A categoria de Alojamento aparece como a segunda mais destacada, com 19,2% das respostas, sugerindo que a melhoria e diversificação da oferta de alojamento são vistas como essenciais para aumentar a estada média no destino. Recomendações incluem alojamentos rurais, opções mais acessíveis financeiramente e a modernização de estruturas existentes.

Infraestrutura e Serviços Públicos é a terceira categoria mais mencionada (11,5%), com ênfase em modernizar equipamentos, melhorar a segurança e limpeza, e diversificar opções de transporte público, como a criação de uma linha de metro conectando Valongo às cidades vizinhas. Estes investimentos seriam cruciais para tornar o município mais atrativo e acessível.

Atividades/Atrações e Promoção/Divulgação aparecem com percentagens menores, 7,7% e 3,8%, respetivamente. Essas respostas apontam para a necessidade de criar roteiros turísticos mais integrados e desenvolver estratégias de marketing que atraiam visitantes e promovam as singularidades do destino.

Por fim, Cultura e Eventos, com 3,8%, destaca a importância de aumentar o número de eventos culturais, mostrando que atividades desse tipo podem ser um diferencial competitivo para o destino. Com estes resultados, fica evidente que a combinação de melhorias na infraestrutura, oferta de alojamentos e estratégias de divulgação pode fortalecer a atratividade de Valongo e incentivar os visitantes a prolongarem sua estadia.

## **Sobre os Investimentos Turísticos Estratégicos para Valongo**

A análise das respostas à questão sobre investimentos turísticos estratégicos para Valongo revela um cenário diversificado de opiniões, mas com algumas tendências predominantes.

A categoria mais citada foi a de alojamento, com 26,9% das respostas. Propostas como a criação de hotéis de alto padrão, pousadas em locais icónicos como o antigo sanatório e alojamentos locais acessíveis foram mencionadas. Isso reflete a percepção de que a infraestrutura de alojamento é fundamental para aumentar o potencial turístico de Valongo. A construção de hotéis ou a renovação de estruturas existentes, como o antigo sanatório, são vistos como uma estratégia para atrair visitantes e elevar a estada média no município.

A segunda categoria mais mencionada foi a de atividades e experiências, com 23,1% das respostas. Destacaram-se ideias como a criação de parques temáticos e aquáticos, atividades para jovens, roteiros guiados e desportos radicais. Essa ênfase indica uma procura por atrações que ampliem as opções de entretenimento e envolvimento dos visitantes, tornando o destino mais dinâmico e competitivo na região.

Melhorias na infraestrutura e nos serviços também apareceram nas respostas, representando 7,7%. Propostas como a introdução de transporte público eficiente, incluindo autocarros turísticos, foram sugeridas como formas de facilitar o acesso ao município e às suas atrações. Essas melhorias são vistas como essenciais para tornar Valongo mais acessível e conveniente para visitantes.

Com uma percentagem menor, 3,8% das respostas destacaram a importância de promover as iguarias locais e participar em feiras e eventos externos para divulgar Valongo. Isso evidencia a necessidade de estratégias de *marketing* mais robustas e direcionadas para atrair atenção ao destino, especialmente fora do seu perímetro geográfico.

Um número significativo de respostas, 26,9%, foi classificado como “Não sei/Irrelevante”, indicando falta de clareza ou ideias concretas por parte dos respondentes. Isso pode ser um reflexo da falta de conhecimento sobre o potencial turístico do município ou de uma formulação pouco clara da questão.

## 3.2

### QUESTIONÁRIO AO SETOR PÚBLICO

---

Este questionário foi elaborado para recolher informações por parte do setor público sobre a perceção de Valongo como destino turístico, com foco específico na maximização do aproveitamento do fluxo de excursionistas que já visitam a região. O objetivo principal é identificar oportunidades de ações de marketing, planeamento turístico, desenvolvimento de produtos e estímulos ao setor privado que promovam o turismo no território.

#### Objetivos Específicos

- Identificar vantagens e debilidades do território  
O objetivo é perceber o que torna Valongo único como destino e quais os seus principais desafios face a outros destinos turísticos.
- Priorizar produtos turísticos chave  
Classificar os produtos existentes de acordo com a sua relevância para os visitantes atuais e o seu potencial para atrair turistas de fora da região.

- Avaliar a experiência do visitante  
Analisar interesses, nível de satisfação e segmentos de público-alvo que poderão ser desenvolvidos no futuro.
- Identificar necessidades do território  
Explorar áreas de melhoria em infraestruturas, atividades, promoção e colaboração público-privada.
- Definir investimentos estratégicos  
Recolher propostas de investimentos prioritários que gerem impacto positivo no turismo e na economia local.

Este questionários dividem-se em três secções principais com um total de 15 perguntas:

### **Sobre o território (Valongo)**

Esta secção procura explorar as vantagens competitivas de Valongo como destino, priorizar produtos turísticos e comparar o território com destinos considerados concorrentes.

### **Relativamente aos visitantes do território**

Aqui são avaliados o perfil dos visitantes, os seus interesses e nível de satisfação. Além disso, são coletadas perceções sobre as principais atrações turísticas, as suas potencialidades e as melhorias necessárias para atrair um maior fluxo de visitantes.

### **Sobre a oferta do território**

Centrada nas necessidades do território numa perspetiva turística, esta secção identifica as principais áreas de investimento, avalia a colaboração público-privada e propõe estratégias para fortalecer a oferta turística.

O questionário foi elaborado para gerar informações práticas e acionáveis que permitem:

- Avaliar a eficácia das atuais estratégias de promoção e desenvolvimento do turismo.
- Identificar oportunidades para melhorar a oferta e satisfazer as necessidades dos visitantes.
- Desenhar ações concretas de colaboração público-privada que promovam o turismo em Valongo.
- Priorizar investimentos estratégicos que aumentem o impacto económico do turismo na região.

A metodologia do questionário permite captar uma perspetiva abrangente do setor público sobre o turismo em Valongo, com foco específico na maximização do aproveitamento do fluxo de caminhantes e no fortalecimento da oferta turística do território. Os dados recolhidos serão utilizados para conceber estratégias realistas e eficazes para impulsionar o desenvolvimento do turismo sustentável em Valongo.

## Resultados

O questionário foi enviado a um total de 90 participantes, aos quais, por sua vez, o município decidiu solicitar a partilha com outros colaboradores do setor público. O perfil da amostra é composto por Diretores de Departamento, Chefes de Divisão e Chefes de Unidade da CMV, Juntas de Freguesia Locais, Municípios da AMP, Municípios EntreLinhas, TPNP, AMP, Serras do Porto, entre outros.

O total de respostas recebidas foi de 72, o que representa um elevado grau de participação. É possível que este número significativo de respostas provenientes do setor público se deva, não apenas ao elevado número de destinatários abrangidos, mas também à maior sensibilidade e disponibilidade que estes interlocutores frequentemente demonstram perante solicitações deste tipo. Este facto reflete, igualmente, um interesse generalizado em participar ativamente nos esforços de planeamento e desenvolvimento do território.

## Sobre o território (Valongo)

VANTAGENS	ASPETOS CHAVE
<b>1. Proximidade estratégica</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• A proximidade com o Porto e o Douro é a vantagem mais mencionada, destacando a acessibilidade e a conectividade.</li><li>• Isso é complementado pela referência a bons acessos, incluindo transporte público, como o comboio, que facilita o deslocamento de e para Valongo.</li></ul>
<b>2. Natureza e paisagens</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• O Parque das Serras do Porto é o elemento mais destacado, sendo considerado um atrativo natural central. É valorizado tanto pela sua beleza quanto pelas atividades disponíveis, como trilhos e turismo de natureza.</li><li>• Destaca-se ainda a mancha florestal em contexto urbano, que permite aproveitar os espaços verdes num ambiente próximo à cidade.</li><li>• Outros pontos incluem a significativa quantidade de património geológico, os espaços verdes e a integração de paisagens rurais e urbanas.</li></ul>
<b>3. Património cultural e histórico</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• A história geológica, romana e cultural de Valongo é apontada como um diferencial importante.</li><li>• Exemplos específicos incluem a exploração da ardósia, os vestígios da civilização romana e o património religioso, como a Igreja de Santa Rita.</li><li>• A identidade patrimonial associada às Serras de Santa Justa e Pias também é valorizada.</li></ul>
<b>4. Tradições e gastronomia</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• As tradições gastronómicas, como os biscoitos e a regueifa, são frequentemente mencionadas como um ponto forte.</li><li>• Além disso, destacam-se tradições culturais, como os bugios e os brinquedos tradicionais.</li><li>• A oferta diferenciada de gastronomia contribui significativamente para o atrativo do destino.</li></ul>

<b>5. Eventos e atividades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• As atividades culturais, desportivas e ambientais são vistas como recursos importantes para atrair visitantes.</li> <li>• A oferta de eventos está alinhada com a história e as marcas identitárias do território.</li> </ul>
<b>6. Qualidade de vida e autenticidade</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• A qualidade de vida e o equilíbrio entre o urbano e o rural são apontados como características diferenciadoras de Valongo.</li> <li>• A autenticidade e a hospitalidade das pessoas do território contribuem para uma percepção positiva.</li> </ul>
<b>7. Diversidade e concentração</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Valongo é reconhecido pela sua riqueza patrimonial diversificada, concentrada num território pequeno, o que facilita o seu aproveitamento como destino, num curto período de tempo.</li> </ul>

**Tabela 28.**

Vantagens competitivas do território.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos nos inquéritos.

Valongo destaca-se pela proximidade estratégica, riqueza natural e patrimonial, tradições e qualidade de vida. A sua autenticidade, aliada a uma oferta diversificada de atividades e gastronomia, fazem dele um destino único e competitivo. Para maximizar o seu potencial, seria útil desenvolver estratégias que valorizassem ainda mais o seu património geológico, histórico e gastronómico, além de reforçar a sua promoção como destino turístico sustentável próximo do Porto.

Sobre o destino em Portugal ou estrangeiro que considera ser concorrente de Valongo, a maior parte das respostas (16) mencionou Gondomar como destino concorrente direto de Valongo. Isso reflete a perceção de similaridade entre os municípios, especialmente devido às características naturais e culturais que ambos possuem. Arouca também se destacou significativamente, com 12 menções, sendo reconhecida como um destino de natureza bem estruturado, o que pode servir como inspiração para Valongo no desenvolvimento de seus produtos turísticos.

Destinos como Porto e a AMP (7 menções) foram citados de maneira ampla, indicando que Valongo ainda é visto como uma extensão ou complementariedade aos municípios maiores e mais conhecidos da região. Isso sugere que as estratégias de posicionamento precisam reforçar a identidade única de Valongo.

Cerca de 10% das respostas mencionaram “Nenhum” ou que Valongo é “Sui Generis”, destacando a visão de que o município tem características únicas que não necessariamente competem com outros destinos. Outros indicaram Não sei / Desconheço / Informação insuficiente, apontando para uma falta de clareza sobre o mercado turístico local e os destinos concorrentes.

Por fim, outros destinos regionais como Minho, Paredes e Maia foram mencionados, além de referências pontuais a localidades nacionais e internacionais (Açores, Gerês, Barcelona). Estas respostas refletem a diversidade de perceções, mas também a falta de uma estratégia clara de comunicação que diferencie Valongo.

## Relativamente aos visitantes do território

Com base nas respostas, os interesses foram categorizados e analisados em percentagens para oferecer uma visão clara sobre as preferências dos visitantes. Abaixo estão os resultados detalhados:

INTERESSES PREDOMINANTES	PARTICIPAÇÃO	ANÁLISE
NATUREZA	70 respostas (97,2%)	É o interesse principal, aparecendo isoladamente ou combinado com outras categorias. Isso evidencia que Valongo é altamente valorizado por suas paisagens naturais e trilhas ao ar livre.
DESPORTO	37 respostas (51,4%)	O segundo interesse mais citado, frequentemente associado à natureza, destaca a importância de atividades físicas, como caminhada, ciclismo e esportes ao ar livre.
CULTURA	30 respostas (41,7%)	Atrai uma parcela significativa de visitantes interessados no património histórico, cultural e artístico, como o Museu da Lousa e as intervenções artísticas (CAL e VIA).
SAÚDE	2 respostas (2,8%)	Um interesse menor, mas relevante para iniciativas focadas no bem-estar e relaxamento em meio à natureza.
GASTRONOMIA E ENOLOGIA	27 respostas (37,5%)	Representa uma parcela importante de visitantes que busca experiências culinárias e degustações de produtos locais, como a regueifa e os biscoitos.

**Tabela 29.**

Distribuição percentual de interesses e análise.

Fonte: Elaboração própria com base nos dados recolhidos nos inquéritos.

A combinação de Natureza e Desporto, representada por 23 respostas (31,9%), reflete um perfil de visitante ativo e aventureiro, interessado principalmente em explorar trilhos, realizar atividades físicas e aproveitar o ambiente natural. Este público procura experiências ao ar livre que envolvam movimento, desafio e contacto direto com a natureza, destacando a importância de Valongo como destino para desportos e ecoturismo.

A junção de Natureza, Cultura e Gastronomia/Enologia, presente em 19 respostas (26,4%), aponta para um público que valoriza experiências completas e diversificadas. Esses visitantes procuram não apenas desfrutar do ambiente natural, mas também se conectar com a história e a cultura locais, além de apreciar a culinária regional. Essa combinação indica a procura por roteiros integrados que ofereçam vivências significativas em múltiplas dimensões.

Por fim, a combinação de Natureza, Desporto e Cultura, citada em 11 respostas (15,3%), demonstra um equilíbrio entre atividades desportivas e interesses culturais. Esse perfil de visitante aprecia tanto o esforço físico e a aventura quanto a imersão em aspetos históricos e patrimoniais do destino, sugerindo a necessidade de experiências que harmonizem esses dois aspetos de forma atrativa e acessível.

## Observações sobre os resultados

- Foco em experiências ao ar livre  
A natureza e o desporto juntos representam a maior parte das preferências (70% e 51,4%, respetivamente), reforçando a relevância das Serras de Valongo e das rotas de caminhada e ciclismo como principais atrações.
- Diversidade de interesses  
Cerca de 41,7% e 37,5% dos visitantes também valorizam cultura e gastronomia, indicando a necessidade de integrar essas áreas à oferta turística.
- Gaps de informação  
2,8% das respostas indicaram falta de informações claras, o que reforça a importância de melhorar a comunicação e o acesso aos dados turísticos de Valongo.

Com base nas respostas obtidas, sobre as atrações turísticas mais valorizadas pelos visitantes de Valongo, destacam-se padrões e preferências claras. Entre elas, as Serras de Porto/Valongo são o principal destaque, mencionadas em 43 respostas (59,7%). As serras, que incluem Santa Justa, Pias e Castiçal, são reconhecidas pelos trilhos, paisagens naturais e oportunidades de lazer ao ar livre. A sua popularidade reflete o forte apelo de Valongo como destino para atividades relacionadas à natureza e ecoturismo. Contudo, algumas respostas indicaram a necessidade de melhorar a sinalização e a infraestrutura para tornar as experiências ainda mais acessíveis e atrativas.

Outra atração muito valorizada é o Santuário Santa Rita Cássia, mencionado em 27 respostas (37,5%). Este local religioso atrai tanto visitantes à procura de espiritualidade quanto aqueles interessados em seu valor cultural e histórico. A sua importância reflete o interesse por experiências de turismo religioso e contemplativo, especialmente entre os moradores locais e peregrinos. O santuário é um exemplo de como Valongo pode diversificar sua oferta turística ao integrar elementos de fé e cultura.

A Oficina da Regueifa e do Biscoito de Valongo, com 12 menções (16,7%), destaca-se como uma atração gastronómica e cultural única. Este espaço preserva e promove a tradição da regueifa e dos biscoitos, oferecendo *workshops* e eventos pontuais que proporcionam experiências autênticas aos visitantes. A sua relevância está diretamente ligada ao interesse por vivências gastronómicas que conectam o visitante à identidade cultural local.

Outras menções pontuais incluem o Centro de Interpretação e Parque Paleozóico e o Circuito de Contemplação, que embora tenham recebido poucas respostas, mostram o potencial de atrações que combinam história, natureza e momentos de apreciação da paisagem. Isso indica que há espaço para explorar e promover mais essas iniciativas.

Em conclusão, Valongo possui um grande potencial turístico baseado nas suas atrações naturais, culturais e gastronómicas. As Serras de Porto/Valongo e o Santuário Santa Rita Cássia lideram as preferências, enquanto a Oficina da Regueifa emerge como um ponto de interesse complementar significativo. Para maximizar esse potencial, recomenda-se investir na infraestrutura das serras, promover experiências culturais e gastronómicas mais amplas e ajustar os processos de pesquisa para capturar informações mais completas. Valongo pode consolidar-se como um destino diversificado que combina natureza, cultura e tradição de forma estratégica e atrativa.

Sobre a necessidade de encontrar outro tipo de público para o território, as respostas indicam uma divisão clara de opiniões sobre a necessidade de atrair novos públicos para Valongo. A seguir, apresentam-se as principais observações e tendências identificadas.

A análise das respostas sobre a necessidade de atrair novos públicos para Valongo revela uma divisão clara de opiniões. A maioria dos respondentes, com 45 respostas “Sim” (62,5%), considera que diversificar o público-alvo é uma estratégia essencial para o desenvolvimento turístico do território. Os participantes apontam que a procura por novos perfis de visitantes, como jovens ou turistas internacionais, pode aumentar o fluxo de pessoas, prolongar o tempo de permanência e gerar maior impacto económico. Algumas respostas trouxeram sugestões específicas sobre novos públicos, destacando-se a atração de jovens como uma oportunidade estratégica. Esse segmento é identificado como potencialmente interessado em atividades ao ar livre, experiências de aventura e eventos culturais, elementos que já estão presentes em Valongo, como as Serras do Porto. A entrada de jovens no perfil de público pode revitalizar a imagem do território e criar dinâmicas económicas e sociais mais vibrantes.

Por outro lado, 22 respondentes (30,6%) acreditam que o público atual é suficiente para atender às necessidades do território. Essa visão sugere que o foco deveria ser melhorar a experiência e a oferta para o público já existente, em vez de procurar estratégias para atrair novos visitantes. Este grupo parece valorizar a retenção e fidelização dos visitantes atuais, reforçando a importância de investir em infraestrutura e serviços turísticos de qualidade para maximizar o potencial do público-alvo atual.

Por fim, 5 respondentes (6,9%) apresentaram opiniões neutras ou indicaram falta de informações para avaliar a questão. Isso pode refletir a necessidade de maior clareza nas estratégias de público-alvo por parte dos gestores do turismo local, de forma a engajar todos os *stakeholders* no processo de diversificação.

Conclui-se que a diversificação de públicos é vista como uma oportunidade importante para Valongo, mas é necessário equilibrar essa estratégia com ações voltadas à retenção e fidelização do público atual. O equilíbrio entre esses dois aspetos pode garantir um modelo sustentável de desenvolvimento turístico para o território.

Portanto, recomenda-se desenvolver campanhas de *marketing* direcionadas para atrair jovens, famílias e públicos internacionais, além de criar produtos turísticos que combinem aventura, cultura e gastronomia.

Ao mesmo tempo, é fundamental melhorar a infraestrutura e os serviços turísticos para proporcionar uma experiência de qualidade aos visitantes existentes. Por fim, um estudo mais detalhado sobre os segmentos de público-alvo com maior potencial de interesse em Valongo pode auxiliar na definição de estratégias mais eficazes. Estas ações podem posicionar Valongo de maneira competitiva e sustentável no cenário turístico.

### Sobre a oferta do território

Com base nas respostas obtidas, foi possível identificar as principais áreas de melhoria apontadas pelos participantes. As necessidades abrangem tanto questões de infraestrutura como ações de promoção e desenvolvimento estratégico, refletindo um diagnóstico abrangente das lacunas que Valongo precisa de enfrentar para se consolidar como destino turístico.

ÁREAS DE MELHORIA	PARTICIPAÇÃO	ANÁLISE
1. Promoção do território	Número de menções: 52 respostas (72,2%)	A promoção de Valongo foi apontada como a principal necessidade. Isso inclui aumentar a visibilidade do município como destino turístico em plataformas digitais e eventos, bem como criar campanhas que valorizem seu patrimônio natural, cultural e gastronômico. A promoção eficaz é essencial para atrair novos públicos e fidelizar visitantes.
2. Criação de pacotes ou experiências complementares	Número de menções: 48 respostas (66,7%)	A criação de experiências turísticas estruturadas e pacotes integrados foi amplamente destacada. Isso demonstra a necessidade de conectar os diferentes atrativos de Valongo em ofertas coesas que combinem natureza, cultura e gastronomia, facilitando a escolha dos visitantes e incentivando a estadia prolongada.
3. Melhorar as acessibilidades/ transportes no território	Número de menções: 40 respostas (55,6%)	A dificuldade de acesso ao território e aos seus atrativos foi identificada como um obstáculo significativo. Melhorar os transportes públicos, rotas de acesso e sinalização dentro do município é fundamental para tornar Valongo mais acessível e inclusivo.
4. Aumentar a oferta de atividades	Número de menções: 39 respostas (54,2%)	A diversificação e ampliação das atividades disponíveis foram apontadas como essenciais para atrair diferentes perfis de visitantes. Isso inclui a introdução de novas opções de lazer, esportes e experiências culturais que complementem as já existentes.
5. Fortalecer a cooperação público-privada	Número de menções: 35 respostas (48,6%)	A cooperação entre o setor público e privado foi vista como um pilar estratégico para o desenvolvimento do turismo. Essa parceria pode facilitar investimentos, melhorar a qualidade dos serviços e coordenar ações para promover o município de forma mais eficaz.
6. Melhorar a qualidade dos alojamentos existentes	Número de menções: 34 respostas (47,2%)	Os participantes apontaram que a qualidade dos alojamentos deve ser aprimorada, o que reflete a importância de oferecer uma infraestrutura de hospedagem adequada e diversificada que atenda às expectativas dos turistas.
7. Melhorar a qualidade da oferta de restaurantes existentes	Número de menções: 31 respostas (43,1%)	A qualidade dos restaurantes foi destacada como um ponto de atenção. Melhorar os serviços de alimentação é essencial para enriquecer a experiência turística e destacar a gastronomia local como um atrativo adicional.
8. Aumentar a oferta de quartos	Número de menções: 30 respostas (41,7%)	A ampliação da capacidade de hospedagem foi citada como uma necessidade para atender a um possível aumento na demanda turística. Isso também implica a diversificação da oferta, incluindo opções para diferentes faixas de preço e perfis de visitantes.

**Tabela 30.**

Principais áreas de melhoria apontadas pelos participantes.  
Fonte: Elaboração própria.

Os dados apontam para um consenso em torno das áreas que necessitam de atenção prioritária. A promoção do território e a criação de pacotes ou experiências complementares foram as mais citadas, indicando a importância de estruturar e divulgar melhor as atrações locais. Ao mesmo tempo, questões relacionadas à infraestrutura, como acessibilidade, qualidade de alojamentos e oferta de atividades, também foram amplamente destacadas.

Outro ponto relevante é a necessidade de fortalecer a cooperação público-privada, que pode funcionar como uma alavanca para implementar as melhorias apontadas. Essa parceria é vista como estratégica para potencializar investimentos, qualificar serviços e coordenar ações promocionais.

### **Sobre a colaboração público-privada no campo do turismo**

As respostas obtidas revelam percepções variadas sobre a colaboração público-privada no turismo de Valongo, com um consenso significativo de que há espaço para melhorias. Termos como “insuficiente”, “inexistente”, “fraca” e “a melhorar” foram citados em 28 respostas (38,9%), evidenciando uma visão de que a articulação entre os setores público e privado é limitada ou mesmo inexistente. Esta percepção indica que as iniciativas atuais, se existem, não estão a atender às expectativas ou não têm um impacto perceptível. A falta de uma colaboração robusta pode ser um fator que limita o desenvolvimento do turismo local.

Por outro lado, uma parte expressiva dos respondentes (20 respostas, 27,8%) declarou desconhecimento ou falta de opinião sobre o tema, utilizando termos como “não sei” ou “sem opinião”. Essa falta de informação demonstra que, além de iniciativas limitadas, há uma falha de comunicação e transparência sobre as ações que estão a ser realizadas. Isto reflete a necessidade de maior visibilidade e engajamento das partes envolvidas para que a colaboração público-privada seja reconhecida e apoiada pela comunidade.

Apesar das avaliações negativas e da falta de conhecimento, algumas respostas foram mais otimistas. Termos como “satisfatória”, “boa” e “positiva” apareceram em 12 respostas (16,7%), indicando que algumas iniciativas foram percebidas como eficazes. Esses participantes destacaram a importância de manter o alinhamento estratégico e a transparência entre as partes, reforçando que existe potencial para expandir e aprimorar a colaboração. Estas respostas sugerem que há pontos de partida positivos que podem ser fortalecidos.

Além disso, diversas respostas trouxeram recomendações sobre como melhorar essa colaboração. Termos como “deve ser promovida” e “pode ser incrementada” apareceram em 12 respostas (16,7%), acompanhados de sugestões estratégicas. Os participantes destacaram a necessidade de objetivos comuns que alinhem as ofertas do território com as expectativas dos turistas. Também mencionaram a importância de parcerias dinâmicas e incentivos para o envolvimento do setor privado, especialmente em áreas como infraestrutura e promoção turística.

Conclui-se que a colaboração público-privada no turismo de Valongo é amplamente percebida como insuficiente, mas com grande potencial estratégico. A falta de alinhamento, transparência e comunicação são desafios centrais que precisam de ser superados. Recomenda-se aumentar a visibilidade das ações conjuntas, alinhar objetivos estratégicos entre as partes e incentivar parcerias que explorem os recursos naturais, históricos e culturais de Valongo de forma sustentável. Com esses esforços, a colaboração público-privada pode tornar-se um motor essencial para o desenvolvimento do turismo na região.

### Sobre os investimentos estratégicos no território de Valongo

As respostas fornecem um panorama diversificado sobre as ideias e percepções dos participantes quanto aos investimentos mais estratégicos para o desenvolvimento do turismo e da economia local de Valongo. De seguida, apresentam-se os principais destaques e categorias identificadas:

- **Infraestrutura turística**  
Muitos respondentes apontaram a necessidade de melhorar a infraestrutura turística, especialmente em termos de **alojamento**. Sugestões como construção de hotéis de luxo, eco-alojamentos e *campings* surgiram com frequência, destacando o impacto que essas iniciativas teriam na **atração de visitantes e no aumento da permanência** no território. Um **parque temático** focado nas serras e no turismo de natureza também foi mencionado, reforçando a relevância dos recursos naturais como diferencial competitivo de Valongo. Além disso, foi destacada a importância de **equipamentos de lazer** como parques da cidade e piscinas ao ar livre, considerados investimentos estratégicos para atrair famílias e promover atividades ao ar livre. Essas opções indicam que o público valoriza espaços que combinam lazer, bem-estar e interação com a natureza.
- **Valorização do património natural e cultural**  
Outra prioridade identificada foi a valorização do património local, com destaque para o **Parque das Serras do Porto**, as **minas romanas** e as tradições culturais e gastronómicas. As respostas mencionaram a necessidade de tornar viável as visitas às minas e investir em infraestruturas na Aldeia de Couce, além de regulamentar os usos do espaço natural para garantir a sustentabilidade e a compatibilidade entre as diversas atividades. Propostas como a criação de centros de interpretação temáticos e escavações arqueológicas para explorar o potencial romano destacam o interesse em transformar o rico património histórico e natural de Valongo em **produtos turísticos diferenciados e sustentáveis**.
- **Promoção e acessibilidade**  
A **promoção do território** foi mencionada como uma área essencial para investimento, com ideias que incluem atrair operadores turísticos já estabelecidos no Grande Porto para aumentar o fluxo de visitantes e a divulgação de produtos turísticos com a marca Valongo.

Estas iniciativas visam posicionar o município de forma mais assertiva no mercado turístico regional e internacional. Além disso, **melhorar as acessibilidades e os transportes** foi identificado como um elemento crítico. As respostas destacaram a importância de conectar Valongo de forma eficiente ao Porto e facilitar o acesso ao território, seja por meio de transportes públicos mais robustos ou por infraestruturas viárias melhorada.

- **Desenvolvimento sustentável e revitalização urbana**  
Alguns respondentes destacaram a necessidade de investir em **projetos sustentáveis**, como reflorestação, energias renováveis e iniciativas voltadas para o turismo sustentável. A revitalização do centro histórico, com foco em espaços multifuncionais que integrem comércio, cultura e lazer, também foi mencionada como uma forma de atrair mais visitantes e dinamizar a economia local.
- **Educação e inovação**  
Propostas inovadoras incluem a criação de um **polo universitário** para atrair estudantes e estimular o desenvolvimento socioeconómico da região. Um grande centro de acolhimento e interpretação do território também foi sugerido, com capacidade para realizar investigação, formação e exposições, conectando conhecimento e turismo.

Os impactos esperados variam de acordo com o tipo de investimento sugerido, mas a maioria das respostas aponta para:

- **Aumento do fluxo turístico**  
Atração de mais visitantes e permanência por períodos mais longos.
- **Dinamização da economia local**  
Geração de empregos, aumento do consumo de produtos e serviços e estímulo ao comércio local.
- **Valorização do património natural e cultural**  
Preservação e promoção da identidade de Valongo como destino diferenciado.
- **Sustentabilidade ambiental**  
Garantir que o desenvolvimento ocorra de forma responsável, beneficiando a comunidade local e preservando os recursos naturais.

As sugestões indicam que Valongo tem um potencial significativo para se tornar um destino turístico competitivo, desde que sejam feitos investimentos estratégicos em infraestrutura, promoção e valorização do património. Hotéis, centros de interpretação e melhorias nas acessibilidades aparecem como prioridades claras, enquanto iniciativas sustentáveis e de revitalização urbana complementam as estratégias propostas. Com uma abordagem integrada, Valongo pode transformar essas ideias em ações concretas que beneficiem tanto a população local quanto os visitantes.

## 3.3

### VISITA AO TERRITÓRIO

---

Como parte do trabalho de campo, foram realizadas duas visitas ao território em diferentes formatos. Para isso, utilizou-se uma lista específica de locais a visitar, fornecida e organizada por prioridade pela Câmara Municipal.

- **Oficina da Regueifa e do Biscoito de Valongo**  
Este local faz referência à Rota do Grão ao Pão e destaca dois moinhos restaurados pelo município: o Moinho da Senra (moinho de água) e o Moinho de Vento da Sra. dos Chãos. O objetivo é preservar e promover as tradições de panificação da região, que fazem parte essencial da identidade cultural de Valongo.
- **Serras de Valongo**  
Esta visita inclui o Circuito de Contemplação, a Escadaria Cucamacuca e o Centro de Interpretação Ambiental e da Mineração Romana. Além disso, são abordados diversos aspetos relacionados aos trilhos e circuitos nas Serras, assim como as opções descritas no *website* Valongo *Inoutdoor*, que oferece experiências naturais e de aventura.
- **Museu da Lousa/Centro Cultural de Campo**  
Este museu destaca os Caminhos Artísticos da Lousa (CAL). A Bienal de Ardósia de Valongo é celebrada como uma homenagem ao trabalho de extração e processamento da ardósia, ou lousa, uma marca distintiva do território. Nessas bienais, são realizadas residências artísticas com professores e estudantes de artes plásticas, resultando em obras expostas tanto no ambiente urbano quanto em áreas naturais das Serras de Valongo. Por não ser uma rota linear, as obras estão dispersas em locais de interesse patrimonial, cultural e natural, principalmente na freguesia de Valongo, o que apresenta o desafio de como comunicar, promover e organizar atividades em torno dessas obras dispersas.
- **VIA – Valongo Intervenções Artísticas**  
Desde 2020, o município tem impulsionado este projeto para realizar intervenções artísticas em espaços públicos de diversas freguesias, com o objetivo de aproximar a cultura do cidadão no quotidiano da vila. Um dos objetivos é revalorizar os locais intervencionados, criando dinâmicas e dotando-os de uma identidade única conectada ao património local. Até o momento, foram realizadas intervenções em:
  - Alfena (PT, um posto de transformação).
  - Campo (Museu da Lousa e uma escadaria comunitária ao lado da Igreja Matriz).
  - Ermesinde (Junta de Freguesia de Ermesinde).
  - Valongo (Viaduto do Susão, Polidesportivo no Bairro das Pereiras, Biblioteca Municipal e PT).

O maior desafio está na dispersão dessas obras pelo território, o que exige soluções para comunicar e promover efetivamente as atividades.

Ambos os projetos, CAL e VIA, representam um desafio em termos de comunicação e promoção, pois suas obras estão distribuídas em diferentes pontos do território. A pergunta-chave é como desenhar estratégias que permitam aos visitantes e residentes identificar, desfrutar e compreender o valor dessas intervenções artísticas e patrimoniais de forma acessível e estruturada.

### 3.3.1 VISITA DE RECONHECIMENTO EM COMPANHIA DO PESSOAL DO MUNICÍPIO

A primeira visita, realizada em 30 de outubro de 2024, contou com a participação da responsável da Unidade de Turismo da Câmara Municipal de Valongo, Dra. Cristina Alves, e da técnica de turismo, Joana, além de M<sup>a</sup> Carmen Pardo López (IPVC). A visita foi conduzida nos locais, atrações e recursos indicados na lista previamente fornecida, com o objetivo de conhecer a oferta turística de Valongo, com foco em experiências guiadas, atividades culturais e acessibilidade aos recursos naturais.

**Data da visita:** 30 Outubro de 2024.

**Participantes da visita:** M<sup>a</sup> Carmen Pardo López (IPVC).

Nomes e cargos dos funcionários municipais: Dra Cristina Alves, chefe Unidade de Turismo e técnica do turismo (Joana).

**Desenvolvimento da visita:**

- **Oficina da Regueifa e do Biscoito de Valongo**

Foi realizada uma visita ao espaço, com explicações sobre as diferentes experiências regulares disponíveis, que duram 2 ou 4 horas, sendo programadas mediante reserva prévia ou organizadas diretamente pela oficina para eventos pontuais. A experiência guiada foi destacada como um dos produtos turísticos mais completos de Valongo, proporcionando uma imersão nas tradições locais relacionadas à regueifa e aos biscoitos. Durante a visita, foi mencionada a organização de um *workshop* infantil programado para o dia 16 de outubro, ampliando o apelo do espaço para diferentes públicos.

- **Serras de Valongo**

A visita incluiu parte do Circuito de Contemplação e a Escadaria Cucamacuca, embora esta última não tenha sido percorrida completamente devido ao tempo necessário para sua realização (mais de 1 hora).



**Figura 17.**  
Escadaria - Serras de Valongo.  
Fonte: Visita de reconhecimento.

Também foi realizada uma breve parada no Centro de Interpretação Ambiental e da Mineração Romana (CIAMR). Não foi realizada uma visita completa como a que ocorre sob reserva, sendo recomendado fazer essa experiência no futuro com um guia para maior aprofundamento. Foi constatado que as rotas de caminhada oferecem um atrativo significativo para os amantes da natureza, embora seu aproveitamento dependa do tempo disponível e das condições físicas do visitante. Adicionalmente, foram recolhidos materiais informativos (dípticos) sobre as rotas de caminhada e o projeto Valongo *InOutdoor*.

- **Museu da Lousa/Centro Cultural de Campo**

Durante a visita ao museu e a exploração dos Caminhos Artísticos da Lousa (CAL), foi recolhida informação sobre a Bienal da Ardósia, evento que celebra a ardósia como elemento identitário de Valongo. A bienal inclui trabalhos artísticos realizados por alunos e professores universitários, expostos ao ar livre, conectando visual e conceitualmente as Serras ao espaço urbano. Embora essas intervenções sejam visualmente atrativas e contribuam para o embelezamento urbano, não são consideradas estritamente como produtos turísticos, pois carecem de uma estruturação formal em forma de rota ou experiência guiada. Assim, o seu foco está mais direcionado aos residentes do município.

- **VIA – Valongo Intervenções Artísticas**

Esse projeto, mencionado anteriormente pela Câmara Municipal, é semelhante aos CAL no seu propósito, baseando-se em intervenções artísticas no espaço público, com uma trajetória de quatro anos. Apesar de ser considerado um produto turístico pelo município, o seu valor está mais relacionado com o embelezamento urbano e à criação de identidade territorial do que com o desenvolvimento de experiências turísticas estruturadas. A visita confirmou que Valongo possui um grande potencial turístico, baseado no seu património natural, cultural e gastronómico. No entanto, a estruturação e promoção de alguns elementos precisam de ajustes para maximizar o apelo para atrair os visitantes. Iniciativas como os *workshops* interativos na Oficina da Regueifa e as rotas de caminhada se destacam como produtos turísticos sólidos, enquanto projetos artísticos como os CAL e o VIA precisam ser melhor integrados em uma estratégia turística mais abrangente.

### 3.3.2 VISITA SEM ACOMPANHAMENTO. CLIENTE MISTÉRIO

Esta ferramenta é útil para validar as informações coletadas durante o exercício de cliente mistério virtual, bem como as fornecidas pela Câmara Municipal e compiladas durante a visita de reconhecimento, com o objetivo de avaliar de forma integral a experiência turística no território, sob a perspetiva de um possível visitante.

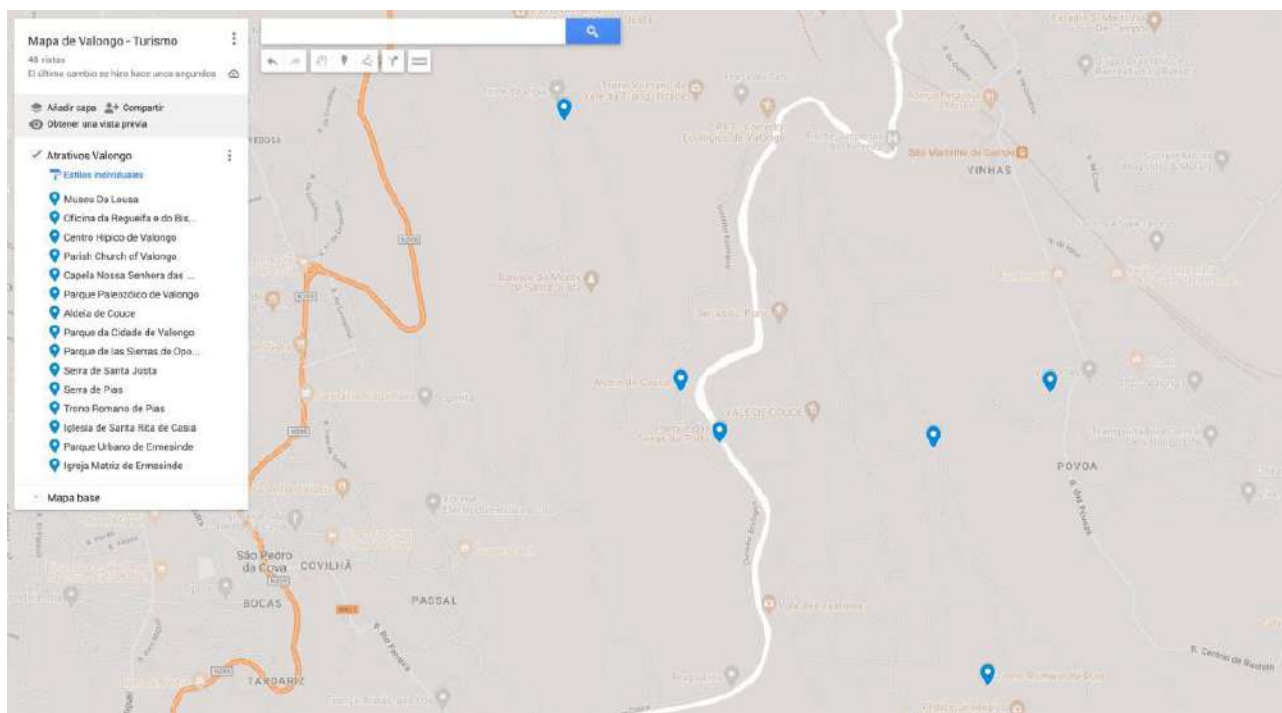
**Data da visita:** Dezembro de 2024.

**Participantes da visita:** M<sup>a</sup> Carmen Pardo, Mónica Cortés Garcia.

**Preparativos prévios à visita:**

Para otimizar o percurso, foi criado um mapa no *Google Maps* (ver Figura 18) que incluía os principais pontos de interesse identificados durante o exercício virtual. Além disso, tentou-se confirmar os horários de funcionamento da Loja de Turismo, considerada o primeiro ponto de contacto para os visitantes. No entanto:

- Não foi obtida nenhuma resposta através dos números de telefone publicados, nem por meio de consultas online.
- Essa falta de informações antecipadas dificultou o planeamento da visita, especialmente considerando que foi programada para um domingo, dia de menor atividade turística na região.



**Figura 18.**

Mapa com atrações identificadas para a visita ao território.  
Fonte: Elaboração própria.

## Desenvolvimento da visita:

- **Loja de Turismo**

Localização obtida a partir do *Google Maps* e do *website* oficial do município. A loja foi encontrada fechada no momento da visita, o que confirmou a ausência de informações atualizadas e acessíveis sobre o seu funcionamento.



**Figura 19.**  
Loja de Turismo.  
Fonte: Visita de reconhecimento.

Sendo um ponto chave para obter detalhes turísticos, o facto de estar fechada limitou a capacidade de planear o restante dia e evidenciou a necessidade de alternativas fidedignas para informar os visitantes. No caso deste trabalho, e como já havia sido realizado o exercício de cliente mistério virtual, a visita seguiu naturalmente.

- **Oficina da Regueifa e do Biscoito de Valongo**

Foi realizada uma segunda visita à oficina com o objetivo de obter informações que não puderam ser adquiridas na Loja de Turismo, além de explorar aspetos relacionados com a tradição local da regueifa e dos biscoitos a nível municipal. Embora as informações relacionadas com o município e as suas atrações tenham sido limitadas — reduzindo-se aos horários de funcionamento da oficina e à confirmação de que aos domingos há pouco ou nenhum movimento turístico — foram obtidas recomendações gastronómicas, incluindo uma lista de padarias e biscoitarias recentemente reconhecidas para adquirir produtos de destaque.



**Figura 20.**  
Rota “Grão ao Pão”.  
Fonte: Visita de reconhecimento.

Também foram procuradas informações sobre a rota “Grão ao Pão”, sendo confirmado que esta é organizada apenas no verão pelo município, formando grupos que realizam o percurso acompanhados pelo pessoal da oficina, com uma duração aproximada de 3 horas (a mesma informação obtida na primeira visita de reconhecimento). Para realizar o trajeto de forma independente, foi fornecida uma descrição geral que incluiu:

- Ponto de início: Fábrica de Biscoitos Paupério, na R. de Sousa Paupério.
- Trajeto inicial: Caminhar pela Av. Oliveira Zina (sem indicação sobre o ponto final).

Ao longo do percurso, foram identificadas placas explicativas sobre a importância histórica e social do pão em Valongo. Após aproximadamente 20 minutos de caminhada, as placas deixaram de aparecer, dificultando a continuidade sem referências claras.

Outros pontos explorados a partir da Oficina da Regueifa:

- **Parque da Cidade**  
Acessível a pé desde a Oficina. Espaço verde ideal para atividades recreativas.
- **Antigo moinho de água**  
Recomendado como uma atração histórica de fácil acesso.
- **Parque Paleozóico de Valongo**

O destino seguinte era o Parque Paleozóico de Valongo, mas não foi possível localizar o acesso com base nas informações fornecidas pelo *Google Maps*.



**Figura 21.**

Parque Paleozóico de Valongo.

Fonte: *Google Maps*, 2024 (usuário Edgar TXR- 3 2021).

- **Centro de Interpretação Ambiental e da Mineração Romana (CIAMR)**  
Visitou-se o “Centro de Interpretação Ambiental e da Mineração Romana (CIAMR)”, que também estava fechado. Foram percorridas as primeiras partes dos trilhos na Serra de Valongo, onde se identificaram:
  - Escadas e rotas iniciais com sinalização básica.
  - Intervenções recentes na infraestrutura, previamente mencionadas pela equipa do município, mas não claramente sinalizadas para o visitante comum.
- **Serra de Santa Justa e Aldeia de Couce**  
Visita ao miradouro e à igreja da Serra de Santa Justa, onde foi solicitada orientação sobre como chegar à Aldeia de Couce. Chegou-se à aldeia de carro, seguindo indicações locais que exigiram o retorno por Valongo.



**Figura 22.**  
Aldeia de Couce.  
Fonte: Visita de reconhecimento.

A Aldeia de Couce, com sua arquitetura tradicional e ambiente rural, é um ponto de interesse destacado. Entretanto, a sinalização é insuficiente para visitantes sem informações prévias.

- **Gastronomia**

Posteriormente, e de acordo com as recomendações obtidas na Oficina da Regueifa e do Biscoito, foi realizada uma visita às padarias e biscoitarias vencedoras do último concurso gastronómico. Infelizmente, numa das padarias visitadas, ao chegar, já não havia regueifas disponíveis para venda, o que destacou a alta procura pelo produto e a necessidade de maior disponibilidade para atender à procura turística. No entanto, na padaria vencedora do primeiro lugar, foi possível adquirir o produto, que demonstrou grande qualidade e representou bem a tradição local.



**Figura 23.**  
Gastronomia local.  
Fonte: Visita de reconhecimento.

Para finalizar a experiência, fez-se uma paragem num dos restaurantes também recomendados durante as consultas, com o objetivo de experimentar um prato recentemente criado em Valongo - a “Francesinha de Regueifa”, inspirado na gastronomia tradicional do município. Essa experiência permitiu compreender como a gastronomia local pode ser utilizada como uma ferramenta de valorização cultural e atração turística, fortalecendo o posicionamento de Valongo como um destino único e autêntico.

- **Ermesinde**

Finalmente, visitamos Ermesinde, onde o primeiro ponto planeado no percurso era o templo. No entanto, o Google Maps direcionou-nos até a Igreja do Sagrado Coração de Jesus, sendo que o nosso destino era o Santuário de Santa Rita de Cássia. Este desvio inesperado proporcionou-nos a oportunidade de visitar a estação ferroviária da região e fazer uma paragem numa das intervenções artísticas presentes na localidade, enriquecendo a experiência com elementos adicionais do património cultural de Valongo.



**Figura 24.**  
Ermesinde.

Fonte: Visita de reconhecimento.

O último local visitado foi o Santuário de Santa Rita de Cássia, onde tivemos a oportunidade de conversar com o pessoal do templo. Foi confirmado que o evento mais popular associado ao santuário é a peregrinação anual, que atrai um grande número de fiéis. No entanto, não existe uma rota oficial que seja realizada regularmente durante todo o ano, sendo a peregrinação limitada a datas específicas. Essa constatação destaca uma oportunidade para o desenvolvimento de rotas permanentes que possam ampliar o apelo turístico do santuário ao longo do ano.

### **Conclusões e recomendações:**

Valongo possui um enorme potencial turístico fundamentado na sua rica tradição gastronómica, património histórico e belezas naturais. No entanto, a experiência dos visitantes é prejudicada por desafios significativos, como a ausência de sinalização consistente, que dificulta a navegação, especialmente para aqueles sem guias ou conhecimento prévio, como observado na Aldeia de Couce. Além disso, algumas atrações importantes, como o CIAMR e o Parque Paleozóico, encontram-se fechadas ou com acesso mal identificado, limitando o pleno aproveitamento dessas áreas.

Para transformar Valongo num destino turístico diferenciado, é essencial implementar investimentos estratégicos em comunicação e sinalização, além de dinamizar as atividades oferecidas. Priorizar melhorias durante períodos de menor fluxo turístico pode fortalecer a estrutura do local, ampliando seu apelo e garantindo uma experiência mais positiva para os visitantes. Através de esforços coordenados, Valongo tem a oportunidade de superar esses desafios e destacar-se como um destino único, capaz de valorizar plenamente as suas qualidades naturais e culturais.



**04**

**DIAGNÓSTICO**



# 04

## DIAGNÓSTICO

Um diagnóstico turístico é um processo fundamental para entender as características, potencialidades, problemas e desafios de um destino turístico (Beni, 2001). Espera-se que este diagnóstico contribua para a elaboração de propostas deste relatório, realizado com a metodologia de planeamento estratégico, mas apenas focado num objetivo.

Apesar das diversas estratégias para lidar com os problemas da sazonalidade turística, derivada pelas grandes flutuações no número de visitantes entre temporadas altas e baixas, que leva a impactos na economia local, no emprego e na sustentabilidade do destino, a sazonalidade é um desafio turístico nacional. No entanto, no caso do município de Valongo, a taxa de sazonalidade turística tem-se mantido estável ao longo dos anos e, em 2023 apresentou uma ligeira diminuição comparada com os anos anteriores. Comparada com os municípios limítrofes, Valongo e Santo Tirso possuem os valores mais baixos de sazonalidade turística, ambos apresentando os mesmos valores em 2023 (28,4%).

A análise SWOT é um dos métodos mais utilizados na gestão estratégica. É utilizado para construir uma estratégia de desenvolvimento global (geral), bem como estratégias funcionais (fracionárias), relativas a uma função a ser desempenhada por um estado, uma unidade governamental local ou uma empresa (marketing, finanças, logística, etc.) (Gierszewska & Romanowska, 2002, pp.235). O diagnóstico SWOT para o desenvolvimento territorial centra-se na avaliação dos pontos fortes, fracos, oportunidades e ameaças que uma determinada região enfrenta.

Este método é essencial para identificar vantagens e limitações internas, avaliando também fatores externos, como potenciais oportunidades de crescimento ou desafios colocados pelo ambiente envolvente (Ferreira et al., 2019, p. 134).

## 4.1

### FORÇAS

---

- **Crescimento no número de dormidas**  
O município mantém uma tendência geral de crescimento do número de dormidas.
- **Localização**  
Proximidade de aproveitamento de fluxos existentes do Porto.
- **Aumento de hóspedes estrangeiros**  
O mercado internacional tem mostrado crescimento, destacando Valongo como um destino emergente.
- **Capacidade de alojamento em expansão**  
O aumento no número de empreendimentos turísticos e estabelecimentos de alojamento local reflete um investimento contínuo no setor.
- **Rendimento médio por quarto em posição intermediária**  
Valongo apresenta melhores resultados que Trofa e outros municípios menores, indicando espaço para maximizar o potencial.
- **Estabilidade na intensidade turística**  
Controlada ao longo dos anos, sem sobrecarga do setor, o que mantém uma boa experiência para os visitantes.
- **Atrações**  
Que integram elementos históricos, sociais e naturais (Rota “Grão ao Pão” e trilhos nas Serras de Valongo).
- **Eventos culturais**  
Destaque para a Bienal da Ardósia, que reforça a identidade cultural.
- **Produtos turísticos sólidos**  
Oficina da Regueifa e do Biscoito com experiências interativas e guiadas.
- **Sinalização inicial e valor educativo**  
Algumas atrações possuem sinalização inicial e descrição histórica.

## 4.2

### FRAQUEZAS

---

- **Estada média baixa**  
Valongo enfrenta dificuldades em reter turistas por períodos mais longos, reduzindo o impacto econômico.
- **Baixa densidade turística comparada**  
O município ainda está atrás de outros em termos de intensidade e fluxo turístico.
- **Empresas turísticas em incumprimento**  
Um número elevado de empresas turísticas registadas não opera em conformidade; encontram-se inativas ou deslocadas (falta de dinamismo em empresas de AT, algumas inativas ou atuam fora do município) o que afeta a oferta real de serviços.
- **Pouca presença digital**  
Apenas 12 empresas possuem *websites*, dificultando a promoção do destino e acesso às ofertas turísticas.
- **Receitas inferiores aos municípios vizinhos**  
Valores abaixo do ideal, o que reduz os benefícios económicos do turismo para o município.
- **Dependência de mercados específicos**  
O gasto médio depende em grande parte de mercados como o suíço, o que pode ser uma vulnerabilidade em tempos de mudanças económicas ou políticas.
- **Pouca diversidade/inação na oferta de empresas de AT**  
O que limita a atratividade do município e a capacidade de reter turistas por mais tempo.
- **Inconsistência da oferta turística**  
Recursos turísticos fechados como o Centro de Interpretação do Românico e Loja do Turismo nos fins de semana, horários de maior potencial turístico.
- **Impossibilidade de contratar produtos únicos**  
Experiências oferecidas pontualmente, dificultando o planeamento dos visitantes.

- **Modelo público sem geração de valor agregado**  
Atividades gratuitas organizadas pelo município não estimulam o setor privado. O modelo não gera valor acrescentado (visitas organizadas pelo município). As iniciativas de desenvolvimento de produto ficam no público, não são comercializadas pelo setor privado.
- **Falta de sinalização clara**  
Necessidade de melhoria em rotas como “Grão ao Pão”.
- **Dificuldade de contacto com a oferta pública**  
Falta de informações acessíveis e atualizadas. Difícil contacto via telefónica, assim como encerramento sem aviso prévio.
- **Turismo equestre**  
Falta de uma página para contratação de serviços, dependência de um único fornecedor e inconsistência na comunicação prejudicam o potencial do produto.

## 4.3

### OPORTUNIDADES

---

- **Exploração do mercado internacional**  
Apostar em estratégias promocionais direcionadas a turistas estrangeiros, especialmente os mercados de alto gasto como a Suíça.
- **Investimento em infraestrutura digital**  
Melhorar a presença online das empresas turísticas para atrair visitantes e facilitar reservas. Estratégias *online* para aumentar a visibilidade, como integração com Tripadvisor.
- **Aumento da estada média**  
Desenvolver pacotes e experiências que incentivem os turistas a permanecerem mais tempo no município.
- **Promoção de eventos e experiências culturais**  
Destacar a singularidade de Valongo com eventos únicos e experiências autênticas, potencialmente atrativas para mercados internacionais e nacionais.

- **Reforço da cooperação regional**  
Alinhar estratégias com municípios vizinhos para criar roteiros turísticos integrados e atrações, conseguindo captar turistas já presentes na região (Porto), especialmente os interessados em experiências complementares.
- **Sustentabilidade do município**  
Potencial para adotar estratégias inovadoras para crescimento do destino turístico sustentável.
- **Planeamento estratégico**  
A monitorização pode levar ao crescimento sustentável do município.
- **Integração de iniciativas como CAL e VIA**  
Tornar as intervenções urbanas mais acessíveis e atrativas como experiências turísticas.
- **Guia especializado**  
Implementar guias locais em pontos turísticos-chave como CIAMR e Serras.
- **Mapas detalhados e QR codes**  
Melhorar a sinalização e o acesso digital às informações turísticas.
- **Sistema de tarifas variáveis**  
Cobrar tarifas aos visitantes e oferecer gratuidade ou descontos aos residentes para gerar riqueza no setor turístico e reinvestir em melhorias locais.
- **Desenvolvimento do turismo equestre**  
Aproveitar o centro hípico, as rotas já desenvolvidas, a imagem consolidada e a sinalética existente para impulsionar o segmento equestre como atração turística diferenciado.

## 4.4

### AMEAÇAS

---

- **Concorrência de municípios vizinhos**  
Outros municípios mais estruturados podem atrair visitantes que poderiam escolher Valongo.
- **Baixa diversificação de mercados emissores**  
Dependência excessiva de poucos mercados pode criar instabilidade em caso de variações no comportamento de viagens.
- **Redução na estada média**  
Tendência de queda geral na região pode ser um desafio para aumentar a receita.
- **Impactos económicos globais**  
Crises económicas ou políticas nos mercados emissores podem afetar o fluxo turístico.
- **Falta de competitividade em receitas**  
Proveitos por quarto e de aposento ainda são baixos em comparação com os concorrentes regionais, tornando difícil competir por investimento no setor.
- **Sazonalidade persistente**  
Mesmo com esforços, isto é um desafio no município e na região.
- **Encerramento de recursos sem aviso prévio**  
Afeta negativamente a experiência do visitante.

- A **Oficina da Regueifa e do Biscoito** destaca-se como um dos produtos turísticos mais sólidos, especialmente no seu formato de experiências guiadas e oficinas interativas.
- Os percursos pedestres nas **Serras de Valongo** e as intervenções artísticas urbanas (CAL e VIA) contribuem para diversificar a oferta turística, criando uma ligação entre o ambiente natural e o espaço urbano.
- Eventos culturais como a **Bienal da Ardósia** reforçam a identidade cultural de Valongo e incentivam a participação comunitária.
- Iniciativas como CAL e VIA poderiam ser integradas numa proposta mais clara e organizada para facilitar a sua promoção como experiências turísticas. **(Produto)**.
- Considerar a implementação de guias especializados em pontos-chave como o CIAMR e as Serras. **(Produto)**.
- Melhorar a sinalização em algumas vias tais como na Escadaria Cucamacuca e no Circuito de Contemplação.
- Aumentar a disponibilidade de informação online sobre eventos e workshops para facilitar o planeamento de visitas. **(Marketing)**.
- Conceber métricas específicas para medir o impacto turístico de iniciativas como CAL e VIA, diferenciando o seu valor artístico/cultural do seu potencial como produtos turísticos. **(Avaliação de impacto turístico)**.
- As recomendações gastronómicas e a oferta de produtos locais, como regueifas e biscoitos, destacam-se como um ponto forte do destino. Podem ser potenciados através do escritório da regueifa no território, e em plataformas digitais para potenciais visitantes.
- Iniciativas como o percurso do Grão ao Pão e os trilhos na Serra de Valongo combinam elementos históricos, sociais e naturais que enriquecem a experiência turística.
- Algumas sinalizações iniciais e descrições históricas nas atrações fornecem um valor educacional interessante.
- **Necessidade de promoção:** A inexistência de atrações online e, em alguns casos, o baixo número de opiniões nas plataformas da maioria dos locais sugere que Valongo não está a atingir o seu potencial turístico. Uma estratégia de *marketing* digital direcionada ao Tripadvisor ou outras plataformas pode aumentar a visibilidade das suas atrações.

- Valongo tem potencial para consolidar-se como um destino turístico relevante, especialmente aproveitando a sua proximidade com o Porto e apostando na sustentabilidade e na diversificação. Contudo, para alcançar esse objetivo, será necessário superar os desafios relacionados à situação curta e à dependência dos mercados próximos, enquanto se investe na inovação da oferta turística.
- O município de Valongo apresenta um crescimento sólido no número de hóspedes, tanto nacionais como estrangeiros, demonstrando que o turismo tem potencial de expansão. No entanto, o município enfrenta alguns desafios relacionados com a retenção de turistas e maximização do impacto económico gerado pelos mesmos.
- Concluem-se como pontes fortes ou estratégias a maximizar:
- **O aproveitamento da proximidade com o Porto:** Valongo deve capitalizar a sua proximidade com o Porto, um dos destinos turísticos mais visitados em Portugal. É crucial posicionar-se como um destino complementar, oferecendo experiências diferenciadas, como natureza, cultura local ou atividades únicas. As estratégias em parceria com operadores turísticos do Porto podem direcionar visitantes para Valongo, contribuindo para aumentar os fluxos turísticos do município.
- **Sustentabilidade como diferencial:** Valongo tem potencial para adotar práticas inovadoras que valorizem a sustentabilidade, por exemplo, no âmbito do ecoturismo ou do turismo cultural. Isto pode atrair público mais consciente e contribuir para o desenvolvimento a longo prazo.
- **Diversificação de mercados:** Alguns países como o Japão e a Irlanda, apesar de com números ainda baixos, representam oportunidades para campanhas específicas. Explorar estes novos mercados pode reduzir a dependência de turistas provenientes de países vizinhos.
- **Estada e gastos médios baixos:** Valongo precisa de uma oferta mais robusta e diversificada, que incentive os visitantes a permanecerem por mais tempo e gastarem mais. Isso pode incluir o desenvolvimento de atrações ou experiências exclusivas (trilhos, festivais, gastronomia local) ou a promoção de pacotes turísticos que combinam alojamento com experiências locais.
- Falta de dinamismo em alguns setores: O caso das empresas de animação turística, que precisam de estímulo de inovação/renovação/diversificação.

- Nas ameaças a gerir, conclui-se que a **concorrência com os municípios próximos** é visível, portanto Valongo deve oferecer alternativas mais atrativas ou captar investimentos. Por exemplo, criando uma identidade turística única, promovendo elementos que outros municípios não oferecem e reforçando as parcerias regionais. De forma a mitigar a **sazonalidade** existente, a aposta em eventos ou atrações durante o ano todo tais como feiras, festivais culturais e atividades *indoor*.

### Áreas de melhoria:

- **Disponibilidade de informação turística:**
  - Atualização de horários e dados de contacto de pontos-chave como Loja Turística e CIAMR.
  - Criação de alternativas de informação (por exemplo, códigos QR em pontos estratégicos).
- **Sinalização:**
  - Melhorar a consistência e clareza da sinalização em percursos como o “Grão ao Pão” e trilhos na Serra.
  - Incorporar mapas detalhados nos locais de acesso e sinalização intermediária para evitar confusão.
- **Infraestruturas e serviços:**
  - Ampliar as atividades e atrações disponíveis aos domingos, dia potencialmente perdido para os visitantes que planejam sua estadia no fim de semana.
  - Incentivar a disponibilidade de guias locais ou recursos digitais interativos para complementar a experiência.
  - Apostar na qualidade das recomendações gastronómicas e nos produtos locais.
  - Iniciativas como o percurso do Grão ao Pão e os trilhos da Serra, que aliam valor histórico, social e natural.
  - Presença de sinalização inicial em alguns atrativos.



**05**

**PROPOSTAS DE AÇÃO**



# 05

## PROPOSTAS DE AÇÃO

A partir do diagnóstico elaborado, foram identificados desafios e oportunidades que levam a ações estratégicas para impulsionar o desenvolvimento turístico do município. Com base nos resultados, foi estruturado um conjunto de propostas organizadas em quatro eixos principais, que têm como objetivo consolidar Valongo como um destino turístico atrativo e competitivo.

Os eixos apresentados abrangem diversas dimensões essenciais para o fortalecimento do turismo local:

- **Ordenamento**, focando na gestão e monitorização do destino;
- **Impulso ao setor privado**, promovendo a colaboração e o empreendedorismo;
- **Produto**, com a valorização das tradições e recursos locais; e
- **Marketing**, priorizando estratégias de promoção e atração.

Essas ações visam articular esforços públicos e privados, integrar Valongo à oferta turística da região metropolitana do Porto e destacar suas singularidades como diferencial competitivo.

EIXO	Nº	Título da ação
Ordenamento	1	Monitorização do destino
	2	Reorganização DMO - DMC (destination management organization - destination management company). Entidade local de gestão do turismo
Impulso ao setor privado	3	Diagnóstico a Empresas de Animação turística e Agências de Viagem do município
	4	Incentivo ao empreendedorismo "dirigido"
	5	Training em plataformas digitais de promoção e comercialização
Produto	6	Melhoria da Rota do Grão ao Pão
	7	Rota das Padeiras Porto - Valongo
	8	Reavaliação do papel da mulher na tradição do pão
	9	Rota dos Biscoitos e Regueifas Vencedores
	10	Turismo Equestre
Marketing	11	Branding. Unificação dos logomarcas (pertinentes) numa marca turística
	12	Marketing in situ (Porto)
	13	Atração de empresas de animação turística da área metropolitana do Porto
	14	Criação de perfis de atrações nas plataformas digitais CMV

**Tabela 31.**  
Propostas de ação.  
Fonte: Elaboração própria.

Nos próximos subcapítulos, as propostas de ação são apresentadas de forma detalhada, organizadas por eixo estratégico. Cada ação é descrita com base nos seguintes elementos estruturantes:

- **Objetivos**  
Definir claramente o que se espera alcançar com cada ação, destacando como ela contribuirá para o fortalecimento do turismo em Valongo.
- **Justificação**  
Explicar a relevância da ação com base nos resultados do diagnóstico, abordando os desafios ou oportunidades que ela vai abordar.
- **Descrição**  
Apresentar de forma simples o que será feito em cada ação, com exemplos concretos ou ideias práticas para sua implementação.
- **Agentes Envolvidos**  
Identificar as partes interessadas, como entidades públicas, privadas e comunitárias, que deverão desempenhar um papel essencial na execução da ação.
- **Indicadores de Monitorização**  
Estabelecer métricas claras para avaliar o progresso e os resultados da ação, garantindo uma abordagem orientada para resultados.

Essa estrutura visa proporcionar um plano de ação prático e objetivo, permitindo que as estratégias apresentadas sejam facilmente compreendidas, implementadas e monitorizadas. Cada eixo foi desenvolvido com base nas especificidades de Valongo e nas necessidades identificadas, assegurando um alinhamento entre os objetivos gerais do município e os interesses dos visitantes e da comunidade local.

## 5.1

### ORDENAMENTO

---

#### Ação 1 Monitorização do Destino

##### Objetivos

- Recolher dados sobre os visitantes de Valongo através de inquéritos digitais, gerando informação útil para o desenvolvimento de estratégias de inteligência turística.
- Concentração da gestão do destino de uma entidade.
- Fluência de informação

##### Justificação

Apesar da riqueza estatística do país a nível municipal, a falta de dados limita a capacidade de tomar decisões informadas para melhorar a experiência turística. Por outro lado, existem alguns indicadores que muito interessam para fazer seguimento das propostas contidas neste documento, uma vez executadas (grau de satisfação, número de excursionistas, número de empresas criadas, número de experiências vendidas, etc).

Os questionários digitais, por exemplo, irão permitir compilar informação de forma eficiente, sendo um pilar também de inovação tecnológica.

##### Descrição

- Instalação de *iPads* em pontos-chave do município para levantamentos digitais.
- Elaboração de pesquisas curtas e atrativas em vários idiomas.
- Incentivos simbólicos para incentivar a participação (descontos em *workshops* ou lembranças).
- Consolidação das informações em banco de dados acessível ao município.
- Consulta anual às empresas (levantamento de fontes municipais existentes de licenças para novos negócios).

### Agentes envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo
- Programadores de *software*
- Oficinas de turismo
- Loja interativa
- Centro da Mineração
- Oficina da Regueifa

### Indicadores de monitorização

- Número de turistas/excursionistas por experiência (realizada de forma autónoma ou organizada).
- Volume de excursionistas.
- Nível de satisfação dos turistas/excursionistas.

## **Ação 2 Reorganização DMO - DMC (*destination management organization - destination management company*). Entidade local de gestão do turismo**

### **Objetivos**

- Melhor organização do turismo do ponto de vista institucional.
- Coerência no desenvolvimento turístico.
- Concentração da gestão turística do destino numa entidade.
- Melhor fluidez da informação.

### **Justificação**

A **necessidade de uma entidade de gestão para o destino turístico** refere-se à importância de uma organização ou instituição responsável por planear, coordenar, desenvolver e promover o destino turístico, garantindo a sustentabilidade e o sucesso a longo prazo do turismo nesse local. Essa gestão é essencial para que o destino se desenvolva de forma organizada, equilibrada e competitiva. Aqui estão alguns pontos principais sobre a necessidade de uma entidade de gestão de destino turístico.

Das duas visitas realizadas e dos contactos havidos, concluiu-se:

- Horários de serviços turísticos não consistentes com os horários dos turistas (loja encerrada no fim de semana, centro da mineração impossível de constatar -dois dias a ligar sem sucesso) para marcação de visita.
- Desde a unidade do turismo, não existe conhecimento do funcionamento de recursos que sendo turísticos, dependem de outras unidades (cultura, por exemplo).
- O “sentimento” é que se realizam muitas iniciativas, dispersas e que deveriam diferenciar residentes e turistas (neste caso, não é o turismo a criar oferta, mas sim a conseguir que o privado a gere).

## Descrição

Não se propõe a criação de figura jurídica alguma, apenas uma unidade de turismo que lidere o processo, pois o turismo deve liderar o seu próprio crescimento, e não depender de iniciativas dispersas.

Por outro lado, ao turismo envolver diversos atores (governo, empresas locais, operadores turísticos, comunidades, entre outros), uma entidade de gestão atua como intermediária entre esses diferentes *stakeholders*, promovendo a colaboração e a integração das atividades turísticas de forma harmoniosa.

Propõe-se apenas que esta entidade (unidade, departamento, divisão, se encontre no lugar hierárquico que lhe permita organizar a oferta turística pública, conseguir que de forma transversal o resto dos departamentos do município se envolvam e trabalhem para o desenvolvimento turístico.

## Agentes envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo

## Indicadores de Monitorização

- Estada média turistas
- Volume de excursionistas

## 5.2

### IMPULSO AO SETOR PRIVADO

#### Ação 3 Diagnóstico Empresas de Animação turística e Agências de Viagem do município

##### Objetivos

- Impulsionamento às atividades das empresas animação turística desde o setor privado.
- Criação de produtos e experiências turísticas.

##### Justificação

Como apresentado no trabalho prévio ao diagnóstico, existe um elevado número de empresas no RNAT que não desenvolvem esta atividade na prática. Isto pode dever-se a um dos seguintes motivos:

- Falta de conhecimento das regulamentações, dificuldades económicas, falta de apoio técnico, ou problemas na burocracia e processos administrativos nas empresas.
- Inclusão da atividade de AT na altura de criação da sociedade, sem ter claramente o objetivo de a desenvolver (pelo facto de ter um custo associado, não parece que seja esta a razão, pelo menos na maioria dos casos).

Também no diagnóstico é apontada a necessidade de existir uma oferta estruturada por parte do setor privado, na criação de experiências que não podem depender de que, só pontualmente, os serviços do município as organizem (circuitos da contemplação, Rota do Pão ao Grão, Rota das Padeiras), sendo por outro lado uma oportunidade para vários coletivos:

- Agências de viagem que queiram vir a realizar incoming (e não só *outgoing*).
- Empresas de animação turística que não estão a exercer esta atividade.
- Empresas de animação turística que queiram ampliar o seu leque de atividades.

Assume-se essencial intervir neste campo, através do desenvolvimento de um diagnóstico junto das empresas para entender a razão principal é desenvolver estratégias de apoio, pois isto pode estar a prejudicar o desempenho da oferta no que diz respeito às empresas turísticas do município.

## Descrição

- Desenho de questionário às empresas de AT com sede em Gondomar.
- Diagnóstico sobre a razão para não estar a desenvolver a atividade.
- Plano de ação para o impulsionamento das mesmas (mentoria, capacitação, incentivos fiscais...)

## Agentes envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo

## Indicadores de monitorização

- Número de empresas que retomam a animação turística.
- Volume de turistas que compram *packs* de experiências em Valongo.
- Faturação relativa a esta nova oferta.

## Ação 4 Incentivo ao empreendedorismo “dirigido”

### Objetivos

- Criação de produto turístico desde o setor privado.
- Geração de emprego e riqueza.
- Retenção de talento do município.

### Justificação

A oferta de produto turístico desde o setor público é uma estratégia muito recomendável para momentos de lançamento em que os empresários ou empresários potenciais não conseguem visualizar o sucesso e decidem não apostar. Mas isto deve ser uma estratégia sempre temporal.

O município fez um excelente trabalho em identificação de ideias plausíveis de gerar valor na cadeia turística, mas estas devem passar a ser geridas pelo setor privado no sentido de existir uma oferta sempre disponível e não dependente da disponibilidade do setor público; e não só, também porque desta maneira o turismo irá realmente gerar riqueza. Como apontado no diagnóstico, a oferta de rotas, acompanhamento de grupos desde o município deve ser pontual e não contínua, sobretudo, porque não gera riqueza nem emprego no município (e é para este fim que queremos o turismo...). O turismo pode ser uma área para que os jovens do município lancem *start ups* de animação turística.

### Descrição

Tendo em conta, que Valongo tem uma política de custo 0 da cultura para o residente, nunca será isto contraditório. Assim como num parque nacional na Costa Rica os residentes pagam um valor simbólico 10 vezes menos que um turista ou na Mesquita de Córdoba, os residentes não pagam (enquanto os turistas pagam 13 euros), o município pode continuar a oferecer pacotes, rotas, *workshops* e experiências, mas deve usar esse conhecimento gerado para incentivar a jovens a aproveitá-lo e vendê-lo ao turista.

Numa primeira fase, apenas se propõe “pegar” nas experiências realizadas desde o município (rota do biscoito e a regueifa, circuito da contemplação, etc), como se tratasse de um “banco de ideias” e sensibilizar jovens formados para dinamizarem o mercado, aproveitando o conhecimento já gerado.

O impulsionamento deverá seguir estas fases:

- Sensibilização.
- Acompanhamento (assessoria, apoio para solicitar linhas de apoio e para a criação da figura jurídica mais adequada, mentoria nos primeiros meses de funcionamento).
- Seguimento.

Recomenda-se a existência de incentivos fiscais e posta à disposição de um espaço de *coworking*.

### Agentes envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo

### Indicadores de monitorização

- Número de empresas que se criam ou free lance que iniciam atividade.
- Faturação anual dos anteriores.
- Volume de turistas / excursionistas atraídos pela nova oferta oferecida por estas empresas.

## Ação 5 *Training* em Plataformas Digitais de Promoção e Comercialização

### Objetivos

- Capacitar os fornecedores de serviços turísticos de Valongo para utilizar plataformas digitais de promoção e comercialização.
- Garantir a presença estruturada e atrativa de Valongo nas plataformas que os turistas utilizam para planejar as suas viagens, como Expedia, Tripadvisor, Airbnb Experiences, Viator, OTAs, GetYourGuide, entre outras.
- Melhorar a visibilidade e acessibilidade da oferta turística do município, corrigindo falhas na categorização e promovendo os produtos autênticos de Valongo.

### Justificação

Atualmente, Valongo enfrenta uma falta de representação adequada em plataformas digitais essenciais para o turismo, o que prejudica a atração de visitantes e a valorização dos seus produtos e serviços. Muitas atividades estão mal categorizadas ou ausentes, enquanto os turistas usam plataformas como Expedia e Tripadvisor para planejar as suas viagens. Para corrigir isso, é fundamental capacitar os fornecedores locais (hotéis, restaurantes, *tours*, vinícolas, biscoitarias, padarias, centro hípico, entre outros) para registar, atualizar e gerir as suas ofertas de forma profissional, respondendo a comentários e dúvidas dos visitantes.

### Descrição

- **Contratação de especialistas:** Contratar consultores ou empresas com experiência em promoção turística digital e gestão de plataformas globais de turismo.
- **Desenvolvimento do programa de capacitação:** Os especialistas irão desenhar um programa prático de formações que incluirá:
  - Alta de produtos e serviços: Registo correto de atividades, serviços e experiências com informações claras, imagens de qualidade e descrições atrativas.
  - Gestão ativa de plataformas: Atualização regular de informações, monitoramento de reservas, gestão de comentários e dúvidas.
  - Correção de categorização: Identificar erros e solicitar ajustes em plataformas como a Expedia, garantindo a promoção de atividades autênticas de Valongo.

- **Workshops práticos:** Realizar formações presenciais e online com fornecedores locais para que aprendam a utilizar as plataformas mencionadas.
- **Promoção de experiências únicas:** Estimular a criação de experiências temáticas e diferenciadas, como passeios a cavalo no centro hípico, oficinas interativas na Oficina da Regueifa e trilhos, alinhadas às exigências das plataformas.
- **Acompanhamento e suporte contínuo:** Oferecer um período de suporte para solucionar dúvidas e monitorar o progresso.

### Agentes envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo
- Consultores/Empresas de marketing digital turístico
- Fornecedores de serviços turísticos locais: Hotéis, restaurantes, cafeterias, *tours*, vinícolas, biscoitarias, padarias, centro hípico, entre outros.

### Indicadores de monitorização

- Número de participantes capacitados.
- Número de ofertas cadastradas e corrigidas.
- Adesão às plataformas (Número de visualizações, reservas e comentários gerados nas páginas dos serviços turísticos locais).
- Grau de satisfação dos empresários formados.

## 5.3

### DESENVOLVIMENTO DE PRODUTO

#### Ação 6 Melhoria da Rota do Grão ao Pão

##### Objetivos

- Criar uma experiência turística estruturada em torno da tradição do pão em Valongo, através de uma rota sinalizada que permita o seu percurso individual ou por meio de visitas guiadas programadas.
- Melhoria da estética e do conteúdo da rota existente.
- Implementação de um mecanismo tecnológico que permita a realização do percurso autonomamente pelos turistas, independentemente da presença de guias *on demand*.
- Enriquecimento da oferta para que empresas de animação turística a incluam nos seus pacotes.

##### Justificação

O pão é um símbolo identificativo de Valongo. Um percurso temático irá ligar os visitantes à história, tradição e relevância cultural do pão, promovendo a mobilidade turística no centro da cidade e melhorando a acessibilidade à informação através de ferramentas digitais. A rota do Grão ao Pão é um elemento sem dúvida diferenciador da oferta turística do município, mas apresenta alguma deterioração e algumas oportunidades de melhoria - também resultado das oportunidades que o desenvolvimento das novas tecnologias nos oferece.

Demasiada dependência do município para os turistas poderem realizar a rota tal como ela existe na atualidade. Perfil mais experiencial, exigente e autónomo dos turistas.

##### Descrição

Existem várias opções (não excludentes)

- Embelezamento de fachadas.
- Teatralização de espaços (por exemplo, um moinho ou algum forno antigo que possa ser recuperado).

- Dinamização de negócios (com o excelente exemplo da Paupério) - Ver Eixo de Impulsionamento ao setor privado.
- Melhora das placas (deterioradas com o passar do tempo) de cada ponto da rota.
- Desenho de uma rota sinalizada com cores, sinais específicos e códigos QR.
- Inclusão de informação em vários idiomas (português, inglês, espanhol).
- Integração da rota numa app turística com mapas interativos.
- Coordenação de visitas guiadas na Oficina da Regueifa.
- Criação de material digital para redes sociais.
- Aplicação para acesso a audioguia em várias línguas e vídeo com linguagem gestual.

### Agentes envolvidos

- Oficina da Regueifa
- Câmara Municipal de Valongo
- Proprietários dos ativos que formam para a Rota
- *Designers* gráficos para sinalética
- Desenvolvimento de *software* para a app

### Indicadores de monitorização

- Número de empresas que passem a realizar a rota.
- Número de turistas/excursionistas (incremento).
- Número de recursos da rota melhorados.
- Número de passeios programados realizados anualmente
- Monitoramento do uso da rota usando códigos QR.
- Impacto económico nas empresas locais que formam parte ou estão na área da rota.
- Número de *downloads* da app.

## Ação 8 Reavaliação do papel da mulher na tradição do pão

### Objetivos

- Tornar visível e revalorizar a contribuição histórica e contemporânea das mulheres na tradição do pão.
- Promover a igualdade de género e o empoderamento feminino na área do turismo, destacando o papel dos padeiros.
- Criar oportunidades económicas para mulheres através de experiências gastronómicas autênticas e personalizadas.

### Justificação

O pão não é apenas um produto cultural, mas também um símbolo do esforço e do papel essencial da mulher na história de Valongo. As padarias de Valongo são fundamentais na panificação local, abastecendo o Porto desde o século XVIII e representando um eixo económico e social fundamental para a região. A integração desta perspetiva na oferta turística promove o turismo inclusivo e valoriza o património cultural e imaterial do concelho. As roupas tradicionais, as histórias históricas e os desafios enfrentados por estas mulheres refletem o seu sacrifício e resiliência, que merece ser valorizado e divulgado.

A tradição da panificação do Valongo está intrinsecamente ligada ao papel das mulheres, que têm sido intervenientes fundamentais na transmissão de saberes e práticas. Tal como iniciativas inovadoras, como *Oh, Les Chefs* – vencedora do Desafio de Pitch de Turismo Gastronómico da OMT –, onde chefs mulheres estão ligadas a turistas e clientes locais, esta ação tem o potencial de capacitar as mulheres confeitadeiras de Valongo. A integração da perspetiva de género não só destaca a sua contribuição cultural e social, mas também promove o turismo inclusivo e sustentável, gerando novas fontes de rendimento.

### Descrição

Inspirada em exemplos como *Oh, Les Chefs* (UN Tourism, 2023), esta ação procura consolidar Valongo como destino de turismo inclusivo e gastronómico, capacitando as mulheres e destacando o seu papel na tradição cultural do pão.

A combinação de experiências autênticas, inovação e promoção digital fortalecerá a oferta turística local e o seu impacto social.

Documentação do papel histórico das mulheres na tradição do pão.

- Criação de material audiovisual e expositivo que destaca histórias pessoais através do desenvolvimento de campanhas de narração de histórias que conectam a gastronomia local com as histórias de vida dos padeiros.
- Produção de conteúdos digitais para redes sociais e plataformas turísticas.
- Palestras e *workshops* na Oficina da Regueifa liderados por padeiros locais.
- Inclusão das padarias na programação turística da cidade por meio de:
- Criação de um mercado local onde os turistas possam adquirir produtos tradicionais confeccionados por mulheres padeiras.
- Visitas guiadas a percursos temáticos em torno da tradição panificadora, com destaque para o papel da mulher no seu desenvolvimento.
- Envolver pequenas empresas e operadores turísticos para incorporar experiências de panificação na sua oferta turística.
- Coordenação com instituições educativas e organizações de igualdade de género para programas de formação e sensibilização.

### Agentes envolvidos

- Padarias locais
- Oficina da Regueifa e o Biscoito
- Organizações para a igualdade de género
- Estabelecimentos locais de ensino
- Empresas de animação turística e mercados locais.

## Indicadores de monitorização

- Registo do número de participantes em eventos.
- Número de *workshops* e palestras realizadas.
- Número de visitantes em exposições.
- Impacto da promoção nas redes sociais (nº de visualizações, pex).
- Número de empresas turísticas participantes.

## Ação 9 Rota Gastronómica: Pão, Biscoitos e Rabanadas

### Objetivos

- Criar um mapa gastronómico que destaque os estabelecimentos vencedores dos concursos de regueifas, biscoitos e outros produtos tradicionais de Valongo.
- Promover a riqueza gastronómica de Valongo como atração turística, promovendo a visibilidade dos estabelecimentos locais e dos seus produtos premiados.
- Promover a continuidade e participação em concursos anuais de produtos tradicionais, fortalecendo a identidade cultural do concelho.

### Justificação

A gastronomia desempenha um papel fundamental na identidade de Valongo e funciona como motor do turismo local. Iniciativas como o Concurso da Melhor Rabanada e o Concurso da Melhor Regueifa e do Melhor Biscoito não só promovem a qualidade e tradição culinária, mas também promovem o desenvolvimento económico de padarias e confeitarias locais premiadas (Câmara Municipal de Valongo, 2023a; 2023b). A criação de um roteiro gastronómico estruturado permitirá dar destaque a estes produtos premiados e às suas histórias, ligando turistas e visitantes ao património cultural e gastronómico do concelho.

### Descrição

Este espetáculo propõe uma experiência gastronómica pensada para valorizar os produtos tradicionais de Valongo premiados em concursos anuais. Através de um mapa interativo físico e digital, os visitantes poderão percorrer padarias e estabelecimentos locais, descobrir a história e preparação das mais emblemáticas regueifas, biscoitos e rabanadas, e provar estes produtos únicos, promovendo assim a identidade cultural e económica do concelho.

- Continuação e promoção de concursos como as melhores rabanadas, regueifas e biscoitos em colaboração com estabelecimentos locais.
- Criação de categorias adicionais que valorizam a inovação sem perder a tradição.
- Criação de mapa físico e digital com os estabelecimentos vencedores, incluindo descrições detalhadas dos produtos premiados, sua história e processos produtivos.

- Integração do mapa numa aplicação turística interativa e nas redes sociais do município.
- Organização de roteiros temáticos que permitem aos turistas visitar as padarias e confeitarias aderentes, com provas incluídas.
- Desenvolvimento de material audiovisual para redes sociais, destacando as histórias dos produtos tradicionais e dos estabelecimentos locais.

### Agentes envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo
- Oficina da Regueifa e Biscoito
- Padarias e estabelecimentos vencedores
- Operadores turísticos e empresas de entretenimento locais

### Indicadores de monitorização

- Número de estabelecimentos participantes nos concursos anuais.
- Aumento das visitas aos estabelecimentos incluídos no mapa gastronómico.
- Número de *downloads*.
- Impacto económico medido através das vendas nos estabelecimentos vencedores.
- Satisfação dos visitantes através de pesquisas no final do percurso.

## Ação 10 Turismo Equestre: Melhoria e Promoção das Rotas Equestres nas Serras de Valongo

### Objetivos

- Estruturar uma experiência turística integrada centrada no turismo equestre nas serras de Valongo.
- Melhorar a infraestrutura e a sinalização das rotas equestres existentes.
- Promover a oferta de turismo ativo no concelho, com foco nas experiências ao ar livre.
- Facilitar o acesso às informações através de soluções tecnológicas e inclusivas.
- Envolver o setor privado para a dinamização da oferta turística equestre, especialmente o centro hípico local.

### Justificação

A relevância do turismo equestre em Portugal, reside na sua contribuição para a diversificação da oferta turística, a dinamização do turismo rural e a redução da sazonalidade. Além disso, este tipo de turismo fortalece a coesão territorial, promove o património cultural e natural, e destaca as raças autóctones portuguesas, como o Cavalo Lusitano, o Garrano e o Sorraia (TURIHAB, 2012). Portugal beneficia de características únicas, como o seu clima favorável, a riqueza paisagística e a tradição equestre, o que posiciona o país como um destino de excelência para o turismo equestre.

Valongo possui um cenário natural privilegiado, com as suas serras e rotas equestres que oferecem oportunidades únicas para a prática de turismo de natureza e aventura. O turismo equestre é uma tendência crescente, e a recente distinção da Arte Equestre em Portugal como Património Cultural Imaterial da Humanidade pela UNESCO aumenta ainda mais a relevância desta oferta. A melhoria das rotas e a valorização do centro hípico permitirá atrair novos perfis de turistas interessados em experiências imersivas, sustentáveis e culturais. Além disso, a estruturação de um produto turístico equestre beneficiará o comércio local e fortalecerá a identidade de Valongo como destino turístico diferenciado.

## Descrição

Esta ação tem como objetivo consolidar Valongo como um destino de referência em turismo equestre, aproveitando o potencial natural das suas serras e alinhando-se às novas tendências de turismo sustentável e inclusivo, por meio da dinamização do Centro Hípico de Valongo:

- Criação de pacotes turísticos em parceria com o centro hípico, incluindo passeios guiados a cavalo e atividades educativas sobre cavalos portugueses (como o Cavalo Lusitano e o Garrano).
- Oferta de estágios equestres direcionados a famílias, jovens e principiantes.
- Organização de eventos anuais, como passeios temáticos e competições regionais, para atrair visitantes e promover a tradição equestre.
- Desenvolvimento de materiais digitais para divulgação em redes sociais e sites turísticos.
- Integração das rotas em campanhas de promoção turística regionais e nacionais.
- Parcerias com agências de turismo e empresas de animação turística para incluir as rotas equestres na oferta existente.

## Agentes envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo
- Centro Hípico de Valongo
- Empresas de animação turística locais
- Turismo do Porto e Norte de Portugal

## Indicadores de monitorização

- Número de rotas equestres melhoradas e sinalizadas.
- Número de atividades realizadas pelo centro hípico anualmente.
- Incremento no número de empresas turísticas que incluem as rotas na sua oferta.
- Grau de satisfação dos turistas através de inquéritos pós-visita.

## 5.4

### MARKETING

---

#### Ação 11 *Branding*. Unificação dos logomarcas (pertinentes) numa marca turística

##### Objetivos

- Criação de uma imagem turística atrativa, única e não dispersa do município.

##### Justificação

Necessidade de uma proposta principal de venda (*main selling proposal*) única/unificada.

A ideia das logomarcas é bastante interessante do ponto de vista de desenvolvimento de sentimento de pertença dos residentes, para a promoção turística, apesar de o modelo não ser o melhor, pelo que se recomendaria a criação de uma marca única que conseguisse transmitir (*claim/slogan* e imagem visual) as propostas principais de venda (PPV) do município. Com a existência das logomarcas, atualmente não se consegue passar uma imagem forte de destino turístico que visitar, porque na imaginação do potencial cliente (turista ou excursionista), não há nada de “forte” e apelativo em relação a Valongo.

##### Descrição

A proposta principal de venda de um destino turístico constitui o destino ou os principais elementos que diferenciam para sair do mercado. Estes elementos de diferenciação constroem-se a partir do/s produto/s ou atrações do destino turístico que gerem uma forte atração nos visitantes. Recomenda-se realizar um concurso de ideias que simbolicamente irá envolver a comunidade local. Recomenda-se também o envolvimento das empresas do setor e instituições de ensino superior.

Poderão ser contratados profissionais de design, mas simplesmente para melhorar a proposta vencedora do concurso sugerido.

Será necessário um manual de estilo para uso da marca.

A marca deverá refletir os principais recursos apontados nos resultados dos inquéritos.

### Agentes envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo
- Oficina da Regueifa
- Proprietários dos ativos que formam parte da Rota

### Indicadores de monitorização

Esta proposta não tem uma monitorização possível de forma direta, uma vez que uma ação de *branding* não tem uma forma rigorosa de medição de retorno.

## Ação 12 *Marketing in situ* (Porto)

### Objetivos

- Aproveitar os fluxos turísticos existentes em Porto para posicionar Valongo como um destino complementar e diferenciado.
- Promover os recursos naturais, culturais e gastronómicos de Valongo junto do público que visita o Porto, aumentando o número de visitantes.
- Criar parcerias estratégicas e campanhas direcionadas que incentivem a inclusão de Valongo nos roteiros turísticos da região.

### Justificação

Porto é um dos principais destinos turísticos de Portugal, atraindo milhões de visitantes nacionais e internacionais anualmente. A proximidade geográfica e a autenticidade das atrações de Valongo oferecem uma oportunidade única para capturar uma parcela deste fluxo turístico. Atualmente, Valongo não está suficientemente representado como uma opção de visita complementar e diferente, o que limita seu potencial de atração. A promoção de Valongo através de operadores turísticos, campanhas digitais e ações presenciais em locais estratégicos do Porto permitirá aumentar a visibilidade e consolidar o município como um destino de experiências culturais, gastronómicas e de natureza.

### Descrição

A ação consiste em desenvolver uma estratégia de promoção que conecte Valongo aos fluxos turísticos de Porto, aproveitando a sua localização privilegiada e a complementariedade das suas ofertas. A Câmara Municipal de Valongo deverá liderar esta iniciativa, com apoio de uma equipa de *marketing* ou agência especializada, para promover o município através dos seguintes eixos:

- **Campanhas presenciais em locais estratégicos:** Realizar ações de divulgação em mercados tradicionais icônicos do Porto, como o Mercado do Bolhão e o Mercado Ferreira Borges, locais com conexão simbólica à tradição de panificação de Valongo. Também, no aeroporto Francisco Sá Carneiro e nos postos de turismo da Cidade Invicta. Valongo não é concorrência do Porto, ao contrário, pode ser um aliado para aumentar a estada média, pelo que ambos são beneficiados porque o turista no Porto “tire” 1 dia mais para ir a Valongo.

- **Materiais promocionais físicos e digitais:** Criar materiais atrativos e informativos (folhetos, vídeos, *posts*) que destaquem as principais atrações, como a Oficina da Regueifa e do Biscoito, as rotas de trilhos nas Serras de Valongo, o centro hípico, as intervenções artísticas urbanas (CAL e VIA), entre outras.
- **Campanhas digitais segmentadas:** Desenvolver anúncios direcionados nas plataformas mais utilizadas pelos turistas, como Google Ads, redes sociais (Instagram, Facebook) e blogs de viagens, promovendo Valongo como uma opção autêntica e próxima ao Porto.
- **Participação em eventos turísticos de Porto:** Marcar presença em feiras, exposições e eventos turísticos na cidade, apresentando Valongo como um destino complementar com experiências singulares.
- **Promoção de pacotes e experiências de curta duração:** Estruturar programas temáticos para visitantes de um dia, como passeios guiados, oficinas de gastronomia local e rotas de ecoturismo, facilitando o acesso às ofertas de Valongo.

Além disso, Valongo poderá promover um sistema de incentivo, como descontos em restaurantes, padarias ou atividades para os visitantes que apresentarem provas de participação em atividades turísticas de Porto, criando uma relação de fidelização e continuidade.

### Agentes envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo

### Indicadores de monitorização

- Quantidade de materiais promocionais distribuídos (Folhetos, vídeos e outros conteúdos físicos e digitais).
- Alcance das campanhas digitais (visualizações, cliques, interações, etc).
- Número de feiras e ações promocionais realizadas nos mercados e eventos de Porto.
- Crescimento no número de visitantes.

## Ação 13 Atração de empresas de animação turística da área metropolitana do Porto

### Objetivos

- Sensibilizar a agentes de animação turística, guias free lance a e operadores turísticos já existentes, estabelecendo parcerias para que estes ofereçam experiências e atividades em Valongo.

Nota: Esta proposta poderia inserir-se também no eixo de impulsionamento ao setor privado, mas dado que se trata de empresas que já oferecem a tipologia de serviços que se pretende estendam a Valongo, considera-se mais um trabalho de atração para o território, pelo que se considera maioritariamente de *marketing*.

### Justificação

O município pode impulsionar atividades e lançá-las como exemplo e criador de “ideias”, mas tem de ser a oferta privada a gera riqueza com a comercialização do produto turístico existente. Na área metropolitana, existem empresas com experiência e acesso à procura já em destino.

### Descrição

Propõe-se a realização de *famtrips* a agências de incoming, guias e empresas de animação turística da área metropolitana do Porto, simulando as diferentes experiências já criadas pelo município, e em particular:

- Rota do Grão ao Pão
- Circuito da Contemplação
- Oficina da Regueifa (incluindo *workshop*)

Por outro lado, oferecer a estas empresas/profissionais, parceria para estruturação de novos produtos turísticos.

### Agentes Envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo. Unidade de Turismo

### Indicadores de monitorização

- Número de *packs* criados a ser realizados em Valongo.
- Número de excursionistas a realizar estas experiências.
- Volume de faturação.
- Número de empresas de animação turística a criar experiências em Valongo.

## Ação 14 Criação e Gestão de Perfis Digitais de Atrações Turísticas Públicas

### Objetivos

- Garantir a presença digital dos recursos, atrações e serviços turísticos gerenciados pela Câmara Municipal de Valongo em plataformas informativas e de promoção turística.
- Assegurar que informações completas e atualizadas estejam disponíveis para visitantes em plataformas como Google Maps, Google, Tripadvisor e outras relevantes.
- Facilitar a navegação e o planejamento de visitas, promovendo Valongo como destino turístico organizado e acessível.
- Canalizar visitantes para o diretório de empresas locais, apoiando a comercialização de produtos e serviços turísticos.

### Justificação

A falta de perfis atualizados e completos dos recursos turísticos públicos de Valongo em plataformas digitais prejudica a visibilidade do destino e a experiência do visitante. Atrações geridas pelo município, como trilhos, centros culturais, a Loja de Turismo e o Centro de Interpretação do Românico (CIAMR), muitas vezes carecem de informações precisas, dificultando o seu acesso. Criar e manter perfis nestas plataformas é essencial para posicionar Valongo como um destino confiável e bem estruturado, incentivando o fluxo de visitantes e apoiando a comercialização de serviços turísticos locais.

### Descrição

A proposta consiste em designar uma equipa ou uma pessoa responsável dentro da Câmara Municipal de Valongo para criar, gerir e atualizar regularmente os perfis digitais das atrações turísticas públicas do município. Esses perfis serão registados em plataformas amplamente utilizadas por visitantes durante o planeamento de viagens, como Google Maps, Google, Tripadvisor e diretórios turísticos *online*. A prioridade será garantir que as informações sejam precisas, completas e atualizadas, contemplando:

- Localização exata e acessível por GPS.
- Fotografias de qualidade que valorizem os recursos turísticos.
- Descrições atrativas e detalhadas que destaquem os diferenciais das atrações.

- Horários de funcionamento claros e atualizados, com alertas de mudanças sazonais ou eventuais.
- Dados de contacto, como telefone, e-mail ou sites associados.

Além disso, esses perfis poderão incluir referências ou links para o diretório de empresas locais que oferecem serviços turísticos complementares, como alojamento, gastronomia e atividades. Isso permitirá ao visitante encontrar opções práticas para planejar a sua estadia em Valongo, apoiando a comercialização de produtos e serviços locais. A criação de perfis será acompanhada de uma estratégia de visibilidade, promovendo eventos, novas iniciativas e recursos que possam atrair um maior número de visitantes ao município. Dessa forma, a Câmara Municipal não apenas melhora a experiência do turista, mas também potencializa a oferta turística pública e privada de Valongo.

### Agentes envolvidos

- Câmara Municipal de Valongo
- Equipa de Gestão Digital (Pessoa ou equipa dedicada à criação e atualização de perfis nas plataformas)
- Fornecedores locais de serviços turísticos

### Indicadores de monitorização

- Número de perfis criados nas plataformas.
- Frequência de revisões e atualizações de informações nos perfis.
- Visualizações e interações (Número de acessos, e adesão perfis aos perfis digitais criados).
- Aumento de visitantes nos recursos públicos após a disponibilização de informações claras.
- Quantidade de cliques ou redirecionamentos para o diretório de empresas locais.

## APÊNDICES

### APÊNDICE I - LISTAGEM DAS EMPRESAS DE AT DE VALONGO

#### LISTAGEM DE EMPRESAS DE AT EM VALONGO QUE NÃO POSSUEM WEBSITE

- FRISO D'IMPROVISO UNIPESOAL LDA
- VASCO JOÃO SALAZAR PROSPERO NUNES
- DESTINO FABULOSO UNIPESOAL LDA
- SANDRA MARINA DA COSTA VIEIRA
- ONDAS AXADREZADAS UNIPESOAL LDA
- CONDIÇÃO COMPATIVEL LDA
- ALFREDO ABREU DE SOUSA AGUIAR
- AZÁFAMA DO DRAGAO - UNIPESOAL LDA
- 100 VOLTS LDA
- SMART BUZZ - VIAGENS E TURISMO UNIPESOAL LDA
- MOMENTOBJETIVO - TRANSPORTES DE PASSAGEIROS UNIPESOAL LDA
- CLEVERCHANCE UNIPESOAL LDA
- AMPERWIDE LDA
- SURPRESA FAVORITA UNIPESOAL LDA
- TABELAS E COLUNAS UNIPESOAL LDA
- LATITUDEXPANDE LDA
- VANTAGEM COLOSSAL - UNIPESOAL, LDA.
- Á BOLEIA UNIPESOAL LDA
- DISTÂNCIAS OBJETIVAS UNIPESOAL, LDA
- JOÃO PEDRO DUARTE OLIVEIRA
- AXIOMA UNIPESOAL, LDA
- PINKWORLD, LDA.
- LÉGUAS E CORTESIAS UNIPESOAL, LDA
- VIVIANE APARECIDA DE ALMEIDA MAGALHAES
- HAPPYMERIDIAN LDA
- JOÃO PEDRO PINA PEREIRA DE SÁ
- TIAGO COELHO SILVA SANTOS MOREIRA
- SOFTWATER UNIPESOAL LDA
- RICARDO JORGE CANCELA DA SILVA PEREIRA
- OAK, UNIPESOAL LDA
- RUI MANUEL RIBEIRO GONÇALVES
- JOAQUIM MIGUEL BARBOSA LEAL

#### LISTAGEM DE EMPRESAS DE AT EM VALONGO QUE POSSUEM WEBSITE

- TIAGO TOURS UNIPESOAL LIMITADA
- BÚSSOLA HEROICA, UNIPESOAL LDA
- AFEHVC- ACADEMIA DE FORMAÇÃO EQUESTRE E HIPOTERAPIA DE VALONGO E CAMPO DE EVENTOS, LDA
- MOMENTS 4 YOU - EVENTS, TOURS & TRAVELS, LDA
- PURPLE WEEKS - ASSOCIAÇÃO
- TRANSPORTES KOALA
- TRAVELLING WITH BACO LDA
- EXUBERCOMITIVA - UNIPESOAL, LDA
- HELLOBUS TRANSPORTES PERSONALIZADOS UNIPESOAL LDA
- MOMENTOS REGULARES, UNIPESOAL LDA
- TOBOGÃ - DESPORTO, AVENTURA E LAZER, LDA

#### REALIZA ATIVIDADES DE AT EM VALONGO? SE SIM, QUAIS?

- NÃO
- SIM | PERCURSOS DE BUGGY
- SIM | FORMAÇÃO EQUESTRE
- SIM | PARQUE INFANTIL (KARTS, SLIDE, ETC)
- SIM | EVENTOS, CAMINHADAS, TOURS
- SIM | ABORISMO, CAMINHADAS, PASSEIOS EM TODO O TERRENO
- SIM | TRANSPORTE DE PASSAGEIROS
- SIM | ALUGUER DE EMBARCAÇÕES, MOTAS DE ÁGUA, SURF
- SIM | ROTAS TEMÁTICAS E DESCOBERTA DO PATRIMÓNIO
- SIM | TRANSPORTE DE PASSAGEIROS (PERSONALIZADO)
- SIM | MONTAGEM DE EVENTOS
- NÃO | TOURS, PASSEIOS E-BIKE, CANYONING

#### WEBSITES

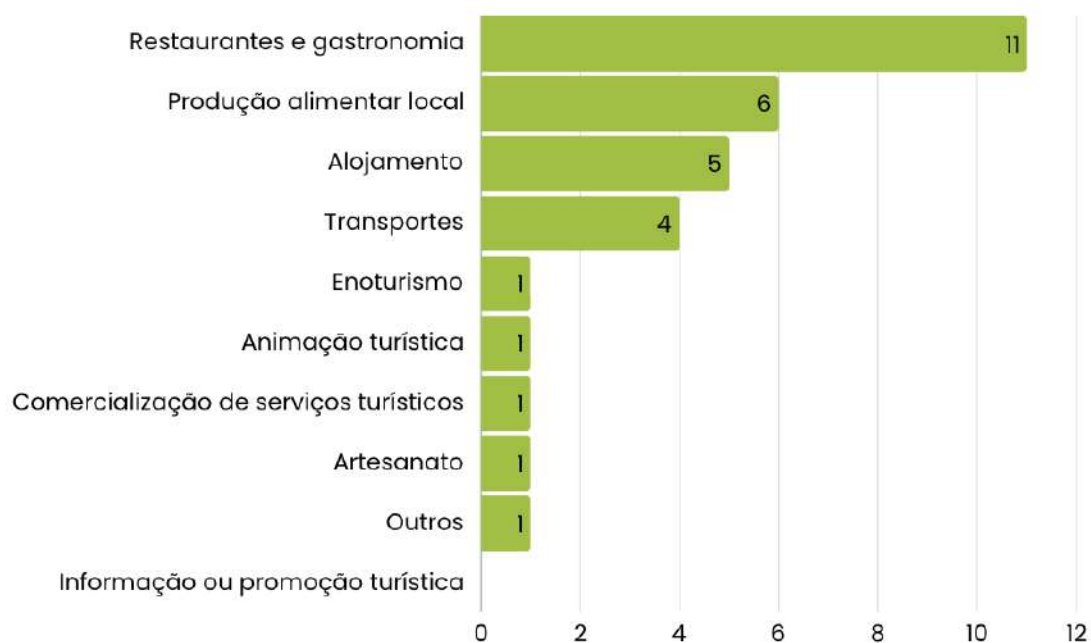
- [HTTPS://WWW.TIAGOTOURS.COM/](https://www.tiagotours.com/)
- [HTTPS://PT.YUMPING.COM/BUGGYS/WOODS-ON-WHEELS--E19763991](https://pt.yumping.com/buggys/woods-on-wheels--E19763991)
- [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/AFEHVC/?LOCALE=PT\\_BR](https://www.facebook.com/afehvc/?locale=pt_br)
- [HTTPS://WWW.MUNDOEMFESTA.COM/](https://www.mundoemfesta.com/)
- [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/P/MOMENTS-4-YOU-EVENTS-TOURS-TRAVELS-100059728188796/?\\_RDR](https://www.facebook.com/p/moments-4-you-events-tours-travels-100059728188796/?_rdr)
- [HTTPS://TURISMO.NINJA/PORTUGAL/PT/PURPLE-WEEKS-ASSOCIACAO-AGENCIA-DE-VIAGENS-EM-SOBRADO-CONTACTO-E-MORADA/](https://turismo.ninja/portugal/pt/purple-weeks-associacao-agencia-de-viagens-em-sobrado-contacto-e-morada/)
- [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/TRANSPORTESKOALA/?LOCALE=PT\\_PT](https://www.facebook.com/transporteskoala/?locale=pt_pt)
- [HTTPS://TURISMO.NINJA/PORTUGAL/PT/TRAVELLING-WITH-BACO-LDA-AGENCIA-DE-VIAGENS-EM-ALFENA-](https://turismo.ninja/portugal/pt/travelling-with-baco-lda-agencia-de-viagens-em-alfena-)
- [HTTPS://TURISMO.NINJA/PORTUGAL/PT/EXUBERCOMITIVA-UNIPessoAL-LDA-AGENCIA-DE-VIAGENS-EM-VALONGO-CONTACTO-E-MORADA/](https://turismo.ninja/portugal/pt/exubercomitiva-unipessoal-lda-agencia-de-viagens-em-valongo-contacto-e-morada/)
- [HTTP://WWW.HELLOBUS.COM.PT/](http://www.hellobus.com.pt/)
- [HTTPS://WWW.FACEBOOK.COM/WE.ARE.WOODPOWER/](https://www.facebook.com/we.ares.woodpower/)
- [HTTPS://PORTAL.TOBOGA.PT/PT/](https://portal.toboga.pt/pt/)

**Tabela 32.**  
Empresas de AT em Valongo.

## APÊNDICE 2 - RESPOSTAS INQUÉRITO SETOR PRIVADO

### 1. QUE TIPO DE SERVIÇOS OU PRODUTOS TURÍSTICOS OFERECE NO TERRITÓRIO?

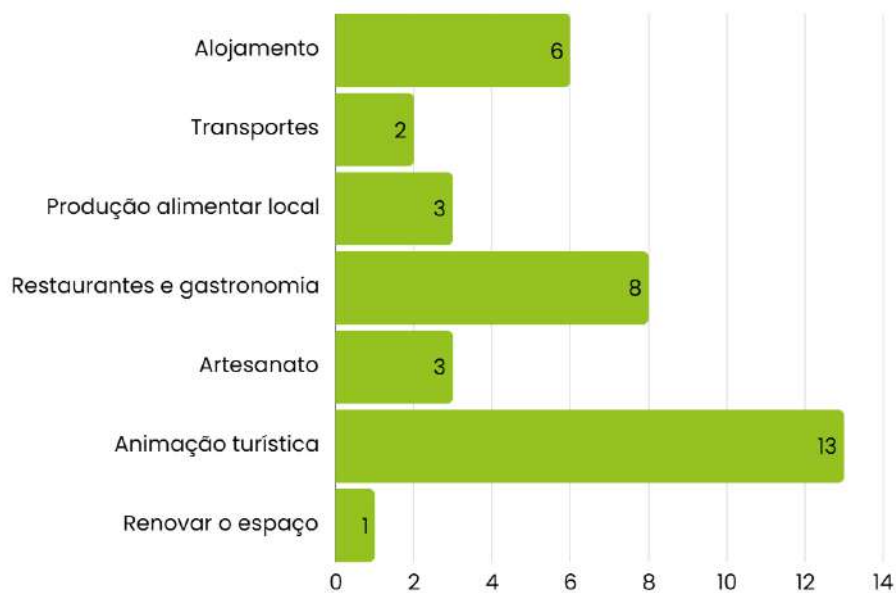
26 RESPOSTAS



**Gráfico 23.**  
Oferta no território.

## 2. PARA ALÉM DAS ATIVIDADES OU SERVIÇOS QUE OFERECE, QUE TIPO DE OFERTA COMPLEMENTAR TORNARIA O DESTINO MAIS ATRATIVO?

26 RESPOSTAS



**Gráfico 24.**

Oferta complementar para tornar o destino mais atrativo.

"Renovar o espaço", não deveria estar aqui considerada, pois não é um tipo de oferta complementar, mas foi uma das 'outras' respostas indicadas pelos participantes.

### 3. QUAL É A PRINCIPAL VANTAGEM DO DESTINO/TERRITÓRIO? O QUE O TORNA DIFERENTE DOS OUTROS NA SUA OPINIÃO?

1. Proximidad y accesibilidad	2. Atractivos naturales	3. Patrimonio cultural e histórico	4. Gastronomía	5. Oportunidades de desarrollo	6. Calidad de vida y autenticidad	7. Debilidades o áreas no destacadas
Acessos que favorecem proximidade de vários destinos.	Diversidade natural	O que torna Valongo diferente é sua história na indústria da panificação e a tentativa de preservação do património cultural.	Diversidade gastronómica e paisagem	Muita agricultura . E muito espaço para fazer grandes obras . Como um grande hotel no sanatório por ex	População	Se tiver um local mais apelativo conseguimos chamar mais pessoas de fora.Já temos a comida acho que é o principal
Estar perto do porto	Valongo difere-se pelo Parque das Serras do Porto e as suas atrações	A história da cidade.	Regueifa e biscoito		Árvore Natal	nenhuma
principal vantagem a curta distancia do centro do Porto	Serras, natureza, cultura.	As tradições	A sua gastronomia		Tranquilidade	
Proximidade de centro Urbanos de grande densidade populacional	a visão paisagística de Couce		A Gastronomia.		A principal vantagem da cidade é ter todos os serviços básicos necessários disponíveis.	
Proximidade do porto com transportes fácil acesso	Natureza.				Acessibilidade	
Acesso de rede de transportes, aliado ao preço/qualidade do espaço disponibilizado					A calma e a autenticidade	

**Tabela 33.**  
Vantagens do destino/território.

### 4. QUAIS CONSIDERA QUE SÃO AS DESVANTAGENS DO DESTINO/TERRITÓRIO?

<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>INFRAESTRUTURAS E URBANISMO</b></li> </ul>	ALOJAMENTO, DIVULGAÇÃO (SINALIZAÇÃO);
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>MOBILIDADE E TRANSPORTES</b></li> </ul>	ORGANIZAÇÃO DOS TRAJETOS RODOVIÁRIOS; POUCOS TRANSPORTES PÚBLICOS; NÃO TER METRO; FALTA DE ACESSIBILIDADES PARA MOBILIDADE REDUZIDA; CENTRO PEQUENO COM POUCO ESTACIONAMENTO E POUCAS OPÇÕES DE TRANSPORTE PÚBLICO;
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>MEIO AMBIENTE E LIMPEZA</b></li> </ul>	EXCESSO DE EUCALIPTOS E POLUIÇÃO DO RIO FERREIRA; FALTA DE LIMPEZA NAS RUAS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>OFERTA TURÍSTICA E CULTURAL</b></li> </ul>	FALTA DE RESTAURAÇÃO EM CONDIÇÕES; POUCA OFERTA TURÍSTICA; TERRITÓRIO PERIFÉRICO SEM ATIVIDADE; ZONA DESERTA, APENAS EXISTE O MUSEU DO BRINQUEDO; NÃO TER EVENTOS ESPALHADOS PELA CIDADE; DINAMISMO CULTURAL; FALTA ATIVIDADES TEMÁTICAS;
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>PROMOÇÃO E COMUNICAÇÃO</b></li> </ul>	FALTA DE DIVULGAÇÃO; FALTA DE CONSISTÊNCIA DA COMUNICAÇÃO, SEM ESTRATÉGIA; FRACA PROMOÇÃO NO DESTINO;
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>CARACTERIZAÇÃO DO TERRITÓRIO</b></li> </ul>	

**Tabela 34.**  
Desvantagens do destino/território.

## 5. INDIQUE OS 5 ATRATIVOS MAIS EMBLEMÁTICOS DO TERRITÓRIO POR ORDEM DE IMPORTÂNCIA

- SERRA DA SANTA JUSTA , PÃO;
- MUSEU DA REGUEIFA. BIBLIOTECA. AS SERRAS. TRADIÇÕES FESTIVAS;
- MIRADOUROS, ALDEIA DE COUCE, PAUPÉRIO, FOJO DAS POMBAS, SANATÓRIO DE MONTALTO;
- AS FESTAS, A SERRA, O PATRIMÓNIO, O HÓQUEI, A ESPELEOLOGIA;
- GASTRONOMIA, DESPORTO, NATUREZA E PATRIMONIO CULTURAL;
- TRADIÇÕES DE MANUFATURA, PAISAGEM, PATRIMÓNIO HISTÓRICO;
- AS SERRAS COM TODOS OS SEUS PONTOS A EXPLORAR, OS VÁRIOS MUSEUS;
- MUSEU DO BRINQUEDO;
- FALTA DE TRABALHOS FEITOS POR CRIANÇAS INFANTÁRIOS.ESCOLAS ETC,PARA PARTICIPAR PRINCIPALMENTE NATAL,EXEMPLO CIDADE NATAL ERMESINDE FEITO POR AS CRIANÇAS AO LONGO DO ANO E APRESENTAR EM CONJUNTO NESTA ÉPOCA FESTIVA FEITOS NOS ESPAÇOS VERDES;
- CENTRO HÍPICO, O MUSEU, A BIBLIOTECA, O SHOPING, E A PISCINA;
- GASTRONOMIA . FESTA DA REGUEIFA . SERRAS DO PORTO. PASSADIÇO;
- SERRAS, S. JOÃO, GASTRONOMIA;
- SERRA SANTA JUSTA;
- BELEZA NATURAL;
- MUSEU PÃO E REGUEIFA, SERRAS, CIRCUITOS PEDESTRES, MUSEU LOUSÃ;
- SERRA SANTA JUSTA, COUCE, SANATÓRIO DE VALONGO, HOQUEI DE VALONGO, MUSEU DA LOUSÃ;
- REGUEIFA , BROA DE MILHO, BISCOITO, MUSEU DA REGUEIFA, FRANCESINHAS;
- ÁRVORE DE NATAL, PARQUES VERDES;
- PARQUE URBANO ERMESINDE, VILA BEATRIZ, SANTA RITA, PARQUE VALE DO LEÇA, MUSEU REGUEIFA/BISCOITO;
- PROXIMIDADE DO PORTO (CIDADE), PROXIMIDADE AEROPORTO, PROXIMIDADE ZONA INDUSTRIAL, PROXIMIDADE DOCA PESCA DE MATOSINHOS E DE TODOS OS PONTOS DE INTERESSE TURÍSTICO (MÁXIMO 10 MINUTOS DO NOSSO HOTEL);
- BISCOITO E REGUEIFA, S. JOÃO DE SOBRADO, O BRINQUEDO, SERRAS E A LOUSÃ;
- PÃO, BISCOITOS, FRANCESINHAS, FÓSSEIS, LOUSAS;
- REDE DE TRANSPORTES, ACESSIBILIDADE, SOSSEGO, COMODIDADE COM VÁRIOS SERVIÇOS DISPONÍVEIS.

**Tabela 35.**

Os atrativos mais emblemáticos do território.

## 6. POR ORDEM DE IMPORTÂNCIA, COMO CLASSIFICARIA OS PRODUTOS TURÍSTICOS EXISTENTES? (SENDO 1 O MAIS IMPORTANTE E 5 O MENOS IMPORTANTE).

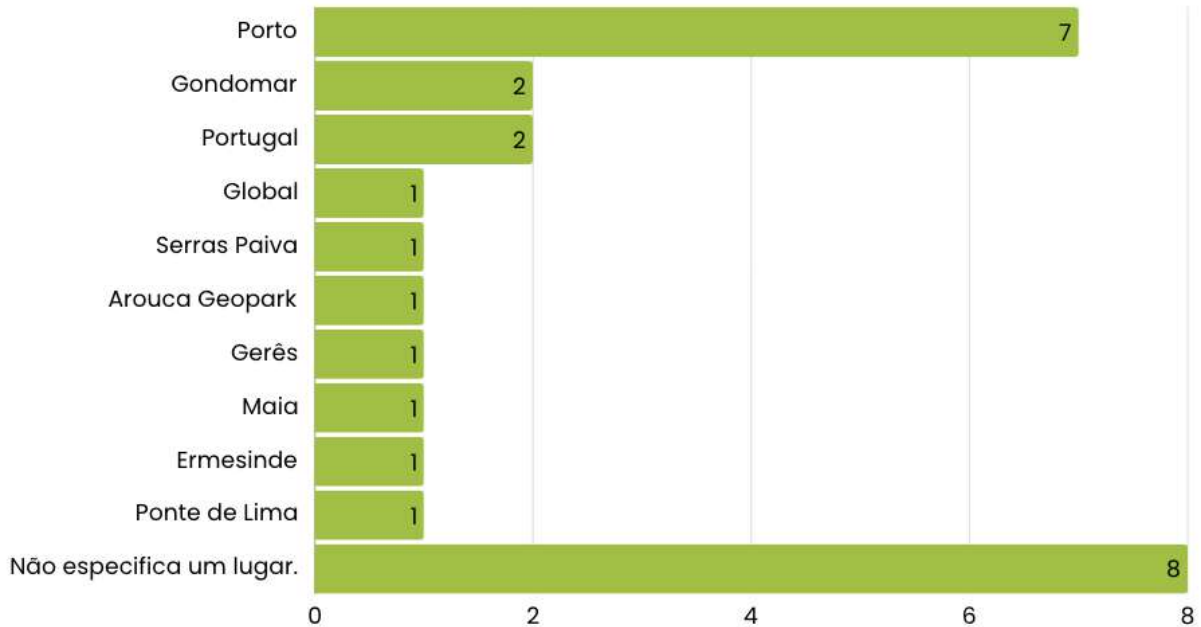
**Esta pergunta não foi integrada nos resultados, uma vez que a configuração do questionário tinha uma falha e não foi possível contabilizar as respostas.**

**Figura 25.**

Classificação dos produtos turísticos existentes.

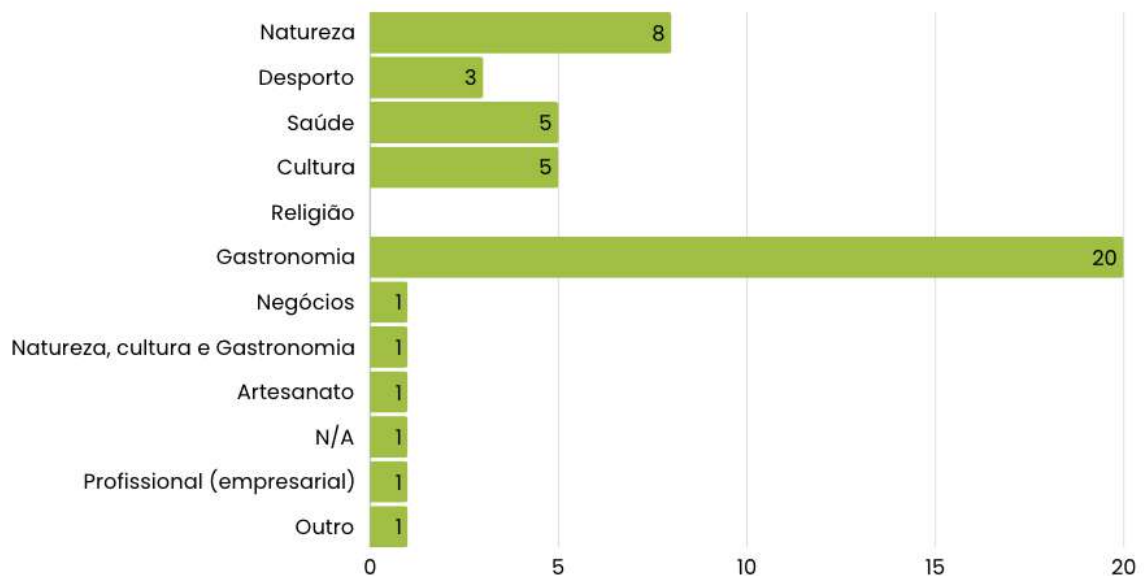
## 7. QUAL O DESTINO QUE CONSIDERA SER A CONCORRÊNCIA DO TERRITÓRIO (PORTUGAL OU ESTRANGEIRO)?

26 RESPOSTAS



**Gráfico 25.**  
Concorrência do território.

## 8. QUAIS SÃO OS INTERESSES DOS SEUS CLIENTES TURISTAS?



**Gráfico 26.**  
Interesses dos turistas.

### 9. COM BASE NA SUA EXPERIÊNCIA, QUAIS ATRAÇÕES TURÍSTICAS DE VALONGO SÃO MAIS VALORIZADAS PELOS VISITANTES?

26 RESPOSTAS

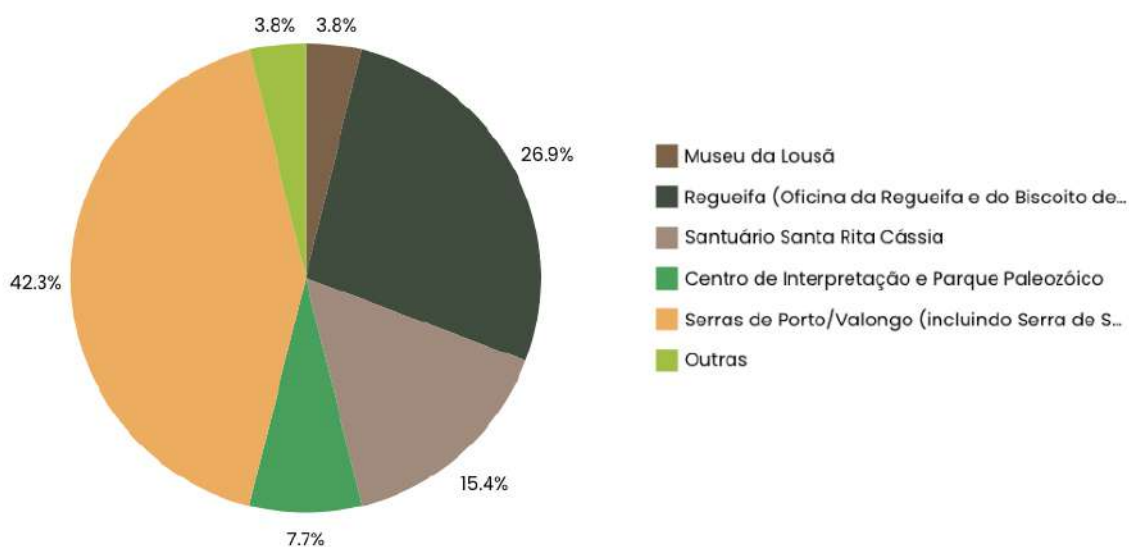


Gráfico 27.

Atrações turísticas de Valongo mais valorizadas pelos visitantes.

### 10. QUAIS DESSAS ATRAÇÕES CONSIDERA QUE TÊM MAIOR POTENCIAL PARA ATRAIR TURISTAS DE OUTRAS REGIÕES?

26 RESPOSTAS

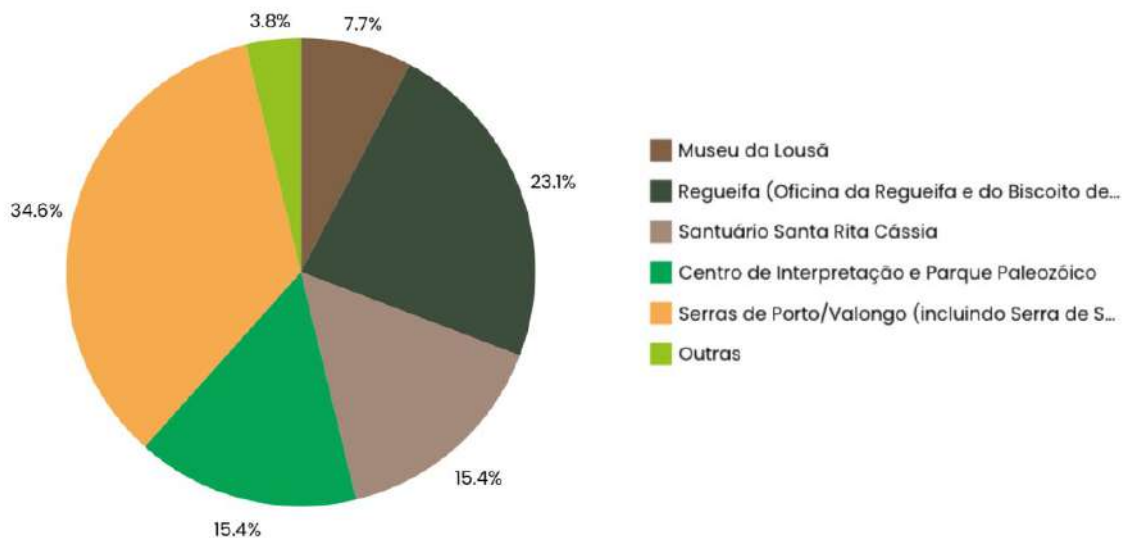


Gráfico 28.

Atrações que têm maior potencial para atrair turistas.

## 11. QUAIS MELHORIAS SUGERIRIA PARA TORNAR ESSAS ATRAÇÕES MAIS ATRATIVAS PARA OS VISITANTES?

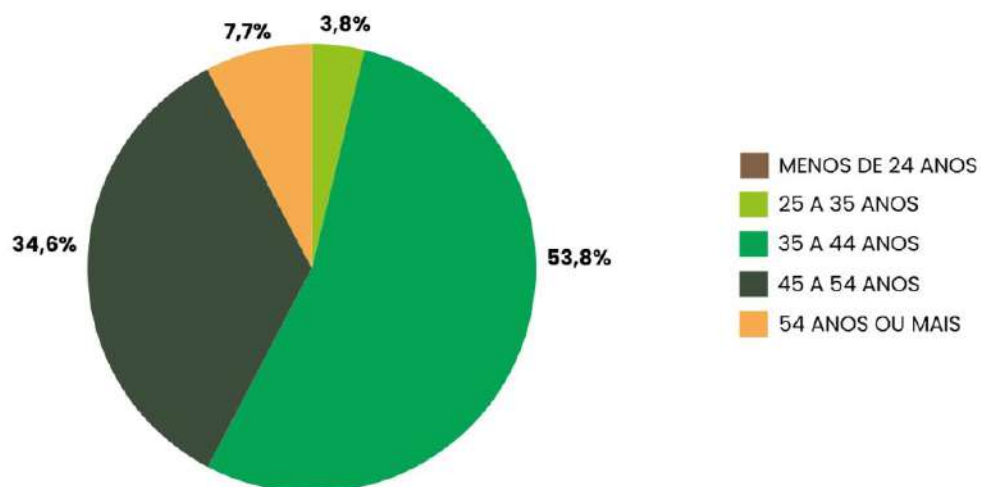
1 Divulgação e Promoção	2. Acessibilidade e Infraestrutura	3. Manutenção e Qualidade	4. Atividades e Dinamismo	5. Parcerias e Cooperação Local	6. Sem Resposta/Não aplicável
Mais divulgação	Acessibilidade	Limpeza de certas áreas, quer da vegetação quer de resíduos deixados pelas pessoas	Dinamismo		NA
Publicidade em agências de turismo na cidade do Porto	Ter o metro a chegar a valongo	Atenção ao cliente, mais qualidade	actividades	Parcerias entre os negócios de Valongo	
Agendamento de visitas guiadas e a sua divulgação.	em alguns melhores acessos	Terem boa uma manutenção, acessos e publicidade			
Publicidade em agências de turismo na cidade do porto excursões de camionete readicionadas para que os milhares de turista que visitam a Cidade do Porto		A cidade mais limpa			
PROMOÇÃO SOCIAL (SOCIAL MEDIA)					
Mais visibilidade					
Mais divulgação					
Divulgação e um roteiro mais completa e com mais informações e horários.					
Divulgação					
Promoção Turística					
Mais visibilidade nas redes sociais					

**Tabela 36.**

Melhorias para tornar atrações mais atrativas.

## 12. PELA SUA EXPERIÊNCIA/CONHECIMENTO, QUE FAIXA ETÁRIA CORRESPONDE AO PERFIL DO TURISTA QUE O VISITA?

26 RESPOSTAS

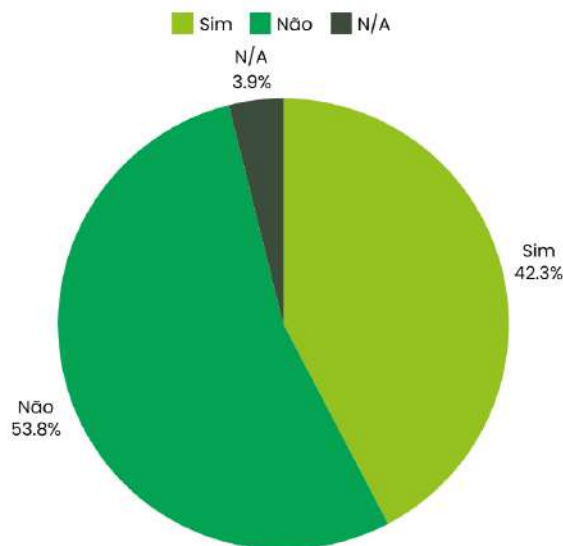


**Gráfico 29.**

Faixa etária do turista que visita.

### 13. NO SEU ESTABELECIMENTO EXISTEM FERRAMENTAS PARA MEDIR A SATISFAÇÃO DOS VISITANTES COMO INQUÉRITOS OU QUESTIONÁRIOS?

26 RESPOSTAS

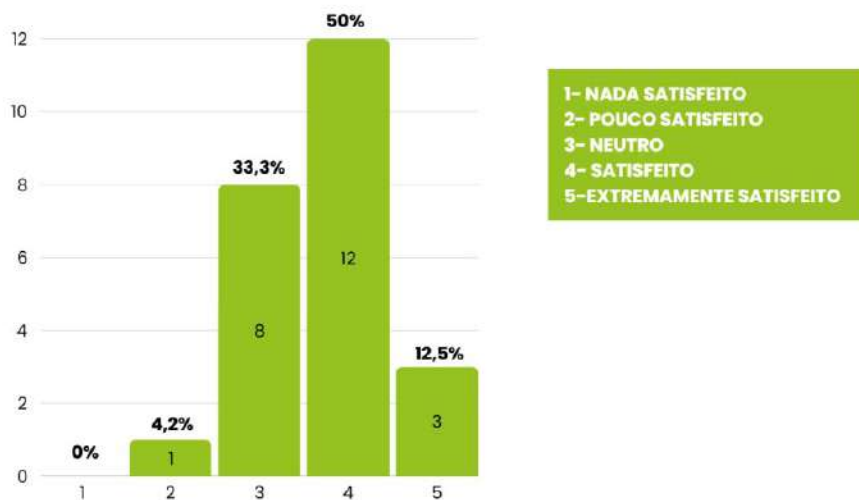


**Gráfico 30.**

Existência de ferramentas para medir a satisfação dos visitantes.

### 14. NA SUA EXPERIÊNCIA (OU PELOS RESULTADOS QUE OBTÉM DE TAIS FERRAMENTAS), QUAL É O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS VISITANTES APÓS A VISITA AO TERRITÓRIO?

24 RESPOSTAS

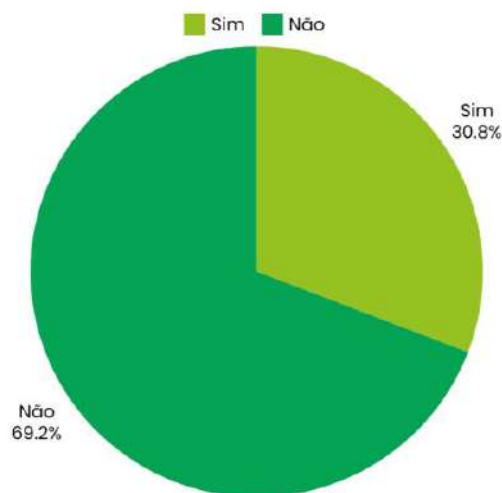


**Gráfico 31.**

Nível de satisfação dos visitantes.

## 15. ACREDITA QUE A COMUNICAÇÃO E A PROMOÇÃO DAS ATRAÇÕES TURÍSTICAS DE VALONGO SÃO SUFICIENTES?

26 RESPOSTAS



**Gráfico 32.**

Suficiência da comunicação e promoção das atrações.

## 16. QUAIS NOVAS ATIVIDADES OU EXPERIÊNCIAS PODERIAM SER DESENVOLVIDAS PARA ATRAIR VISITANTES?

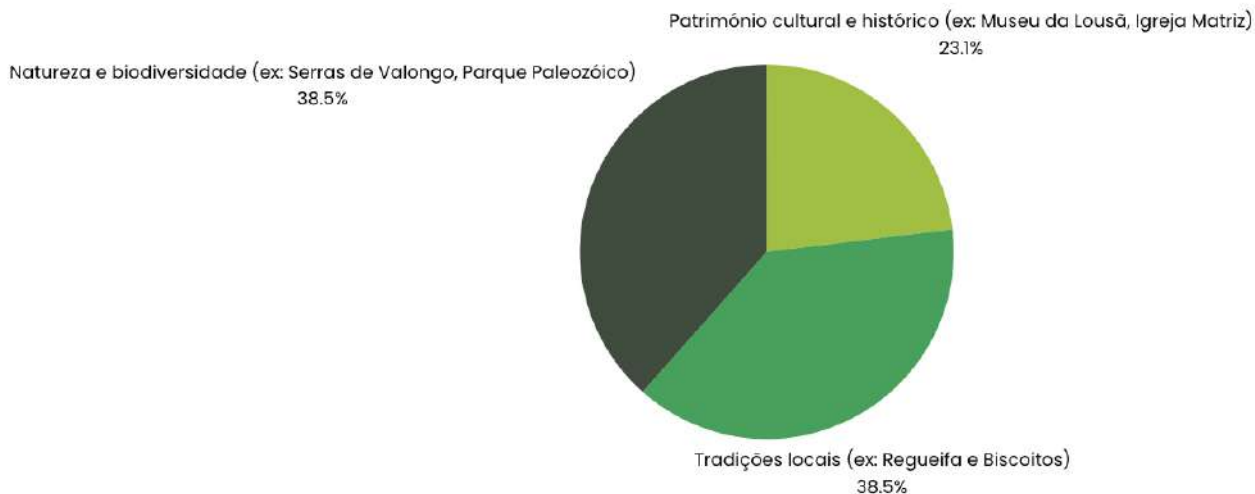
1. Gastronomia e Enoturismo	2. Natureza e Atividades ao Ar Livre	3. Juventude e Educação	4. Cultura e Espectáculos	5. Inovação e Promoção Turística	6. Infraestrutura e Hospedagem
Enoturismo	Descida do rio Ferreira em pequeno barco	Atividades jovens	Espectáculos culturais, especialmente de música	Inovação na promoção do existente e criação de novos motivos de atração turística	Hotéis
Roteiro gastronómico	Visitas guiadas às serras	Parques já existentes com atividades para estudantes	Desenvolver a parte cultural	Divulgação de programas para turistas	Melhorar os courts de ténis para integrar no circuito da associação ténis do Porto
Parcerias com as empresas para que os turistas possam degustar produtos e visitar as empresas de produção	Parque temático, piscina pública ao ar livre, melhores estradas e passeios			Como já disse, só divulgando se conseguem objetivos	
Fazer parcerias com lojas/negócios fora de Valongo para promover pão, biscoitos e regueifa tradicionais	Workshops, visitas guiadas, desportos radicais				

**Tabela 37.**

Novas atividades para atrair visitantes.

### 17. NA SUA OPINIÃO, QUE ELEMENTOS DE VALONGO DEVERIAM SER PROMOVIDOS PARA DESTACAR O TERRITÓRIO COMO UM DESTINO ÚNICO?

26 RESPOSTAS

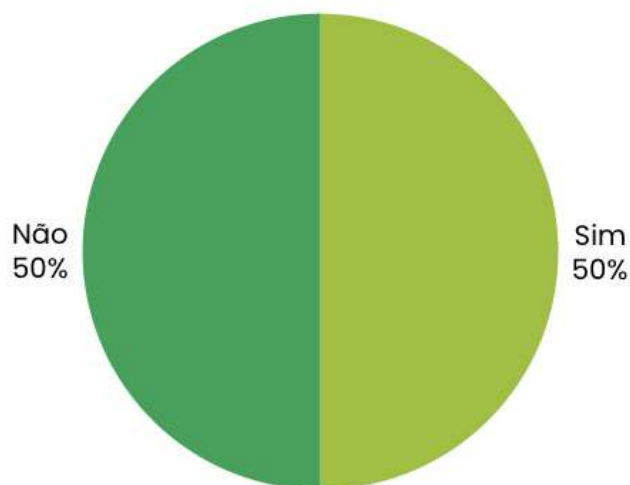


**Gráfico 33.**

Elementos a ser promovidos pelo destino

### 18. CONSIDERA NECESSÁRIO ENCONTRAR OUTRO TIPO DE PÚBLICO PARA O TERRITÓRIO? EM CASO AFIRMATIVO, INDIQUE QUAL.

26 RESPOSTAS



**Gráfico 34.**

Tipo de público desejado para o território.

### 19. PROPONHA, POR FAVOR, ESTRATÉGIA(S) QUE PODERIAM CONTRIBUIR PARA AUMENTAR A ESTADA MÉDIA NO DESTINO.

1 Alojamento	2. Infraestrutura e Serviços Públicos	3. Promoção e Divulgação	4. Atividades e Atrações	5. Cultura e Eventos
Aumentar a qualidade do destino, oferta mais premium	Mais disponibilidade e modernidade dos equipamentos existentes	Promoção turística e novas iniciativas de atração turística	Fazer um roteiro turístico (tipo um voucher com estadia e pensão completa) apelativo de 2 ou 3 dias	Mais eventos culturais
Alojamento Rural, aldeias como Couce seriam excelentes alojamentos turísticos	Segurança, limpeza, saúde, transportes e serviços públicos		Alojamento, atividades, gastronomia, divulgação	
Mais alojamento	Diversificar os transportes públicos, nomeadamente trazer uma linha de metro que ligue Valongo às cidades limítrofes			
Alojamento local mais acessível financeiramente				
Alojamentos locais				

**Tabela 38.**  
Estratégias para aumentar a estada média no destino.

### 20. QUAIS CONSIDERA QUE SÃO AS PRINCIPAIS NECESSIDADES DO TERRITÓRIO A SER UTILIZADO PARA O TURISMO? PODE SELECIONAR MAIS DO QUE UMA OPÇÃO:

26 RESPOSTAS



**Gráfico 35.**  
Principais necessidades do território.

## **21. SE PUDESSE PROPOR UM INVESTIMENTO TURÍSTICO ESTRATÉGICO NO TERRITÓRIO, O QUE SERIA?**

- HOTEL 5 ESTRELAS;
- ATIVIDADES PARA OS JOVENS;
- HOTEL NO LOCAL DO SANATÓRIO DE MONTE ALTO, UMA PISCINA NO TOPO COM ESPLANADA E VISTA PANORÂMICA SOBRE O PORTO;
- AUTOCARRO TURÍSTICO;
- PARQUE AQUÁTICO COM VÁRIAS VALÊNCIAS (ANIMAIS, RESTAURAÇÃO, ANIMAÇÃO) QUE FUNCIONASSE 365 DIAS/ANO;
- UM GRANDE HOTEL NO ALTO DE UMA SERRA COMO SANATÓRIO;
- PARQUE AVENTURA NAS SERRAS;
- ESPAÇO COM ENVERGADURA PARA ESPETÁCULOS;
- MELHORAR ACESSOS DE TRANSPORTE PÚBLICO E PROMOÇÃO;
- PARQUES/ATIVIDADES PARA JOVENS;
- ALOJAMENTO LOCAL;
- PARQUE TEMÁTICO, AQUÁTICO;
- ALOJAMENTO LOCAL;
- VISITAS GUIADAS, PACOTES ALOJAMENTO + EXPERIÊNCIAS;
- PARQUE DE DIVERSÕES, PISCINA DE ONDAS, CRIAÇÃO DE DESPORTOS RADICAIS, MULTIUSOS;
- PROMOVER AS IGUARIAS DO TERRITÓRIO FORA DO CONTORNO GEOGRÁFICO. INCENTIVAR A PARTICIPAÇÃO EM FEIRAS, WORKSHOPS;
- RENOVAR O ANTIGO SANATÓRIO. TRANSFORMAR EM HOTEL/POUSADA DE BEM-ESTAR.

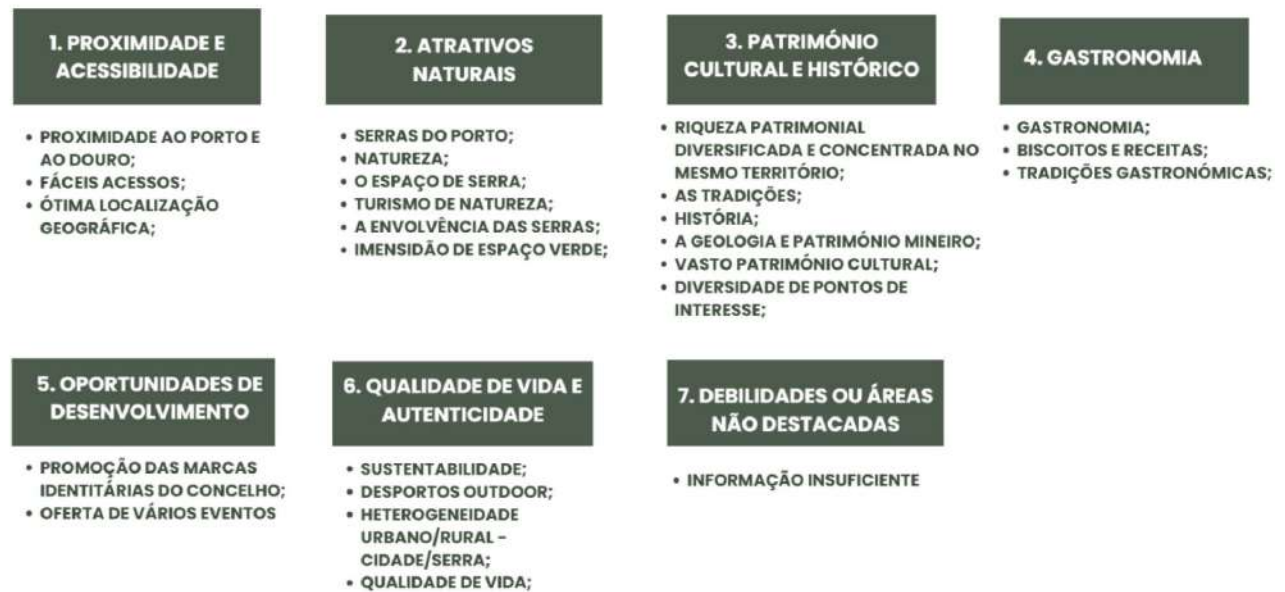
### **Tabela 39.**

Investimentos turísticos estratégicos.

## APÊNDICE 3 - RESPOSTAS INQUÉRITO SETOR PÚBLICO

### A) SOBRE O TERRITÓRIO (VALONGO):

#### 1. QUAL A PRINCIPAL VANTAGEM DO DESTINO/TERRITÓRIO? O QUE O TORNA DIFERENTE DOS OUTROS, NA SUA OPINIÃO?



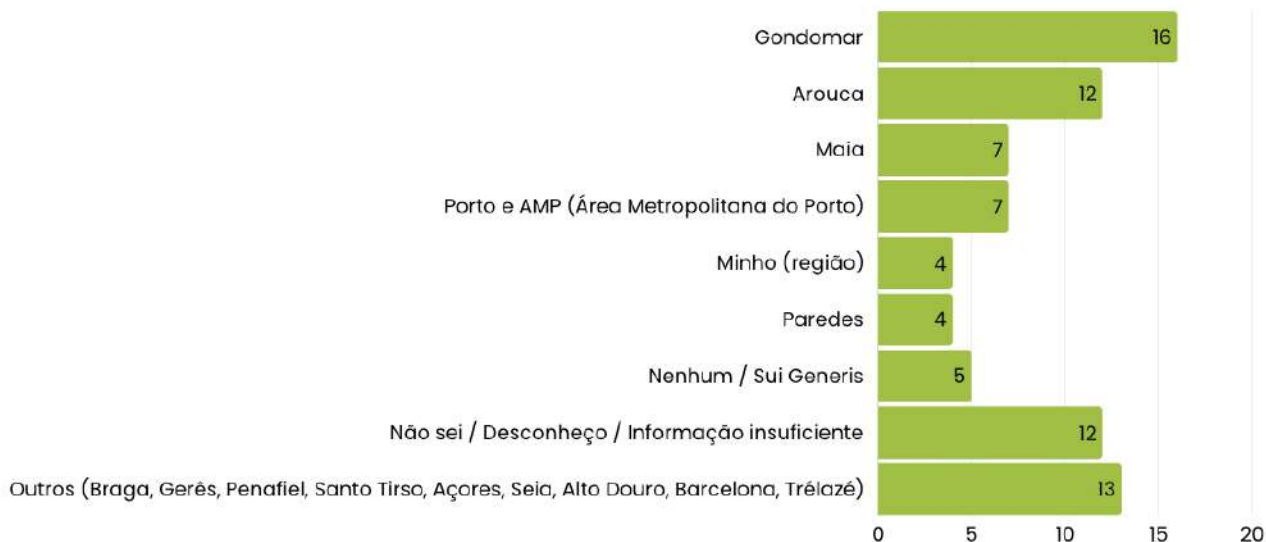
#### 2. POR ORDEM DE IMPORTÂNCIA, COMO CLASSIFICARIA OS PRODUTOS TURÍSTICOS EXISTENTES? (SENDO 1 O MAIS IMPORTANTE E 5 O MENOS IMPORTANTE).

Esta pergunta não foi integrada nos resultados, uma vez que a configuração do questionário tinha uma falha e não foi possível contabilizar as respostas.

**Figura 26.**  
Principal vantagem do destino/território.

### 3. QUE DESTINO EM PORTUGAL OU ESTRANGEIRO CONSIDERA SER CONCORRENTE DE VALONGO?

72 RESPOSTAS

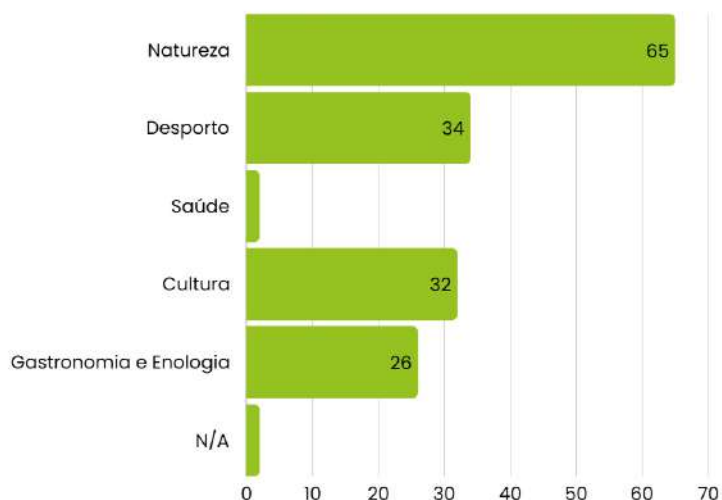


**Gráfico 36.**

Destino que o setor público considera ser concorrente de Valongo.

### 4. SE TEM INFORMAÇÃO SOBRE O PERFIL DO VISITANTE, QUAIS SÃO OS INTERESSES DE QUEM VISITA VALONGO?

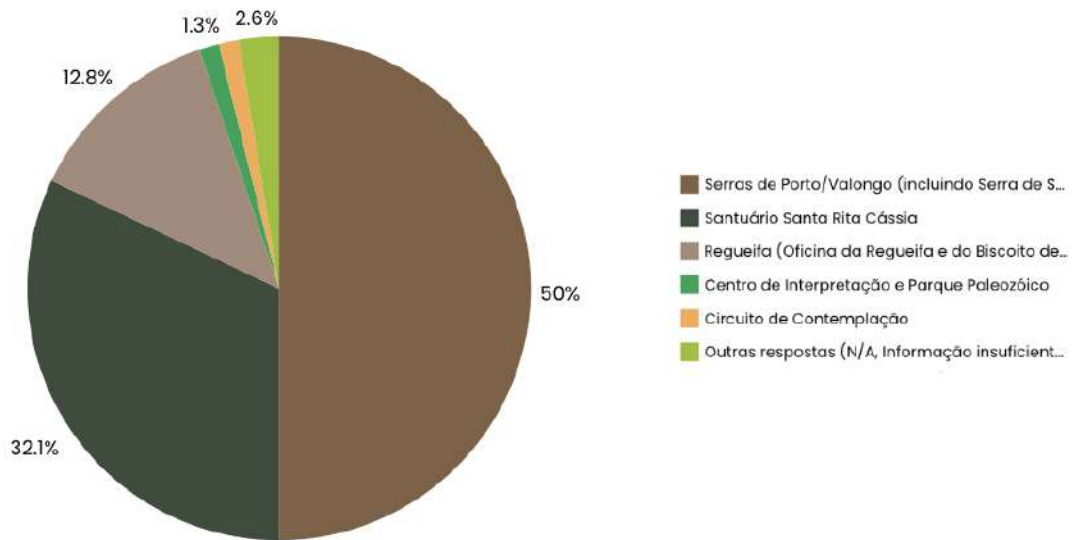
72 RESPOSTAS



**Gráfico 37.**

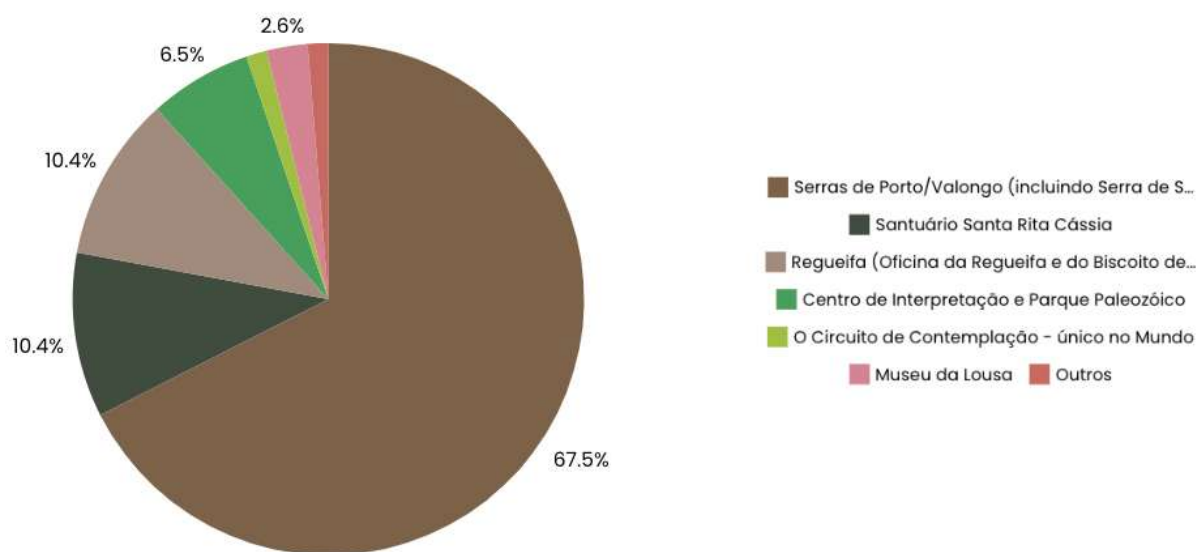
Interesses do visitante em Valongo.

## 5. COM BASE NA SUA EXPERIÊNCIA, QUAIS ATRAÇÕES TURÍSTICAS DE VALONGO SÃO MAIS VALORIZADAS PELOS VISITANTES?



**Gráfico 38.**  
Atrações mais valorizadas.

## 6. QUAIS DESSAS ATRAÇÕES CONSIDERA QUE TÊM MAIOR POTENCIAL PARA ATRAIR TURISTAS DE FORA DA REGIÃO?



**Gráfico 39.**  
Atrações que têm maior potencial para atrair turistas.

## 7. QUE MELHORIAS SUGERIRIA PARA TORNAR ESSAS ATRAÇÕES MAIS ATRATIVAS PARA OS VISITANTES?

- COMUNICAÇÃO MENOS COMPLEXA
- DIVULGAÇÃO
- MAIOR PROMOÇÃO EXTERNA
- MELHORIA DE ACESSOS.
- MAIS VISITAS GUIADAS À SERRA & ALDEIA DE COUCE COM CAMINHADAS
- AUMENTAR O NUMERO DE CAMAS EM UNIDADE HOTELEIRA, OU PARQUE DE CAMPISMO.
- APROFUNDAR ESTUDOS PARA CRIAR CONTEÚDOS E DIVULGÁ-LOS
- MANTER O INVESTIMENTO
- ALOJAMENTO LOCAL.
- TER MAIS ALOJAMENTO LOCAL NO CENTRO DA CIDADE
- PEQUENOS CENTROS DE INFORMAÇÃO TURÍSTICA
- HORÁRIOS MAIS EXTENSOS.
- COMUNICAÇÃO
- MAIOR LIMPEZA E MELHOR MARCAÇÃO DOS PERCURSOS
- REABILITAÇÃO DE ALGUNS ESPAÇOS E INFORMAÇÃO MAIS CLARA SOBRE HORÁRIOS DE FUNCIONAMENTO
- CRIAR UM CENTRO DE ATIVIDADES RADICAIS/ DESPORTIVAS, COM ALOJAMENTO INCLUÍDOS, NA ÁREA DAS SERRAS DO PORTO (VALONGO)
- COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO.
- MAIOR PROMOÇÃO
- SINALIZAÇÃO
- MAIOR PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO DOS ESPAÇOS TURÍSTICOS
- NÃO É UMA MELHORIA DAS ATRAÇÕES, MAS UMA AÇÃO DE MARKETING MAIS FORTE E QUE CHEGASSE MAIS LONGE.
- MAIOR DIVULGAÇÃO.
- UMA DIVULGAÇÃO MAIS EFICIENTE
- MELHOR ORGANIZAÇÃO, MAIS INVESTIMENTO E DECISÃO SOBRE O USO DAS SERRAS COMO PARQUE NATURAL. CRIAÇÃO DE LOCAIS ESPECÍFICOS PARA DETERMINADOS DESPORTOS, POR EXEMPLO EXISTE MUITO A PARTILHA DE TRILHOS PEDONAIS COM A DESPORTOS MOTORIZADOS O QUE PODE CAUSAR ACIDENTES E É DESAGRADÁVEL PARA QUEM QUER CAMINHAR NAS SERRAS E TEM QUE SE CRUZAR COM DESPORTOS MOTORIZADOS QUE CAUSAM RUIDO, LEVANTAM PÓ E INSEGURANÇA.
- APOSTAR NUMA MAIOR PUBLICIDADE DA MESMA.
- MAIS PONTOS DE APOIO (AINDA MAIS!)
- PARQUE DAS SERRAS DO PORTO
- MAIOR DIGITALIZAÇÃO
- MAIS ATIVIDADES NOS LOCAIS DAS ATRAÇÕES
- APENAS MAIS VIGILÂNCIA E ACOMPANHAMENTO DOS CAMINHANTES
- AUMENTAR A DIVULGAÇÃO DAS ATIVIDADES NAS ATRAÇÕES MENOS VISITADAS.
- DIVULGAÇÃO E ESTRUTURAÇÃO DE PRODUTO
- GARANTIR ESTACIONAMENTO ADEQUADO PARA VEÍCULOS LONGOS DE PASSAGEIROS
- EXECUÇÃO DE ACESSOS PEDONAIS/CIRCUITOS
- PASSEIOS PROGRAMADOS, COM TÉCNICOS
- PODIA EXISTIR UM CENTRO DE ATIVIDADES PARA AS ESCOLAS MOSTRANDO A ERA PALEOZÓICO COM FILMES DE ANIMAÇÃO E FIGURAS EM 3D.
- A CRIAÇÃO DE UMA APLICAÇÃO MÓVEL/PLATAFORMA QUE PUDESSE TER ALGUMAS VISITAS VIRTUAIS, DE FORMA A CRIAR O APETITE DE QUEM AS VISUALIZA.
- PASSADIÇOS
- HORÁRIO DO COMERCIO LOCAL.
- MELHOR SINALIZAÇÃO, MAIS E MELHOR INFORMAÇÃO, CRIAR ‘PACOTES’ COM TUDO INCLUÍDO
- PROTOCOLOS COM ENTIDADES EDUCATIVAS/ACADÉMICAS, SÉNIORES, ETC.
- AUMENTAR A COMUNICAÇÃO DAS MESMAS
- MUDANÇA DAS EXPOSIÇÕES PERMANENTES, VISITAS AOS LOCAIS LIGADAS AO PATRIMÓNIO INDUSTRIAL (MUSEU DA LOUSA) , SERRAS (VISITAS NÃO POR TURISMO DE DESPORTO MAS POR TURISMO DA NATUREZA COMO FORMA DE CONHECIMENTO DA BIODIVERSIDADE, ESPÉCIES EM EXTINÇÃO E PROTEGIDAS, ENQUADRAMENTO DA PAISAGEM TOTAL DO VALE )
- DESPOLUIÇÃO DO RIO FERREIRA

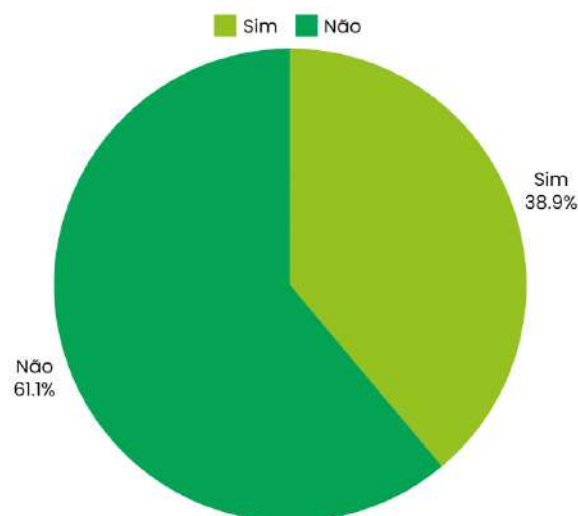
- MELHORES ACESSOS
- MAIOR DIVULGAÇÃO.
- MAIOR DIVULGAÇÃO, ACESSIBILIDADE, SEGURANÇA
- MELHOR DIVULGAÇÃO
- MAIOR DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO
- MELHOR INFORMAÇÃO TURISTA JUNTO DAS SERRAS.
- A CIDADE É FEITA PELO PELA INEXISTÊNCIA DE PLANEAMENTO URBANÍSTICO. CRESCER E DESENVOLVEU-SE DE FORMA ORGANIZADA. EXISTE UM TRABALHO DE FUNDO QUE É NECESSÁRIO REALIZAR-SE E QUE PASSA POR MUITOS FACTORES/ÁREAS.
- MELHOR COMUNICAÇÃO E DIVULGAÇÃO EM REDE
- A SUA PROMOÇÃO NOS VÁRIOS CONCELHOS DO PAÍS, BEM COMO NO ESTRANGEIRO.
- EXPANDIR O TRABALHO DE RESTAURO ECOLÓGICO EM CURSO, INCREMENTAR A SEGURANÇA E A INFORMAÇÃO DISPONIBILIZADA AO PÚBLICO, CRIAR UM EQUIPA DE TRABALHO MULTIDISCIPLINAR AFETA EM EXCLUSIVO À DINAMIZAÇÃO DAS SERRAS.
- INFORMAÇÃO INSUFICIENTE
- APENAS MAIS VIGILÂNCIA E ACOMPANHAMENTO DOS CAMINHANTES
- UMA MAIOR DIVULGAÇÃO E PROMOÇÃO DO TERRITÓRIO.
- MELHORAR O MARKETING E PUBLICIDADE NAS FEIRAS DE TURISMO DE PORTUGAL E ESPANHA
- MAIS COMUNICAÇÃO E ATIVIDADES
- SEREM DIVULGADAS NA COMUNICAÇÃO SOCIAL E CRIAÇÃO DE EVENTOS DE DIVULGAÇÃO
- MAIOR DIVULGAÇÃO
- LIMPEZA DOS TERRENOS
- MAIS INFORMAÇÃO
- MANUTENÇÃO MAIS CUIDADOSA DOS TRILHOS E UMA MAIOR DIVULGAÇÃO.
- TALVEZ MAIS INTERACTIVAS.
- SINALÉTICA

**Tabela 40.**

Melhorias para tornar atrações mais atrativas.

## 8. ACREDITA QUE A COMUNICAÇÃO E A PROMOÇÃO DAS ATRAÇÕES TURÍSTICAS DE VALONGO SÃO SUFICIENTES?

72 RESPOSTAS



**Gráfico 40.**

Suficiência da comunicação e promoção das atrações.

## 9. QUAIS NOVAS ATIVIDADES OU EXPERIÊNCIAS PODERIAM SER DESENVOLVIDAS PARA ATRAIR VISITANTES?

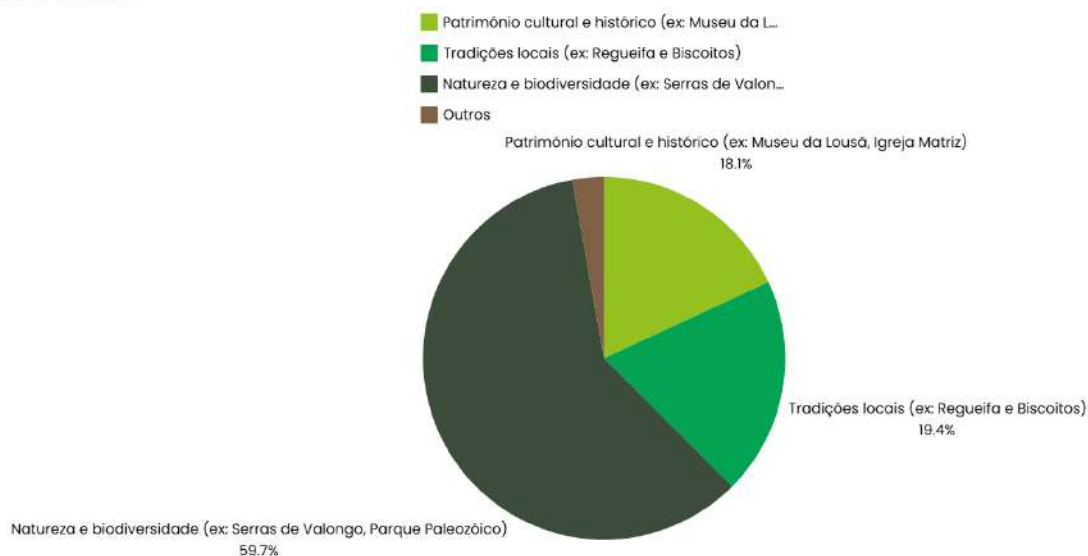
- TURISMO RELIGIOSO;
- FESTIVAIS;
- TURISMO DE NATUREZA;
- PROMOÇÃO ATRAVÉS DE INFLUENCERS E FAMOSOS;
- DIVULGAÇÃO DAS CAMINHADAS;
- REFORÇAR INVESTIMENTO NO DESPORTO DE AVENTURA;
- PROMOVER A GASTRONOMIA DE QUALIDADE;
- FESTIVAIS DE MÚSICA;
- ALIAR A TRADIÇÃO COM A INOVAÇÃO;
- MAIS VISITAS GUIADAS;
- CRIAR EQUIPAMENTOS E INFRAESTRUTURAS QUE PERMITAM UMA MAIOR DIVERSIDADE DE EXPERIÊNCIAS;
- APOSTA NO ALOJAMENTO LOCAL;
- ROTEIROS TEATRALIZADOS, GEOCACHING;
- CRIAÇÃO DE UM FESTIVAL INTERGERACIONAL;
- MAIS ATIVIDADES CULTURAIS;
- ATIVIDADES LIGADAS AO DESPORTO;
- UMA DICOTOMIA ENTRE CULTURA [PATRIMÓNIO, HISTÓRIA, RECRIAÇÕES HISTÓRICAS, MEMÓRIAS DE TRABALHO, GÉNESE] E NATUREZA;
- CRIAR UM BILHETE ÚNICO COM TRANSPORTE INCLUÍDO QUE PERMITA REALIZAR A VISITA A MUSEUS DISPERSOS EM DIFERENTES FREGUESIAS DO CONCELHO;
- PROMOÇÃO TURÍSTICA EM SITES ESPECIALIZADOS;
- EVENTOS A NÍVEL INTERNACIONAL;
- MAIOR OFERTA DE PERCURSOS;

**Tabela 41.**

Novas atividades ou experiências para atrair visitantes.

## 10. NA SUA OPINIÃO, QUE ELEMENTOS DE VALONGO DEVERIAM SER PROMOVIDOS PARA DESTACAR O TERRITÓRIO COMO UM DESTINO ÚNICO?

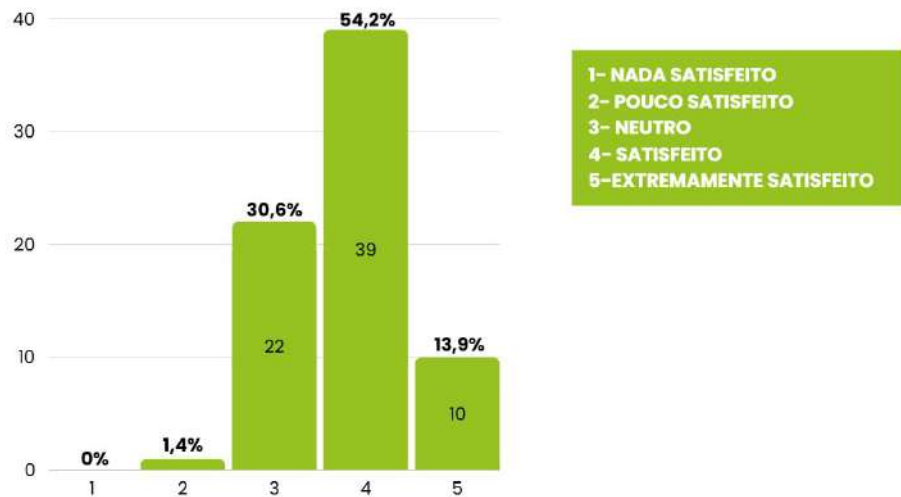
72 RESPOSTAS



**Gráfico 41.**

Elementos que deveriam ser promovidos.

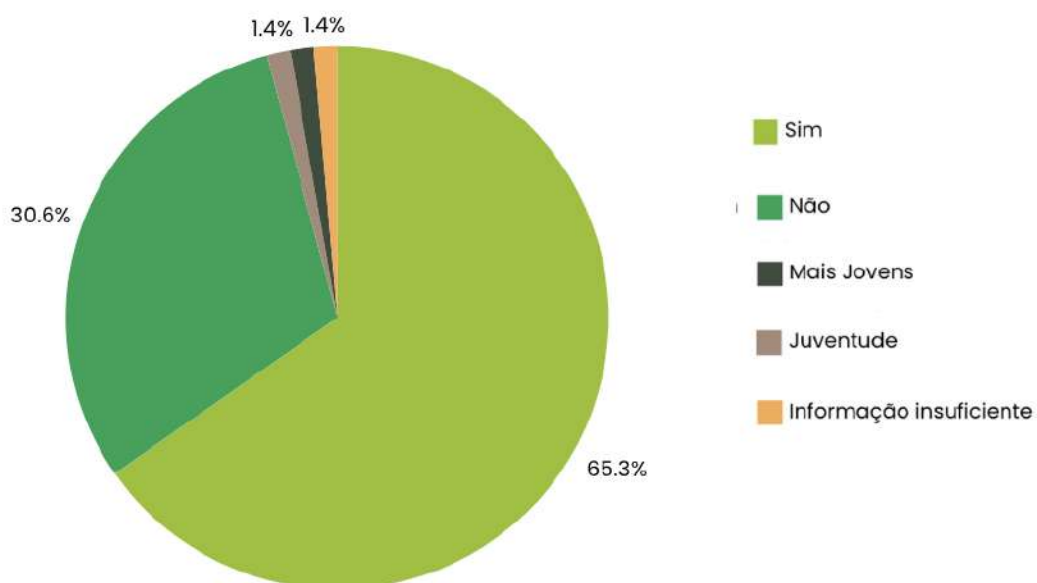
## 11. NA SUA EXPERIÊNCIA, QUAL É O NÍVEL DE SATISFAÇÃO DOS VISITANTES APÓS A VISITA AO TERRITÓRIO?



**Gráfico 42.**  
Nível de satisfação dos visitantes.

## 12. CONSIDERA NECESSÁRIO ENCONTRAR OUTRO TIPO DE PÚBLICO PARA O TERRITÓRIO?

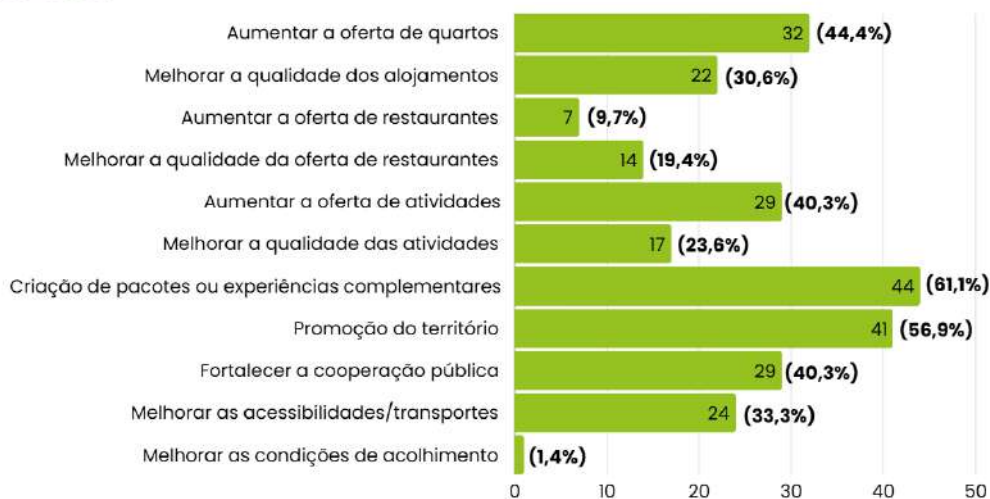
72 RESPOSTAS



**Gráfico 43.**  
Público desejado para o território.

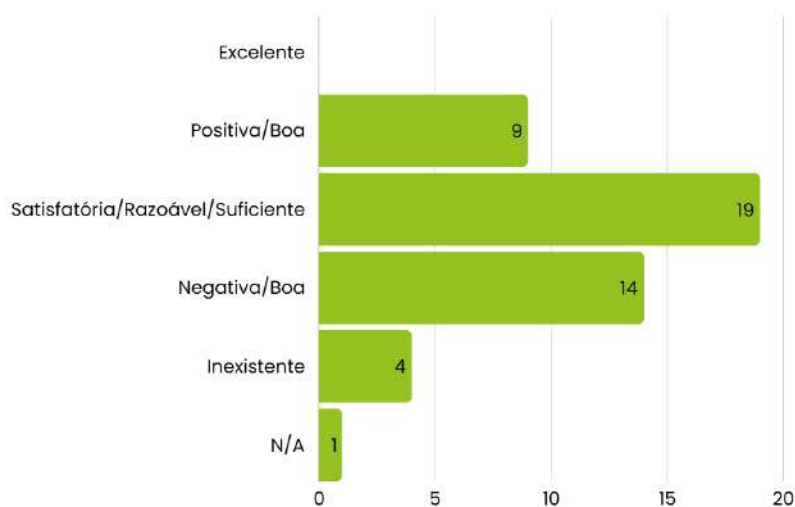
### 13. QUAIS CONSIDERA QUE SÃO AS PRINCIPAIS NECESSIDADES DO TERRITÓRIO A SER UTILIZADO PARA O TURISMO? PODE SELECIONAR MAIS DO QUE UMA OPÇÃO:

72 RESPOSTAS



**Gráfico 44.**  
Principais necessidades do território.

### 14. COMO DEFINIRIA A COLABORAÇÃO PÚBLICO-PRIVADA NO CAMPO DO TURISMO?



**Gráfico 45.**  
Colaboração público-privada no campo do turismo.

## 15. SE PUDESSE ESCOLHER UM INVESTIMENTO NO TERRITÓRIO, QUAL CONSIDERA QUE SERIA ESTRATÉGICO? QUE IMPACTO PODERIA TER ?

- HOTELARIA DE LUXO;
- REFLORESTAÇÃO;
- EVENTOS INTERNACIONAIS;
- PISCINAS AO AR LIVRE DE GRANDE DIMENSÃO E VARIADAS;
- PARQUE DE CAMPISMO E POLO UNIVERSITÁRIO;
- ESCAVAÇÕES ARQUEOLÓGICAS ROMANAS, PARA TER UMA BASE SUSTENTÁVEL ENTRE RECURSOS NATURAIS E APROVEITAMENTO PELAS COMUNIDADES QUE PASSARAM E POR SER UM PRODUTO ÚNICO ÀS PORTAS DO PORTO;
- TRANSFORMAR AS SERRAS. FAZER COM QUE AS ATIVIDADES NAS SERRAS TERMINEM SEMPRE NAS LOCALIDADES DE VALONGO. CRIAR MÉTODOS QUE PERMITAM DINÂMICA QUE CONTRARIE O CONCEITO DE “CONCELHO DORMITÓRIO”. É MAIS POSITIVO SER O CONCELHO “LITORAL” DO INTERIOR QUE O CONCELHO “INTERIOR” (DORMITÓRIO) DO LITORAL...;
- FESTIVAIS E ALOJAMENTOS;
- CONSTRUIR UM HOTEL, MAIS VISITANTES;
- PARQUE NATURAL TEMÁTICO;
- EQUIPAMENTOS DE LAZER PARA FAMÍLIAS E JOVENS;
- HOTEL DE LUXO COM SPA, MAIS VISITANTES;
- CRIAÇÃO DE PARQUE TEMÁTICO, COM ALOJAMENTO E ENFOQUE NO TURISMO DE NATUREZA E DESPORTIVO. MAIOR ATRATIVIDADE PELAS SERRAS DO PORTO E PERMANÊNCIA DOS VISITANTES POR UM PERÍODO MAIS ALARGADO;
- MULTIUSOS;
- AUMENTAR A PROMOÇÃO E DIVULGAÇÃO DOS PRODUTOS TURÍSTICOS EXISTENTES NO MUNICÍPIO;
- ACESSIBILIDADE, TRANSPORTES PÚBLICOS, DIVERSIFICAÇÃO DA LOCALIZAÇÃO DE ESPAÇOS CULTURAIS E LAZER;
- REABILITAR CASAS, TRAZER POPULAÇÃO PARA O CONCELHO E AJUDA NA ECONOMIA;
- NATUREZA;
- CRIAÇÃO DE UM CENTRO TEMÁTICO AO AR LIVRE DE PROMOÇÃO DAS SERRAS (NATUREZA, ZOOLOGICO);
- REGULAMENTAÇÃO DE USOS DO ESPAÇO NATURAL (EXEMPLO CONTABILIZAÇÃO ENTRE PESSOAS, DESPORTOS
- MELHORAR TRANSPORTES;
- CINEMAS;
- PARQUE DE CAMPISMO OU CENTRO DE CONGRESSOS/ESPETÁCULOS;
- MAIS CULTURA;
- UM BOM RESTAURANTE PARA ATRAIR MAIS PESSOAS;
- CONSTRUIR UM LAR;
- UM PARQUE DA CIDADE . ENORME IMPACTO PARA TODAS AS FAMÍLIAS, PARA TODO O TIPO DE PÚBLICO, MAIOR VIDA AO AR LIVRE, MUITO ESPAÇO VERDE E BONITO. TRATADO PARA CAMINHAR, BRINCAR, PASSEAR.
- GASTRONOMIA;
- SERRAS E NATUREZA. TORNAR VIÁVEL A VISITAÇÃO ÀS MINAS E INVESTIR NA ALDEIA DE COUCE COM INFRAESTRUTURAS DE LAZER E ALOJAMENTO;
- AEROPORTO. MELHOR ACESSIBILIDADE;
- VISITAS COM PACOTES COMPLETOS (PASSEIO/ALOJAMENTO);
- AUMENTAR A OFERTA DE HOTÉIS/ALOJAMENTO;
- ENERGIAS RENOVÁVEIS;
- MELHORIAS URBANÍSTICAS;
- INVESTIR NA INDÚSTRIA, FÁBRICAS;
- SEDIAR OPERADORES TURÍSTICOS QUE JÁ OPEREM NO GRANDE PORTO, DE FORMA A TRAZER O FLUXO DE TURISTAS EXISTENTES PARA O CONCELHO DE VALONGO. JULGO QUE ESTA SITUAÇÃO AUMENTARIA MUITO O NÍVEL DE VISITANTES NO CONCELHO, CONTRIBUINDO ASSIM PARA A SUA PROMOÇÃO E PARA A ECONOMIA LOCAL, POTENCIANDO TODOS OS VETORES TURÍSTICOS;
- CENTRO DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL;
- VALORIZAÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL E NATURAL;
- RECONSTRUIR HABITAÇÕES ANTIGAS EXISTENTES NO EIXO HISTÓRICO;
- UM GRANDE CENTRO DE ACOLHIMENTO E INTERPRETAÇÃO DO TERRITÓRIO (COM CAPACIDADE PARA REALIZAR INVESTIGAÇÃO, FORMAÇÃO, EXPERIMENTAÇÃO, EXPOSIÇÕES, RESIDÊNCIAS TEMÁTICAS).

- ALOJAMENTO E ANIMAÇÃO TURÍSTICA. AUMENTAR O Nº DE CAMAS E PROMOVER O Nº DE DIAS DE PERMANÊNCIA NO TERRITÓRIO;
- CONSTRUÇÃO DE UM LAR DE TERCEIRA IDADE, ENORME IMPACTO;
- TRANSPORTES;
- REVITALIZAÇÃO SUSTENTÁVEL DO CENTRO HISTÓRICO, COM FOCO NA CRIAÇÃO DE UM ESPAÇO MULTIFUNCIONAL QUE INTEGRE O COMÉRCIO LOCAL, LAZER, CULTURA E TURISMO;
- CRIAÇÃO DE ESPAÇOS INTERATIVOS (PARA ALÉM DO CIAMR E DA CASA TRILOBITE). IRIA AUMENTAR O IMPACTO TURÍSTICO, ECONÓMICO E AMBIENTAL;
- PARQUE DAS SERRAS DO PORTO;
- INVESTIR NAS MINAS;
- MELHORIA DA QUALIDADE URBANÍSTICA;
- PROJETOS DE TECNOLOGIA AMBIENTAL E TURISMO SUSTENTÁVEL DADO QUE VALONGO TEM UM RICO PATRIMÓNIO NATURAL, INCLUINDO O PARQUE DAS SERRAS DO PORTO E O HISTÓRICO DE EXPLORAÇÃO MINEIRA;
- VALORIZAÇÃO DO PATRIMÓNIO CULTURAL (CASTROS E MINERAÇÃO ROMANA);
- PARQUE DA CIDADE. ENORME IMPACTO PARA TODAS AS FAMÍLIAS, MAIOR VIDA AO AR LIVRE, ESPAÇO VERDE.
- PARQUE TEMÁTICO NAS SERRAS;
- CONSTRUÇÃO DE MELHOR HOTELARIA NA REGIÃO E MELHORIA DAS ACESSIBILIDADES E TRANSPORTES. DIVULGAÇÃO DE PRODUTOS TURÍSTICOS COM MARCA VALONGO PARA VISITANTES ESTRANGEIROS;
- RESTAURAÇÃO. MAIOR OFERTA, PRINCIPALMENTE AO DOMINGO.
- CENTRO DE INTERPRETAÇÃO AMBIENTAL;

**Tabela 42.**

Investimentos estratégicos no território.

## APÊNDICE 4 - ATIVIDADES DISPONÍVEIS NAS PLATAFORMAS DIGITAIS DE VIAGENS

ALIMENTOS, BEBIDAS E VIDA NOTURNA		
ATIVIDADE	DURAÇÃO	PONTUAÇÃO
Tour pelo Vale do Douro com visita a dois vinhedos, cruzeiro pelo rio e almoço na vinícola	A atividade dura 10 horas	9.8 de 10 com 77 opiniões
Passeio vinícola pelo Vale do Douro: visita a três vinhedos com degustações e almoço	A atividade dura 10 horas	9.8 de 10 com 51 opiniões
Tour de meio dia pela cidade do Porto	A atividade dura 4 horas	9.4 de 10 com 27 opiniões
Porto: espetáculo de fado ao vivo com taça de vinho do Porto	A atividade dura 1 hora	10 de 10 com 16 opiniões
Porto: excursão de degustação de comidas e vinhos de 3 horas	A atividade dura 3 horas	9.6 de 10 com 23 opiniões
De Porto: Aveiro, Passadiços do Paiva e Ponte 516 Arouca	A atividade dura 10 horas e 30min	10 de 10 com 8 opiniões
Visita guiada ao melhor do Porto com almoço, cruzeiro e degustação de vinhos	A atividade dura 9 horas	9.8 de 10 com 24 opiniões
De Porto: Vale do Douro com passeio de barco, degustação de vinhos e almoço	A atividade dura 10 horas	8.6 de 10 com 11 opiniões
Porto: tour guiado de tuk-tuk pelo centro histórico	A atividade dura 1 hora e 50 min	10 de 10 com 1 opinião
Passeio pelo Vale do Douro com 3 vinícolas diferentes e almoço incluído (grupos pequenos)	A atividade dura 9 horas	10 de 10 com 9 opiniões

**Tabela 43.**  
Alimentos, bebidas e vida noturna.

<b>CURSOS E WORKSHOPS</b>		
<b>ATIVIDADE</b>	<b>DURAÇÃO</b>	<b>PONTUAÇÃO</b>
<b>Porto: Aula de Culinária Pastel de Nata com a Receita da Avó</b>	<b>A atividade dura 2 horas</b>	<b>10 de 10 com 3 opiniões</b>
<b>Workshop Pastel de Nata – Aula de culinária no centro do Porto</b>	<b>A atividade dura 1 hora e 30min</b>	<b>10 de 10 com 2 opiniões</b>
<b>Porto Food Tour: comida e bebida incluídas</b>	<b>A atividade dura 3 horas e 30min</b>	-
<b>Pinte uma aquarela com Hugo do Lago</b>	<b>A atividade dura 2 horas</b>	-
<b>Porto: Pintura em Azulejo e Cocktails no Centro do Porto</b>	<b>A atividade dura 2 horas</b>	-
<b>Porto: visita ao mercado local e aula de culinária</b>	<b>A atividade dura 4 horas</b>	-
<b>Porto: Cruzeiro Privado de 3 Horas no Rio Douro</b>	<b>A atividade dura 3 horas</b>	-
<b>Portugal: Tour Privado em Braga</b>	<b>A atividade dura 4 horas</b>	-
<b>Aprenda a fazer pastel de nata numa linda casa no Porto</b>	<b>A atividade dura 2 horas</b>	-
<b>Workshop de sobremesas portuguesas no centro do Porto</b>	<b>A atividade dura 2 horas</b>	-

**Tabela 44.**  
Cursos e Workshops.

<b>Aventura e atividades ao ar livre</b>		
<b>Atividade</b>	<b>Duração</b>	<b>Pontuação</b>
A partir do Porto: Aveiro, Passadiços do Paiva e Ponte Suspensa Arouca 516	A atividade dura 10 horas e 30 minutos	10.0 de 10 com 8 avaliações
Porto: tour privado pela cidade vintage em Ford T Elétrico	A atividade dura 1 hora e 30 minutos	8.0 de 10 com 2 avaliações
A partir do Porto: aventura em buggy off-road	A atividade dura 3 horas	10.0 de 10 com 2 avaliações
Cascatas, lagoas e aldeia antiga no Parque do Gerês com almoço incluído	A atividade dura 10 horas	9.0 de 10 com 7 avaliações
Excursão 4x4 na montanha do Porto	A atividade dura 4 horas	10.0 de 10 com 2 avaliações
Caminhada às cascatas do Gerês a partir do Porto	A atividade dura 10 horas	-
A partir do Porto: visita guiada à Ponte Suspensa 516 Arouca e Passadiços do Paiva	A atividade dura 8 horas	-
Aventura de Buggy no Porto: visita guiada a ruínas e a uma aldeia típica	A atividade dura 3 horas	-
Tour com guia de 3 horas de bicicleta pelos pontos turísticos do Porto	A atividade dura 3 horas	10.0 de 10 com 4 avaliações
Tour pelo Parque Nacional Peneda-Gerês com guia local	A atividade dura 7 horas	-

**Tabela 45.**  
Aventura e atividades ao ar livre.

Tours privados e personalizados		
Atividade	Duração	Pontuação
Descubra os destaques do Porto num Tuk Tuk elétrico privado	A atividade dura 2 horas	8.8 de 10 com 3 avaliações
Porto: tour com guia de Tuk Tuk pelo centro histórico	A atividade dura 1 hora e 50 minutos	10.0 de 10 com 1 avaliação
Tour do Vinho do Porto   3 vinícolas   7 degustações   Máximo 12 participantes	A atividade dura 2 horas e 30 minutos	8.0 de 10 com 1 avaliação
Braga: tour pela cidade em Tuk Tuk	A atividade dura 30 minutos	-
Porto: tour a pé de 3 horas pela cidade e visita à livraria Lello	-	10.0 de 10 com 1 avaliação
Porto: tour privado pela cidade vintage em Ford T Elétrico	A atividade dura 1 hora e 30 minutos	8.0 de 10 com 2 avaliações
Tour privado de meio dia pelo Porto e pela vila de Afurada em Tuk Tuk	A atividade dura 3 horas	-
Porto: tour de Tuk Tuk da cidade ao oceano	A atividade dura 2 horas	-
De Porto a Lisboa com paragens em Aveiro, Fátima, Coimbra, Nazaré e Óbidos	A atividade dura 8 horas	-
Cruzeiro privado de barco pelas seis pontes do Porto	A atividade dura 2 horas	-

**Tabela 46.**  
Tours privados e personalizados.

Espetáculos e concertos		
Atividade	Duração	Pontuação
Porto: espetáculo de fado ao vivo com taça de vinho do Porto	A atividade dura 1 hora	10.0 de 10 com 16 avaliações
Porto: concerto de fado ao vivo com uma taça de vinho do Porto Tawny	A atividade dura 1 hora	10.0 de 10 com 1 avaliação
Jantar com espetáculo de fado e tour noturno	A atividade dura 4 horas	-
Porto: tour de degustação de comida e vinho	A atividade dura 4 horas	-
Porto: concerto de fado com vinho do Porto em uma loja de música histórica	A atividade dura 1 hora	10.0 de 10 com 1 avaliação
Porto: tour gastronómico local à noite com harmonização de bebidas	A atividade dura 3 horas	10.0 de 10 com 2 avaliações
Fado às 18h	A atividade dura 1 hora	-
Porto: ingresso íntimo para um concerto de fado com taça de vinho	A atividade dura 1 hora	9.8 de 10 com 5 avaliações
Porto: tour a pé com jantar em restaurantes familiares	A atividade dura 3 horas e 30 minutos	-
Spiritus: espetáculo imersivo de videomapping na Igreja dos Clérigos	A atividade dura 30 minutos	9.0 de 10 com 2 avaliações

**Tabela 47.**  
Espetáculos e concertos.

## APÊNDICE 5 - BROCHURAS E MATERIAIS IMPRESSOS RECOLHIDOS DURANTE AS VISITAS AO TERRITÓRIO



**Figura 27.**  
Brochuras e materiais impressos.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ashworth, G. J., & Page, S. J. (2011). Urban tourism research: Recent progress and current paradoxes. *Tourism Management*, 32(1), 1-15.
- Beni, M. C. (2001). *Análise estrutural do turismo*. SENAC.
- Buhalis, D. (2000). Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-116.
- Bureau Mundu. (2024). *Tendencias Turísticas 2024*. Disponível em *Tendencias turísticas 2024 - Lanzamiento de la 5ª edición* (acedido em 19 de novembro de 2024).
- Câmara Municipal de Valongo. (2023a). *Concurso “A Melhor Rabanada” está de regresso*. Câmara Municipal de Valongo. Recuperado de <https://www.cm-valongo.pt/descobrir/eventos/evento/concurso-a-melhor-rabanada-esta-de-regresso>
- Câmara Municipal de Valongo. (2023b). *Padaria do Susão e a Biscoitaria Valonguense vencem concurso da melhor regueifa e do melhor biscoito*. Câmara Municipal de Valongo. Recuperado de <https://www.cm-valongo.pt/viver/noticias/noticia/padaria-do-susao-e-a-biscoitaria-valonguense-vencem-concurso-da-melhor-regueifa-e-do-melhor-biscoito>
- Escapada Rural. Os lugares mais populares para visitar em Valongo. *Escapada Rural*. <https://www.escapadarural.com/que-hacer/valongo/que-ver?viz=map> (acedido em 4 de novembro de 2024).
- Eurostat. (2024). Disponível em <https://ec.europa.eu/eurostat/data/database> (acedido em 18 de novembro de 2024).
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Kraus, S. (2019). Strategic entrepreneurial ecosystems and business model innovation: SWOT analysis of a regional development. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(3), 349-363.
- Fuentes, Alin. (2023). Entorno Turístico. *Tendencias turísticas para el año 2024*. Disponível em *Tendencias turísticas para el año 2024 - Entorno Turístico* (acedido em 19 de novembro de 2024).
- García-Hernández, M., de la Calle-Vaquero, M., & Yubero, C. (2017). Cultural heritage and urban tourism: Sustainable perspectives on the case of Venice. *Cities*, 60, 104-117.

- GetYourGuide. (n.d.). *Valongo: Atividades e Experiências*. Disponível em [https://www.getyourguide.es/valongo-l184269/?visitor-id=5S6U1JRG19X3SSR7VCFK82CCY6WN1ZWS&locale\\_auto\\_redirect\\_optout=true](https://www.getyourguide.es/valongo-l184269/?visitor-id=5S6U1JRG19X3SSR7VCFK82CCY6WN1ZWS&locale_auto_redirect_optout=true), (acedido em 4 de novembro de 2024).
- Gierszewska G. & Rommanowska M. (2002), *Analiza strategiczna przedsiębiorstwa*, PWE, Warszawa, pp.230-240
- Hong, P. C., Song, H.; Roh, J. J.; Park, K. (2012). Evolving benchmarking practices: a review for research perspectives. *Benchmarking: an International Journal*, v. 19, n. 4, p. 444-462.
- INE. Instituto Nacional de Estatística. (2024). *Estatísticas do Turismo 2024*. INE. Disponível em <https://www.ine.pt> (acedido em 18 de novembro de 2024).
- Intouch Insight. (2022). Disponível em <https://www.intouchinsight.com/blog/virtual-mystery-shopping-dos-and-donts-in-2022/> (acedido em 5 de dezembro de 2024).
- IPDT. (2024). Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo. *As 10 tendências de viagem para 2024*. Disponível em *Tendências de Viagem 2024? TOP 10 do IPDT - página trabalho - IPDT* (acedido em 19 de novembro de 2024).
- Koens, K., Postma, A., & Papp, B. (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384.
- Komoot - *Los mejores sitios que ver en Valongo*. Recuperado de <https://www.komoot.com/es-es/guide/900414/los-mejores-sitios-que-ver-en-valongo> (acedido em 4 de novembro de 2024).
- Konate, R., & Gbedjeha, T. (2023). *Oh, Les Chefs Pitch Deck. Oh, Les Chefs*. Disponível em [https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-10/2\\_OHLESCHEFS\\_Pitch\\_Deck\\_UNWTO.pdf?VersionId=MDiShipf568PPSMOfOX7mduGTho3pwJD](https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2023-10/2_OHLESCHEFS_Pitch_Deck_UNWTO.pdf?VersionId=MDiShipf568PPSMOfOX7mduGTho3pwJD) (acedido em 11 de dezembro de 2024).
- Kumar, A., Antony, J. and Dhakar, T.S. (2006). "Integrating quality function deployment and benchmarking to achieve greater profitability", *Benchmarking: An International Journal*, Vol. 13 No. 3, pp. 290-310
- Mapa de actividades y atracciones en Valongo. Tripadvisor. (2024). Recuperado de [https://www.tripadvisor.com.mx/Attractions-g2188317-Activities-a\\_allAttractions.true-Valongo\\_Porto\\_District\\_Northern\\_Portugal.html](https://www.tripadvisor.com.mx/Attractions-g2188317-Activities-a_allAttractions.true-Valongo_Porto_District_Northern_Portugal.html), consultado el 4 de noviembre.
- Page, S. J., & Connell, J. (2020). *Tourism: A modern synthesis*. Cengage Learning.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12-21.

- Romero-García, L., Aguilar-Gallegos, N., Morales-Matamoros, O., Badillo-Piña, I., & Tejeida-Padilla, R. (2019). Urban tourism: a systems approach – state of the art. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2018-0085>
- Russo, A. P., & Scarnato, A. (2018). “Barcelona in common”: A new urban regime for the 21st-century tourist city? *Journal of Urban Affairs*, 40(4), 455-474.
- UN Tourism (2023). *Informe de conclusiones: 8º Foro Mundial de Turismo Gastronómico*. Donostia-San Sebastián, España: OMT. Disponível em [https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-02/Final\\_Informe%20Conclusiones%20WFGT%202023\\_ESP.pdf?VersionId=Xyk9spfb.f9bJKuX5GJUO0MLa9xXKAkL](https://pre-webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2024-02/Final_Informe%20Conclusiones%20WFGT%202023_ESP.pdf?VersionId=Xyk9spfb.f9bJKuX5GJUO0MLa9xXKAkL) (acedido em 18 de novembro de 2024).
- UN Tourism. (2024). Disponível em <https://www.unwto.org/> (acedido em 18 de novembro de 2024).
- TPNP. (2024). Turismo Porto e Norte de Portugal. Disponível em <http://www.portoenorte.pt/pt/> (acedido em 18 de novembro de 2024).
- TURIHAB. (2012). *Itinerários de turismo equestre: Metodologia de implementação – Estudo de caso Minho Lima*. Turismo de Portugal e Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte.
- TravelBi. (2024). Disponível em <https://travelbi.turismodeportugal.pt/> (acedido em 18 de novembro de 2024).
- Tripadvisor. (2024). Mapa de atividades e atrações em Valongo. Disponível em [https://www.tripadvisor.com.mx/Attractions-g2188317-Activities-a\\_allAttractions.true-Valongo\\_Porto\\_District\\_Northern\\_Portugal.html](https://www.tripadvisor.com.mx/Attractions-g2188317-Activities-a_allAttractions.true-Valongo_Porto_District_Northern_Portugal.html), (acedido em 5 de novembro de 2024).
- Tripadvisor. (2024). Disponível em <https://tripadvisor.mediaroom.com/PT-about-us> (acedido em 5 de dezembro de 2024).
- Tripadvisor (2024). Activities Valongo Porto District. Disponível em [https://www.tripadvisor.com.mx/Attractions-g2188317-Activities-Valongo\\_Porto\\_District\\_Northern\\_Portugal.html](https://www.tripadvisor.com.mx/Attractions-g2188317-Activities-Valongo_Porto_District_Northern_Portugal.html) - (acedido em 5 de novembro de 2024).
- UNESCO. (2023). *Arte equestre em Portugal*. Lista Representativa do Património Cultural Imaterial da Humanidade. Recuperado de <https://ich.unesco.org/es/RL/arte-ecuestre-en-portugal-02079>
- Wereda, W., & Grzybowska, M. (2014). Mystery client and customer service in modern organization. *Nowoczesne Systemy Zarządzania*, 9(1), 189-196.

## LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

- AMP – Área Metropolitana do Porto
- AT – Animação Turística
- CAL - Caminhos Artísticos da Lousa
- CIAMR - Centro de Interpretação Ambiental e da Mineração Romana
- CM – Câmara Municipal
- CMV – Câmara Municipal de Valongo
- DMC – Destination Management Company
- DMO - Destination Management Organization
- EUA – Estados Unidos da América
- FMI - Fundo Monetário Internacional
- IA – Inteligência Artificial
- INE – Instituto Nacional de Estatística
- IPDT - Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo
- MEA - Middle East and Africa
- MTB - Mountain bike
- PIB - Produto Interno Bruto
- PPV – Proposta principal de venda
- RevPar – Receita por quarto disponível
- RNAAT – Registo Nacional de Agentes de Animação Turística
- RNAL – Registo Nacional de Alojamento Local
- RNAVt - Registo Nacional das Agências de Viagens e Turismo
- RNET – Registo Nacional dos Empreendimentos Turísticos
- RNT – Registo Nacional de Turismo
- TPNP – Turismo Porto e Norte de Portugal
- TravelBi - Portal de Gestão do Conhecimento do Turismo
- UE – União Europeia
- VIA - Valongo Intervenções Artísticas

## ÍNDICE DE TABELAS, GRÁFICOS E FIGURAS

### ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1: Taxa de crescimento do PIB (2018-2023).....	12
Tabela 2: Chegadas de turistas internacionais (2019, 2022 e 2023).....	13
Tabela 3: Hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico de Valongo por localização (2021-2023).....	28
Tabela 4: Gasto médio por operação (2018-2023).....	31
Tabela 5: Capacidade de alojamento nos estabelecimentos turísticos por 1000 habitantes, em Valongo (2013-2023).....	33
Tabela 6: Registo de empreendimentos turísticos de Valongo (2010-2019).....	36
Tabela 7: Registo de Alojamentos locais de Valongo (1975-2023).....	37
Tabela 8: Estada média de Valongo (2022 e 2023).....	38
Tabela 9: Taxa líquida de ocupação de cama (%) de Valongo (2017-2023).....	39
Tabela 10: Registo de Agentes de Animação Turística de Valongo (2009-2023).....	40
Tabela 11: Registo de Agências de Viagens e Turismo de Valongo (2011-2023).....	42
Tabela 12: Critérios para Avaliação da Oferta Turística do Cliente Mistério Virtual.....	52
Tabela 13: Plataformas de informação utilizadas para o exercício de Cliente Mistério Virtual.....	53
Tabela 14: Termos de Pesquisa para Avaliação da Oferta Turística do Cliente Mistério Virtual.....	54
Tabela 15: Informação no site “Tripadvisor” sobre Valongo.....	57
Tabela 16: Sítios publicados como atrações na plataforma Expedia.....	60
Tabela 17: Atrações em Valongo segundo o Google “Top Sights in Valongo”.....	65
Tabela 18: Propostas de atividades no Tripadvisor.....	68
Tabela 19: Oferta de atividades em Valongo na plataforma Komoot.....	70
Tabela 20: “Coisas a fazer em Valongo” de acordo com a plataforma “Get your Guide”.....	74
Tabela 21: Atividades de turismo equestre no Get you Guide.....	76
Tabela 22: Alojamento em Valongo e características dos estabelecimentos.....	80
Tabela 23: Classificação de atividades da plataforma Expedia.....	98
Tabela 24: Classificação de Aulas, experiências e oficinas/workshops da plataforma Expedia.....	99
Tabela 25: Vantagens competitivas do território.....	108
Tabela 26: Desvantagens do território.....	109

Tabela 27: Atividades ou experiências para atrair visitantes .....	113
Tabela 28: Vantagens competitivas do território .....	118
Tabela 29: Distribuição percentual de interesses e análise .....	120
Tabela 30: Principais áreas de melhoria apontadas pelos participantes .....	123
Tabela 31: Propostas de ação .....	154
Tabela 32: Empresas de AT em Valongo .....	183
Tabela 33: Vantagens do destino/território .....	187
Tabela 34: Desvantagens do destino/território .....	187
Tabela 35: Os atrativos mais emblemáticos do território .....	188
Tabela 36: Melhorias para tornar atrações mais atrativas .....	191
Tabela 37: Novas atividades para atrair visitantes .....	193
Tabela 38: Estratégias para aumentar a estada media no destino .....	195
Tabela 39: Investimentos turísticos estratégicos .....	196
Tabela 40: Melhorias para tornar atrações mais atrativas .....	200
Tabela 41: Novas atividades ou experiências para atrair visitantes .....	202
Tabela 42: Investimentos estratégicos no território .....	205
Tabela 43: Alimentos, bebidas e vida noturna .....	207
Tabela 44: Cursos e Workshops .....	208
Tabela 45: Aventura e atividades ao ar livre .....	208
Tabela 46: Tours privados e personalizados .....	209
Tabela 47: Espetáculos e concertos .....	209

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Saldo da balança turística dos países da UE (2023) .....	14
Gráfico 2: Dormidas nos estabelecimentos hoteleiros de Valongo (2021-2023) .....	25
Gráfico 3: Dormidas nos estabelecimentos de alojamento local de Valongo (2021-2023) .....	26
Gráfico 4: Hóspedes nos estabelecimentos de alojamento turístico de Valongo (2018-2023) .....	27
Gráfico 5: Taxa de Sazonalidade de Valongo (2017-2023) .....	29
Gráfico 6: Taxa de Sazonalidade de Valongo e mercados externos (2016-2023) .....	30
Gráfico 7: Gasto médio (€) por operação no município de Valongo (2021-2023) .....	31
Gráfico 8: Mercados com maior valor de gasto (€) médio por operação (2021-2023) .....	32
Gráfico 9: Capacidade de alojamento nos estabelecimentos de alojamento turístico por 1000 habitantes (2021-2023) .....	33
Gráfico 10: Densidade Turística de Valongo (2017-2023) .....	34
Gráfico 11: Número de habitantes de Valongo (2021) .....	35
Gráfico 12: Intensidade turística de Valongo (2019-2023) .....	36
Gráfico 13: Taxa líquida (%) de ocupação de cama (2021-2023) .....	39
Gráfico 14: Rendimento médio por quarto (Revpar €) nos estabelecimentos de alojamento turístico (2022-2023) .....	44
Gráfico 15: Proveitos totais (€ milhares) nos estabelecimentos de alojamento turístico (2022-2023) .....	45
Gráfico 16: Proveitos por aposento (€ milhares) nos estabelecimentos de alojamento turístico (2022-2023) .....	45
Gráfico 17: Estada média (nº) nos estabelecimentos de alojamento turístico (2022-2023) .....	46
Gráfico 18: Proporção de dormidas entre julho-setembro (%) nos estabelecimentos de alojamento turístico (2022-2023) .....	47
Gráfico 19: Taxa de sazonalidade (%) de Valongo e dos municípios limítrofes (2021-2023) .....	47
Gráfico 20: Intensidade turística de Valongo e dos municípios limítrofes (2023) .....	48
Gráfico 21: Densidade turística de Valongo e dos municípios limítrofes (2023) .....	49
Gráfico 22: Capacidade de alojamento nos estabelecimentos turísticos por 1000 habitantes, de Valongo e dos municípios limítrofes (2023) .....	50
Gráfico 23: Oferta no território .....	185
Gráfico 24: Oferta complementar para tornar o destino mais atrativo .....	186

Gráfico 25: Concorrência do território.....	189
Gráfico 26: Interesses dos turistas .....	189
Gráfico 27: Atrações turísticas de Valongo mais valorizadas pelos visitantes .....	190
Gráfico 28: Atrações que têm maior potencial para atrair turistas.....	190
Gráfico 29: Faixa etária do turista que visita .....	191
Gráfico 30: Existência de ferramentas para medir a satisfação dos visitantes .....	192
Gráfico 31: Nível de satisfação dos visitantes .....	192
Gráfico 32: Suficiência da comunicação e promoção das atrações .....	193
Gráfico 33: Elementos a ser promovidos pelo destino .....	194
Gráfico 34: Tipo de público desejado para o território .....	194
Gráfico 35: Principais necessidades do território .....	195
Gráfico 36: Destino que o setor público considera ser concorrente de Valongo .....	198
Gráfico 37: Interesses do visitante em Valongo .....	198
Gráfico 38: Atrações mais valorizadas .....	199
Gráfico 39: Atrações que têm maior potencial para atrair turistas .....	199
Gráfico 40: Suficiência da comunicação e promoção das atrações .....	201
Gráfico 41: Elementos que deveriam ser promovidos .....	202
Gráfico 42: Nível de satisfação dos visitantes .....	203
Gráfico 43: Público desejado para o território .....	203
Gráfico 44: Principais necessidades do território .....	204
Gráfico 45: Colaboração público-privada no campo do turismo.....	204

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Valongo e municípios limítrofes .....	43
Figura 2: Exemplo de experiências encontradas pelo cliente virtual a partir do Porto .....	54
Figura 3: Mapa de atividades e atrações em Valongo .....	58
Figura 4: Mapa de Valongo na plataforma Visit Portugal .....	63
Figura 5: Exemplos de atrações em Valongo segundo o Google.com “Top Sights in Valongo” .....	64
Figura 6: Exemplo de rota na plataforma Komoot .....	71
Figura 7: Print da oferta de restauração de Google.com .....	78
Figura 8: Conta de Instagram do Município de Valongo .....	81
Figura 9: “Marcas de Valongo” .....	85
Figura 10: Mosteiro Montserrat (Barcelona) .....	90
Figura 11: Caves vinícolas Sant Sadurní d’Anoia (Barcelona) .....	91
Figura 12: Festival de Flores em Harleem (Países Baixos) .....	92
Figura 13: Rota dos Castelos Romanos (Itália) .....	93
Figura 14: Capela de Rosslyn Chapel.....	94
Figura 15: O refúgio verde de Surrey Hills próximo a Londres .....	95
Figura 16: Catedral em Kutná Hora integrada nos passeios de dia a partir de Praga .....	96
Figura 17: Escadaria - Serras de Valongo .....	129
Figura 18: Mapa com atrações identificadas para a visita ao território .....	131
Figura 19: Loja de Turismo .....	132
Figura 20: Rota “Grão ao Pão” .....	133
Figura 21: Parque Paleozóico de Valongo .....	134
Figura 22: Aldeia de Couce .....	135
Figura 23: Gastronomia local .....	135
Figura 24: Ermesinde .....	136
Figura 25: Classificação dos produtos turísticos existentes .....	188
Figura 26: Principal vantagem do destino/território.....	197
Figura 27: Brochuras e materiais impressos .....	210





Código de descarga da publicação:

