

ECONOMIA DO TURISMO NO DOURO:

Aproveitar os nossos recursos para valorizar a Juventude

Vivemos, atualmente, em Portugal, um drama económico-social, com o país a registar, segundo os mais recentes dados do Eurostat, uma taxa de desemprego de 15,4%, registando-se entre os jovens, uma taxa de desemprego na ordem dos 36,3 %.

Urge dar resposta a este flagelo, procurando implementar e consolidar políticas de fixação dos jovens, no país e, particularmente, na nossa região. A adoção de políticas de fixação está, ainda, muito aquém do que seria de esperar, sendo que são poucos os municípios que ousaram levar a cabo políticas nesta área.

Ao contrário do que seria de esperar, assistimos, hoje a uma política de encerramento do interior e desconsideração pela sua população: a perda de serviços públicos de relevo é uma política defendida pelo Governo. Daqui podemos destacar o encerramento dos Serviços de Finanças, os Tribunais, os Hospitais. O esvaziar do interior resultará, naturalmente, na perda de população para os grandes centros urbanos ou mesmo para o estrangeiro, acentuando, deste modo, a desertificação e envelhecimento da região.

Num declarado ataque ao interior do país, e em particular ao nosso distrito, o Governo de Passos Coelho começou por extinguir, desde logo, a Entidade Regional de Turismo do Douro, cuja atuação vinha a proporcionar o desenvolvimento e crescimento do turismo da região, bem como o reconhecimento e consolidação da marca Douro. Tal atitude só veio demonstrar, uma vez mais, a pouca importância que o atual executivo atribui ao sector do turismo na região do Douro.

Neste contexto, entendemos que os municípios deverão adotar uma atitude proactiva no que ao sector do turismo diz respeito, colocando a fileira ao serviço do desenvolvimento económico da região.

O turismo constitui, a nosso ver, um sector estratégico de desenvolvimento regional, importante na revitalização da economia local e fixação de população, especialmente mais jovem, devendo integrar os planos de ação sectorial dos municípios. Não nos enganemos: o turismo será, necessariamente, o setor do futuro e aquele que garantirá, no médio e longo, a criação de valor acrescentado para a nossa população e garantirá, a prazo, a sobrevivência da região do Douro.

Nessa perspetiva, entendemos que, em primeira linha, deverão os municípios apostar em Planos de Marketing credíveis e exequíveis, capazes de projetar a região para o exterior, promovendo a variedade de pontos de interesse para o turista, tornando a região apelativa não só na época alta, mas também na época baixa. Para tal, é necessário que os municípios, primeiros interessados no sucesso destas ações, saibam promover o que de melhor têm na sua terra, apostando, deste modo, no *core business* do concelho. Para além disso, é necessário adotar uma atitude construtiva, de diálogo, falando e negociando com todos os interessados: entidades públicas, pequenas e médias empresas ligadas ao setor, associação de comerciantes, população e demais agentes. A construção de sinergias estratégicas permite tornar as decisões mais eficazes e eficientes, satisfazendo todos os interessados neste processo.

Deverão ser promovidas, a nível municipal e intermunicipal, parcerias estratégicas com os vários agentes turísticos, e as freguesias, de forma a potencializar o que cada concelho de melhor tem para oferecer.

Nesse sentido, entendemos igualmente ser de vital importância reduzir o peso sobre pequenas e microempresas ligadas ao setor, na senda de atrair novos investimentos e potencializar e tornar mais competitivos os já existentes.

Propomos até, a atribuição de um Prémio Municipal e /ou regional que estimule a apresentação de propostas para constituição de novos negócios ou, simplesmente, ideias inovadoras que poderão ajudar os territórios a tornarem-se mais amigáveis perante o turista. O “Ideia Douro” – prémio de ideias para o turismo do Douro - atribuirá, mediante regras de concurso, uma bolsa monetária de ajuda e acompanhamento à implementação da ideia/negócio. Assim, poderemos valorizar os nossos jovens, as suas ideias, e, ainda, ajudar à sua emancipação.

Numa altura em que os jovens do distrito se veem numa situação particularmente difícil, fruto quer da impossibilidade de prolongar a sua formação, por motivos estritamente financeiros, quer pela dificuldade em ingressar no mercado de trabalho, consideramos que o potencial destes jovens, na grande maioria qualificados, poderá ser direcionado para a fileira do turismo, apostando, desde logo, na sua formação na área e na sua integração em estruturas de apoio ao acolhimento do turista, em bolsas de estágio promovidas pelos municípios.

O turismo representa, hoje, cerca de 10% do PIB. Recentemente, o Vinho e a gastronomia foram reconhecidos como produtos turísticos de excelência, ultrapassando o sol e mar.

A região do Douro e os seus municípios têm de ter a ousadia de querer ser e assumir-se como um centro de excelência no que diz respeito ao enoturismo e estudos/investigação no setor vitivinícola (destacando, aqui, a necessidade da UTAD desempenhar um papel mais importante).

O Douro tem futuro.

O Douro tem futuro se souber agarrar o seu próprio destino, defendendo o que tem de melhor: os seus recursos naturais e as suas pessoas lutadoras. Neste novo futuro, os jovens devem de ser a base central de toda e qualquer estratégia.

Só assim, poderemos continuar a ter um Douro vivo, competitivo e ousado.

Primeira subscritora:

Joana Catarina do Souto Lopes - Peso da Régua - 109536

Nome	Concelhia	Nº Militante
André Ribeiro da Costa	Peso da Régua	91315
Hugo Mendo M. De Almeida	Peso da Régua	106427
João Pedro G. Silva Mota	Peso da Régua	108643
Pedro Gustavo O. Rodrigues Silva	Peso da Régua	121179
Célio Filipe Carvalho Barros	Peso da Régua	121180
Daniela Filipa Vilela Fonte	Peso da Régua	121655