

*Ao meu filho, Guilherme*



# AGRADECIMENTOS

Desenvolvido o trabalho de investigação que nos propusemos realizar é chegado o momento de agradecer o apoio e a colaboração a um conjunto de pessoas e entidades sem as quais este trabalho não teria chegado ao fim e que merecem o meu reconhecimento:

Aos meus orientadores, Professor Doutor Xulio Pardellas e Professor Doutor José Cadima Ribeiro, por terem aceite o convite para orientarem esta dissertação, pela ciência, pistas e reflexões críticas que oportunamente souberam dar e pela sua disponibilidade e atenção.

Ao Professor Doutor José Freitas Santos pelas sugestões e críticas ao estudo empírico.

Ao Conselho Científico da Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave por ter viabilizado a candidatura ao PRODEP, permitindo a realização desta investigação.

Ao PRODEP pela concessão da Bolsa de Doutoramento, no âmbito da Acção 5.3 – Formação Avançada de Docentes no Ensino Superior.

A todas as pessoas entrevistadas, pela disponibilidade e forma atenciosa com que me receberam.

E, por fim, à minha família, onde renovo forças para continuar... Aos meus pais, pelo amor, paciência e estímulo permanente; aos meus irmãos, em especial à Lurdes, por todo o apoio; uma palavra especial ao meu filho Guilherme, o centro do meu mundo, e ao meu marido Daniel que, sem dúvida, foram os que mais sofreram durante todo o percurso, principalmente nos momentos de maior dificuldade.



# Turismo como estratégia integradora dos recursos locais: o caso da NUT III Minho-Lima

## RESUMO

O turismo tem vindo a ganhar um espaço crescente nas propostas de desenvolvimento do mundo rural, constituindo, no caso de certas regiões mais remotas e deprimidas, um dos sectores melhor colocados para alcançar esse objectivo. Este papel tem que ver com a possibilidade de tirar partido dos recursos endógenos desses territórios.

Esta investigação pretendeu contribuir para clarificar o papel do turismo no desenvolvimento de um território eminentemente rural, o Minho-Lima, tendo-se desenvolvido em três etapas. Numa primeira etapa, procedeu-se à inventariação e avaliação dos recursos turísticos dos municípios da sub-região, bem como à análise dos elementos complementares e dos factores externos relacionados com a imagem de destino. Numa segunda fase, procurou-se ter a perspectiva dos actores envolvidos, do lado da oferta (agentes institucionais e proprietários de restaurantes) e do lado da procura (turistas). Finalmente, elaborou-se um conjunto de propostas de política para o desenvolvimento turístico da sub-região.

A informação foi recolhida através da pesquisa de dados secundários, observação directa e por via de entrevistas, junto a 19 entidades institucionais e inquéritos, a 88 proprietários de restaurantes e a 350 turistas.

A análise dos dados realizada permitiu concluir que o Minho-Lima dispõe de um importante potencial turístico, fruto da variedade e singularidade dos seus recursos, da melhoria nas acessibilidades e nas infra-estruturas turísticas. Contudo, ficou, igualmente, evidenciado o facto dos municípios (e dos agentes privados) continuarem a ignorar a possibilidade de desenvolverem estratégias conjuntas e de colaborarem no desenvolvimento turístico da sub-região.

Ao nível dos turistas, obtivemos informação relevante para que os operadores turísticos e decisores públicos possam avaliar a consistência da estratégia de aproveitamento dos recursos, bem como tomar decisões mais informadas em termos de promoção dos produtos e serviços do destino turístico.

Com o diagnóstico realizado e as recomendações de política propostas pretende-se contribuir para o desenvolvimento sustentado do turismo na sub-região em estudo.



# Tourism as integrator strategy of local resources: the Minho-Lima sub-region case

## ABSTRACT

Tourism has had an increasing role in the development programmes of the rural areas and, in the case of certain remote and economic lagged territories, it is one of the best placed sectors to achieve this goal. This role of tourism activity has to do, namely, with the possibility of profiting from the endogenous resources of these territories.

The research has attempted to clarify the role of tourism in the Minho-Lima development, a territory of rural nature. The methodology followed relies on a three-stage process. In a first stage, the catalogue and evaluation of the tourist resources of the municipalities of the sub-region were made, as well as the analysis of the complementary elements and the external factors related with the destination image. In a second stage, taking a supply side approach, the perspective of the involved actors (institutional agents and restaurant owners) was analysed. The same way, from the demand side perspective, the opinion of tourists was considered. Finally, a set of policy proposals was elaborated for the tourist development of the sub-region.

Data was collected using either secondary information from different organisms or through direct observation. Interviews and surveys were also conducted to: 19 institutional entities, in the first case and 88 restaurant owners and 350 tourists, in the second one.

The data analysis has led us to the conclusion that the Minho-Lima has an important tourist potential. This has to do with the variety and singularity of its resources and by the improvement in its accessibilities and tourist infrastructures. However, it was equally evidenced that the municipalities (and private agents) continue to ignore the possibility of establishing joint promotion of the area or of developing any sort of substantive tourist collaboration.

From the results we got from the survey to tourists, important information was gathered that should be used by tourist operators and public decision makers in order to evaluate the consistency of the strategy they are following in terms of profiting from those resources. This information should inform the decisions of those agents regarding the promotion of tourist destination, according to the set of products and services available.

As a final goal of this thesis, we present some policy recommendations. With these recommendations it is intended to contribute to the sustained development of tourism in the sub-region in study.





# ÍNDICE GERAL

<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>1</b>
<b>PARTE I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO .....</b>	<b>5</b>
<b>1 DESAFIOS DO TURISMO A NÍVEL DO DESENVOLVIMENTO .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 Controvérsias em torno do desenvolvimento .....</b>	<b>5</b>
1.1.1 Desenvolvimento e crescimento .....	5
1.1.2 Desenvolvimento nacional, regional e local .....	7
1.1.3 Políticas de desenvolvimento numa perspectiva funcionalista vs territorialista .....	8
<b>1.2 Paradigma do desenvolvimento endógeno.....</b>	<b>9</b>
1.2.1 Origem e raízes teóricas .....	9
1.2.2 Principais características.....	12
1.2.3 Políticas .....	14
1.2.4 Modelos de estruturação económica subjacentes .....	16
1.2.5 Diferenças relativamente à teoria do crescimento endógeno.....	20
<b>1.3 Turismo enquanto estratégia de desenvolvimento.....</b>	<b>24</b>
1.3.1 Utilização dos recursos locais.....	24
1.3.2 Efeitos e repercussões.....	26
1.3.3 Sustentabilidade.....	29
1.3.4 Características e objectivos a nível local .....	31
1.3.5 Diferentes graus de relevância do turismo.....	32
1.3.6 Importância da cooperação entre actores.....	34
<b>2 DETERMINANTES DO TURISMO .....</b>	<b>39</b>
<b>2.1 Evolução histórica das viagens e do turismo .....</b>	<b>39</b>
2.1.1 Principais etapas e características .....	39
2.1.2 Conceitos e definições básicas.....	45
2.1.3 Formas e categorias de turismo .....	49
<b>2.2 Turismo como um sistema .....</b>	<b>51</b>
2.2.1 Abordagem económica .....	51
2.2.2 Componentes básicas.....	54

<b>3</b>	<b>PLANEAMENTO TURÍSTICO E DESENVOLVIMENTO DE DESTINOS</b>	<b>63</b>
<b>3.1</b>	<b>Planeamento turístico</b>	<b>63</b>
3.1.1	Conceitos e obstáculos	63
3.1.2	Objectivos e características	68
3.1.3	Tipologias e actores	70
3.1.4	Processos e técnicas	74
<b>3.2</b>	<b>Formação e avaliação de um destino</b>	<b>76</b>
3.2.1	Processo de formação do destino	76
3.2.2	Avaliação do potencial turístico	85
3.2.3	Papel da imagem ou percepção do destino	103
<b>3.3</b>	<b>Modelos espaciais de regiões de destino</b>	<b>111</b>
3.3.1	Planeamento territorial	111
3.3.2	Instrumentos de planeamento	113
3.3.3	Modelos espaciais	113
 <b>PARTE II – ESTUDO EMPÍRICO: O TURISMO NA SUB-REGIÃO DO MINHO-LIMA</b>		 <b>121</b>
<b>4</b>	<b>METODOLOGIA DA INVESTIGAÇÃO</b>	<b>121</b>
<b>4.1</b>	<b>Objectivos</b>	<b>121</b>
<b>4.2</b>	<b>Técnicas de recolha e análise de dados</b>	<b>122</b>
4.2.1	Inventário dos recursos e avaliação do potencial turístico	122
4.2.2	Entrevistas aos agentes institucionais	123
4.2.3	Inquéritos aos operadores turísticos (restaurantes)	126
4.2.4	Inquéritos aos turistas	128
<b>5</b>	<b>RETRATO TERRITORIAL: O MINHO-LIMA</b>	<b>137</b>
<b>5.1</b>	<b>Caracterização socio-económica</b>	<b>137</b>
5.1.1	Delimitação geográfica	137
5.1.2	Demografia	139
5.1.3	Formação e educação	143
5.1.4	Estrutura socio-económica	145
5.1.5	Poder de compra	147
5.1.6	Acessibilidades	147

<b>5.2</b>	<b>Caracterização da oferta turística.....</b>	<b>150</b>
5.2.1	Recursos .....	151
5.2.2	Alojamento e restauração .....	158
5.2.3	Estrutura institucional.....	164
<b>6</b>	<b>ÍNDICE DO POTENCIAL TURÍSTICO E ANÁLISE DA IMAGEM DE DESTINO .....</b>	<b>169</b>
<b>6.1</b>	<b>Cálculo do índice de potencial turístico.....</b>	<b>169</b>
6.1.1	Factor recursos.....	170
6.1.2	Factor acessibilidades.....	175
6.1.3	Factor equipamentos.....	178
6.1.4	Resultado final.....	182
<b>6.2</b>	<b>Análise da imagem.....</b>	<b>184</b>
6.2.1	Folhetos .....	185
6.2.2	Páginas <i>web</i> .....	188
<b>7</b>	<b>AUSCULTAÇÃO DOS ACTORES ENVOLVIDOS E DOS TURISTAS..</b>	<b>191</b>
7.1	Agentes institucionais.....	191
7.2	Operadores turísticos: a restauração.....	196
7.3	Turistas.....	200
<b>8</b>	<b>CONTRIBUTOS DE ESTRATÉGIA PARA O DESENVOLVIMENTO TURÍSTICO DA SUB-REGIÃO .....</b>	<b>209</b>
<b>8.1</b>	<b>Diagnóstico/Análise das debilidades e potencialidades .....</b>	<b>209</b>
8.1.1	Debilidades e ameaças.....	209
8.1.2	Forças e oportunidades .....	212
<b>8.2</b>	<b>Estratégia proposta .....</b>	<b>214</b>
	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>219</b>
	<b>BIBLIOGRAFIA .....</b>	<b>223</b>
	<b>ANEXOS .....</b>	<b>247</b>



## Índice de Quadros

Quadro 3.1 – Recursos por categoria e hierarquia.....	93
Quadro 3.2 – Factores de ponderação dos recursos turísticos de Leno Cerro.....	94
Quadro 3.3 – Factores de ponderação dos recursos turísticos com base na procura.....	94
Quadro 3.4 – Factores de ponderação dos recursos turísticos com base na oferta.....	95
Quadro 3.5 – Métodos de medição da imagem do destino.....	109
Quadro 3.6 – Modelos de viagem turística.....	114
Quadro 3.7 – Modelos estruturais .....	116
Quadro 3.8 – Modelos de evolução .....	117
Quadro 4.1 – Listagem de entrevistas realizadas .....	124
Quadro 4.2 – Restaurantes contactados.....	127
Quadro 4.3 – Perfis/Alternativas de escolha .....	132
Quadro 5.1 – Indicadores geográficos do Minho-Lima, 2005 .....	139
Quadro 5.2 – Evolução da População Residente do Minho-Lima, 1991-2005 .....	140
Quadro 5.3 – Evolução da densidade populacional, por município, 1991-2005.....	142
Quadro 5.4 – População residente, por grupos etários e indicadores da população, por município, 2005.....	142
Quadro 5.5 – População Residente, segundo o nível de ensino atingido, em 2001 e taxa de analfabetismo, 1991e 2001 .....	143
Quadro 5.6 – Evolução da população activa, por município, 1991-2001 .....	145
Quadro 5.7 – População empregada, segundo os sectores de actividade económica, 2001 .....	146
Quadro 5.8 – Indicador do Poder de compra, <i>per capita</i> , 2005 .....	147
Quadro 5.9 – Recursos turísticos, valores relativos .....	151
Quadro 5.10 – Recursos Histórico-Monumentais, de especial interesse.....	156
Quadro 5.11 – Estabelecimentos hoteleiros segundo a categoria, Julho de 2005 .....	159
Quadro 5.12 – Capacidade de alojamento segundo a categoria, Julho de 2005.....	159
Quadro 5.13 – Número de estabelecimentos e camas, na modalidade de TER, Julho de 2005 .....	161
Quadro 5.14 – Número de estabelecimentos e de camas por grandes categorias, Julho de 2005 .....	162

Quadro 5.15 – Número de restaurantes e respectiva capacidade, 2005 .....	164
Quadro 5.16 – Área e subáreas promocionais do Porto e Norte de Portugal .....	166
Quadro 6.1 – Recursos por categoria e hierarquia, no Minho-Lima .....	171
Quadro 6.2 – Factores de ponderação dos recursos turísticos com base na procura....	172
Quadro 6.3 – Factores de ponderação dos recursos turísticos com base na oferta.....	173
Quadro 6.4 – Factor recursos, por município .....	174
Quadro 6.5 – Factor recursos, por categoria de recurso .....	175
Quadro 6.6 – Factor acessibilidades, por município .....	177
Quadro 6.7 – Infra-estruturas turísticas, por município.....	179
Quadro 6.8 – Equipamentos comerciais, por município .....	180
Quadro 6.9 – Equipamentos recreativos-desportivos, por município .....	180
Quadro 6.10 – Factor equipamentos, por município .....	182
Quadro 6.11 – Índice de Potencial Turístico, por município.....	183
Quadro 6.12 – Folhetos .....	185
Quadro 7.1 – Factores de êxito e de dificuldades no desenvolvimento turístico no Minho-Lima.....	195
Quadro 7.2 – Utilidades estimadas e importância dos atributos (total dos inquiridos)	201
Quadro 7.3 – Perfil/Alternativa de escolha preferida.....	202
Quadro 7.4 – Perfil/Alternativa de escolha menos preferida.....	203
Quadro 7.5 – Utilidades estimadas e importância dos atributos (estrangeiros).....	203

## Índice de Figuras

Figura 2.1 – Sistema funcional do turismo.....	52
Figura 2.2 – Sistema do turismo.....	53
Figura 3.1 – Processo de formação do destino.....	77
Figura 3.2 – Processo de formação da imagem do destino.....	105
Figura 3.3 – Factores determinantes da imagem do destino.....	107
Figura 3.4 – Modelo de Mariot de fluxos turísticos entre duas localidades.....	115
Figura 5.1 – NUT's III integradas no Norte de Portugal.....	138
Figura 5.2 – Municípios do Minho-Lima.....	138
Figura 5.3 – Acessibilidades no Minho-Lima.....	148
Figura 5.4 – Infra-estruturas de ligação rodoviária entre Portugal e Espanha – localização e estado das intervenções em curso, em 31/12/2005.....	149
Figura 5.5 – Estabelecimentos de TER, por município, Julho de 2005.....	162
Figura 5.6 – Regiões Turístico-Promocionais, DGT (1974) e Áreas Promocionais, ICEP Portugal (1998).....	165
Figura 6.1 – Plano Rodoviário Nacional (PNR): Portugal.....	176
Figura 6.2 – Plano Rodoviário Nacional: Minho-Lima.....	176
Figura 7.1 – Importância dos atributos.....	202
Figura 7.2 – Características do recurso <i>Praias</i> .....	204
Figura 7.3 – Características do recurso <i>Rios</i> .....	205
Figura 7.4 – Características do recurso <i>Áreas Naturais</i> .....	205
Figura 7.5 – Características do recurso <i>Património Histórico</i> .....	206
Figura 7.6 – Características do recurso <i>Artesanato</i> .....	206
Figura 7.7 – Características do recurso <i>Festas</i> .....	207
Figura 7.8 – Características do recurso <i>Gastronomia</i> .....	207





## Índice de Anexos

Anexo 1 – Guião das entrevistas aos actores institucionais .....	249
Anexo 2 – Listagem de alguns factores de sucesso e dificuldades no desenvolvimento turístico no Minho-Lima.....	250
Anexo 3 – Inquérito aos restaurantes .....	251
Anexo 4 – Inquérito aos turistas .....	253
Anexo 5 – Survey to tourists .....	257
Anexo 6 – Encuesta a los turistas .....	261
Anexo 7 – Questionnaire aux touristes.....	265
Anexo 8 – Regressão linear para estimar os factores de ponderação do factor recursos, atendendo à sua natureza .....	269
Anexo 9 – Recursos turísticos dos Arcos de Valdevez .....	271
Anexo 10 – Recursos turísticos de Caminha .....	275
Anexo 11 – Recursos turísticos de Melgaço .....	279
Anexo 12 – Recursos turísticos de Monção .....	283
Anexo 13 – Recursos turísticos de Paredes de Coura .....	287
Anexo 14 – Recursos turísticos de Ponte da Barca .....	291
Anexo 15 – Recursos turísticos de Ponte de Lima .....	295
Anexo 16 – Recursos turísticos de Valença .....	301
Anexo 17 – Recursos turísticos de Viana do Castelo.....	305
Anexo 18 – Recursos turísticos de Vila Nova de Cerveira .....	311
Anexo 19 – Infra-estruturas rodoviárias no Minho-Lima .....	315
Anexo 20 – Valor das infra-estruturas turísticas (alojamento), por município .....	317
Anexo 21 – Valor dos restaurantes, por município .....	319



## Introdução

O turismo tem vindo a ganhar um espaço crescente nas propostas de desenvolvimento que têm sido delineadas com o fim de contribuir para a resolução da crise que afecta a maioria das áreas rurais. Contudo, apesar das perspectivas de evolução do sector turístico serem animadoras, é fundamental que o seu crescimento seja efectuado de forma sustentada, quer a nível económico, quer a nível ambiental.

Neste sentido, será crucial que os esforços sejam orientados para a criação de produtos e serviços turísticos inovadores e diversificados, para o reforço das parcerias estratégicas e para a preservação do equilíbrio ambiental e a valorização do património cultural. De alguma forma, poder-se-á dizer que o turismo precisa desconcentrar-se e diversificar-se, aproveitando o potencial das regiões e configurando produtos turísticos alternativos (Cadima Ribeiro *et al.*, 2001). Nesta acepção, o sucesso da actividade turística prende-se de perto com os recursos locais, na sua expressão quantitativa e qualitativa.

Esta perspectiva fundamenta-se no paradigma do desenvolvimento endógeno, que surgiu no final dos anos 70/início dos anos 80 do século passado como uma reacção aos modelos e às políticas regionais tradicionais. De facto, a política regional tradicional, assente numa estratégia de “cima para baixo”, num modelo de crescimento concentrado e orientado para a redistribuição espacial das actividades económicas, utilizando, para tal, recursos exteriores à área assistida, vai sendo progressivamente substituída, como refere Vázquez-Barquero (1995), por uma orientação de “baixo para cima”, que procura ultrapassar os desequilíbrios regionais através do apelo não só a factores externos mas, também, aos recursos próprios dos territórios. Esta nova estratégia sustenta a ideia de que o desenvolvimento económico não tem de ser necessariamente polarizado e concentrado nas grandes cidades, podendo ser difuso se houver capacidade para utilizar com eficácia os recursos endógenos e as competências dos territórios.

A própria expressão “desenvolvimento endógeno” (ou “desenvolvimento a partir de baixo”) espelha, na opinião de Polèse (1998a, p.218) “a esperança de o próprio meio local poder iniciar um processo de desenvolvimento que dê origem a uma economia regional próspera, baseada nas iniciativas e nos conhecimentos técnicos (no “saber-fazer”) dos habitantes e das empresas da região”. Existe, assim, a convicção de que as mulheres e os homens de determinado território dispõem de capacidade para desencadear as adaptações mais adequadas às alterações do mercado internacional e,

partindo das suas potencialidades e objectivos, orientar o processo de desenvolvimento local.

Assiste-se, assim, a mudanças na conceptualização do desenvolvimento económico, reconhecendo-se a importância desempenhada pelos sistemas produtivos locais nos processos de mudança e crescimento e do próprio território, com um papel activo nos mesmos.

Esta nova interpretação do desenvolvimento destaca o papel dos agentes locais, como as instituições, públicas e privadas, a administração local, as empresas e os próprios habitantes, que intervêm no processo de transformação económica e social.

As fontes de desenvolvimento residem, deste modo, na própria população, no seu sentido de comunidade e, talvez mais importante que tudo, no seu espírito de inovação e iniciativa (Polèse, 1998b).

A investigação que aqui se empreende vai situar-se metodologicamente neste paradigma, considerando que a actividade turística constitui uma forma de aproveitamento dos recursos endógenos do território, participando no processo de desenvolvimento local ao integrar-se na organização global do seu sistema produtivo e não funcionando como uma prática isolada, individual ou autónoma.

A consideração deste contexto e a consciência do excessivo investimento promocional feito no turismo do sol e praia, em Portugal, e correspondente défice de empenho noutros produtos, porventura menos massificados mas, seguramente, portadores de progresso numa lógica de desenvolvimento mais sustentável e mais equilibrado territorialmente, bem como a constatação da relativa ausência de estudos nesta área, e, nomeadamente, em regiões essencialmente rurais, são as principais razões que justificam o interesse pelo presente tema de investigação e que pretende analisar o desenvolvimento da sub-região do Minho-Lima, no que ao turismo se reporta.

Assim, tendo presente a notável riqueza em património natural e construído neste território – integra o Parque Nacional Peneda-Gerês, o Oceano Atlântico, os rios Minho e Lima, para além de outras áreas de interesse para a conservação e valorização da natureza e dispõe de todo um conjunto de monumentos religiosos, casas senhoriais, vestígios romanos e pré-históricos, etc. – pretende-se, com este trabalho, contribuir para clarificar o papel do turismo no desenvolvimento regional, em particular no Minho-Lima. Deste modo, foram definidos como objectivos específicos deste trabalho:

- adquirir um melhor conhecimento das questões do turismo e, concretamente, em áreas não consolidadas, como é o caso do Minho-Lima;

- avaliar globalmente a área em estudo (Minho-Lima) em termos do seu potencial turístico, identificando as diferenças entre a realidade existente e as oportunidades que se vislumbram;
- avaliar o modelo turístico existente, isto é, fazer o diagnóstico da situação actual, em termos turísticos;
- propor uma estratégia de intervenção para o Minho-Lima.

Para atingir os objectivos propostos, a presente investigação desenrolou-se em três fases. A primeira fase, consistiu na pesquisa bibliográfica e documental, com o objectivo de evidenciar certos aspectos do fenómeno estudado, abrir pistas de reflexão e alargar horizontes de leitura que ajudaram a tomar consciência e a delimitar o objecto de estudo.

Na segunda fase, de modo a identificar a situação existente em termos turísticos, procedemos, numa primeira etapa, à avaliação do potencial turístico dos municípios do Minho-Lima e dos factores externos relacionados com a imagem de destino e, numa segunda etapa, procurámos ter a perspectiva dos actores económicos e dos turistas, procedendo à realização de entrevistas a um painel de agentes institucionais e de inquiridos a operadores turísticos (restaurantes) e a turistas.

Por fim, elaborámos um conjunto de propostas de política para o desenvolvimento turístico da sub-região.

Mantendo presente os objectivos propostos, organizou-se o trabalho em oito capítulos. No capítulo 1 apresenta-se uma abordagem teórica à problemática do desenvolvimento, onde se evidencia o paradigma do desenvolvimento endógeno enquanto fundamento científico da investigação, avançando-se, depois, para o estudo da actividade turística como uma forma de aproveitamento dos recursos, analisando o seu contributo para o desenvolvimento. Abordam-se, também, algumas questões actuais que se colocam ao desenvolvimento desta actividade, nomeadamente a questão da sustentabilidade e da cooperação entre os actores envolvidos.

No capítulo seguinte faremos uma abordagem sucinta da evolução do turismo e apresentaremos alguns conceitos, para uma melhor leitura e enquadramento do trabalho. Ainda neste capítulo o turismo é apresentado como um sistema, de forma a serem analisadas as suas componentes a partir da visão integral da actividade.

Uma vez definidos os conceitos e a possibilidade de estudar a actividade turística no

âmbito dos processos de desenvolvimento local, o capítulo terceiro abordará a questão do planeamento da actividade turística. Assim, após um enfoque inicial no planeamento turístico, centramo-nos nas componentes ou elementos a analisar num processo de formação e avaliação de um destino. Deste modo, apresentam-se os elementos que formam um destino planeado, distinguindo os elementos internos, por um lado, apresentando os instrumentos de avaliação do potencial e as medidas de planeamento básicas e, por outro, os elementos que denominamos identificativos do destino, relacionados com a imagem ou percepção do destino. Os instrumentos de planeamento e os modelos espaciais de regiões de destino proporcionados pela literatura são, igualmente, analisados.

O capítulo 4 apresenta a metodologia usada na aplicação empírica exposta nos quatro últimos capítulos.

Assim, no capítulo 5 procura-se realizar um retrato da sub-região do Minho-Lima, em primeiro lugar, apresentando a realidade socio-económica do território, com o intuito de ter uma visão geral da área a estudar e, depois, descrevendo a sua oferta turística, de forma sucinta, uma vez que a sua análise mais detalhada será apresentada e efectuada no capítulo seguinte.

No capítulo 6 analisamos os recursos com interesse turístico resultantes da elaboração de um inventário e, posteriormente, procedemos à sua avaliação, para em conjunto com as acessibilidades e os equipamentos de que a sub-região dispõe se estabelecer o índice de potencial turístico. Segue-se a análise da imagem do destino.

Com o capítulo 7, a partir da realização das entrevistas e inquéritos a diversos actores, procura-se analisar o seu empenho e envolvimento ao nível do desenvolvimento turístico, bem como avaliar as preferências da procura, em termos de recursos turísticos.

No último capítulo é feita uma reflexão sobre as insuficiências detectadas a partir da análise dos dados recolhidos e apresentadas algumas propostas de política para o desenvolvimento turístico da sub-região.

O trabalho termina com as principais ilações do estudo e a identificação de algumas linhas de investigação futura.

## **Parte I – Enquadramento teórico**

### **1 Desafios do turismo a nível do desenvolvimento**

Não constituindo objectivo deste trabalho aprofundar as questões do desenvolvimento e da análise regional, mas enquadrar o estudo de uma actividade concreta, o turismo, na temática do desenvolvimento económico de um território, procurando sublinhar o papel activo deste e dos seus recursos, neste capítulo procura-se abordar o papel do turismo como estratégia de desenvolvimento local.

Neste sentido, depois de uma breve discussão sobre o conceito de desenvolvimento, será apresentado o paradigma no qual vamos enquadrar cientificamente o nosso trabalho, o paradigma do desenvolvimento endógeno, na medida em que se considera que a actividade turística constitui uma forma de aproveitamento dos recursos próprios do território. Por fim, o turismo é apresentado como uma das actividades que melhor pode aproveitar os recursos dos territórios e constituir-se num importante factor de desenvolvimento, dependendo das especificidades de cada região e da maior ou menor relevância que lhe é atribuída.

#### **1.1 Controvérsias em torno do desenvolvimento**

O conceito de desenvolvimento não é isento de controvérsia uma vez que este está relacionado com outros conceitos como os de bem-estar, crescimento e progresso.

Apesar de não ser nosso objectivo centrar-nos nesta discussão, procuraremos reflectir um pouco sobre os principais pontos comuns e diferenças entre estas noções, ocupando-nos, sobretudo, da evolução do conceito de desenvolvimento.

##### **1.1.1 Desenvolvimento e crescimento**

Apesar do conceito de desenvolvimento diferir do de crescimento, as relações entre eles são tão fortes e estreitas que a tarefa de os distinguir se torna, por vezes, difícil (Diniz, 2006, p.33). De acordo com o autor, pode mesmo dizer-se que “há uma sintonia entre os dois conceitos, enquanto o processo se encontra a aprender a dar os primeiros passos” (Diniz, 2006, p.33).

Contudo, embora partilhem o mesmo objectivo principal – a promoção do bem-estar das

populações através da criação de riqueza – são, contudo, díspares no que se reporta à forma e aos meios utilizados para o alcançar.

Assim, como refere Rosado (1997, p.19), “enquanto o crescimento utiliza a produção como um elemento quase ditatorial em relação aos seus objectivos, o desenvolvimento, embora tenha, obviamente, objectivos de progresso económico, dá particular atenção a aspectos de qualidade, nomeadamente: de vida, de ambiente, de bem-estar, de preservação e utilização racional de recursos, muitas vezes à custa de uma evolução menos positiva do PIB”.

Deste modo, por crescimento entende-se o aumento da dimensão de uma dada unidade económica (região, país, conjunto de países), aumento medido em geral pela quantidade de bens e serviços produzidos num dado período de tempo, reportado ao número de habitantes. Por desenvolvimento entende-se o conjunto de transformações no sistema económico e no tipo de organização que condicionam o aumento sustentado do produto real. Por outras palavras, enquanto o crescimento se refere ao aumento quantitativo da riqueza ou do produto *per capita*, a ideia de desenvolvimento inclui uma melhoria qualitativa na economia através de uma melhor utilização dos recursos, de inovações tecnológicas, melhor divisão social do trabalho, etc.

Neste enquadramento, apresenta-se o entendimento de Simões Lopes (1983a, p.452), que define desenvolvimento como “acesso das pessoas, onde quer que vivam, aos bens e serviços que lhes devem satisfazer as necessidades básicas, bem como o acesso às “oportunidades” do nosso tempo, cuja gama se deseja sempre crescente, muitas de ordem qualitativa, e não deixando de nelas incluir, naturalmente, o emprego”.

Na mesma linha de pensamento, Hilhorst (1969, p.22) define desenvolvimento regional como o aumento do bem-estar de uma região expresso em determinados indicadores como, por exemplo, o rendimento *per capita*, o acesso a serviços sociais e a sistemas administrativos e judiciais adequados.

Importa ressaltar que, não se entendendo desenvolvimento apenas como desenvolvimento económico, não se descarta a importância da sua componente económica. Reconhece-se, contudo, como refere Goulet (cf. Simões Lopes, 1983a, p.453), que o desenvolvimento é de natureza eminentemente social e não admite menosprezo de aspectos qualitativos, sendo a ele inerentes os conceitos de justiça, liberdade, dignidade, respeito, inconciliáveis com a existência de níveis elevados de desigualdade.



Por tudo isto, não restam dúvidas que o desenvolvimento é um conceito muito mais abrangente do que crescimento. De facto, o desenvolvimento aparece, de acordo com Turcotte (cf. Diniz, 2006, p.37), num contexto de crescimento e progresso, aliando às dimensões económica e política destes, as dimensões social e cultural, em que a ética condiciona o próprio desenvolvimento.

### **1.1.2 Desenvolvimento nacional, regional e local**

Como defende Simões Lopes (1983b, p.233), o desenvolvimento tem de ser para as pessoas, não para algumas mas para todas, onde quer que vivam.

A variável espaço não pode, assim, deixar de ser considerada na análise, uma vez que explicitamente se tem em conta, no conceito de desenvolvimento, o local onde as pessoas vivem. Segundo Simões Lopes (1983a, p.452 e 1997, p.127) é a consideração desta variável que permite que se adjective o desenvolvimento de regional/local, embora admita que não possa haver desenvolvimento nacional que não seja desenvolvimento regional/local, a menos que nos abstraíssemos da componente espacial física em que se localizam as pessoas, os recursos e as actividades e nos limitássemos a pensar o desenvolvimento regional/local em termos de desenvolvimento da região ou da localidade, ideia totalmente ultrapassada, segundo Simões Lopes (1983b, p.231), já que a região não está isolada. De facto, as regiões são interdependentes, interagem (embora estes relacionamentos sejam, muitas vezes, desiguais) e esta rede de interdependências é absolutamente condicionadora do desenvolvimento. O desenvolvimento só faz sentido em termos concretos, reais e em função das pessoas, e em função das pessoas onde elas vivem (Simões Lopes, 1983b, p.231). Sendo assim, não faz sentido falar de desenvolvimento nacional e regional/local como se se tratassem de conceitos distintos.

Por outro lado, a conceptualização do desenvolvimento e, mais importante do que isto, a implementação de políticas conducentes ao desenvolvimento diferem consoante a zona geográfica em que ocorre, pelo que importa conhecer os diferentes problemas e oportunidades de cada país, região ou localidade, em particular. O diagnóstico e as respostas locais tomam formas diferentes em cada território em função das suas condições específicas, dos seus recursos (naturais e humanos), da abertura da economia local, da sua especialização produtiva e da sua capacidade de organização. Consequentemente, o conceito de desenvolvimento local vai ganhando importância e adquirindo uma relevância crescente nos trabalhos de investigação.

### **1.1.3 Políticas de desenvolvimento numa perspectiva funcionalista vs territorialista**

O conceito de desenvolvimento põe em confronto duas perspectivas que podem ser consideradas, simultaneamente, opostas e complementares: a funcionalista e a territorialista.

Na perspectiva funcionalista, o desenvolvimento é encarado de uma forma centralizada. Um dos pressupostos fundamentais é a difusão espacial do desenvolvimento, ou seja, advoga que o desenvolvimento é passível de se difundir no espaço. Contudo, admite como hipótese central que a população não tem, ou melhor, não se encontra capacitada para resolver as suas necessidades básicas, isto é, para ser desencadeadora do processo de desenvolvimento. Isto conduz à ideia de que as populações são “pobres de alma” e, portanto, precisam de um “grande educador” (Henriques, 1990). É generalizada a convicção de que o rápido crescimento económico só será possível através de um planeamento central e de um controlo da economia como um processo de “cima para baixo”, com ênfase na industrialização e na urbanização. A lógica nacional materializada no aparelho de Estado é apresentada como elemento fundamental da coordenação e ordenamento do território, e o seu objectivo principal é a obtenção do crescimento económico máximo. A coordenação e controlo dos agentes do poder central que estão nas regiões e municípios revelam-se determinantes para alcançar aquele objectivo.

Por sua vez, os territorialistas abordam o desenvolvimento numa perspectiva endógena. Defendem que as soluções que darão origem ao processo de desenvolvimento partem da mobilização das populações e das suas organizações. Portanto, o pressuposto fundamental é de que o desenvolvimento se realiza pela mobilização integral dos recursos endógenos; o desenvolvimento tem fundamentos internos à própria região, ao quadro territorial e supõe a criação de relações fortes entre os sectores. Neste contexto, o território representa “um *cluster* de relações sociais e, também um lugar onde a cultura local e outras características intangíveis se sobrepõem. É o lugar onde homens e empresas estabelecem relações, onde instituições públicas e locais intervêm para regular a sociedade” (Garofoli, 1992, p.4).

Esta abordagem implica um planeamento mobilizador que visa a participação activa da comunidade local. A concepção de desenvolvimento é “ascendente”, da mobilização de cada um dos indivíduos para o todo nacional.

O modelo de desenvolvimento defendido pelos territorialistas, embora surja como alternativo ao modelo de “cima para baixo” ou de concentração, analisado anteriormente, apresenta um elevado grau de compatibilidade como o mesmo, o que nos permite afirmar que o processo de desenvolvimento beneficiará se se incorporarem elementos de ambos.

## **1.2 Paradigma do desenvolvimento endógeno**

Tendo o nosso trabalho como elemento fulcral a temática do desenvolvimento económico de um território, centrando-nos na análise de uma actividade concreta, o turismo, e procurando sublinhar o papel activo deste território, iremos de seguida expor, de entre os paradigmas do desenvolvimento regional, o paradigma do desenvolvimento endógeno, por o considerarmos o que melhor se enquadra no nosso estudo.

### **1.2.1 Origem e raízes teóricas**

O surgimento, no final dos anos setenta/início dos anos oitenta do século XX, deste novo paradigma do desenvolvimento regional explica-se como uma reacção ao esgotamento dos modelos e políticas regionais tradicionais e constituiu uma das mudanças mais importantes que tiveram lugar na teoria do desenvolvimento económico nas últimas décadas.

De facto, o paradigma teórico dominante durante algum tempo (finais dos anos cinquenta, anos sessenta e setenta), no qual as estratégias de desenvolvimento e as políticas regionais se basearam, caracterizava-se por um crescimento polarizado, concentrado territorialmente e orientado para a redistribuição espacial da actividade económica e para a redução das diferenças regionais, utilizando, para tal, recursos exteriores à área que beneficiava de auxílio. O crescimento tornava-se possível pela contínua expansão de grandes empresas localizadas, sobretudo, em grandes centros urbanos, uma vez que a tipologia de inovação tecnológica, as políticas económicas, e a criação de infra-estruturas permitiu a formação de economias de escala e externas consideráveis (Garofoli, 1984, 1987 e 1992).

As relações nas grandes empresas e nas grandes áreas metropolitanas modificaram-se nos dois decénios seguintes, de 1970 a 1990, bem como se produziu uma transformação nas expectativas dos investidores, que procuravam agora uma maior flexibilidade social

e produtiva. Como resposta a estas mudanças, inverte-se a tendência territorial, assistindo-se a uma descentralização e redistribuição produtiva, levada a cabo através de processos de industrialização difusa e de desenvolvimento periférico (Garofoli, 1994). Assim, a incapacidade do modelo vigente de explicar a cada vez mais complexa redistribuição das actividades produtivas ao longo do território e a emergência de padrões autónomos de desenvolvimento em muitas regiões relativamente periféricas, progressivamente atraiu a atenção dos especialistas para a dimensão territorial do desenvolvimento, na medida em que se foram gerando processos de desenvolvimento significativamente diferentes directamente ligados às especificidades locais.

Deste modo, gradualmente, foi-se abandonando a aproximação de “cima para baixo”, ao mesmo tempo que foi ganhando força o enfoque de “baixo para cima”, orientado para o desenvolvimento económico das cidades e territórios, que procura ultrapassar os desequilíbrios através do recurso não só a factores externos mas, também, aos factores endógenos desse território (Vázquez Barquero, 1995 e 2001).

Neste contexto, o paradigma do desenvolvimento endógeno absorve diversas lógicas e visões do desenvolvimento, estando profundamente enraizado nos grandes paradigmas da teoria do desenvolvimento económico (Vázquez Barquero, 1999), com os quais partilha alguns conceitos e proposições, bem como se distancia noutras situações que iremos sublinhar numa breve discussão que faremos de seguida, considerando apenas os pontos que entendemos serem mais relevantes para o nosso estudo.

Começando com a teoria do *“big push”*, esta constitui uma das referências teóricas do desenvolvimento endógeno, partilhando com ela dois princípios: primeiro, que uma condição necessária para o desenvolvimento de uma cidade, município ou região é a existência de externalidades e, depois, que a criação de múltiplos mercados internos e, portanto, de economias externas, resulta de redes de empresas industriais.

Diferem, contudo, na medida em que o paradigma do desenvolvimento endógeno defende que o significativo não é a dimensão das empresas mas a existência de um sistema de redes internas (Becattini, 1997), com fortes relações, quer de cooperação quer de competitividade, e intercâmbios entre as empresas (Piore e Sabel, 1984) e em que a rede industrial é vista como uma forma de regulação e governação do sistema produtivo, que baseia a sua estabilidade no dinamismo do sistema de relações e intercâmbios existentes (Hakansson e Johanson, 1993).

Com o paradigma do crescimento dualista, partilha quer a hipótese da existência de uma

oferta de mão-de-obra abundante e barata quer, embora parcialmente, a tese de que, com frequência, o crescimento e a mudança estrutural de uma economia ocorre através de um processo de mudança progressiva da actividade produtiva, das actividades tradicionais para as actividades modernas (Vázquez Barquero, 1999). Defende, igualmente, que os processos de acumulação de capital e a mudança tecnológica são as forças que dinamizam o crescimento e a mudança estrutural das economias locais. Todavia, o paradigma do desenvolvimento endógeno distingue-se do paradigma do crescimento dualista ao advogar que o desenvolvimento local se pode estruturar em torno de qualquer tipo de actividade (agrária, industrial ou de serviços), sempre que as suas unidades de produção sejam competitivas nos mercados (Vázquez Barquero, 1988; Garafoli, 1992). Logo, sustenta que não existe um único caminho de desenvolvimento formado por diferentes etapas, que todas as economias teriam, obrigatoriamente, de passar, tal como o defendem os dualistas.

No que respeita à teoria da dependência, esta é uma interpretação cuja argumentação afasta a possibilidade do desenvolvimento local endógeno. No centro do conflito entre estas duas visões está o papel que as forças sociais que lideram os processos de desenvolvimento podem desempenhar. Enquanto o paradigma do desenvolvimento endógeno sustenta que o desenvolvimento de um território depende da dotação de recursos naturais e humanos existente e, sobretudo, da capacidade de resposta e de adaptação das empresas e das cidades e/ou regiões aos desafios que se apresentam em cada momento, a teoria da dependência afasta a possibilidade de controlo local dos processos de desenvolvimento mantendo que as empresas externas são dominantes nos processos de acumulação de capital.

Uma das referências teóricas obrigatórias do paradigma do desenvolvimento endógeno, com a qual partilha alguns princípios metodológicos chave, é a teoria territorial do desenvolvimento. Por um lado, têm a mesma concepção de espaço económico e de território, entendendo-o como uma trama de interesses de todo o tipo de uma comunidade territorial, que se foram formando historicamente como consequência das relações e vínculos de interesses dos seus grupos e actores sociais, da construção de uma identidade e de uma cultura própria que a diferencia de outras comunidades. Assim, o território pode ser percebido como um agente de desenvolvimento regional, sempre interessado em manter e defender a integridade e os interesses territoriais nos processos de desenvolvimento e mudança estrutural (Vázquez Barquero, 1999).

Por outro lado, ambos dão prioridade às acções de “baixo para cima” nas políticas de desenvolvimento, que proporcionem um conjunto de oportunidades de desenvolvimento às pessoas, aos grupos sociais e às comunidades organizadas territorialmente e que permitam mobilizar as suas capacidades e recursos. Uma diferença significativa entre estas abordagens reside no carácter mais auto-centrado do modelo proposto pela teoria territorialista, “correndo o risco de cair no localismo”, como refere Vázquez Barquero (1999, p. 68), enquanto o paradigma do desenvolvimento endógeno sugere um modelo aberto no qual as economias estão integradas nos sistemas de relações internacionais.

Desta discussão podemos reiterar a ideia de Arocena (1995), que apresenta o desenvolvimento endógeno como um conceito complexo, na medida em que “absorve” diferentes lógicas e visões do desenvolvimento.

### **1.2.2 Principais características**

Este novo modelo de desenvolvimento, “a partir de baixo” ou “endógeno”, sustenta a ideia de que o desenvolvimento económico é “um processo de crescimento e mudança estrutural, liderado pela comunidade local, que mediante a utilização do potencial de desenvolvimento existente no território conduz à melhoria do bem-estar da população” (Vázquez Barquero, 1999, p.52). De acordo com o autor, esta definição recolhe contribuições tão díspares, do ponto de vista metodológico, como são as de Coffey e Polèse (1984 e 1985) e as de Stöhr (1981 e 1985). Arocena (1995) acrescenta que o desenvolvimento endógeno é um processo em que o social se integra com o económico, ao conceber o local como um espaço no qual as iniciativas dos diversos sectores da sociedade organizada se tornam realidade, adquirindo uma dinâmica comum. Esta dinâmica resulta do facto das decisões de investimento tomadas pelos actores públicos e privados se orientarem para resolver os problemas locais, os das empresas e os da sociedade.

O modelo proposto apresenta, assim, as seguintes características (Stöhr, 1981; Vázquez Barquero, 1988 e 1999):

- i) o território é um agente de transformação social e não um mero suporte físico dos recursos e das actividades económicas, já que as empresas e os demais actores do território interactuam, organizando-se para desenvolver a economia e a sociedade;
- ii) o desenvolvimento potencial de uma área depende dos seus próprios recursos (trabalho, capital e recursos naturais), estendendo-se o conceito de recursos às

diferentes dimensões da qualidade de organização sócio-comunitária (mobilização política, coesão das estruturas sócio-comunitárias, solidariedade social, participação cultural, etc.);

- iii) oferece uma perspectiva, além de territorial (e não funcional), microeconómica (e não macroeconómica) e de produto (e não sectorial);
- iv) mostra-se relevante o protagonismo e actuação das administrações públicas, sobretudo da local, mas também da regional e central;
- v) é necessária a actuação conjunta dos agentes públicos e privados, através de uma “interacção colectiva”.

O paradigma do desenvolvimento endógeno consiste, portanto, de acordo com Vázquez Barquero (1999): numa aproximação territorial ao desenvolvimento, passando o território a ser entendido como um recurso de dimensões múltiplas, ao reflectir as interdependências entre factores ambientais, económicos, sociais e culturais; trata-se, também, de uma aproximação de baixo para cima, na medida em que considera que os agentes locais desempenham um papel central na definição, execução e controlo da política de desenvolvimento; e, por último, é uma interpretação orientada para a acção, ao impulsionar as comunidades locais a lançar iniciativas que lhes permitem enfrentar os desafios e problemas decorrentes do aumento da concorrência e da reestruturação produtiva, utilizando o potencial de desenvolvimento existente no território.

Na mesma linha, Garofoli (1992) refere que o desenvolvimento endógeno pode entender-se como: a capacidade de transformar o sistema socio-económico; a capacidade de reagir aos desafios externos; a promoção da aprendizagem social; e a habilidade de introduzir formas específicas de regulação social a nível local que facilitem as características supracitadas.

Deste modo, nos processos de desenvolvimento endógeno podem distinguir-se três dimensões principais, uma dimensão económica, outra sócio-cultural (Vázquez Barquero, 1988) e uma terceira dimensão político-administrativa (Stöhr, 1986b). A dimensão económica é caracterizada por um sistema específico de produção que permite aos empresários locais demonstrar a sua capacidade para utilizar eficientemente os factores produtivos de modo a serem competitivos nos mercados; a sócio-cultural exprime os aspectos específicos da estrutura sócio-económica, cultural e meio-ambiental dos diferentes territórios que servem de base ao processo de desenvolvimento

e se fortalecem no exercício da própria estratégia; por último, a político-administrativa que se instrumenta mediante as iniciativas locais e que permite criar as componentes de um meio envolvente inovador favorável à produção e ao desenvolvimento sustentável. A estas dimensões deveríamos acrescentar a territorial, “não só devido ao efeito espacial dos processos organizativos e tecnológicos, mas também porque cada localidade ou região é o resultado de uma história que foi configurando o seu entorno económico, institucional ... e que devemos ter em conta para o seu estudo” (Padín, 2004, p.24).

Para que a endogeneização do desenvolvimento ocorra, será necessário, portanto, que o fenómeno se apresente, como salienta Broisier (2001, p.5), em, pelo menos, quatro planos que se cruzam entre si. Em primeiro lugar, no plano político, a endogeneidade refere-se a uma crescente capacidade regional para tomar as decisões relevantes em relação a diferentes opções e estilos de desenvolvimento, e em relação ao uso dos respectivos instrumentos, ou seja, a capacidade de desenhar, executar e controlar as políticas de desenvolvimento. Segundo, no plano económico, a endogeneidade implica a capacidade do território para se apropriar e reinvestir localmente parte dos benefícios gerados pela sua actividade produtiva a fim de diversificar a economia, dando-lhe, ao mesmo tempo, uma base permanente de sustentação a longo prazo. Em terceiro lugar, a endogeneidade é também interpretada no plano científico e tecnológico, ou seja, refere-se à capacidade interna de um território gerar os seus próprios impulsos tecnológicos de mudança, capazes de provocar modificações qualitativas na área. Finalmente, no plano da cultura, apresenta-se como uma matriz geradora da identidade sócio-territorial, dando origem a um cenário que é ocupado por uma variedade de actores públicos e privados e instituições, de cuja interacção surge a sinergia necessária para o próprio desenvolvimento.

### **1.2.3 Políticas**

As políticas de desenvolvimento endógeno são, naturalmente, diferenciadas e dependem de cada situação em concreto, sendo certo, contudo, que procuram a valorização dos recursos locais. Vázquez Barquero (1995 e 2001) refere a possibilidade de agrupar este conjunto diverso de acções em três grandes áreas: uma destinada a melhorar as infra-estruturas físicas e o capital social (*hardware*), outra a suprir as carências e a melhorar os factores imateriais do desenvolvimento (*software*) e, por último, uma que procure fortalecer a capacidade organizativa do território (*orgware*).



No que se refere ao *hardware* do desenvolvimento local, sendo este constituído por todas as infra-estruturas que servem de base aos processos de transformação estrutural e que são instrumentos indispensáveis para o funcionamento do sistema produtivo, torna-se necessário a adopção de medidas que se destinem a melhorar as redes de transporte e comunicações (como a construção de pontes, de auto-estradas, etc.), a criar o condicionamento de solos para facilitar a implantação de empresas e a construir equipamentos sociais (como hospitais, escolas, ...).

Tratando-se, como refere Vázquez Barquero (1995, p.29), de acções típicas da política regional tradicional, os agentes locais terão, neste aspecto, um papel importante a desempenhar, incentivando o interesse e a intervenção das restantes autoridades administrativas, bem como mobilizando e actuando directamente no apoio a cidadãos e empresas locais.

Relativamente ao *software*, considerado um elemento diferenciador da nova política regional, é constituído por factores qualitativos e de carácter imaterial necessários ao desenvolvimento. Nesta medida, são de extrema relevância as medidas orientadas para a qualificação dos recursos humanos, o *know-how* tecnológico e inovador, a difusão de tecnologias, a capacidade de iniciativa existente, a informação nas empresas e nas organizações e a cultura de desenvolvimento da população. Neste domínio, destaca-se o papel de todo um conjunto de organismos locais de desenvolvimento que procuram apoiar grupos ou particulares da região que queiram promover o desenvolvimento económico e social, actuando ao nível da formação, assistência técnica, concertação, difusão de informação e inovações, financiamento das pequenas e médias empresas, etc., bem como intervindo em acções de carácter mais “social”, como seja a animação e a solidariedade.

No *orgware* reside o cerne da política de desenvolvimento endógeno, procurando-se desenvolver acções que permitam aperfeiçoar a capacidade de organização existente numa região para que esta possa responder eficazmente aos problemas e desafios que enfrenta. Neste sentido, uma das formas de intervenção consiste no reforço do associativismo e das redes locais de interacção através da promoção de acções concertadas ou de projectos de parceria que reúnam empresas e organizações territoriais. Como sublinha Vázquez Barquero (1995, p.31), “para poder alcançar as metas que os agentes locais se propuseram atingir, não basta ter concebido uma boa estratégia e encetar as acções mais convenientes. É necessário, também, *gerir a*

*estratégia e as iniciativas* e utilizar eficazmente os recursos humanos e financeiros disponíveis”. O *orgware* representa, assim, a capacidade das instituições e organizações locais desenhar, pôr em marcha e controlar toda a estratégia de desenvolvimento.

#### **1.2.4 Modelos de estruturação económica subjacentes**

Falar de desenvolvimento endógeno e interpretar o desenvolvimento económico local a partir de uma perspectiva territorial pode envolver uma variedade de modelos alusivos à aglomeração de empresas, sobretudo, de pequena e média dimensão, como por exemplo, a reelaboração dos distritos industriais, os sistemas produtivos locais e os meios inovadores.

Ressalta-se que não se tem a pretensão de explorar exaustivamente estes conceitos mas, apresentar apenas algumas características mais relevantes destes modelos que se filiam no paradigma do desenvolvimento endógeno (Amaral Filho, 2001). A ênfase que colocam sobre o local, valorizando os recursos e capacidades das regiões ajudará, também, a entender o enquadramento (que será feito nas secções seguintes) do turismo no desenvolvimento regional.

Embora os três modelos enunciados apresentem diferenças muito ténues, o que torna difícil a tarefa de distingui-los, é possível encontrar neles algumas singularidades.

Assim, com a emergência do paradigma do desenvolvimento endógeno e consequente importância do território, a partir de finais dos anos setenta/início dos anos oitenta do século passado, em resultado da revitalização daquelas economias locais e regionais cujos sistemas produtivos se articulavam em volta de redes de pequenas e médias empresas, assistiu-se à recuperação do conceito de **distrito industrial** de Marshall, realizada por Becattini (1979).

Definido como um sistema produtivo localizado geograficamente, onde se localiza um grande número de pequenas empresas que se dedicam à elaboração, nas suas distintas fases, de um produto homogéneo, formando um todo social e económico, o distrito industrial implica uma estreita inter-relação entre as esferas económica, social e política. O funcionamento de cada uma delas está determinado pela acção e organização das outras (Pyke e Sengenberger, 1993).

Deste modo, o êxito dos distritos não depende só do campo do económico; são, igualmente, importantes os aspectos mais amplos sociais e institucionais (Amaral Filho, 2001). Embora reconhecendo que qualquer definição de “distrito industrial” não estará

isenta de controvérsia, Becattini (1992, p.20) define-o como “uma entidade socioterritorial que se caracteriza pela presença activa de uma comunidade de pessoas e de uma população de empresas num determinado espaço geográfico e histórico”. Neste sentido, o conceito de distrito industrial “vai mais além da proximidade geográfica e especialização sectorial assinaladas por Marshall e inclui características como o domínio de pequenas empresas, uma estreita colaboração entre elas, concorrência através da inovação e não de salários, elevado grau de confiança entre empregadores e trabalhadores qualificados, prestação de serviços colectivos mediante a organização de sistemas de auto-ajuda e uma administração pública regional e local activa que reforça a capacidade inovadora da indústria local” (Larrea, 2003, p. 141).

Apesar de não existir um modelo único de distrito industrial, já que não há componentes definidas e características que façam destes sistemas uma forma de organização industrial que possa reproduzir-se à vontade em qualquer lugar, a experiência dos distritos industriais traz ensinamentos para o desenvolvimento de outros territórios (Vázquez Barquero, 1999). Os distritos industriais, compostos por empresas especializadas nas diferentes etapas do processo produtivo, conseguem coordenar um sistema integrado e viável mediante uma mescla de colaboração e concorrência. Assim, de acordo com Vázquez Barquero (2005, pp. 58-59), “a concentração de empresas num espaço delimitado, permite-lhes partilhar o mesmo mercado de trabalho, utilizar um conjunto de serviços públicos e sociais e vincular-se através do sistema de transportes e comunicações, o que favorece a redução dos custos médios das empresas e a utilização das economias de aglomeração que se formam na cidade”. Na opinião do mesmo autor, não reside na pequena dimensão das empresas o seu sucesso, como o defendem os mais utópicos, mas no sistema de relações que se estabelece entre elas, formando uma rede de empresas que tornam a organização da produção eficiente e competitiva. Por outro lado, “a proximidade física favorece os intercâmbios de produtos e de informação, o que propicia a redução dos custos de transacção entre as empresas e estimula a difusão do conhecimento, o que gera economias externas de carácter tecnológico nas empresas que pertencem ao distrito” (Vázquez Barquero, 2005, p. 60). Contudo, as vantagens de que gozam estas empresas não são de carácter permanente. À medida que a economia e as instituições de um território evoluem, os distritos mudam e transformam-se, sendo imperativo que se renovem, que reforcem a especialização através da diferenciação e da diversificação das suas actividades, que introduzam inovações e, sobretudo, fortaleçam

as estruturas institucionais.

Uma outra abordagem que tem no elemento territorial, como integrador de externalidades à produção, a componente central denomina-se **sistema produtivo local**. Entendido como um modelo de rede organizativa de empresas que partilham uma série de recursos e capacidades, que em termos individuais não possuiriam ou não poderiam adquirir, têm na cooperação uma opção estratégica para os conseguir, bem como uma alternativa ao mercado, menos custosa em termos de identificação, acesso e intercâmbio de bens, serviços e conhecimentos entre empresas.

A este respeito, sugere-se que o êxito competitivo dos territórios depende da aptidão para criar uma concentração de infra-estruturas, capacidades e tecnologia locais em campos específicos. Deste modo, para enfrentar a competitividade crescente, os territórios procuram ser diferentes dos seus concorrentes, com base nas suas capacidades endógenas e, concretamente, nas suas redes de empresas que acumulam um conhecimento tácito no que respeita à tecnologia, competências, produtos e processos. Aqui se depreende que uma variável-chave para explicar o desempenho das empresas reside no território no qual exercem as suas funções.

Por isso, reconhece-se que os sistemas produtivos locais desempenham um papel relevante nos processos de crescimento e mudança estrutural uma vez que, tal como as grandes empresas, impulsionam a formação de externalidades e, portanto, de rendimentos crescentes e desenvolvimento económico.

Os sistemas produtivos locais distinguem-se dos distritos industriais, principalmente, pelo facto da rede de empresas incluir não só pequenas e médias empresas mas também as de maior dimensão, bem como estas pertencerem a um conjunto diverso de ramos e não se concentrarem num único.

Tal como no caso dos distritos industriais, pelo facto do sistema produtivo local retratar processos de desenvolvimento local específicos, pode não ser possível exportá-lo com êxito para outras regiões, dado o papel activo fundamental desempenhado pelo território.

Continuando a considerar a importância dos recursos endógenos para o desenvolvimento, importa analisar a abordagem dos **meios inovadores** conceptualizada pelo grupo de investigação europeu GREMI (*Groupe de Recherche Européen sur les Milieux Innovateurs – Association Philippe Aydalot*). O trabalho destes investigadores permitiu redefinir a interpretação do desenvolvimento local, ao precisar a relação entre

o desenvolvimento e as novas tecnologias. O seu contributo mais original consiste em ter posto em evidência as relações entre o carácter espacial do desenvolvimento e o surgimento da mudança tecnológica no próprio território, associada ao saber-fazer local, à importância da I+D (investigação e desenvolvimento) e à valorização dos recursos humanos (Maillat, 1995; Vázquez Barquero, 2005).

A ideia é que os processos de inovação tecnológica tendem, de maneira natural, a concentrar-se espacialmente e, portanto, têm um carácter acumulativo. Localizam-se em determinados espaços que se convertem no *locus* de uma série de sinergias e inter-relações entre as empresas e as unidades de investigação, com efeitos expansivos na produção de bens e serviços.

Assim, o meio envolvente local seria formado por uma rede de actores locais e pelas relações que configuram o sistema produtivo, no qual os agentes económicos, sociais e políticos possuem modos específicos de organização e regulação, têm uma cultura própria e geram uma dinâmica de aprendizagem colectiva (Perrin, 1990; Crevoisier, 1993).

De acordo com Vázquez Barquero (2005, p. 86), existem, portanto, três aspectos que caracterizam os meios inovadores: o primeiro prende-se com a referência a um território, sem fronteiras precisas mas que forma uma unidade, não se limitando a ser um mero suporte dos recursos, das actividades produtivas e das relações económicas e sociais, mas sendo, sobretudo, o lugar no qual os actores locais se organizam, utilizam os recursos materiais e imateriais, e produzem e trocam bens, serviços e conhecimentos. O segundo aspecto diz respeito à rede formada pelos actores locais (habitantes, empresas, organismos públicos, poderes locais), que estabelecem vínculos de cooperação e interdependência através dos contactos e das relações sociais, comerciais, tecnológicas, políticas e administrativas entre eles. Por fim, importa salientar os processos de aprendizagem colectiva que lhes permitem responder às mudanças através da mobilidade do trabalho no mercado local, do intercâmbio de tecnologias, da provisão de serviços especializados, dos fluxos informais de informação sobre produtos e, também, sobre os códigos, linguagens, rotinas ou estratégias dos actores envolvidos.

Deste modo, a introdução da noção de meio inovador indica a necessidade de interpretar o desenvolvimento de novas tecnologias como um processo colectivo, em cuja organização a dimensão territorial pode desempenhar um papel crucial. Contudo, como referem Courlet e Pecqueur (1991), a inovação implica conhecimentos avançados e

saber-fazer específicos, que podem localizar-se externamente. Daí que se entenda o meio como um conjunto territorializado aberto ao exterior, implicando a sua análise a consideração da articulação entre as formas de organização baseadas no território e as redes extra-territoriais, nomeadamente internacionais.

Importa realçar que estes três modelos partem minimamente da noção de “economias externas *marshallianas*”, que têm na aglomeração industrial a sua fonte principal. Sendo certo que o conceito de “economias de aglomeração” também faz parte dos modelos tradicionais de desenvolvimento regional, o aspecto inovador dos novos modelos é considerarem que as “economias externas” são não só dinâmicas mas, também, provocadas conscientemente pela acção conjunta da colectividade local (Amaral Filho, 2001).

### **1.2.5 Diferenças relativamente à teoria do crescimento endógeno**

Face às limitações do modelo neoclássico de base para explicar alguns dos factos mais relevantes do crescimento económico, surgem nos meados dos anos 80 e nos anos 90 do século passado os modelos de crescimento endógeno, que pela sua relativa novidade e aproximação ao paradigma de desenvolvimento dominante neste estudo, importa abordar, ainda que de forma sucinta.

Estes modelos centram a sua análise nas fontes de crescimento, colocando a tónica no progresso técnico, entendido como o aumento da eficiência na utilização dos factores convencionais de produção.

Procuram explicar o crescimento de longo prazo (ou seja, o progresso técnico) a partir do comportamento dos agentes, através de mecanismos endógenos do sistema económico, o que lhe confere a designação de crescimento endógeno por oposição ao crescimento explicado, em Solow, pelo progresso técnico exógeno (Figueiredo *et al.*, 2005).

O crescimento endógeno corresponde, deste modo, à endogeneização do progresso técnico, constituindo uma das teses centrais, na generalidade dos modelos, a consideração do aumento do *stock* de conhecimentos como sendo o verdadeiro motor do crescimento (Vázquez Barquero, 1999; Figueiredo *et al.*, 2005; Capello, 2007).

Diversos modelos de crescimento endógeno têm sido propostos, diferenciando-se principalmente pelas fontes de crescimento consideradas (Dias, 1998, p.87):

- os rendimentos à escala constantes ou crescentes no investimento associados a externalidades positivas resultantes da acumulação de capital;
- o saber técnico ou científico resultado de uma actividade específica – a I&D;
- as competências dos trabalhadores (o capital humano), acumuladas por investimentos em educação;
- as infra-estruturas públicas. Os teóricos do crescimento endógeno, ao considerarem as infra-estruturas públicas como fonte de crescimento, procuraram inculcar a ideia de que o Estado pode desenvolver um conjunto de acções que contribuem directa ou indirectamente para a produtividade do sector privado. Aqui, destaca-se o fornecimento de infra-estruturas, a formação e conservação do capital humano e a garantia dos direitos de propriedade.

Não constituindo propósito deste epígrafe estudar com detalhe os diversos modelos de crescimento endógeno, iremos de seguida apresentar uma breve exposição de alguns destes modelos, procurando perceber o que acrescentam de novo à problemática em torno do crescimento.

Um primeiro tipo de modelos caracteriza-se pela consideração da existência de externalidades positivas associadas à acumulação (investimento) de um factor que é fonte de crescimento: o capital físico, no caso do primeiro modelo de Romer (1986), e o capital humano, no caso do modelo de Lucas (1988). Estas externalidades são responsáveis pela existência de rendimentos crescentes à escala na função de produção agregada, sendo que cada firma, individualmente considerada, enfrenta rendimentos constantes na sua função de produção (Dias, 1998; Figueiredo *et al.*, 2005). Deste modo, os modelos preservam as condições de concorrência perfeita dos mercados.

O primeiro modelo de Romer (1986) defende que os rendimentos crescentes (em termos agregados) na produção do *output* são originados pela existência de externalidades positivas associadas à acumulação de capital físico. A firma, ao acumular capital físico, acumula simultaneamente conhecimentos (aprendizagem pela prática), e beneficia as outras firmas dada a circulação de informação, uma vez que o conhecimento é considerado um bem público puro, não susceptível de apropriação total ou parcial pelos agentes que o produzem.

No modelo de Lucas (1988), é a existência de externalidades positivas associadas à acumulação de capital humano (considerado uma variável acumulável, a um ritmo

endógeno) que é fonte de rendimentos crescentes à escala. Ao conceber que o grau de conhecimentos dos membros de uma sociedade é potenciado pelos contactos pessoais com os restantes membros, faz com que a produtividade dos factores utilizados numa economia varie com o nível médio de capital humano existente nessa economia.

Estes modelos, ao admitirem a existência de externalidades positivas ligadas à acumulação do factor de produção que é fonte de crescimento, defendem que cada firma, quando acumula o factor, aumenta quer a sua produtividade quer a de todas as outras firmas existentes na economia, uma vez que consideram o factor em causa um bem público puro, verificando-se um aumento da produtividade global da economia, sem recurso a progresso técnico exógeno (Dias, 1998).

A crítica mais relevante apontada a este tipo de modelos, de acordo com o próprio Romer (1994), relaciona-se com a questão de tratarem a tecnologia e os seus avanços como um bem público puro. Esta hipótese é considerada por Romer como bastante irreal, só sendo admitida para preservar a condição de concorrência perfeita, e a sua superação está na origem do surgimento de outros tipos de modelos.

De facto, um outro tipo de modelos de crescimento endógeno, mais recente, abandona esta hipótese de concorrência perfeita, procurando explicar o crescimento de longo prazo através da modelização explícita dos comportamentos de inovação e desenvolvimento das empresas, num quadro de concorrência monopolística, no qual os produtores detêm algum poder de mercado (pelo menos parcial ou temporário). Estas acções das empresas, em termos de criação de tecnologias e sua utilização, são intencionais, o que permite atribuir ao conhecimento técnico o papel de motor do crescimento (Dias, 1998; Figueiredo *et al.*, 2005; Capello, 2007)

Exposta, ainda que parcialmente, a teoria do crescimento endógeno, importa ter presente que pontos em comum e que diferenças apresenta relativamente à teoria do desenvolvimento endógeno, dada a importância desta última para o nosso estudo.

Em comum, de acordo com Vázquez Barquero (1999), têm o facto de considerarem que os sistemas produtivos detêm um conjunto de factores que possibilitam às economias locais e regionais desencadear processos de crescimento, que nem sempre as conduzem à convergência, justificando-se, portanto, políticas regionais e industriais. Por outro lado, atribuem prioridade à identificação dos factores e dos mecanismos que favorecem os processos de crescimento e mudança estrutural e não tanto se existe ou não



convergência entre as economias, quando se analisa a sua dinâmica. Defendem, igualmente, que o crescimento se produz em resultado das melhorias de produtividade originadas pela introdução progressiva de inovações, de carácter endógeno, no processo produtivo.

Quanto às diferenças, e ainda de acordo com Vázquez Barquero (1999), as duas teorias partem de pressupostos diferentes quanto às condições em que se produzem os processos de crescimento. Ao contrário da maioria dos defensores da teoria do crescimento endógeno, que considera o crescimento económico como um modelo de equilíbrio móbil de tipo neoclássico, a teoria do desenvolvimento endógeno entende-o como um processo caracterizado pela incerteza e aleatoriedade, condicionado pelas características de mudança do mercado e pelas decisões dos actores.

Por outro lado, a teoria do desenvolvimento endógeno destaca o papel que o território assume nos processos de desenvolvimento, em oposição à visão funcional da teoria do crescimento endógeno. Assim, reconhece que o território conta nas decisões de investimento e localização das empresas, e que adopta uma postura de actor e não de mero receptor da tomada de decisões dos agentes externos, em virtude da especificidade dos recursos, do conhecimento técnico acumulado e das formas flexíveis de organização da produção. Igualmente importante para os teóricos do desenvolvimento endógeno é o tipo de organização das empresas, que deve ser flexível. Como consequência, as empresas poderão, constantemente, transformar os seus sistemas de produção, a sua organização interna e a sua relação com as restantes empresas, em virtude da introdução e difusão de inovações, contribuindo para a dinâmica económica.

Por fim, também relativamente à concepção do processo de inovação, os entendimentos são divergentes. Para os teóricos do desenvolvimento endógeno, a inovação resulta de um complexo sistema de mecanismos de retro-alimentação entre os actores que fazem parte do sistema regional/local de inovação, obedecendo, portanto, a um processo interactivo entre empresas e mercado, produtores de conhecimento e empresas, empresas e utilizadores e os próprios departamentos da empresa.

Por seu lado, a teoria do crescimento endógeno apresenta a inovação como o resultado de um processo hierarquizado e linear, onde os passos que vão desde a descoberta científica e a invenção até à inovação se dão sucessivamente, sendo cada uma destas funções desempenhadas por instituições e organizações diferentes.

### **1.3 Turismo enquanto estratégia de desenvolvimento**

Uma vez apresentado o paradigma no qual vamos situar metodologicamente o nosso trabalho, passaremos a analisar a actividade turística como uma forma de aproveitamento dos recursos endógenos, enquadrando-a neste contexto, dado que o desenvolvimento do turismo depende das especificidades de cada região, só sendo viável quando existem recursos locais que garantam uma vocação turística.

Deste modo, nesta secção procuraremos apresentar o turismo como uma das actividades que melhor pode aproveitar aqueles recursos, sejam eles naturais, humanos, históricos ou culturais (Cunha, 1997) e constituir-se num importante factor de desenvolvimento, sobretudo para as regiões desfavorecidas, quando salvaguardadas as condições e exigências indispensáveis nos domínios das infra-estruturas económicas e sociais, do meio ambiente, do património, do uso dos solos e das tensões sócio-culturais (Baptista, 1990).

Importará, ainda, ter presente que as incidências do turismo no desenvolvimento regional estão amplamente relacionadas com a maior ou menor relevância atribuída a esta actividade.

Para finalizar esta secção, abordar-se-ão algumas questões actuais que se colocam ao desenvolvimento desta actividade, nomeadamente a questão da sustentabilidade e da cooperação entre os diversos actores envolvidos.

#### **1.3.1 Utilização dos recursos locais**

O turismo enquanto actividade económica tem sido analisado por diversos autores (Figuerola, 1985; Bull, 1994; Salvá *et al.*, 1994; Cunha, 1997; Sinclair e Stabler, 1997; Vera, 1997; Pardellas e Padín, 2001) como um importante instrumento de desenvolvimento local, destacando-se o seu duplo papel de actividade geradora de rendimento e emprego, bem como o facto de servir de motor de desenvolvimento de outros sectores económicos.

Consequentemente, o turismo tem vindo a ganhar um espaço crescente nas propostas de desenvolvimento que recentemente foram delineadas e implementadas com o fim de tentar resolver a crise generalizada que afecta muitos territórios, nomeadamente, os menos favorecidos.

Contudo, para que o turismo possa constituir-se num instrumento de desenvolvimento destes territórios, será crucial um esforço por parte das diferentes regiões na criação de

produtos e serviços turísticos inovadores e diversificados, o reforço das parcerias estratégicas de actuação e o investimento no equilíbrio ambiental e na valorização do património cultural. O turismo precisa desconcentrar-se e diversificar-se, aproveitando o potencial das regiões e configurando, portanto, produtos turísticos alternativos (Cadima Ribeiro *et al.*, 2001).

Esta ideia tem, também, suporte na circunstância de, nas últimas décadas, uma nova geração de turistas ter apresentado tendência para uma diversificação crescente, quer qualitativa quer quantitativamente, ao nível da procura turística. De facto, o clima criado por uma sociedade em constante mudança, ecologicamente mais consciente, que procura uma nova qualidade de vida, orientada para um contacto mais estreito com a natureza e com o património cultural das regiões visitadas e consciente dos efeitos negativos do turismo de massas, proporcionou as bases para a diversificação das actividades e produtos turísticos. Observa-se que o mercado se encontra a evoluir muito rapidamente em direcção a novos produtos e segmentos, abrindo um vasto leque de oportunidades, se analisarmos esta questão sob o ponto de vista da oferta. Podemos, assim, dizer que hoje em dia é possível desenvolver um sem número de produtos turísticos que são atractivos para algum segmento relevante da procura.

Em termos locais, isto implica que qualquer território dispõe de recursos virtualmente interessantes para oferecer e, por outro lado, sendo relevante para o sucesso da actividade turística em determinado território a consideração dos seus recursos locais, estes são, por definição, endógenos, constituindo o seu potencial de desenvolvimento. Sendo assim, é coerente que uma determinada comunidade territorial possa estruturar uma oferta turística local que actue como um importante factor de desenvolvimento (Pardellas e Padín, 2004a). Contudo, a actividade turística só fará parte do processo de desenvolvimento local quando se integrar na organização global do sistema produtivo e não quando implementada como uma prática isolada, individual ou autónoma (Padín, 2004).

A consideração da actividade turística como uma estratégia apoiada na valorização dos recursos endógenos enquadra-se na análise apresentada anteriormente. De facto, se pensarmos numa actividade que use os recursos próprios, endógenos, com vinculações a montante e a jusante, este será o caso da actividade turística que utiliza os recursos do território, fazendo-o de forma tanto mais eficiente quanto o seu planeamento seja correcto e integre as restantes actividades produtivas locais.

Embora possamos encontrar exemplos em que a actividade turística não apresenta vínculos de nenhum tipo com a economia local ou estes são escassos (e os exemplos são muitos), isto acontece quando é concebida como uma actividade de enclave e a partir de um planeamento exógeno. Entendemos, contudo, que com um planeamento e organização adequadas os vínculos existem e são claros, importando também referir que a abordagem que pretendemos fazer não se centra em grandes projectos turísticos, mas naqueles em que esta vinculação com o território exista, ou seja, em que o desenvolvimento se construa com os recursos próprios e a partir destes.

### **1.3.2 Efeitos e repercussões**

De acordo com Cunha (1997), o contributo do turismo para o desenvolvimento regional é, efectivamente, um dos efeitos mais evidenciados e que melhor corresponde aos anseios das populações localizadas em territórios economicamente desfavorecidos.

As razões que levam a que o turismo seja um motor de desenvolvimento económico são, de acordo com vários autores, entre os quais Cunha (1997), Vogeler Ruiz e Hernández Armand (1997) e Bote Gómez (2001), de vária ordem.

Por um lado, o turismo produz movimentos de capitais e de rendimentos das regiões mais para as menos desenvolvidas e provoca exportações de bens e serviços através da compra de produtos da região receptora por parte dos visitantes, bem como o próprio consumo feito por estes no local, exportações estas que, de outro modo, não se verificariam.

Por outro lado, esta actividade implica investimentos que, numa primeira fase, se centram na reabilitação e construção de infra-estruturas turísticas, alargando-se depois a outros equipamentos. Estes últimos, nomeadamente infra-estruturas e equipamentos sociais, que dificilmente seriam construídos noutras circunstâncias que não envolvem-se o desenvolvimento turístico da área (designadamente por questões de dimensão), beneficiam a população local e permitem a instalação de outras actividades que acrescem à produção local.

O turismo contribui, ainda, para a dinamização, diversificação e modernização da produção local, isto porque o consumo turístico se caracteriza pela sua heterogeneidade e arrasta simultaneamente, de forma directa ou indirecta, distintos sectores. Não sendo a incidência do turismo na produção somente directa, os sectores directamente estimulados arrastam outros sectores, gerando efeitos indirectos ou multiplicadores na

produção e emprego, que dependem da propensão a comprar ou utilizar os produtos locais pelo consumo turístico. Neste ponto, é de destacar a possibilidade que o turismo proporciona de recuperar e revigorar produções agrícolas e artesanais que, de outro modo, tenderiam a desaparecer.

Por fim, é de referir que o desenvolvimento do turismo é uma fonte geradora de emprego, quer directo (em resultado, por exemplo, da construção de um hotel e seu posterior funcionamento, bem como de agências de viagem, restaurantes, etc.), quer indirecto ou induzido (neste caso, as empresas empregadoras não são turísticas mas são fornecedoras do sector). Os postos de trabalho gerados por esta actividade vão depender do grau de desenvolvimento turístico da região (inclusivamente, em termos de qualificação da mão-de-obra existente), sendo de realçar que em áreas rurais, sobretudo nas primeiras etapas do desenvolvimento, os empregos criados na maioria das actividades directamente influenciadas pela procura turística são reduzidos, em virtude da flexibilidade da gestão familiar destas actividades. Importa, contudo, reter que permite a estabilização e consolidação do emprego destas famílias, evitando ou travando a sua emigração.

Em termos económicos, e de forma simplificada, podemos agregar estes efeitos gerados pelo turismo em directos, indirectos e induzidos (Barreto, 1995; Cunha, 1997; Valls, 2003). Os efeitos directos resultam das despesas efectuadas pelos turistas na aquisição de bens e serviços turísticos e em empresas de apoio. Os efeitos indirectos decorrem da despesa efectuada pelas empresas que proporcionam esses bens e serviços na compra de bens e serviços de outro tipo, utilizando para tal o dinheiro que foi trazido pelo turista. Numa terceira etapa de circulação do dinheiro do turista estão os efeitos induzidos, que são constituídos pelas despesas realizadas por aqueles que receberam o dinheiro dos prestadores dos serviços turísticos e similares.

Como qualquer actividade económica, o turismo pode apresentar inconvenientes que vão desde gerar inflação, ocorrendo estes aumentos de preço quer ao nível do mercado imobiliário quer o nível dos restantes produtos de consumo corrente; provocar tensões no mercado de trabalho; implicar a utilização excessiva de infra-estruturas insuficientes; desarticular a produção tradicional em alguns lugares onde é introduzido; criar dependência de empresas procedentes do exterior, quando a capacidade financeira local é fraca; entre outros.

No entanto, não podemos esquecer, como refere Milani, (2002), que o turismo é muito

mais que um fenómeno económico; tem repercussões sobre a base cultural (diálogos inter-culturais, relações sociais de hospitalidade), parte de uma herança histórica (o património arquitectónico e histórico) e desenvolve-se num meio ambiente determinado (efeitos ecológicos e ambientais sobre a paisagem natural). Consequentemente, para além dos efeitos económicos gerados pelo turismo, deveremos considerar os efeitos sócio-culturais e os ambientais.

Em termos de impactes sócio-culturais, o turismo funciona como um incentivo à reabilitação e conservação do património histórico que, de outra forma, poderia até mesmo desaparecer, passando a constituir atracções para os turistas, e permite uma tomada de consciência da salvaguarda e respeito pela arquitectura local, muitas vezes subavaliada pela população autóctone (Baptista, 1990; Bote Gómez, 2001).

A actividade turística pode, também, actuar como um importante factor de valorização de hábitos, tradições e costumes, que podem perder-se caso não se opte por promover as particularidades e diferenças da cultura típica local.

Igualmente relevante é o papel do turismo no processo de promoção do contacto e diálogo entre diferentes culturas, a do “visitante” e a do “visitado”, normalmente portadores de saberes, códigos de valores e estilos de vida distintos. Assim, e no caso do turismo cultural, Pereiro Pérez (2003, p.246) refere que, enquanto os visitantes evadem as suas preocupações, os residentes locais podem estabelecer pontes de comunicação não estereotipada com estes, contribuindo para um encontro intercultural não assimétrico, educativo e profundamente convivencial.

Apesar destes efeitos positivos, há que pensar-se que, também aqui, podem ocorrer consequências nefastas associadas, por exemplo, ao perigo do “folclorismo turístico”, que implicaria a negação das singularidades locais ou, ainda, e menos visível, da “fusão de culturas”, habitualmente com clara vantagem para a cultura dominante, a do turista (Pizam e Mansfield, 1999). Sempre que os valores alheios substituem os valores locais ou sempre que se adoptem figurinos estranhos, descaracterizando uma região, produz-se a uniformização, reduzindo ou eliminando as diferenças, que constituíam a sua força competitiva (Cunha, 1997). O turismo pode, ainda, ser um factor de marginalização das populações locais e um veículo de tensões sociais quando concebido sem integrar os valores locais e sem fazer participar as populações nos seus benefícios (Cunha, 1997).

Em termos ambientais, o turismo, quando bem planeado e controlado, pode ajudar a manter e a melhorar o meio ambiente natural de várias formas (Baptista, 1990; Valls,

2003): estimulando as populações e as autoridades para uma tomada de consciência do valor do seu meio ambiente; ajudando a justificar e a financiar a conservação de importantes áreas naturais (algumas delas sem características particularmente atractivas), de lugares arqueológicos e históricos como atracções turísticas; contribuindo para melhorar a qualidade meio-ambiental das áreas através do controlo do ar, da água, da poluição sonora, de problemas de lixo, uma vez que os turistas desejam visitar lugares atractivos, limpos e não contaminados.

No entanto, entre o turismo e o ambiente natural existem, não raras vezes, relações contraditórias, gerando-se numerosos efeitos negativos que se produzem quando o seu planeamento não é o mais adequado: intensa urbanização em determinadas áreas e construções pouco integradas; consequentemente, contaminação da água e do ar, problemas com o tratamento dos resíduos sólidos, ruído, congestionamento, pressão especulativa sobre os terrenos agrícolas, erosão das costas, entre outros.

Embora pareça um paradoxo, o principal e quase único prejudicado pelos problemas que gera é o próprio turismo (Boullón, 2000). De facto, quem vai sofrer com os erros que, por vezes, se cometem na exploração turística são os recursos naturais e culturais, os próprios turistas e as empresas de serviços, bem como os centros e corredores turísticos a eles ligados. Deste modo, de forma a potenciar os benefícios e a minimizar os problemas associados ao desenvolvimento do turismo é necessário definir alternativas ou estratégias de desenvolvimento turístico que impliquem uma utilização responsável do espaço, harmonizando os interesses do próprio turismo, do meio ambiente e da comunidade local (Vera, 1997; Bote Gómez, 2001).

### **1.3.3 Sustentabilidade**

Visto pela perspectiva do desenvolvimento, o turismo é uma das actividades melhor colocadas para assegurar a revitalização do tecido económico, sendo tanto mais forte quanto conseguir aproveitar os recursos, a história, as tradições e a cultura de cada região. O turismo constitui-se como factor de pluri-actividade, através da dinamização de um conjunto de outras actividades económicas que dele são tributárias e que com ele interagem.

O turismo, ainda que não possua uma dimensão considerável em determinadas áreas, pode, assim, dar uma contribuição valiosa para a sua sustentabilidade.

Isto pode ser constatado não só em termos financeiros mas também em termos de emprego, de conservação do meio ambiente, de impulso à reabilitação do património artístico e cultural, entre os efeitos positivos mais evidentes (Vera, 1997).

Contudo, o turismo, como qualquer actividade económica, também pode provocar impactes negativos. De facto, ao envolver um elevado número de pessoas, recursos, infra-estruturas, etc., pode causar a deterioração do meio ambiente bem como problemas sócio-culturais nas áreas turísticas onde se desenvolve.

Portanto, o desafio que se coloca ao turismo consiste em compatibilizar o crescimento desta actividade que gera riqueza e bem-estar, com a utilização racional e duradoura dos seus recursos, de modo a sustentar no tempo, no espaço e de forma participada os processos de crescimento (Silva e Perna, 2002).

Este desafio revela-se, ainda, mais premente na medida em que o turismo tem no meio natural um dos seus principais recursos, cuja preservação é condição necessária para a continuidade e evolução desta actividade.

O conceito de “sustentável” ou “sustentabilidade” surge, assim, como um elemento de referência em qualquer política de planeamento turístico.

Deste modo, o turismo tem de ser concebido e praticado segundo os princípios do desenvolvimento sustentável, de forma a assegurar a continuidade da actividade, a manutenção do património natural e cultural e a satisfação do turista e da comunidade local, através do estabelecimento de parcerias entre agentes públicos e privados. A sustentabilidade, como referem Silva e Perna (2002), engloba, assim, múltiplas dimensões que vão desde a melhoria do bem-estar do turista e da comunidade receptora, até à protecção e valorização do património e promoção do crescimento e competitividade das empresas.

Embora não exista um modelo ideal de desenvolvimento sustentável, uma vez que os sistemas económicos, sociais, políticos e os próprios recursos naturais, variam de lugar para lugar, Donaire (1998, p.65) aponta sete princípios básicos que identificam um modelo de desenvolvimento turístico sustentável – planeamento, integração, abertura, dimensão, participação, perdurabilidade e viabilidade:

- i) turismo planeado – o planeamento turístico envolve o estudo aprofundado da situação presente e futura e a tomada de decisões com base em informação sobre variáveis económicas, ambientais, sociais e culturais que intervêm no processo turístico;
- ii) turismo integrado – o turismo deve ter em conta a identidade do lugar onde se



desenvolve: a arquitectura, as pessoas, as festividades, a gastronomia, etc., integrando a riqueza cultural e económica do espaço receptivo;

iii) turismo aberto – o turismo sustentável é, essencialmente, uma estratégia de âmbito local, aberto ao seu território, de modo que os espaços naturais próximos, as localidades vizinhas possam integrar a sua oferta turística;

iv) turismo dimensionado – o turismo sustentável deve ser dimensionado, temporal e espacialmente, o que permitirá reduzir a sazonalidade e assegurar a reabilitação do território e a qualidade da experiência turística;

v) turismo participativo – o turismo sustentável é uma estratégia que tem de ser assumida por todos os agentes que intervêm no processo turístico, o que implica a sua participação activa;

vi) turismo duradouro – o turismo sustentável, ao compatibilizar o crescimento económico com a preservação do meio ambiente e a identidade local, assegura a sua continuidade a médio e longo prazo.

Assim, se um destino emergente pretende evitar que os problemas económicos, sociais e ambientais sejam potenciados com o desenvolvimento da actividade turística, impedindo-o de se posicionar no mercado de forma diferencial e, portanto, competitiva, deve planear, desde logo, a integração do turismo num marco de sustentabilidade.

#### **1.3.4 Características e objectivos a nível local**

Como referido anteriormente, para que o crescimento do sector turístico se efectue de forma sustentada, será indispensável conjugar três elementos diferentes: os naturais; os sócio-culturais e os económicos.

Consequentemente, na definição do modelo ou estratégia de desenvolvimento turístico devem considerar-se os seguintes objectivos que Bote Gómez (2001) estabeleceu para o turismo rural, mas que podem ser estendidos a qualquer estratégia turística a nível local:

- compatibilizar a conservação e o desenvolvimento dos recursos turísticos pois, dispondo uma área de um património natural e sócio-cultural importante, o desenvolvimento turístico tem de respeitar a integridade dos seus recursos (paisagem atractiva, tranquilidade e repouso, arquitectura popular, etc.) de tal forma que a sua utilização deve evitar quer o extremismo proteccionista ou estático quer o ‘desenvolvimento produtivista’, pois ambos provocam uma degradação ou destruição dos recursos e impedem uma utilização responsável do espaço.

- face à oferta concentrada e de grande escala, característica da estratégia turística implementada na maioria das áreas litorais, procura-se a criação de uma oferta (de alojamento e recreações) não concentrada e de pequena escala, mas coordenada a nível local e comercial (por razões de promoção, comercialização e gestão).
- para além do intercâmbio económico, necessário para rendibilizar os investimentos, a estratégia deve estimular o contacto e potenciar um autêntico diálogo entre a população local e os visitantes, mediante um conjunto de actividades de animação sócio-cultural.
- este tipo de turismo tem de ser organizado e gerido pela população local, o que é possível, pois trata-se de uma oferta de pequena escala e, além disso, é necessário porque desta forma consegue-se um desenvolvimento autónomo e não dependente e optimizam-se os benefícios directos e indirectos do turismo. O turismo, portanto, não deve ser gerido por um reduzido número de empresários e intermediários que não pertençam à comunidade local. Pelo contrário, é necessário contar com o consentimento e participação da sociedade que, por sua vez, terá de fazer um esforço de consenso e cooperação com o objectivo de facilitar as complexas tarefas que o desenvolvimento e conservação dos recursos turísticos implicam.

Deste modo, qualquer implantação de uma estratégia de desenvolvimento turístico local deve reger-se, segundo Vera (1997), pelas seguintes características ou princípios: uso sustentável dos recursos; revitalização das economias locais; qualidade de desenho e de gestão; integração da população local; desenvolvimento planeado e controlado, que implique a não massificação, e um baixo impacte e, definitivamente, a sustentabilidade.

### **1.3.5 Diferentes graus de relevância do turismo**

Considerado por vários autores, entre os quais Amaral Filho (1996), como apresentando um perfil ideal dentro de uma estratégia de desenvolvimento endógeno sustentada, o turismo consegue, deste modo, conjugar vários elementos importantes para o desenvolvimento local ou regional. Assim, implica forças sócio-económicas, institucionais e culturais locais, um grande número de pequenas e médias empresas locais, ramificadas por diversos sectores e subsectores; trata-se de uma indústria limpa; exige flexibilização; origina um alto grau de multiplicação do rendimento local e a globalização da economia local através do fluxo de valores e de informações nacionais e estrangeiras, sem que essa globalização gere um efeito “trade-off” relativamente ao

crescimento da economia local.

Contudo, apesar do turismo ter potencialidades enquanto instrumento de desenvolvimento regional, podendo gerar maiores rendimentos na região do que outras actividades económicas, as possibilidades que oferece não são idênticas para todos os territórios e nem todos podem basear no turismo o seu desenvolvimento. Para alguns, assume uma importância vital, para outros, é um factor de desenvolvimento e, para outros, constitui um mero adjuvante com maior ou menor expressão, consoante as condições existentes (Cunha, 1997). Deste modo, a participação do turismo no desenvolvimento regional pode assumir, de acordo como o mesmo autor (1997, p.284), o carácter de:

- i) desenvolvimento integrado – quando se elege o turismo como sector estratégico. Sendo assim, as actividades a desenvolver devem ser compatíveis com o turismo, não podendo afectar o seu crescimento e, quando o afectem negativamente, terão de se subordinar às suas exigências de crescimento equilibrado. Embora não monopolize o processo de desenvolvimento, o turismo surge como seu promotor dominante.
- ii) desenvolvimento catalítico – quando o turismo assume um papel complementar enquanto factor de desenvolvimento, resultando esta funcionalidade da sua compatibilização com as restantes actividades económicas, algumas das quais lhe são pré-existentes.
- iii) desenvolvimento crístico – quando as actividades turísticas podem ser úteis ao desenvolvimento regional e constituem um meio de diversificação da actividade económica, mas não o influenciam.

Estas diferentes opções de desenvolvimento turístico regional justificam-se porque: “primeiro, o turismo não pode ser encarado como uma panaceia - para o turismo ser consistente é indispensável a existência de valores mínimos que o justifiquem; segundo, na maior parte das regiões, o turismo não é a actividade alternativa de desenvolvimento e, nestes casos, as actividades turísticas devem ser concebidas como estímulo e adjuvantes e não como base principal; terceiro, os equipamentos e os modelos de desenvolvimento turístico têm de ser programados em função de características e valores regionais e não pela adopção de modelos alheios e quarto, o turismo tem de respeitar os recursos naturais e culturais existentes e ser factor de valorização.” (Cunha, 1997, p.286).

### **1.3.6 Importância da cooperação entre actores**

Um dos factores estratégicos do desenvolvimento económico em geral, e do desenvolvimento turístico, em particular, é a existência de redes de cooperação entre as empresas e as instituições, na medida em que facilitam a partilha, quer de recursos, quer de conhecimentos e formas de actuação, bem como a convergência de esforços, estimulando a dinâmica económica e o desenvolvimento (Vázquez Barquero, 1999 e 2005).

De facto, no que ao turismo diz respeito, a coordenação não só entre as empresas mas também entre estas, instituições públicas e privadas, revela-se fundamental.

Neste sentido, quando um território pretende definir uma estratégia de desenvolvimento turístico, um dos pontos a privilegiar será a construção ou dinamização da capacidade organizativa dos seus agentes económicos, sociais e das suas instituições. Deste modo, quando apoiadas em redes formais ou informais, as instituições e as organizações tornam-se mais flexíveis e receptivas às mudanças (Vázquez Barquero, 1999).

Contudo, nos destinos não consolidados, é natural depararmo-nos com empresas pequenas, familiares, pouco ou nada coordenadas e escassamente competitivas (Rodríguez Carro, 2006). Sendo assim, e uma vez que estas relações e vínculos não se criam nem se desenvolvem de forma autónoma e indiferenciada, sendo produto de uma sociedade, da sua evolução histórica, gerando-se progressivamente (Bercial e Timón, 2005; Vázquez Barquero, 2005), importa fomentar esta cooperação.

A criação de uma rede de colaboração implica uma postura e um comportamento cooperativo entre empresas que normalmente concorreriam entre si, assim como entre agentes e organizações que se encontram vinculados não só por relações económicas, mas também geográficas, sociais e culturais. Daí que, normalmente, este compromisso entre actores requer que “uma ou várias instituições específicas desempenhem um papel motor nas relações institucionais” (Gilly e Pecqueur, 1998, p.505).

Assim, muitas empresas, sobretudo de pequena e média dimensão, que tinham uma forma de actuação baseada no isolamento, têm agora a necessidade e a preocupação em vincular-se a outras empresas em rede (Cândido *et al.*, 2000).

Por rede entende-se “o sistema de relações e/ou contratos que vinculam as empresas/actores entre si, cujo conteúdo pode referir-se a bens materiais, informação ou tecnologia” (Vázquez Barquero, 1999, p.98). Por outras palavras, como refere Saviotti (2000, p.19), “as redes são constituídas pelo conjunto de actores e pelas relações que os

unem”.

As redes podem tomar formas muito diversas, dando origem a múltiplas terminologias, que Cadima Ribeiro e Freitas Santos (2003, pp. 9-14) sistematizaram em: rede social, rede intra-empresarial, rede inter-empresarial e rede institucional.

A **rede social** diz respeito às relações estabelecidas no decurso do desenvolvimento de uma actividade económica num determinado sector, como resultado da amizade e confiança mútua que possa existir entre empresários e indivíduos.

Este tipo de rede permite, através de conversas informais, trocarem-se informações e opiniões sobre oportunidades de negócio e tendências de mercado, bem como sobre a realidade económica e social do território onde actuam.

Quando as relações se estabelecem entre os diversos parceiros funcionais de uma empresa (como por exemplo, clientes e fornecedores ou parceiros estratégicos) com vista a reduzir custos, trocar recursos e informações sobre negócios, e inclusive, formar alianças estratégicas contra outras empresas, designam-se **redes intra-empresariais**.

As formas de cooperação que podem ser estabelecidas entre uma empresa e entidades privadas (como câmaras de comércio, bancos, consultores, etc.) através de informação prestada, apoio financeiro concedido ou outro tipo de processo de negócio, dão origem às chamadas **redes inter-empresariais**.

Por fim, a **rede institucional** diz respeito ao conjunto de relações que empresas podem estabelecer com órgãos governamentais (locais, regionais e nacionais).

Convém, ainda, referir que, à excepção da rede social, normalmente resultante de relações informais, as restantes redes (intra-empresarial, inter-empresarial e institucional) compreendem um conjunto de relações que podem ser de carácter formal ou informal.

Como sustentam Planque (1991) e Monsted (1995), as **redes formais** estão bem explícitas, têm objectivos precisos, definidos e programados, relativos a pessoas ou organizações concretas. Já as **redes informais** resultam de relações de carácter casual, episódico, sem objectivos específicos e permanentes.

Estas redes, ao facilitarem a recolha e selecção da informação sobre recursos, tecnologias e mercados, permitem a redução de custos, a melhoria dos resultados económicos e uma maior eficácia nas decisões de investimento. Proporcionam, igualmente, a necessária flexibilidade às empresas para responder às mudanças induzidas pelo aumento da concorrência e globalização (Vázquez Barquero, 1999 e

2005).

Neste contexto, a capacidade de organização dos agentes converteu-se num factor estratégico no desenvolvimento turístico de um destino, em particular de um destino não consolidado. De facto, revela-se fundamental a existência de cooperação entre os vários actores, empresas e associações empresariais, associações de desenvolvimento, instituições de Ensino, Administração Pública Central, Regional e Local, etc., para o sucesso do destino. Esta cooperação deverá assentar na confiança, na partilha de conhecimentos, de informações e de experiências, na procura de consensos quanto a prioridades e objectivos, o que nem sempre é possível de alcançar.

Importa ter presente que, para além de criar um sistema de relações e envolvimento entre as empresas e as instituições locais públicas e privadas, importa sensibilizar a população local para as novas formas de funcionamento e desenvolvimento de um destino. Deste modo, o desenvolvimento equilibrado e competitivo de novos destinos implica contar com todos os sectores e grupos da população, na medida em que um destino só será inovador se for percebido pelo conjunto da sociedade, quer participe ou não economicamente do sector (Bercial e Timón, 2005).

Neste capítulo apresentou-se uma abordagem teórica à problemática do desenvolvimento, onde se evidenciam algumas controvérsias em torno deste conceito, nomeadamente a sua distinção relativamente ao crescimento, a adjectivação do desenvolvimento de nacional, regional e local e as perspectivas funcionalista e territorialista no que concerne às políticas a adoptar, centrando-nos, depois, no paradigma do desenvolvimento endógeno enquanto fundamento científico da investigação.

Este paradigma, que surge no final dos anos setenta/início dos anos oitenta do século passado como reacção ao esgotamento dos modelos e políticas regionais tradicionais, constitui uma das mudanças mais importantes que tiveram lugar na teoria do desenvolvimento económico nas últimas décadas. De entre os aspectos diferenciadores relativamente a outros modelos, importa realçar o facto do paradigma do desenvolvimento endógeno considerar o território não como um simples reflexo da actividade produtiva mas, também, como um espaço de transformação social com uma identidade económica, social e cultural própria, onde a iniciativa e o espírito de

inovação locais são fundamentais para o seu próprio desenvolvimento.

Neste contexto, considerou-se importante analisar a actividade turística com base nas ferramentas proporcionadas por esta abordagem.

Desta forma, o turismo é apresentado como uma actividade que envolve um conjunto de recursos que constituem a sua base fundamental de desenvolvimento, recursos esses centrados no património natural e histórico, que não podem ser “importados”, correspondendo ao conceito de endógenos/intrinsecamente ligados a um território.

Apesar do turismo ser considerado como uma das actividades que melhor pode aproveitar estes recursos, constituindo um importante factor de desenvolvimento, deve ser encarado como um fenómeno não apenas económico. De facto, esta actividade tem repercussões sobre a base cultural, parte de uma herança histórica e desenvolve-se num meio ambiente determinado. Consequentemente, para além dos efeitos económicos gerados pelo turismo, devemos considerar os efeitos sócio-culturais e os ambientais e desenvolver esforços no sentido de potenciar os benefícios e minimizar os problemas associados a estes efeitos.

Face ao exposto, importa fazer o enquadramento teórico do turismo, que permitirá uma maior sensibilização para alguns conceitos e temáticas a tratar, e que serão apresentados no capítulo que se segue.





## **2 Determinantes do turismo**

O turismo é um fenómeno complexo e multidisciplinar, sendo, por isso, difícil apresentar conceitos e definições consensuais, uma vez que estas dependem das perspectivas e desenvolvimentos dos vários autores que se debruçam sobre esta temática.

É neste contexto que se pretende fazer o enquadramento teórico do turismo, fornecendo um suporte teórico-conceitual que enforme os restantes capítulos deste trabalho.

Assim, começa-se por apresentar uma breve evolução histórica das viagens, do turismo e dos conceitos com ele relacionados. Posteriormente, pretende-se caracterizar o sistema turístico, no sentido de mostrar as suas componentes básicas, a procura e a oferta turísticas, e chamar a atenção para a interdependência dos seus elementos.

### **2.1 Evolução histórica das viagens e do turismo**

Embora se conheçam iniciativas no domínio das viagens e do turismo tão antigas quanto a própria civilização, o turismo, como actividade económica, é, fundamentalmente, um fenómeno do século XX.

Contudo, para podermos compreender com rigor a situação do turismo moderno e entender os desafios que enfrenta, vamos começar por fazer uma breve retrospectiva dos movimentos humanos que lhe deram origem e da evolução que sofreram alguns dos conceitos com ele relacionados, bem como estabelecer algumas distinções que julgámos pertinentes.

#### **2.1.1 Principais etapas e características**

As formas mais remotas de turismo remontam, de acordo com diversos autores (Mathieson e Wall, 1982; Burkart e Medlik, 1990; Boniface e Cooper, 1994; McIntosh *et al.*, 1995; Cunha, 1997; Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997; Gee e Fayos-Solá, 1999, entre outros), aos gregos e romanos, que viajavam por questões comerciais mas, também, para participarem em peregrinações religiosas, eventos desportivos, por razões de saúde, de política, de passeio e de estudo.

Aos gregos são apontados dois importantes desenvolvimentos que facilitaram as viagens (Mill e Morrison, 1992; Gee e Fayos-Solá, 1999): primeiro, implantaram uma

moeda corrente, aceite internacionalmente, que substituía a necessidade de viajar com bens para troca e, segundo, a língua grega, falada por toda a área do Mediterrâneo, facilitava a comunicação entre os que viajavam.

Os romanos, que imitaram os gregos em muitos aspectos, nomeadamente em termos culturais, tal como estes, embora não em grande escala, viajavam bastante. De acordo com Mill e Morrison (1992), estas viagens foram favorecidas por cinco ordens de razão:

- i) o controlo do enorme Império estimulava o comércio e permitiu o crescimento de uma grande classe média com tempo e rendimentos para viajar;
- ii) as moedas romanas eram tudo o que os viajantes tinham que transportar para financiar a viagem;
- iii) os meios de transporte – estradas e canais de água – eram excelentes, para a época;
- iv) a comunicação era relativamente simples, dado que o grego e o latim eram as línguas principais;
- v) o sistema legal fornecia protecção para as cortes estrangeiras, bem como, o próprio período de paz relativa que se vivia no Império, asseguravam a segurança dos viajantes.

Aos romanos é, igualmente, apontado o feito de terem sido os grandes impulsionadores das termas, não só pelos seus aspectos curativos mas, também, por as terem transformado em locais de ócio, elevando-as a um fenómeno sócio-cultural e criando as bases do turismo termal.

A partir do século V, com o declínio do Império Romano, as viagens e as trocas comerciais tornaram-se cada vez menos frequentes. As estradas entraram em decadência, não havendo preocupação em recuperá-las, e as próprias condições de viagem alteraram-se, tornando-se difíceis e perigosas, dada a onda de lutas internas, pilhagens e vandalismo.

Esta situação começou a alterar-se, por volta do século XII, com o estímulo que a igreja cristã dava às peregrinações. As estradas voltaram a ser mais seguras, em consequência do grande número de peregrinos que, com o decorrer do tempo, passaram a ser atendidos por redes de albergues de caridade, que apoiavam um, sempre crescente, número de participantes de todas as classes sociais (Gee e Fayos-Solá, 1999). Estas peregrinações, embora servissem, sobretudo, para prestar homenagem a um lugar particular (Terra Santa, Santiago de Compostela, Meca, Roma, e outros núcleos religiosos) ou para pagar promessas/pecados cometidos, funcionavam, também, como

viagens recreativas e sociais.

A descoberta de novas terras, novas riquezas e novos costumes, fruto das expedições de portugueses, espanhóis, britânicos, e outros, nos séculos XIV e XV, incutiram nas pessoas o ímpeto de viajar e de conhecer coisas novas.

As viagens com o intuito de aumentar a experiência e o conhecimento foram, igualmente, estimuladas no início do século XVI pela rainha Elizabeth I, dada a necessidade de preparar futuros diplomatas, bem como pelas próprias universidades (de Oxford e Cambridge, na Inglaterra e a de Salamanca, na Espanha) (Mill e Morrison, 1992; Gee e Fayos-Solá, 1999). Estas viagens foram ganhando popularidade e tornando-se mais estruturadas nos séculos XVII e XVIII com a generalização do costume entre os nobres ingleses de enviarem os seus filhos a fazerem uma grande viagem ao Continente, com o objectivo de complementar os seus estudos e adquirirem experiência pessoal (Burkart e Medlik, 1990). Esta viagem teria a duração entre 3 a 5 anos, daí a designação de “Grand Tour”, dando origem à palavra Turismo e, pela primeira vez, começam a designar-se as pessoas que viajam por “turistas” (Cunha, 1997). A “Grand Tour”, vista como a coroação da realização educacional e cultural das classes superiores, “começava em França, onde o francês era estudado, em conjunto com a dança, a esgrima, a equitação e o desenho. Antes que Paris pudesse corromper a moral e arruinar as finanças, o estudante deveria rumar para Itália para estudar escultura, apreciar a música e a arte. O regresso seria pela Alemanha, Suíça e Países Baixos (Holanda, Bélgica e Luxemburgo)” [Mill e Morrison, 1992, p.3].

Neste período ressurgem com força os banhos termais, depois de terem caído em desuso pelos perigos de doenças como a cólera e a peste, agora popularizados pela classe médica, que recomendava as propriedades medicinais das águas termais, na falta de outros remédios mais eficazes.

Na sequência da Revolução Francesa e das Guerras Napoleónicas, descobrem-se as praias e os banhos de mar, isto porque estes acontecimentos puseram fim à “Grand Tour”. De facto, as novas estâncias balneares na moda, sobretudo na Inglaterra, eram a alternativa para aqueles que deveriam fazer a “Grand Tour” mas que, pelos motivos acima citados, não podiam viajar para o Continente (Mill e Morrison, 1992). Começaram, por ser, tal como no caso das termas, um lugar de destino de pessoas doentes e, depois, passaram a ser procuradas por aqueles que pretendiam divertir-se, dada a introdução de actividades recreativas e de entretenimento. O facto de serem,

inicialmente, procuradas pelos aristocratas, fez com que a burguesia as visitasse para os imitar (Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997).

Terá sido, no entanto, com a Revolução Industrial (segunda metade do século XVIII/primeira metade do século XIX) que se criaram as bases para o turismo que hoje conhecemos. As inovações tecnológicas introduzidas, entre as quais a aplicação da máquina a vapor às locomotivas e aos barcos, provocando uma revolução nos transportes que permitiram mudar a noção de distância, e as profundas mudanças económicas e sociais que levaram à expansão de uma nova classe média, cada vez mais numerosa e com capacidade financeira, tempo livre e novos desejos, gostos e necessidades, proporcionaram o desenvolvimento da actividade turística.

De facto, com a Revolução Industrial acelerou-se o movimento das áreas rurais para as urbanas, concentrando num espaço relativamente reduzido, um elevado número de pessoas. O desejo ou motivação para “escapar”, mesmo que por um curto período, foi facilitado pelo desenvolvimento dos transportes e, dada a proximidade da costa aos principais centros urbanos, foi natural que as linhas-férreas se estendessem nessas direcções (Mill e Morrison, 1992).

Neste período importa, ainda, destacar um conjunto de pessoas cujo trabalho esteve na base da moderna indústria turística (Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997):

- Thomas Cook - britânico, 1808-1892, criador das agências de viagens e responsável por excursões organizadas e viagens “tudo incluído”;
- Henry Wells e William Fargo - norte-americanos que, em conjunto, constituíram a empresa *American Express* inicialmente vinculada ao transporte de mercadorias e que, mais tarde, se converteu numa grande agência de viagens e numa das maiores entidades de financiamento e emissão de cheques de viagem e cartões de crédito;
- César Ritz - suíço, 1850-1918, considerado o pai da moderna hotelaria;
- Karl Baedeker - alemão, 1801-1859, responsável pela edição de guias de viagem de notável qualidade;
- George Mortimer Pullman - norte-americano, concebeu a ideia da cama e salão nos comboios; e
- George Nagelmackers - 1845-1905, responsável pela criação do comboio mais famoso do mundo: o Oriente Express.

Os desenvolvimentos nos transportes, ao nível das condições de vida e na comercialização do produto turístico, conduziram a uma época dourada das viagens que

perdurou até aos primeiros anos do século XX. Apesar dos acontecimentos trágicos do início desse século, como a I Guerra Mundial, a Grande Crise de 1929 e a Guerra Civil em Espanha, o turismo alcançou dimensões significativas até ao início da II Guerra Mundial para, a partir daí, entrar numa fase em que praticamente desapareceu (Cunha, 1997).

No período de recuperação económica do pós-guerra, o turismo sofre, ainda, de grandes dificuldades mas, a partir dos anos cinquenta, o progresso económico e social alcançado pelo mundo ocidental impulsionou, de forma espectacular, o desenvolvimento do turismo. Segundo Vogeler Ruiz e Hernández Armand (1997, p. 25), as causas deste crescimento e consolidação do turismo, com características de fenómeno social, foram muitas:

- i) a nova ordem internacional e a paz subsequente à guerra que facilitou, por exemplo, a regulação do transporte aéreo e a criação de muitos organismos internacionais relacionados com o turismo. Surgiu uma nova cultura do ócio no mundo ocidental, acompanhada de uma estabilidade social que propiciava as deslocações internacionais;
- ii) a recuperação económica do Japão, da Alemanha e outras potências europeias e a consolidação das classes médias;
- iii) as melhorias nos meios de transporte e nas infra-estruturas, especialmente no que respeita ao automóvel e ao avião;
- iv) a melhoria das condições laborais, iniciada no começo do século, com a adopção das férias pagas, da semana inglesa de 5 dias de trabalho e a redução da jornada laboral. A estes acrescem outros factores, como a ampliação das coberturas da segurança social (desemprego, reforma, invalidez, etc.);
- v) as novas técnicas comerciais e de marketing utilizadas pelas agências de viagem e outras empresas turísticas.

Para além destes factores, ao nível das próprias motivações, ocorreram alterações significativas, já que se assistiu a uma crescente necessidade de compensar os desequilíbrios físicos e psicológicos ligados à vida profissional com a “fuga” e mudança de ambiente.

Neste período, o turismo transformara-se já numa das mais importantes actividades nos países desenvolvidos e os movimentos internacionais de pessoas intensificaram-se, sobretudo entre os países nórdicos e os países mediterrânicos e entre a América do Norte e a Europa Ocidental. O turismo passou a ser a procura de sol e praia, tendo esta

época ficado célebre pelos três “S” ingleses: sun, sea e sand a que, posteriormente, se acrescentou um quarto “S” de sex. O desenvolvimento do turismo internacional e a captação de correntes turísticas externas estavam no centro das preocupações e das políticas adoptadas. O turismo interno tinha, ainda, uma dimensão e interesse muito ténue nas orientações das políticas turísticas (Cunha, 1997).

Temporariamente aturdido pela crise petrolífera dos anos 70, que se repercutiu, fortemente, nos preços dos serviços turísticos, principalmente na sua componente de transportes, a partir do final dessa década, o turismo começa a experimentar uma recuperação, acompanhada de uma alteração estrutural. A duração e a distância das viagens encurtaram-se, surge uma nova consciência pela qualidade dos serviços turísticos e pela conservação meio-ambiental e da natureza (aspectos que tinham sido altamente danificados pelo turismo da etapa anterior) e, sobretudo, universalizaram-se os destinos turísticos (Figuerola, 2000).

Simultaneamente, o turismo interno, sobretudo nos países desenvolvidos, converte-se num comportamento habitual e natural, adquirindo uma importância crescente, ultrapassando, nalguns casos, quer em número de turistas quer em receitas, o turismo internacional.

Como refere Cunha (1997, p.70), também a nível conceptual se produzem alterações, passando a “enfatizar-se menos o papel económico do turismo no qual se tinha, até então, insistido em excesso para, igualmente, se atribuir importância ao seu papel social, político, ecológico, cultural e educativo o que levou a passar a considerá-lo como uma das componentes essenciais da vida do homem”. As quatro “S” inglesas deram lugar aos quatro “E” franceses: équipement, environnement, encadrement e événement – equipamento, meio ambiente, meio envolvente e acontecimento, que caracteriza as férias activas, sejam de praia, de interior, de cidade ou de atracção específica (Valls, 2003, p.65).

Estamos, actualmente, numa Nova Era do Turismo (Fayos-Solá, 1994) que se caracteriza, fundamentalmente, pela super-segmentação da procura, a flexibilidade da oferta, e a distribuição e a busca de rentabilidade mediante a integração diagonal e as subsequentes economias de sistema (sinergias) em vez das economias de escala.

Da análise à evolução do turismo, podemos reter algumas características principais, realçadas por Cunha (1997, p.72) e Figuerola (2000, p.34):

- passou-se do desfrute do turismo por uma minoria com grande poder económico para

a generalização do consumo turístico pela quase totalidade da população. Assiste-se ao que Cunha designa como a “democratização” do fenómeno turístico;

- reconheceu-se o direito ao homem de viajar e à deslocação turística, adquirindo quase o carácter de bem de primeira necessidade, dada a importância atribuída ao turismo como factor de compensação e de recuperação da força do trabalho;
- reconhece-se a importância do turismo ao considerá-lo como uma importante actividade económica, pois o consumo de poucos transformou-se numa realidade quase universal, levando a encarar o turismo não só como fonte de riqueza, mas também como uma forma de valorização do homem e um instrumento de aproximação dos povos;
- facilitou-se o acesso ao turismo de quase todos, já que o crescimento acelerado da capacidade de alojamento, em múltiplos destinos turísticos, assim como da capacidade nos meios de transporte, tornaram mais barato o preço do bem turístico, alargando os seus benefícios a camadas mais vastas da população e a áreas territoriais onde a viabilidade económica dos empreendimentos tradicionais era menor.

Para terminar, restam poucas dúvidas, no início deste novo milénio, que o turismo continuará a ser uma das mais importantes actividades da economia global. Não sendo mais uma área reservada apenas a uns poucos privilegiados, o turismo actualmente e, apesar de recessões periódicas, revoltas políticas, guerras, terrorismo, etc., envolve milhões de pessoas que desfrutam de novos lugares, buscam mudar os seus ambientes e ambicionam por experiências únicas.

### **2.1.2 Conceitos e definições básicas**

“Na prática, ainda que todos “saibamos” o que é o turismo, é-nos muito difícil apresentar uma definição” (Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997, p.1). De facto, ao ser um fenómeno muito complexo e multidisciplinar, atraindo a atenção, simultaneamente, de economistas, geógrafos, ambientalistas, sociólogos, psicólogos, entre outras áreas do conhecimento, alcançar um conceito único de turismo parece ser uma tarefa praticamente impossível de realizar. Não existe, portanto, um conceito consensual mas sim, definições que se estabelecem considerando as perspectivas e desenvolvimentos dos vários autores que se debruçam sobre o assunto.

Na tentativa de pesquisar definições de turismo, Cook (cf. Gartner, 1996, p.8) agrupa-as em diversas categorias: as que se ocupam das dimensões geográficas, do tempo de

permanência, do meio de transporte utilizado, do motivo da viagem, da distância percorrida e as que combinam todos os factores mencionados.

O próprio Gartner (1996), por sua vez, divide as definições, naquelas que se centram no lado da procura e ignoram o aspecto da oferta do turismo e as que se identificam mais com o lado da oferta, relacionando-se com o conjunto de actividades e serviços que produz.

Por outro lado, e como sublinha Jafari (2000), o entendimento que os técnicos e as pessoas comuns têm do turismo foi-se alterando ao longo do tempo. Enquanto as primeiras abordagens se centravam, sobretudo, numa perspectiva económica, pois os efeitos que o turismo gera no campo económico são, sem dúvida, os mais estudados, os novos entendimentos têm um campo de acção muito mais amplo, fruto de um maior conhecimento, nas últimas décadas, das imensas dimensões do turismo (Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997; Gunn, 2002).

Assim, uma das primeiras contribuições teóricas para a conceitualização do fenómeno turístico, sendo uma das definições mais utilizadas, deve-se a dois professores suíços da Universidade de Berna, Walter Hunziker e Kurt Krapf (cf. Cunha, 1997, p.8; Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997, p.2; Figuerola, 2000, p.15; Beni, 2003, p.36), que, em 1942, definiram o turismo como: “o conjunto das relações e fenómenos originados pela deslocação e permanência de pessoas fora do seu local habitual de residência, desde que tais deslocações e permanências não sejam utilizadas para o exercício de uma actividade lucrativa principal, permanente ou temporária”.

Esta definição foi amplamente aceite e, inclusivamente, adoptada pela Association Internationale des Experts Scientifiques du Tourisme (AIEST), na medida em que destaca vários elementos de interesse (Cunha, 1997, p.8; Figuerola, 2000, p.15):

- o turismo é um conjunto de relações e fenómenos;
- exige a deslocação da residência habitual;
- e a deslocação não pode estar ligada a uma actividade lucrativa, quer seja permanente quer temporária.

Privilegiando a definição de Hunziker e Krapf a dimensão espacial e a figura do turista, identificando-se, apenas, com o lado da procura, outros autores procuraram sistematizar definições mais abrangentes, reconhecendo a amplitude do turismo.

Uns dos primeiros a apresentarem uma definição mais ampla e completa, enfatizando a complexidade da actividade turística, para além do económico, foram Mathieson e Wall



(1982, p.1), que consideraram que: “o turismo é o movimento temporário de pessoas para destinos fora dos seus locais normais de trabalho e de residência, as actividades desenvolvidas durante a sua permanência nesses destinos e as facilidades criadas para satisfazer as suas necessidades”.

Na mesma linha de pensamento, Pardellas *et al.* (2002, p.9) defendem que “o turismo não é uma actividade económica, mas um conjunto de actividades, geradas e induzidas pelo complexo processo de transformação de diversos recursos genéricos em activos específicos com interesse para a procura turística, de organização de uma oferta empresarial à volta desses recursos e de regulação administrativa do seu uso”.

O conceito de turismo foi, assim, alargado, segundo vários autores, entre os quais Leiper (1981), Gunn (2002) e Beni (2003), para interpretações holísticas que fizeram surgir a ideia do turismo como um sistema.

McIntosh *et al.* (1995, pp.9-10), por exemplo, consideram que para se definir o turismo e para descrever completamente todo o seu alcance é necessário considerar os vários grupos que participam ou são afectados por ele. Deste modo, definem turismo como “a soma de fenómenos e relacionamentos resultantes da interacção de turistas, empresas, governos e comunidades locais no processo de atracção e acomodação destes turistas e outros visitantes”. Por sua vez, Leiper (1981) define o turismo como um sistema aberto de cinco elementos interagindo com diversos ambientes, o elemento humano – turistas; três elementos geográficos – região de origem, rotas de trânsito e região de destino; e um elemento económico – a indústria turística.

Uma das definições mais sucintas, mas que explica perfeitamente tudo o que o turismo representa é oferecida por Jafari (2000, p.2): “turismo é o estudo do homem fora do seu ambiente habitual, da indústria que responde às suas necessidades e dos impactos que ambos, ele e a indústria, produzem no ambiente sócio-cultural, económico e físico que os acolhe.

Uma vez que todas as definições apresentadas têm os seus defensores e críticos, importa apenas reter os elementos-chave que resultam desta análise (Gunn, 2002, p.9):

- i) o turismo não é uma disciplina mas sim, um campo multidisciplinar;
- ii) o turismo é gerado por duas forças principais – a procura e a oferta;
- iii) dentro da procura há uma diversidade de interesses e capacidades dos viajantes;
- iv) a oferta agrega todos os desenvolvimentos físicos e programados necessários para satisfazer as necessidades dos turistas;

- v) o turismo inclui múltiplas dimensões, geográfica, económica, ambiental, social e política;
- vi) o turismo não é uma indústria; envolve um grande número de entidades, entre as quais, empresas.

Apesar das falhas que possam ser apontadas às diversas definições, nomeadamente às utilizadas pelos organismos internacionais (OMT, EUROSTAT, OCDE) e pelos países que elaboram estatísticas de turismo, estas revestem uma importância crucial na medida em que permitem adoptar uma terminologia comum entre os vários países e profissionais, tornando possíveis e mais fiáveis comparações estatísticas turísticas internacionais.

Assim, em termos estatísticos, a Organização Mundial de Turismo (OMT, 1995) apresentou, em 1991, uma definição de turismo, entendendo-o como “as actividades desenvolvidas por pessoas ao longo de viagens e estadias em locais situados fora do seu enquadramento habitual por um período consecutivo que não ultrapasse um ano, para fins recreativos, de negócios e outros”. Esta definição foi estabelecida na *International Conference of Travel and Tourism Statistics*, realizada em Ottawa, que adoptou uma série de resoluções e recomendações referentes a conceitos, definições e classificações em turismo. Para além da definição de turismo, e associados a esta, distinguiram-se quatro outros conceitos que julgámos pertinente apresentar - viajante, visitante, turista e excursionista (OMT, 1995):

- visitante – indivíduo que se desloca a um lugar diferente da sua residência habitual, por uma duração inferior a 365 dias, desde que o motivo principal da viagem não seja o de exercer uma actividade remunerada no lugar visitado;
- turista – visitante que permanece pelo menos uma noite num alojamento colectivo ou particular no lugar visitado;
- excursionista – visitante que não pernoita no lugar visitado;
- viajante – toda a pessoa que se desloca entre dois ou mais lugares.

Sendo o motivo da viagem uma característica fundamental para classificar como visitante a pessoa que a realiza, importa reter que, por recomendação da OMT (1995), será assim designado alguém que viagem por motivo de:

- lazer, recreio e férias;
- negócios e actividades profissionais;

- visita a familiares e amigos;
- tratamentos de saúde;
- religião e peregrinação;
- outros motivos.

Para terminar esta secção, importa ter presente duas ideias. Primeiro, como refere Cunha (1997), a expressão turista que hoje conhecemos tem um sentido muito mais amplo do que aquele com que era utilizado aquando do seu surgimento no início do século XIX. De facto, o conteúdo inicial da expressão excluía todas aquelas motivações acima citadas, à excepção da viagem por prazer (lazer, recreio e férias). Contudo, como os efeitos económicos e sociais eram idênticos (viajavam nos mesmos meios de transporte, alojavam-se nos mesmo hotéis, recorriam às mesmas agências de viagem e restaurantes, etc.), a acepção moderna passou a incluir no turismo estas pessoas que viajavam independentemente do puro prazer. Segundo, a importância de distinguir entre turista e excursionista, em matéria de planeamento, como realça Inskip (1991), uma vez que, os excursionistas, geralmente, utilizam restaurantes, bares, estabelecimentos de venda a retalho, transportes locais e, por vezes, alguns serviços ligados a entretenimento, mas já não é habitual recorrerem ao alojamento ou a outro tipo de infra-estruturas e serviços.

### **2.1.3 Formas e categorias de turismo**

Depois de apresentados os diferentes tipos de visitantes e os vários conceitos de turismo iremos constatar, de seguida, que várias formas e categorias deste podem ser descritas, atendendo aos factores que intervêm nas deslocações das pessoas.

Tal como refere Baptista (1990, p.27), “o turismo não se limita a uma simples forma”, podendo assumir várias, de entre as quais se destacam (Baptista, 1990; Cunha, 1997; Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997; Gee e Fayos-Solá, 1999):

i) segundo a origem dos visitantes:

- turismo doméstico ou interno – resulta das deslocações dos residentes de um país, viajando apenas dentro do próprio país;
- turismo receptor – abrange as visitas a um país por não residentes;
- turismo emissor – resulta das visitas de residentes de um país a outro ou outros países.

Estas três formas básicas de turismo podem ser combinadas de vários modos, resultando dessas combinações as seguintes categorias de turismo:

- turismo interior – abrange o turismo realizado dentro das fronteiras de um país e inclui o turismo interno e o turismo receptor;
- turismo nacional – refere-se aos movimentos dos residentes de um dado país e inclui o turismo interno e o turismo emissor;
- turismo internacional – por abranger unicamente as deslocações que obrigam a atravessar uma fronteira, consiste no turismo receptor adicionado do turismo emissor.

ii) segundo a duração da permanência:

- turismo de passagem – efectuado apenas pelo período de tempo necessário para se alcançar uma outra localidade ou país objecto da viagem, isto é, o destino final;
- turismo de permanência – realizado numa localidade ou num país, objecto da viagem, por um período de tempo variável que, porém, exigirá, pelo menos, uma dormida.

iii) segundo a organização da viagem:

- turismo individual – quando uma pessoa ou um grupo de pessoas parte para uma viagem cujo programa é por elas próprias fixado, podendo modificá-lo livremente, com ou sem intervenção de uma agência de viagem;
- turismo colectivo ou de grupo – quando um operador de viagens ou uma agência oferece a qualquer pessoa, contra o pagamento de uma importância que cobre a totalidade do programa oferecido, a participação numa viagem para um determinado destino segundo um programa previamente fixado para todo o grupo.

iv) segundo a natureza dos meios de transporte utilizados: turismo terrestre, náutico e aéreo.

v) segundo a capacidade económica do turista: turismo de luxo ou de classes altas, turismo de classe média e turismo social.

vi) segundo o destino, o lugar ou o exercício e actividade: turismo balnear, turismo de montanha e turismo no espaço rural ou “verde”.

## **2.2 Turismo como um sistema**

Tratando-se de um fenómeno complexo, iremos apresentar o turismo como um sistema funcional e integrado, com duas componentes básicas, a procura e a oferta turísticas, que depois serão analisadas com um pouco mais de detalhe.

### **2.2.1 Abordagem económica**

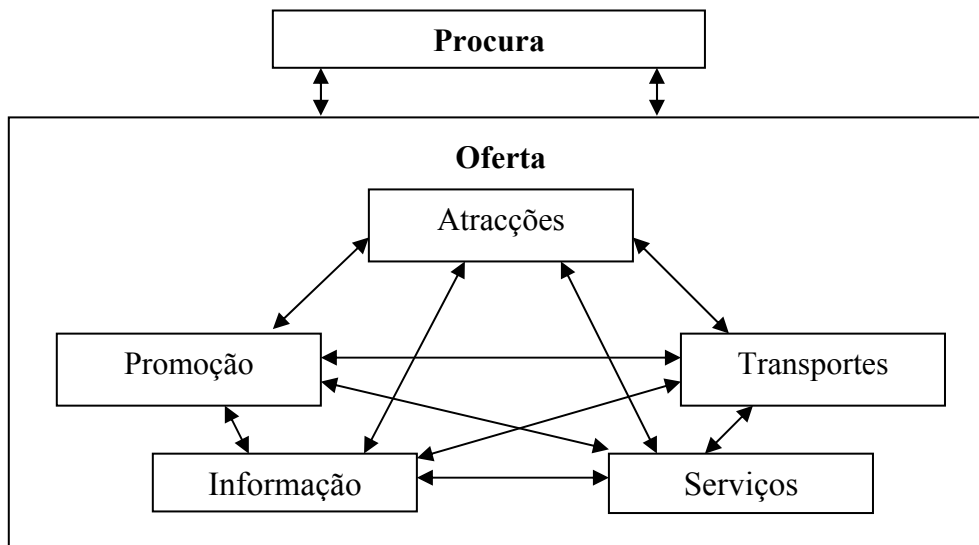
Como já referimos, o turismo não é um fenómeno fácil de descrever e, como sugere Vera (1997), se várias ciências sociais fazem uso da teoria dos sistemas para tratar processos complexos onde as sociedades, os territórios ou as economias articulam partes que somadas configuram um todo funcional, também o fenómeno turístico beneficiará se recorrermos a esta aproximação sistémica para o melhor compreendermos e desenvolvermos.

De facto, são vários os autores (Leiper, 1979 e 1990; Inskip, 1991; Mill e Morrison, 1992; Gunn, 2002, entre outros) que defendem que o turismo deve ser visto como um sistema composto por múltiplas partes interrelacionadas, cujo funcionamento adequado depende do equilíbrio estreito entre as suas várias componentes. O turismo, como sistema, deve ser definido, analisado, planeado e desenvolvido de forma integrada (Inskip, 1991) e, para isso, será necessário entender-se as inter-relações entre as suas diversas componentes (Gunn, 2002).

Embora tenhamos apresentado o turismo como uma actividade sócio-económica, reflectindo a importância das suas dimensões social, cultural e ambiental, bem como, da sua dimensão económica, a análise sistémica do turismo será descrita, apenas, em termos económicos.

Dois dos trabalhos que descrevem o turismo como um sistema de inter-relações entre as diversas partes da oferta e destas com a procura de mercado, são os de Mill e Morrison (1992) e Gunn (2002 e 1988).

Gunn (2002) identifica o sistema funcional de turismo como o núcleo de todo o desenvolvimento da actividade turística, sendo constituído por uma procura (população com interesse e capacidade para viajar) e por uma oferta com cinco elementos principais (as atracções, as instalações e serviços para turistas, os vários meios de transporte, a informação e a promoção turística oferecida).

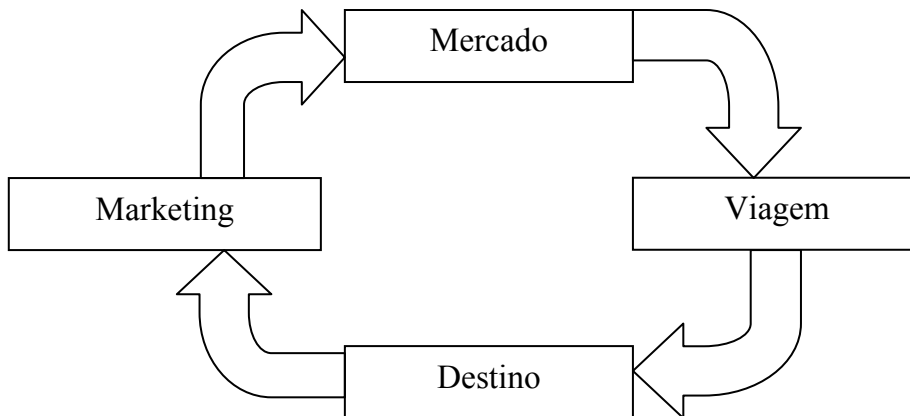
**Figura 2.1** – Sistema funcional do turismo

Fonte: Gunn (2002).

Gunn (2002, p.59) chama a atenção que, para além dos fluxos que se estabelecem entre as componentes principais do sistema, este sofre a influência de numerosos factores externos. Assim, a qualidade e quantidade dos recursos naturais e culturais, enquanto elementos identificativos da singularidade de um lugar; a disponibilidade e capacidade empresarial, que visualizem oportunidades para novos negócios e formas criativas de gerirem os já existentes; a disponibilidade de recursos financeiros e de recursos humanos devidamente qualificados; a concorrência; o envolvimento e a atitude perante o turismo dos diversos sectores da comunidade; as políticas governamentais, a todos os níveis; e a capacidade de organização e liderança são factores que podem influenciar fortemente o desenvolvimento da oferta e a satisfação dos visitantes.

Os factores que influenciam o desenvolvimento do turismo não se limitam a estes, segundo Gunn (2002), à medida que as pesquisas avançam outros factores vão surgindo. De qualquer modo, o planeamento do turismo deverá ter em conta o núcleo do sistema funcional e os muitos factores que o influenciam, pois o êxito do planeamento dependerá da consideração destas “externalidades” bem como do funcionamento interno do próprio sistema turístico.

Mill e Morrison (1992) descrevem o sistema do turismo de forma muito semelhante, identificando quatro componentes principais: o mercado; a viagem; o destino e o marketing.

**Figura 2.2** – Sistema do turismo

Fonte: Mill e Morrison (1992).

De acordo com os autores, a decisão de viajar ou de se tornar turista pode ser entendida como uma análise ao segmento de mercado do sistema. Tomada a decisão de viajar, outras decisões devem ser tomadas relativamente a onde, quando e como o fazer. O segundo segmento do sistema descreve e analisa estas escolhas, nomeadamente ao nível dos transportes. O destino é a terceira parte principal do sistema. O *mix* do destino consiste nas atracções e serviços usados pelo viajante. Se examinarmos as partes do *mix*, torna-se claro que cada parte é dependente das outras para o sucesso de atrair, servir e satisfazer o turista. O destino atinge/alcança as pessoas no mercado e encoraja-as a viajar através do processo de marketing, a quarta parte do sistema.

Ao descrever-se as várias partes do sistema e suas interacções, aqueles que operam dentro do sistema podem ver quem eles e os seus negócios ou destinos afectam e, como eles são afectados pelos outros participantes no sistema.

Ambas as abordagens procuram chamar a atenção para a interdependência dos elementos que constituem o sistema turístico e para as vantagens que todos podem obter de uma análise e funcionamento neste contexto. As entidades governamentais vêem as suas decisões mais apoiadas, as organizações não lucrativas ligadas ao turismo e as empresas podem atingir com mais sucesso as suas metas e objectivos, consegue-se um uso mais sustentável dos recursos e uma maior integração do território e da comunidade. Os turistas beneficiam quando todas as componentes do lado da oferta tornam as viagens mais fáceis, mais confortáveis e mais enriquecedoras.

Todas as partes dependem umas das outras para um funcionamento mais natural. Contudo, como sublinha Vera (1997, p.41), a questão que se coloca é saber “se realmente o espaço turístico funciona como um verdadeiro sistema, cujas engrenagens, componentes e partes se comportam funcionalmente para satisfazer o cliente (turista), obter vantagens competitivas dinâmicas e melhorias constantes na rentabilidade social, ambiental e económica dos destinos turísticos”.

### **2.2.2 Componentes básicas**

Ao definirmos o turismo como um sistema constituído por duas forças principais, a procura e a oferta turísticas, importa conhecer alguns detalhes dentro destes grandes grupos, embora não se pretenda uma análise exaustiva destas componentes sistémicas.

#### ***a) Procura turística***

A definição de procura é, tal como outras temáticas, muito subjectiva, dependendo de quem a aborda.

No caso do turismo, a procura é apresentada por Beni (2003) como uma procura compósita de bens e serviços (transportes, alojamento, restauração, actividades recreativas, etc.) e não como uma procura simples de elementos ou de serviços específicos, isoladamente considerados. Trata-se de uma procura de bens e serviços que se complementam entre si, efectuada por pessoas que se deslocam temporariamente para fora do seu ambiente habitual, por lazer ou outro motivo.

Uma abordagem mais simples da procura turística estabelece que esta pode ser medida ou contabilizada pelo total de turistas que se deslocam a um determinado destino turístico, podendo este ser um local, uma região, um país ou uma atracção turística. Este estudo da procura pode ser mais aprofundado se atendermos à forma como os seus gastos se distribuem nos locais de destino e que tipos de serviços utilizam.

Contudo, para que a análise seja mais completa será necessário, de acordo com Boullón (1997, p.33) o estudo dos seguintes tipos de procura:

- i) procura real – é a quantidade de turistas que existe num dado momento num determinado lugar, e a soma dos bens e serviços por eles utilizados neste lugar durante o tempo da sua estadia;
- ii) procura histórica – representa os registos estatísticos ocorridos no passado;



iii) procura futura – é o resultado de cálculos feitos a partir de fórmulas matemáticas para se projectar o perfil da procura turística durante um período de tempo a partir do presente;

iv) procura potencial – refere-se às pessoas que irão futuramente viajar, acaso a sua situação de vida se altere (capacidade financeira, motivação para viajar, tempo livre).

Para que uma pessoa possa ser contabilizada como fazendo parte da procura turística tem de possuir, segundo Gunn (2002, p.37), quatro características principais:

- deve estar motivada para viajar; tem de demonstrar interesse, desejo e pretensão de viajar;

- deve ter capacidade financeira;

- tem de ter tempo livre;

- e disponibilidade física.

Estes factores, e muitos outros, tornam as projecções sobre a procura turística muito difíceis, embora muito desejadas pelos responsáveis pelo planeamento e desenvolvimento do turismo.

Conhecer as necessidades e as preferências dos turistas, de modo a poder dar-lhes uma resposta, revela-se um factor-chave para o sucesso da actividade turística. Porém, esta capacidade de resposta depende de se entender as razões, os motivos que levam o turista a realizar a viagem.

Nos trabalhos de Krapf (cf. Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997, p.156) encontramos uma primeira sistematização dos motivos que levam as pessoas a viajar:

i) razões culturais, educativas ou profissionais (desejo de conhecer sociedades diferentes, assistir a acontecimentos especiais, aprender idiomas, etc);

ii) razões étnicas (regresso à origem, motivos sentimentais);

iii) razões desportivas (para assistir a manifestações ou práticas desportivas);

iv) razões físicas (descanso, saúde);

v) razões sociológicas (conhecer o mundo; lua-de-mel);

vi) razões religiosas (peregrinações; visita a lugares religiosos).

Cunha (1997, p. 50) apresenta uma outra sistematização dos diversos motivos, também agrupados por afinidades:

i) motivos culturais e educativos:

- ver como vivem as pessoas de outros países e locais;

- ver curiosidades e coisas novas;
- melhor compreender a actualidade;
- assistir a manifestações especiais;
- ver monumentos, museus, centros arqueológicos e outras civilizações;
- estudar: tirar cursos.

ii) divertimento e descanso:

- escapar à rotina;
- passar o tempo agradavelmente;
- repousar;
- fazer o que se quer, ser livre.

iii) saúde:

- recuperar da fadiga física e mental;
- fazer tratamentos;
- cuidar da saúde, prevenir as doenças.

iv) razões étnicas:

- visitar o “berço familiar”;
- visitar os locais que as famílias ou os amigos já visitaram;
- visitar parentes e amigos.

v) sociológicas e psicológicas:

- aprender a conhecer o mundo;
- snobismo;
- conformismo (fazer como os “Silvas”);
- aventura.

vi) climatéricas:

- escapar às condições climatéricas adversas;
- tomar banhos de sol;
- praticar desportos de Inverno.

vii) profissionais e económicas:

- participar em reuniões, congressos, missões, exposições, feiras;
- realizar estudos;

viii) diversas:

- participar em reuniões políticas;
- praticar actividades desportivas;

- retomar a forma.

Por sua vez, McIntosh *et al.* (1995) apontam quatro motivações principais que justificam a deslocação turística:

- i) motivações físicas (ou de lazer) – são as que se relacionam com o descanso físico, prática de desportos, relaxamento e outras actividades directamente ligadas à saúde;
- ii) motivações culturais – desejo de conhecer outros destinos: a sua música, arte, folclore, danças e religião;
- iii) motivações interpessoais – desejo de conhecer novas pessoas, visitar familiares e amigos, escapar à rotina ou à família e amigos, ou fazer novas amizades;
- iv) motivações de estatuto ou prestígio – dizem respeito a necessidades do ego e de enriquecimento pessoal. Incluem-se aqui viagens de negócios, com finalidades educativas, congressos e estudos.

Tendo presente os diversos motivos que estão na base da deslocação das pessoas que, nuns casos, assumem carácter de obrigação e, noutros, carácter de satisfação pessoal, Cunha (1997, p.48) distingue entre: motivações constrangedoras (negócios, reuniões, missões, saúde, estudos), motivações libertadoras (férias, desportos, repouso, cultura), e motivações mistas (por exemplo, quem se desloca para participar num congresso, frequentemente, aproveita os seus tempos livres para actividades de lazer).

Por seu lado, a OMT (cf. Cunha, 1997, p.48) apresenta duas categorias de motivações que resultam das imagens que se fazem de um destino: as motivações de tipo racional (a confiança, a segurança, a poupança, o conformismo e o modernismo) e as motivações de tipo afectivo (a curiosidade, a novidade, a simpatia, o maravilhoso, a afectividade, a liberdade e a amizade).

O conhecimento, estudo e acompanhamento das motivações da procura são fundamentais para repensar, constantemente, a concepção do desenvolvimento turístico, bem como para perspectivar o seu futuro. De facto, o turismo é, de entre as diversas actividades económicas, uma das que está mais exposta às alterações produzidas na sociedade e daquelas que melhor as reflecte. Inicialmente reservado às elites, o turismo transformou-se, rapidamente, passando a ser acessível a camadas da população cada vez mais vastas, a abranger a generalidade dos motivos que levam o homem a agir e a deixar de ser circunscrito aos países industrializados para passar a ser universal.

Estas alterações provocaram modificações profundas nas preferências, hábitos e comportamentos dos turistas e modificaram, também, a hierarquia das motivações

(Cunha, 1997). A crescente valorização de zonas menos massificadas e com maiores níveis de qualidade nos serviços, das férias activas e personalizadas, do contacto com a natureza, da descoberta do desconhecido e da diferenciação dos produtos, resulta destas alterações na hierarquia das motivações. Para o turismo, as consequências são claras: os produtos terão de ser mais diversificados e mais personalizados, a qualidade e a inovação terão de marcar presença constante e a política comercial deverá centrar-se na segmentação dos mercados.

### ***b) Oferta turística***

A oferta turística poderá ser definida, como refere Beni (2003), como o conjunto dos recursos naturais e culturais, considerados a matéria-prima da actividade turística, na medida em que são estes recursos que provocam a afluência de turistas, aos quais se juntam os serviços produzidos para dar consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo.

A mesma perspectiva tem Cunha (1997) que concebe a oferta turística como o conjunto dos elementos (factores naturais, equipamentos, bens e serviços) que provocam a deslocação de visitantes, satisfazem as suas necessidades de deslocação e permanência e sejam exigidos por estas necessidades.

A partir do momento em que alguém decida sair do seu ambiente habitual e esteja disposto a visitar outros locais e pessoas, a oferta intervém colocando e promovendo através de agentes directos e/ou indirectos os seus recursos e produtos.

Justifica-se, para melhor compreender esta componente, que se aborde, de forma não muito extensa, os conceitos de recurso e de produto turístico.

Os recursos turísticos, fundamento das actividades empresariais do subsector turístico, definem-se como qualquer elemento natural, paisagístico ou geográfico e qualquer manifestação da vida humana, histórica ou actual, que podem motivar e gerar uma deslocação para a sua contemplação e usufruto. Por outras palavras, os recursos turísticos supõem um atractivo que determina a eleição de um destino e decide a deslocação (Altés, 1995). De acordo com esta definição, em todo o lugar pode haver recursos turísticos ligados às características do território ou aos hábitos de vida dos seus habitantes, porém, nem todos chegam a converter-se em produtos turísticos (Vera, 1997; Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997).

De facto, enquanto o recurso turístico tem uma existência própria, independente de

qualquer outro factor que incida na actividade económica de uma população, o produto turístico tem uma clara dependência do primeiro (não há produto sem recurso) e aparece estreitamente ligado a um conjunto de actividades, de tal modo que, a partir de uma óptica global, representa uma complexidade económica pela agregação de elementos e agentes que configuram um mercado singular e praticamente ilimitado (Pardellas *et al.*, 2002).

Um produto turístico define-se como uma combinação de prestações e ofertas, tangíveis e intangíveis, que proporcionam ao consumidor uma satisfação e um gozo em resposta às suas expectativas e motivações (Altés, 1995) e que é valorizado a um certo preço. Entre os elementos tangíveis temos os bens, os recursos, as infra-estruturas e os equipamentos; entre os intangíveis contam-se os serviços, a gestão, a imagem de marca e o preço (Valls, 2003, p.197). Trata-se, pois, de um conceito integrador e multivariante, que inclui elementos de consumo destrutivo (alimentação, por exemplo), elementos que não desaparecem (um monumento, uma paisagem), elementos que o turista adquire e passam a ser sua propriedade (artesanato), elementos de outros subsectores dos serviços (transporte, seguros, comércio), elementos de organização e gestão e elementos de informação.

Relativamente à classificação dos recursos turísticos, as possibilidades são múltiplas, pois múltiplos podem ser os critérios de agrupamento. Um exemplo disto é a proposta de Defert (1966), que sugere uma engenhosa classificação dos recursos turísticos que distingue quatro grupos:

- *hidromo* – todo o elemento de atracção relacionado com água;
- *phitomo* – elemento terrestre e inclui todo o elemento natural, modificado ou não, que tem algum atractivo;
- *litomo* – define-se como todo o elemento construído pelo Homem que tenha interesse pela sua natureza ou pelos usos a que se destina;
- *antropomo* – o seu elemento fundamental é o Homem.

Dez anos mais tarde, Defert (cf. Leno Cerro, 1993) completou a sua tipologia com um novo tipo de recursos: a “mnémome”, ou seja, a memória. Esta nova classe de recursos faz referência a factos intangíveis que podem motivar deslocações turísticas.

A classificação proposta por Corna Pellegrini (1973) distingue dois tipos de recursos turísticos: os recursos originais e os recursos complementares. Entre os primeiros incluem-se aqueles de carácter único e especializado cuja função original é alheia ao

fenómeno turístico (por exemplo, um monumento). Por sua vez, os recursos complementares são aqueles que foram criados pelo Homem com o objectivo de aumentar a capacidade de atracção do recurso original e, ao contrário deste, apresenta uma menor diversidade de tipos e tem um carácter geralmente recreativo (o equipamento desportivo, por exemplo).

Muito interessante e ligada a uma certa evolução da importância do recurso, é a tipologia exposta por Gunn (2002) que inclui dois grupos de recursos segundo o tipo de turismo a que estes dão origem: *touring attractions* e *long-stay attractions*, fazendo referência àqueles recursos que satisfazem a procura de um turismo itinerante e os que geram estadias turísticas, respectivamente.

Aproveitando a classificação elaborada por Vera (1997) e recorrendo também às propostas de Defert (1966), Padín (2004) e Pardellas e Padín (2004a), consideram-se três grandes categorias de recursos turísticos: naturais, histórico-monumentais e etnográficos, constituindo o primeiro, aqueles recursos que se relacionam com a água (mar, rios, lagos, etc.) e com a terra e o seu ecossistema (paisagens, montanhas, vales, etc.), o segundo refere-se a todos os vestígios históricos e património cultural (restos arqueológicos, monumentos históricos, igrejas, pontes, etc.) e, os últimos, identificam-se com a vivência e manifestações de um povo (formas de vida, tradições, costumes, artesanato, festas e romarias, gastronomia, etc.).

Como qualquer outro sector produtivo, segundo Boullón (2000), o turismo tende a localizar-se nas áreas do espaço físico que lhe são mais favoráveis, ou seja, naqueles lugares dotados de condições propícias, onde se encontra a matéria-prima que o abastece. De facto, a vocação turística deriva unicamente da presença em determinada área de um ou vários atractivos naturais ou artificiais. Neste sentido, apesar de, como afirma Vera (1997), no momento actual, qualquer país, qualquer região ou qualquer entidade local possuírem recursos susceptíveis de serem usados e explorados na actividade turística, daí que o espaço se converta em alicerce e ao mesmo tempo recurso do turismo e factor do seu desenvolvimento, nem todos os tipos de turismo são apropriados para todas as regiões e nem todas podem basear no turismo o seu desenvolvimento.

Este capítulo teve como ponto de partida a evolução histórica do turismo realçando-se

que, embora se conheçam iniciativas no domínio das viagens e do turismo tão antigas quanto a própria civilização, o turismo, como actividade económica, é, fundamentalmente, um fenómeno do século XX, fortemente impulsionado pelo progresso económico e social alcançado pelo mundo ocidental.

Depois, apresentaram-se alguns conceitos, como o de turismo, visitante, turista, excursionista, etc., para uma melhor leitura e enquadramento do trabalho. Contudo, sendo o fenómeno do turismo muito complexo e multidisciplinar, torna-se difícil expor conceitos consensuais mas, antes, definições que se estabelecem considerando as perspectivas e desenvolvimentos dos vários autores que se debruçam sobre o assunto.

Por fim, sublinhou-se o funcionamento do turismo como um sistema constituído por duas forças principais, a procura e a oferta turísticas. Ao nível da procura resulta evidente que o conhecimento, estudo e acompanhamento das motivações da procura são fundamentais para repensar, constantemente, a concepção do desenvolvimento turístico, bem como para perspectivar o seu futuro. No que respeita à oferta, importa determinar a vocação e o potencial turístico de uma região, através da identificação, conhecimento e avaliação dos seus recursos. Deste modo, uma análise cuidada da procura e da oferta turísticas justificam um planeamento adequado, de forma a conseguir o equilíbrio do sistema turístico, permitindo a obtenção de vantagens para todos os seus intervenientes, planeamento esse que será objecto de análise no capítulo seguinte.





## **3 Planeamento turístico e desenvolvimento de destinos**

Uma vez definidos os conceitos e a possibilidade de estudar a actividade turística no âmbito dos processos de desenvolvimento endógeno, o presente capítulo abordará a questão do planeamento e desenvolvimento do turismo como uma possível estratégia de actuação.

Assim, após a abordagem inicial ao planeamento turístico, na qual se discutem conceitos, objectivos e características, tipologias, processos e técnicas essenciais do planeamento turístico em geral, avançaremos para a análise do processo de formação e avaliação de um destino. Neste sentido, estabelecer-se-ão os elementos que fazem parte de um destino planeado, distinguindo-se entre os elementos internos, por um lado, apresentando os instrumentos de avaliação do potencial, e os elementos que denominaremos identificativos do destino, como a imagem, por outro.

Este capítulo termina com a apresentação dos modelos espaciais de regiões de destino.

### **3.1 Planeamento turístico**

Numa altura em que o turismo tem ganho um espaço crescente nas propostas de desenvolvimento delineadas e implementadas com o fim de resolver a crise generalizada que afecta determinados territórios, nomeadamente, os menos favorecidos, torna-se fundamental que este seja feito de forma planeada. Pretende-se, com isto, evitar que os impactes negativos possam ser maiores que os efeitos positivos provocados pelo desenvolvimento da actividade turística.

Neste sentido, procuraremos reflectir sobre a importância e necessidade do planeamento turístico, sem deixar de apresentar alguns conceitos.

#### **3.1.1 Conceitos e obstáculos**

De acordo com Inskip (1991, p.25), e em termos gerais, planear “é organizar o futuro para atingir determinados objectivos”.

Deste modo, em turismo, o planeamento pode ser entendido como um conceito que, implicando uma reflexão sobre o futuro, antecipa as consequências e aponta diferentes

cursos alternativos de acção (Mill e Morrison, 1992; Gartner, 1996; Gunn, 2002), representando o único caminho que permite usufruir das vantagens desta actividade, sendo necessário, para isso, que seja estratégico, integrador, orientado para a acção, pró-activo e com continuidade (Gunn, 2002).

Bote Gómez (1997) definindo o planeamento em turismo como uma previsão ou antecipação do que vai acontecer, realça a importância de se efectuar um amplo estudo de mercado abrangendo todos os aspectos da actividade turística e as suas relações com o resto da economia. Ao destacar o carácter de previsão do planeamento, Bote Gómez define-o como um “anti-azar”. Na mesma linha, Vogeler Ruiz e Hernández Armand (1997, p.111) definem o planeamento como a “antítese da improvisação” na medida em que consiste “na aplicação do maior conhecimento à consecução da empresa com a finalidade de alcançar o melhor resultado possível”.

De uma forma geral, poderíamos dizer que planear significa decidir com antecipação o que é necessário fazer (definir os objectivos do planeamento), quem o vai fazer (definir os agentes e destinatários), como (definir os meios para se alcançarem os objectivos), aonde (definir espacialmente a localização daquilo que se quer implantar), quando (estabelecer um cronograma) e quanto (definir os recursos humanos, materiais e financeiros necessários para se alcançarem os objectivos pré-determinados) (Sánchez, 2001; Ignarra, 2003). As respostas a estas questões constituem o conteúdo de um processo de planeamento.

Contudo, a importância do planeamento em turismo só começa a ganhar relevância depois da actividade turística se ter tornado um fenómeno de massas em termos mundiais, com consequências a vários níveis.

De facto, durante muito tempo acreditou-se que seria possível beneficiar do turismo com pouco desenvolvimento e muita promoção, ignorando os custos económicos, sociais e ambientais que daí advinham, sendo o turismo desenvolvido sem qualquer tipo de planeamento ou controlo (Mill e Morrison, 1992; Gunn, 2002). Os próprios estudos sobre o turismo só contemplavam as variáveis de tipo económico, realçando apenas os benefícios desta actividade (Salvá-Tomás, 1990), e fornecendo um retrato irrealista do conjunto total de impactes que a actividade desenvolvida gera (Gartner, 1996). Porém, nos anos mais recentes, a degradação dos recursos, o congestionamento e os conflitos sociais tornavam premente a necessidade de se reflectir, de forma integrada e abrangente, sobre o que se pretende do desenvolvimento da actividade turística ou, por

outras palavras, sobre a necessidade de um planeamento e de uma gestão cuidada nesta área.

Assim sendo, perante a constatação dos impactes produzidos pelo turismo, o planeamento da actividade passa a ser uma exigência, quer para maximizar os seus efeitos positivos quer, principalmente, para minimizar os seus efeitos negativos. O planeamento turístico será, portanto, necessário pelas seguintes razões (Inskip, 1991; Gee e Fayos-Solá, 1999):

- i) o turismo continua a ser uma actividade relativamente nova em muitas áreas e alguns governos e o próprio sector privado têm pouca ou nenhuma experiência em como o devem desenvolver apropriadamente. Um plano turístico e um programa de desenvolvimento podem fornecer linhas orientadoras nessas áreas, facilitando o desenvolvimento da actividade turística;
- ii) o turismo é uma actividade complicada, multi-sectorial e fragmentada, envolvendo outros sectores bem como vários equipamentos e serviços da comunidade. As tarefas de planear e projectar o desenvolvimento coordenado são particularmente importantes para assegurar que todos estes elementos são desenvolvidos de maneira integrada de forma a servir quer o turismo quer as necessidades gerais. Um processo participativo de envolvimento de todos os interessados garantiria uma visão comum, uma orientação e um compromisso com o turismo;
- iii) o turismo pode trazer vários benefícios económicos directos e indirectos que podem ser melhor optimizados através de um planeamento cuidado e integrado. Sem planeamento, estes benefícios podem não ser completamente realizados e os problemas económicos podem surgir;
- iv) a nível sócio-cultural e ambiental, o turismo pode gerar diversos benefícios mas, também, problemas. O planeamento pode ser utilizado como um processo para optimizar os benefícios e prevenir ou reduzir os problemas e, especialmente, para utilizar o turismo como um meio para alcançar objectivos de conservação ambiental e cultural;
- v) existe, hoje em dia, uma manifesta preocupação com a sustentabilidade, em qualquer tipo de desenvolvimento, não sendo o turismo uma excepção. Um planeamento adequado pode assegurar que os recursos naturais e culturais importantes para o turismo sejam indefinidamente mantidos e não destruídos ou degradados no processo de desenvolvimento;

- vi) como qualquer tipo de desenvolvimento, as formas de turismo vão-se alterando ao longo do tempo, com base nas mudanças das tendências de mercado e fruto de outras circunstâncias. O planeamento pode ser usado para melhorar e revitalizar áreas turísticas “fora de moda” ou mal desenvolvidas e, através do processo de planeamento, novas áreas turísticas podem ser planeadas para permitir flexibilidade no futuro;
- vii) o desenvolvimento do turismo requer competências e habilidades humanas particulares para as quais são necessárias educação e formação apropriadas. Para satisfazer estas necessidades humanas é indispensável uma programação e planeamento cuidados e, em muitos casos, desenvolver equipamentos de ensino especializados;
- viii) alcançar um desenvolvimento turístico controlado requer estruturas organizativas especiais, estratégias de marketing e programas de promoção, legislação e regulação, e medidas fiscais que através de processos de planeamento abrangentes e integrados possam relacionar-se com a política e desenvolvimento do turismo;
- ix) o sector privado, especialmente aqueles elementos que fornecem os fundos para investimentos, precisam de um certo nível de estabilidade e previsibilidade na evolução do desenvolvimento geral, que o planeamento poderá assegurar.

Paralelamente a todas estas razões válidas para justificar o planeamento turístico, não poderíamos deixar de referir uma relacionada com o conceito de ciclo de vida do destino definido por Plog (cf. Inskip, 1991, p.17; Mill e Morrison, 1992, p. 359; Pearce, 1995, p.15), com base na personalidade dos diferentes tipos de turistas. A hipótese de Plog é que as áreas turísticas tendem a crescer e a cair em popularidade de acordo com o tipo de turistas que atraem nas diferentes fases de desenvolvimento do destino.

Assim, os destinos novos e/ou exóticos tendem a atrair, em primeiro lugar, o grupo “allocentric” de Plog, os inovadores, os aventureiros, que procuram destinos únicos e com pouca gente. À medida que os destinos se tornam amplamente publicitados e melhor conhecidos, eles perdem atracção para o primeiro grupo, que é substituído pelos “midcentrics”, representando o grupo mais numeroso da população em geral. Plog relaciona a fase de atracção dos “midcentrics” com a fase de maturidade do ciclo de vida do produto, ou seja, quando o volume de vendas atinge o seu pico. No caso do destino turístico, este atrai o turismo de massas neste ponto.

Com o passar do tempo, esta área de destino, eventualmente, também perde interesse para o segundo grupo, sendo substituídos pelos “psychocentrics” que, como os “allocentrics”, representam uma fracção muito menor da população. A fase “psychocentric” corresponde ao final do ciclo de vida do destino, de acordo com Plog, na medida em que este perdeu a sua capacidade de atracção quer para os inovadores quer para o turismo de massas.

Uma das principais mensagens que resulta desta hipótese de Plog é que os destinos turísticos podem “conter as potenciais sementes da sua própria destruição” se permitirem que se tornem sobre-comercializados e percam as atracções que inicialmente os tornaram populares.

Apesar deste conceito de Plog parecer sugerir que todos os destinos enfrentam, eventualmente, a mesma “sorte”, Inskip (1991) e Mill e Morrison (1992) defendem que a realidade veio demonstrar que não será bem assim. De acordo com estes autores, os ciclos de vida dos destinos podem ser alargados se a mudança for antecipada e se forem dados passos para a adaptação a essa mudança, constituindo esta uma das funções principais do planeamento turístico.

O destino terá, deste modo, duas opções: reagir às mudanças depois destas ocorrerem; ou desenvolver um plano para avaliar a situação presente, prever a situação futura e seleccionar uma trajectória de acção apropriada para aproveitar a maioria das oportunidades disponíveis (Mill e Morrison, 1992).

Embora possam ser apontadas muitas razões para o planeamento em turismo, diversos autores (Mill e Morrison, 1992; Gee e Fayos-Solá, 1999; Sánchez, 2001; Valls, 2003) referem, também, uma série de barreiras e problemas associados a ele. Por exemplo, Mill e Morrison (1992) apontam quatro barreiras ao planeamento. Primeiro, muitas pessoas são contra o planeamento, por princípio, particularmente no caso das economias ditas de mercado. Nestes casos, os empresários vêem o planeamento turístico como uma invasão ao seu domínio de actividade, sendo bastante cépticos quanto ao seu verdadeiro valor e eficácia, apontando diversos planos que nunca foram consultados ou utilizados (Gee e Fayos-Solá, 1999). Uma segunda barreira ao planeamento turístico reside no seu custo elevado. Por um lado, o planeamento deve ser baseado em detalhadas análises de recursos e estudos de mercado, o que implica inevitavelmente avultadas somas, por norma, assumidas pelo sector público. De facto, as administrações públicas (Estados, regiões, municípios, etc.) são, normalmente, quem toma a iniciativa neste processo,

convidando as instituições privadas e os próprios empresários do sector a participarem directamente (Valls, 2003). Por outro lado, para enfrentar o cepticismo público e as pressões dos grupos de interesse, incentiva-se a ampla participação no processo de planeamento, o que faz aumentar a complexidade e o custo (Gee e Fayos-Solá, 1999).

A complexidade e diversidade da indústria e o elevado número de organismos públicos envolvidos na actividade turística embora não tenham surgido com esse objectivo, é uma terceira barreira.

Uma quarta barreira decorre do facto do turismo, usualmente, ser caracterizado por poucas grandes empresas e múltiplas pequenas empresas, estas últimas com tendência para se categorizarem como fazendo parte da indústria hoteleira ou da indústria da restauração, etc., em vez de aceitarem o seu papel mais amplo no sector.

Outros problemas com os quais o planeamento turístico se pode confrontar são a sazonalidade da actividade e a relativamente elevada mudança de propriedade na indústria.

Apesar destas barreiras ao planeamento turístico, Mill e Morrison (1992) salientam que todos os anos se assiste a um crescimento no número de planos elaborados, bem como na quantidade de destinos envolvidos neste importante processo. À medida que mais destinos se forem envolvendo, vão tendo à sua disposição a experiência prévia em planeamento de muitas outras áreas e, assim, uma mais refinada “tecnologia” de planeamento turístico.

### **3.1.2 Objectivos e características**

De acordo com Gartner (1996), os investigadores e os profissionais na área do turismo, para evitarem os problemas associados ao desenvolvimento não planeado, procuraram estabelecer um conjunto de objectivos que conduzissem o processo de planeamento. Estes objectivos foram sintetizados por McIntosh *et al.* (1995, p.342):

- i) fornecer a estrutura para aumentar o nível de vida da população através dos benefícios económicos gerados pelo turismo;
- ii) desenvolver infra-estruturas e equipamentos recreativos para visitantes e residentes;
- iii) assegurar tipos de desenvolvimento no interior dos centros e estâncias turísticas apropriados aos propósitos destas áreas;
- iv) estabelecer um programa de desenvolvimento consistente com a filosofia cultural, social e económica do governo e da população residente;

v) otimizar a satisfação dos visitantes.

A manutenção da integridade cultural e ambiental do destino turístico está presente nos quatro primeiros objectivos. De facto, são as comunidades locais e os territórios nos quais vivem quem mais estão expostos aos riscos de um desenvolvimento turístico não planeado (Gartner, 1996).

Como refere Gunn (2002, p. 15), “o turismo começa com o desejo dos viajantes em viajar e termina com a sua satisfação derivada dessa viagem”. Nesta medida, a optimização da satisfação dos visitantes torna-se imprescindível para o sucesso do turismo numa determinada área, devendo este objectivo resultar do tipo de turismo que a comunidade local deseja oferecer (Gartner, 1996).

Mathieson e Wall (1982) sustentam que os objectivos do planeamento e do desenvolvimento turístico se baseiam no facto do turismo garantir benefícios económicos, melhores equipamentos e infra-estruturas e elevar o nível de vida das comunidades locais, acautelando, assim, a sua sustentabilidade.

Reconhecendo-se no planeamento a única via para obter as vantagens do turismo, importa ter presente as características que o planeamento turístico deve ter.

O planeamento é fortemente condicionado pelos valores da sociedade, sendo estes diferentes de comunidade para comunidade e estando sujeitos a constantes variações com o decorrer do tempo. Sendo assim, o planeamento convencional, limitado à definição de um plano como produto acabado, deixa de fazer sentido, justificando-se um processo flexível, dinâmico, contínuo, que acompanhe a complexidade crescente e as transformações do ambiente do destino turístico (Inskip, 1991). De facto, o processo tradicional de planeamento deverá ser repensado pois a velocidade das mudanças estruturais, o grau de incerteza quanto ao futuro, a forte interdependência dos lugares e dos processos, e o compromisso com as gerações futuras exige novas abordagens que considerem a complexa realidade em que estamos inseridos (Silveira, 2002).

Neste sentido, o planeamento deverá ser estratégico e participativo. Impõe-se, portanto, um planeamento que procure compreender a realidade em que vivemos, modificando-a e dando origem a constantes ajustamentos, sendo, assim, pró-activo e não meramente reactivo. Igualmente relevante é a característica da participação pois, ao considerar-se esta dimensão, valoriza-se a amplitude social e cultural e a representatividade dos agentes envolvidos, possibilitando também uma interacção interdisciplinar e multi-sectorial, facilitando o surgimento de soluções mais criativas, duradouras e ajustadas a

cada realidade (Silveira, 2002). Quanto maior for o envolvimento da comunidade local no planeamento e no processo de tomada de decisão do turismo, maior tende a ser o compromisso e a auto-identificação dos envolvidos, quer nos resultados finais quer em todas as etapas de construção dos planos (Inskeep, 1991; Silveira, 2002).

### **3.1.3 Tipologias e actores**

O planeamento pode ser objecto de diversas classificações consoante os parâmetros em análise (Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997, pp. 111-112; Valls, 2003, pp. 120-121). Assim, se considerarmos:

- o período de actuação podemos falar em: planeamento de curto (1-2 anos), médio (2-5 anos) ou longo prazo (10-20 anos);
- a escala do território: planeamento local, municipal, regional, nacional, de uma zona pertencente a vários países (o Mediterrâneo, por exemplo) ou de uma zona geoeconómica (União Europeia, por exemplo);
- a promoção e/ou financiamento: público, privado ou misto;
- a estrutura: planeamento integrado (quando se recorre a uma fórmula global que respeita a um determinado destino, a um país) ou de âmbito de negócio (turismo rural, golfe, termalismo, etc.);
- a exigibilidade de aplicação: indicativo, obrigatório total ou parcial;
- o conteúdo ou abrangência: estratégico, tático ou operacional;
- o ciclo de vida: criação de um novo produto ou destino ou reestruturação de um produto ou destino.

No planeamento em turismo, alguns autores (Pearce, 1989; Inskeep, 1991; Gunn, 1994 e 2002; Gee e Fayos-Solá, 1999) colocam a ênfase nas tipologias decorrentes do âmbito territorial da sua aplicação. Por exemplo, Gee e Fayos-Solá (1999) referem que o planeamento turístico ocorre em diferentes níveis de governo. A nível nacional, geralmente, são tratadas as questões mais amplas, enquanto o planeamento local é direccionado para lugares e pontos mais específicos.

Várias são as funções que estes autores atribuem ao planeamento nacional de turismo, sendo a principal o desenvolvimento e administração de políticas nacionais para o sector. Outras funções são a criação de uma estrutura para a administração de políticas, o planeamento físico que permita a identificação e a designação dos atractivos turísticos principais e das regiões onde se desenvolverá o turismo, a criação de padrões nacionais



em áreas como a saúde, a segurança, a realização de pesquisas, análises estatísticas e previsões.

O envolvimento de outros níveis de governo ocorre, segundo os mesmos autores (Gee e Fayos-Solá, 1999, pp.326-327), à medida que se avança para a implementação do planeamento turístico, podendo ocorrer a um nível secundário (com governos regionais ou estaduais) ou a um nível mais específico (com governos municipais e locais).

Gee e Fayos-Solá (1999), recorrendo a Gunn (1994, p.27), fazem, ainda, referência ao planeamento de destino, descrevendo-o como o planeamento elaborado para uma área geográfica que possua instalações, atracções, infra-estruturas e mão-de-obra suficientes para atrair visitantes. Este destino pode ter um alcance regional, englobando muitas áreas e comunidades onde funcionam estâncias turísticas ou ser apenas local, dependendo da natureza do envolvimento turístico e da área em causa. Independentemente da dimensão do destino, é importante que o seu planeamento seja feito de forma integrada, ou seja, não deve limitar-se ao planeamento de uma estância turística ou de uma área específica mas deve envolver a análise de aspectos como os transportes, o abastecimento de água e infra-estruturas de esgotos, o desenvolvimento dos recursos humanos, entre outros.

Inskeep (1991), também, defende que o planeamento turístico deve ser preparado a vários níveis (internacional, nacional, regional e sub-regional), cada um dos quais focando um diferente grau de especificidade. Assim, segundo este autor, o planeamento internacional refere-se, sobretudo, aos serviços de transporte internacional, à programação das viagens dos turistas ao longo de diferentes países, ao desenvolvimento complementar das principais atracções e infra-estruturas de países fronteiriços, às estratégias de marketing e promoção de multi-países, etc.

Contudo, Inskeep (1991) realça que este tipo de planeamento realizado a nível internacional, apesar de ser um pouco débil, pois depende da cooperação entre diferentes países, tem sido encorajado por agências internacionais através dos seus patrocínios a projectos turísticos regionais.

A nível nacional, o planeamento turístico deve focar, na opinião de Inskeep (1991, p.35) diversos elementos: a política turística; um plano de infra-estruturas físicas, incluindo a identificação das principais atracções turísticas, a designação das regiões de desenvolvimento turístico, os pontos de acesso internacional e as redes de transportes internos; a quantidade, tipo e nível de qualidade dos estabelecimentos de alojamento

turísticos e de outros equipamentos e serviços requeridos; as principais rotas turísticas no país e as suas conexões regionais; as estruturas organizativas do turismo, legislação e políticas de investimento; as estratégias globais de marketing turístico e programas de promoção; os programas de formação e educação; e considerações sócio-culturais, ambientais e económicas e análises de impactes.

O planeamento turístico de nível regional é, segundo Inskip (1991), mais específico que o de nível nacional, embora o grau de especificidade em ambos os casos dependa do tamanho do país ou região. Este planeamento respeita a uma região de um país, podendo esta corresponder a uma estado, província, conjunto de ilhas, etc. e é formulado dentro da estrutura da política e plano nacional de turismo, se tal existir. Os elementos a focar no planeamento regional são idênticos aos expostos acima mas, agora, reportados à região em análise.

Inskip (1991) refere que, em alguns países ou regiões, se justifica o planeamento sub-regional, mais específico do que o de nível regional, mas não tão detalhado como o planeamento do desenvolvimento de uma área ou do uso do solo numa estância turística. As componentes de um plano sub-regional dependem da situação em concreto mas incluem, normalmente, as características das atracções turísticas, as localizações dos estabelecimentos de alojamento turísticos e outros equipamentos e serviços, os acessos à sub-região, as suas redes de transportes e outras considerações sobre infra-estruturas e factores institucionais relevantes.

Para Gunn (1994 e 2002), o planeamento em turismo pode acontecer a nível regional, do destino e local, sendo este último o mais popular, hoje em dia. De facto, profissionais de diversas áreas como a arquitectura, a arquitectura paisagística, engenharia, planeamento, foram encontrando oportunidades no campo do turismo com a crescente procura destes profissionais para planear e desenhar as propriedades individuais respeitantes a hotéis, restaurantes, estâncias turísticas, acessos e atracções. Contudo, de acordo com este autor, à medida que as funções turísticas vão sendo melhor compreendidas, torna-se claro que as hipóteses de êxito, em termos turísticos, dependem de um planeamento à escala do destino, definido como “uma comunidade (ou várias) e a área envolvente” (Gunn, 2002, p.23). Segundo Gunn (2002) tão importante como o planeamento à escala do destino e local, é o planeamento à escala regional, que visa, antes de mais, a melhor integração da região como um todo.

O planeamento turístico envolve, deste modo, várias partes, com diferentes

perspectivas, desde entidades governamentais até à própria comunidade local, passando pelos investidores privados.

Os governos esforçam-se, cada vez mais, por garantir a participação pública, através do envolvimento das comunidades locais ou dos seus representantes no planeamento (Gee e Fayos-Solá, 1999).

De facto, para ser efectivo, o planeamento requer o envolvimento e cooperação entre todos os agentes, reconhecendo a complexidade da actividade turística e a necessidade de cada serviço fornecido ser conciliável com os interesses dos outros serviços e da própria comunidade local (Gartner, 1996).

Assim, uma vez que o turismo envolve e afecta muitas empresas diferentes, entidades públicas e privadas e associações, bem como membros da comunidade local, o planeamento efectivo do desenvolvimento requer contributos de cada grupo. O planeamento deve ser entendido como uma oportunidade para o envolvimento entre cada grupo de interesses e uma troca de preocupações e ideias (Gartner, 1996).

Contudo, tradicionalmente, o planeamento tem sido preocupação quase exclusiva da hotelaria, dos transportes e dos promotores turísticos, que colocam a ênfase na abordagem micro, do empreendimento local, do hotel, do restaurante, da atracção turística, etc. Constata-se a ausência de reconhecimento por parte de todos os elementos intervenientes no sistema de turismo da importância de um planeamento integrado, estabelecendo-se uma estreita interdependência das entidades separadas e fragmentadas que o constituem (Gunn, 2002).

Esta questão é, igualmente, salientada por Inskip (1991) ao afirmar que no passado, e actualmente, ainda, em alguns locais, o planeamento do turismo é encarado como um processo simplista, de encorajamento da abertura de novos hotéis, no caso de existirem certas condições ao nível dos transportes e de promoção turística. De acordo com o autor, esta abordagem teve sucesso no caso de hotéis isolados ou de pequenas estâncias turísticas, anteriores ao turismo de massas.

O desenvolvimento do turismo de massas, sem qualquer tipo de planeamento, com os consequentes impactes sociais e ambientais, por um lado, e a circunstância do mercado turístico se ter tornado mais sofisticado e selectivo, por outro, exercem uma maior pressão sobre os investidores, para utilizarem o planeamento com vista a criarem destinos de qualidade. Hoje em dia, perante um mercado cada vez mais competitivo não é suficiente planear apenas a construção de atracções ou de estabelecimentos de

hotelaria pois a concorrência crescente e o maior discernimento dos turistas relativamente a locais que oferecem qualidade e valor acrescentado conduzirão à rejeição de destinos mal planeados. Consequentemente, quer o sector público quer o privado reconhecem como essencial o planeamento turístico pois só através deste, levado a cabo por todos os actores envolvidos no sistema e não apenas pelos profissionais do sector, se pode atenuar os impactes negativos do turismo e construir um destino de qualidade.

Assim, os indivíduos e grupos com interesses no sector, ou seja, aqueles que sofrem os seus impactes ou têm capacidade para influenciar a sua condução e resultados, deverão envolver-se no planeamento e implementação de acções e actividades turísticas. Deste processo deverão fazer parte: os residentes no destino, os grupos de protecção ambiental, as empresas relacionadas e não relacionadas com o turismo, os políticos e outros representantes eleitos, os grandes interesses empresariais e grupos de pressão, os sindicatos e outros representantes de trabalhadores, os funcionários do governo envolvidos na regulamentação e no desenvolvimento turísticos.

Cada um destes elementos representa um conjunto particular de necessidades, conhecimentos e perspectivas para a tomada de decisões. A sua participação numa fase inicial do processo revela-se importante para gerar apoio e criar compromisso, reduzindo assim as hipóteses de resistência posterior por parte de um actor que não tenha sido incluído (Gee e Fayos-Solá, 1999).

#### **3.1.4 Processos e técnicas**

O processo básico de planeamento aplicado à preparação de qualquer tipo de plano pode, segundo Inskip (1991), ser representado de diversas formas, sendo, contudo, a abordagem conceptual a mesma. Deste modo, são vários os autores (Inskip, 1991; Mill e Morrison, 1992; McIntosh *et al.*, 1995) que defendem que este processo deve seguir um padrão similar, com os seguintes passos:

- i) definição do sistema – consiste em estabelecer a escala de planeamento, a área a ser abrangida, o mercado a ser estudado, o carácter e o propósito do planeamento;
- ii) formulação dos objectivos – qualquer plano parte da definição prévia de objectivos que estabelecem o que se pretende alcançar e que vão orientar o resto do processo de planeamento. Na ausência de um conjunto de objectivos bem definidos, o conceito de desenvolvimento não tem qualquer sentido. Os objectivos devem ser completos,

específicos e incluir um programa para o seu cumprimento. Devem, igualmente, ser assumidos e considerados como próprios por toda a população afectada pelo plano, de forma a existir uma maior probabilidade de que o plano seja um êxito. Para tal, é recomendável, nesta fase, um processo de participação pública;

- iii) obtenção de dados – nesta fase, desenvolvem-se pesquisas e outros métodos de recolha de dados para acumular toda a informação relevante para o desenvolvimento do plano. Abrange um exame da situação existente e das características da área a desenvolver, nomeadamente, da procura existente, dos recursos e atracções, dos serviços e infra-estruturas de que dispõe e da concorrência que enfrenta;
- iv) análise e interpretação dos dados – uma vez pesquisada a informação, esta deve ser interpretada para que os dados obtidos tenham significado. Deste passo resulta um conjunto de conclusões e recomendações que permitem a realização de um plano preliminar;
- v) elaboração preliminar, análise e revisão do projecto de plano – com base nos passos anteriores, consideram-se as alternativas, desenham-se e testam-se as soluções físicas opcionais. Com frequência, modelos em escala/maquetas são projectados para ilustrar os planos de uso dos solos, esboços são preparados para mostrar a imagem que o desenvolvimento vai proporcionar, planos financeiros são delineados a partir da informação de mercado, são traçados planos para mostrar os investimentos necessários em cada fase do projecto, os fluxos esperados e os requisitos legais são conhecidos. O plano preliminar segue através do processo de análise e revisão e pode ser aperfeiçoado;
- vi) aprovação do plano – decididas as actuações a realizar, as partes envolvidas podem agora conhecer os planos, desenhos, maquetas, estimativas de custos, estimativas de lucros e saber o que estará em causa e quais as hipóteses de sucesso ou insucesso que existirão. Embora, até este ponto, possa ter sido gasta uma elevada quantia de dinheiro, esta soma é relativamente pequena quando comparada com as despesas que serão requeridas a partir da aprovação do plano e da sua implementação.
- vii) elaboração do plano final – após a incorporação e aprovação de todas as revisões, o plano final é elaborado e passa a ser o documento de trabalho que norteia a implementação do plano. Este plano final inclui todos os detalhes necessários para orientar os agentes envolvidos, tais como: uma definição do uso do solo; planos para infra-estruturas como estradas, aeroportos, ciclo-vias, trilhos para passeios a cavalo,

trilhos pedestres, sistemas de tratamento de esgotos e de abastecimento de água e electricidade, definição de padrões arquitectónicos e de paisagismo, além de análises económicas, de mercado e financeiras. Uma vez elaborado o plano, justifica-se, novamente, a abertura do processo à participação pública que permita difundir os conteúdos do plano e organizar a participação e envolvimento da população na discussão do mesmo;

viii) implementação e monitorização – a última fase corresponde à execução e gestão do plano, ou seja, à realização das actuações previstas acompanhada de uma monitorização e reporte contínuo da implementação do plano. Este sistema permanente de monitorização deve permitir, quer ajustar a trajectória que está a ser seguida para que seja possível atingir os objectivos determinados, quer ajustar os próprios objectivos, no caso de a conjuntura se ter alterado e, com isso, também os objectivos da comunidade.

Sendo assim, o planeamento deve ser encarado como um processo dinâmico e flexível, em que constantemente se está a projectar, implementar, avaliar, rever, reimplantar, avaliar novamente e assim sucessivamente, de forma a acompanhar as crescentes complexidades e mutações dos nossos dias.

### **3.2 Formação e avaliação de um destino**

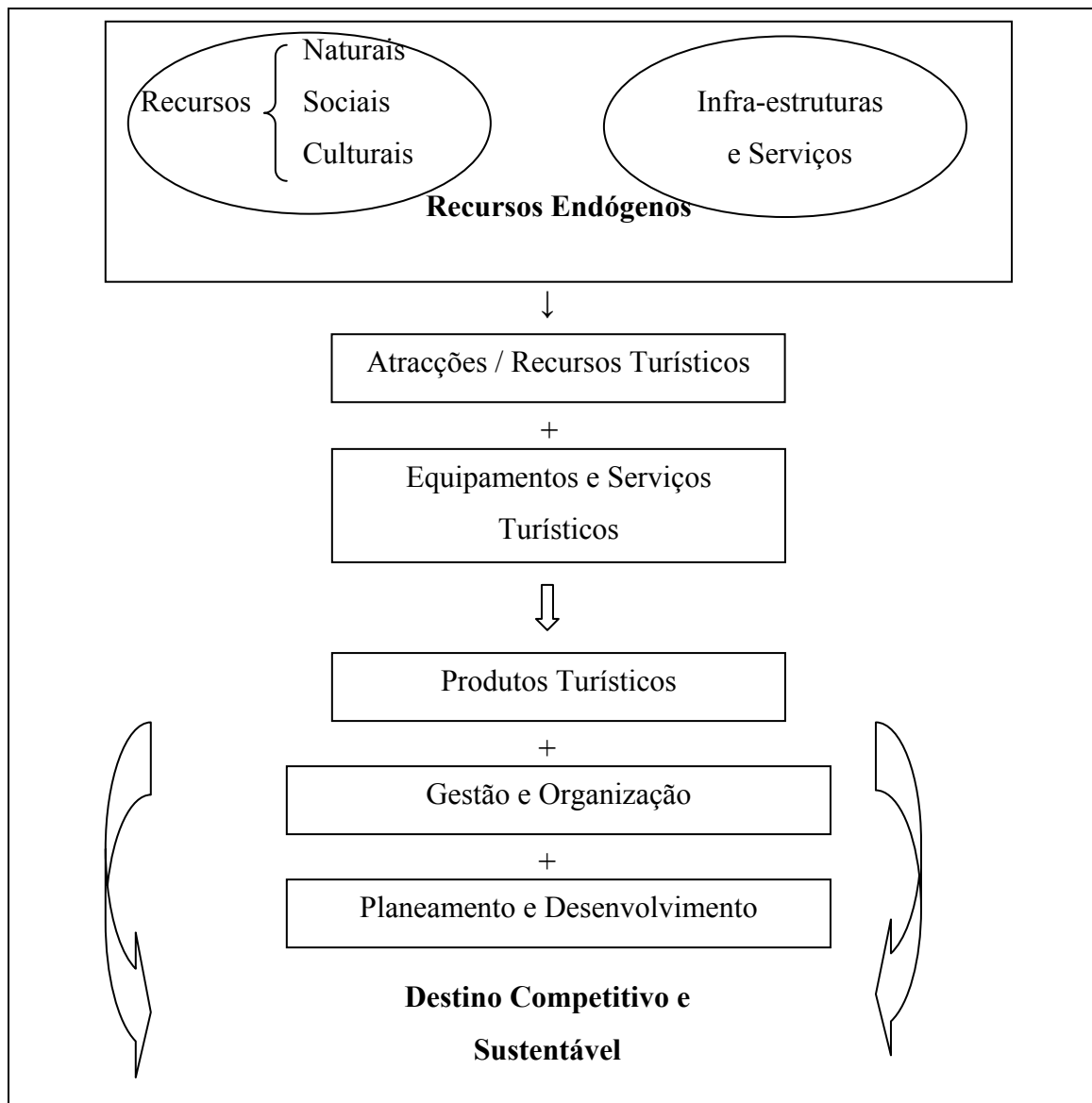
Uma vez caracterizado o planeamento turístico, pretendemos, de seguida, realçar os elementos da actividade turística a analisar num processo de formação de um destino. Posteriormente, apresentaremos o processo de avaliação do potencial turístico, atendendo aos elementos “internos” de um destino.

Depois, será discutido o papel da imagem ou percepção do destino, enquanto factores identificativos do mesmo.

#### **3.2.1 Processo de formação do destino**

Uma vez caracterizado o planeamento turístico, importa centrarmo-nos nas componentes ou elementos da actividade turística a analisar num processo de formação e planeamento de um destino.

Figura 3.1 – Processo de formação do destino



Fonte: Elaboração própria a partir de Vera (1997) e de Ritchie e Crouch (2005).

No que respeita aos elementos da actividade turística que importa ter presente num processo de formação de um destino e, tratando-se o nosso trabalho de uma aproximação à área estudada a partir da óptica do desenvolvimento endógeno, no primeiro nível de análise estão os **recursos do território**, os seus factores intrínsecos, endógenos. Este conjunto de elementos, entre os quais se destacam, as infra-estruturas, os acessos, as empresas, os sistemas social e político, costuma enquadrar-se nos estudos prévios da situação da área, recomendados nos planos teóricos (Pearce, 1995; OMT, 1998) e que devem, também, incorporar a análise da população local, como elemento

diferencial nos desenvolvimentos turísticos.

Neste contexto, o estudo destes elementos, que são prévios às actuações desencadeadas para conseguir o desenvolvimento turístico, revela-se fundamental já que cada área apresenta características próprias, diferenciadas, que a definem e configuram económica, social e culturalmente.

Sendo assim, qualquer território que queira desenvolver-se em termos económicos, em geral, e a nível turístico, em particular, não pode copiar os modelos e as propostas de forma automática, pois os contextos económicos, sociais e políticos são diferentes e estas diferenças condicionam os resultados.

Contudo, não raras vezes, estas condições-prévias são descuradas; por exemplo, um destino com abundantes recursos e atracções turísticas não constitui garantia de sucesso pois podem existir outras limitações: escassez de serviços de apoio, ou deficientes níveis de organização, colaboração e cooperação entre os agentes, o que dificultará o desenvolvimento da indústria turística, pelo menos no curto prazo, enquanto não for colocada alguma atenção nos aspectos em falta (Ritchie e Crouch, 2005).

Deste modo, importa ter presente o tipo de **infra-estruturas** disponível no território, não só em termos quantitativos mas, também, qualitativos. Aqui, podemos considerar, como referem Ritchie e Crouch (2005, p.132), as infra-estruturas gerais e as infra-estruturas de serviços básicos. No primeiro grupo, estes autores incluem os sistemas de transporte do destino (por exemplo, as estradas e as auto-estradas, os aeroportos, sistemas ferroviários, terminais e serviços de autocarros, táxis, etc.), a segurança pública (polícia, bombeiros e serviços de emergência), os sistemas de tratamento de águas e de lixo, os serviços de saúde (hospitais, clínicas, laboratórios, etc.), os serviços financeiros (instituições bancárias, instituições de crédito, etc.), o sistema educativo (por exemplo, universidades, escolas, etc.), o sistema administrativo e, assim por diante. Para além destas infra-estruturas, existe um conjunto de serviços de apoio considerados essenciais para o funcionamento eficiente dos destinos, mas cuja procura depende apenas numa pequena parcela dos turistas e visitantes. Alguns exemplos destas infra-estruturas de serviços básicos são um extenso conjunto de lojas (vestuário, alimentação, etc.), oficinas automóveis, estações de serviço, lavandarias, cabeleireiros, papelarias, livrarias, etc.

A competitividade de um destino turístico vai depender da capacidade dos sectores público e privado fornecerem e manterem estes tipos de infra-estruturas que a actividade



turística e a própria população local necessitam (Ritchie e Crouch, 2005).

Outro elemento a destacar é a **acessibilidade** a um destino, que vai depender não só das infra-estruturas de transporte acima citadas e da situação geográfica do território mas, também, de factores como: as formalidades e barreiras que envolvem a obtenção de visto, a existência de rotas de conexão até ao destino, a capacidade dos aeroportos, a regulação aérea, a concorrência entre companhias aéreas, etc. Um destino turístico só será competitivo se for acessível quer ao turista individual quer aos operadores turísticos, evitando assim ser ultrapassado, em termos de desenvolvimento, por outros com menores condicionalismos de acesso (Mill e Morrison, 1992; Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997; Ritchie e Crouch, 2005).

Também há que ter em conta a disponibilidade e qualidade dos **recursos humanos** locais, os salários praticados, a produtividade e ética no trabalho, as condições de trabalho, a regulação laboral e as organizações sindicais existentes, etc., bem como os **recursos financeiros** disponíveis, as possibilidades de investimentos e as expectativas de os recuperar (Ritchie e Crouch, 2005).

Todos estes aspectos são importantes e considerados facilitadores do desenvolvimento de qualquer actividade económica e, em particular, do desenvolvimento do turismo.

A **atitude dos residentes** perante os turistas e o turismo é, igualmente, um factor a considerar já que os turistas esperam, normalmente, ser bem tratados, com simpatia e cortesia, o que depende não só das pessoas que trabalham na actividade turística mas, também, dos comportamentos dos próprios residentes (Baptista, 1990; Ritchie e Crouch, 2005).

Para além da atitude dos residentes, importa conhecer a **atitude e funcionamento das empresas locais**, geralmente de pequena e média dimensão, com um elevado grau de flexibilidade de modo a ajustarem-se às mudanças frequentes na procura, e das quais depende fortemente a qualidade de vida dos residentes (Crouch e Ritchie, 1995). Neste contexto, será relevante analisar a concorrência que existe entre estas empresas mas, também, os níveis de colaboração, especialização, inovação, investimento, crescimento, o risco que correm, produtividade, diversificação de produtos, sazonalidade e desequilíbrios existentes (Crouch e Ritchie, 1995).

Não menos importante do que o comportamento dos residentes e das empresas é a **vontade e determinação política** relativamente ao turismo. Embora o turismo seja um importante sector económico em muitos países, regiões e cidades, a atitude dos

governos relativamente a esta actividade é, muitas vezes, de indiferença (Gee e Fayos-Solá, 1999; Ritchie e Crouch, 2005). Esta atitude tem vindo a alterar-se dado o reconhecimento do contributo em termos económicos e sociais que o turismo proporciona, podendo o sector público desempenhar um papel crucial, na medida do seu empenho na organização e coordenação para o funcionamento do sector, da importância que atribua à actividade turística nas suas estratégias de desenvolvimento, no impulso a novos projectos e iniciativas, nos incentivos e limitações que estabeleça, entre outros aspectos (Vera, 1997).

Uma vez analisadas estas questões prévias, deveremos considerar que, de entre os recursos endógenos de um território, existem alguns com características próprias, que possuem um determinado grau de atracção, que os tornam “apetecíveis” para a actividade turística. Estes recursos e atracções, que também se denominam “**factores de atracção**” ou “**recursos turísticos**”, são a base da actividade turística e a razão fundamental que motiva os indivíduos a escolher um destino em particular entre inúmeras outras possibilidades (Vera, 1997; Gunn, 2002; Ritchie e Crouch, 2005).

Para que os recursos turísticos possam ser consumidos e comercializados por quem os procura é necessário um conjunto de equipamentos e serviços que, embora não possuam um atractivo específico para os visitantes, ajudam a satisfazer a experiência turística (Vera, 1997). Estes elementos da oferta ou componente de serviços, também, designados “**elementos complementares**” que, não dando origem à deslocação, facilitam a estadia, compreendem uma diversa gama de serviços como: alojamento, restauração, comércio a retalho, equipamentos de lazer e qualquer outro serviço ou equipamento que permita ao turista satisfazer as suas necessidades e realizar convenientemente a visita aos recursos turísticos (Vera, 1997; Dredge, 1999; Gunn, 2002). É da qualidade destes serviços e equipamentos que depende, em boa parte, o futuro do turismo pois permitem o acolhimento, não de mais mas, de melhores turistas, ou seja, de turistas que ficam mais tempo, gastam mais dinheiro, distribuem as suas despesas e regressam (Pereiro Pérez, 2002).

Embora representem elementos importantes do destino e a sua actividade envolva valores económicos significativos (em termos de emprego, rendimento e impostos), a sua natureza complementar sugere que, em geral, não constituem o atractivo determinante do destino, que recairia nos recursos e atracções turísticas. Contudo, nos últimos anos, esta divisão entre serviços e atracções tem vindo a esbater-se com o

surgimento de equipamentos que integram atracções e serviços em simultâneo, como são o caso dos hotéis-casino, dos restaurantes-teatro ou dos estabelecimentos de alojamento especializado e os complexos residenciais-*resorts* (Dredge, 1999), que apresentam uma imagem característica para que o turista os perceba como algo singular. Chegados a este nível, quando aparece a intervenção, entendida como intervenção com fins turísticos, pressupõe-se já a existência de organização e gestão do destino, em sentido genérico. Por outras palavras, falamos em organização quando já existe uma consciência da actividade turística e se desenvolvem os esforços para criar produtos bem como as bases para um destino competitivo e sustentável.

Portanto, para além da existência dos recursos e atracções turísticas, que ajudam a explicar as diferenças entre destinos similares, importa ter presente uma série de componentes que ajudam a assegurar as vantagens económicas do destino e, ao mesmo tempo, a evitar a degradação dos factores que criaram a sua posição competitiva (Ritchie e Crouch, 2005). Estas componentes da actividade de gestão do destino englobam elementos de organização, marketing, qualidade do serviço/experiência, informação, administração de recursos (humanos, de capital, básicos), gestão de visitantes e de crises (Gunn, 2002; Ritchie e Crouch, 2005).

Sendo difícil dizer qual destas actividades de gestão surge primeiro, uma vez que todas as componentes são fortemente interdependentes e o processo de gestão do destino é interactivo, podemos dizer que, já que no destino e seu funcionamento estão envolvidos múltiplos elementos que devem funcionar de forma “conjunta” e coordenada para atingir os objectivos pré-fixados, a análise das **estruturas organizativas** poderá ser o primeiro passo deste processo.

Contudo, durante muitos anos, a primeira tarefa que os responsáveis pela gestão dos destinos sentiam que deviam desempenhar era a de **marketing**, ou de forma mais correcta, promover e vender o destino. No entanto, esta função abrange outras aplicações, na medida em que a competitividade de um destino depende dos produtos oferecidos, da inovação (pois as necessidades dos turistas alteram-se e o destino deverá adaptar-se às novas realidades), de políticas adequadas de fixação de preços, do desenvolvimento de canais de marketing eficientes que facilitem a ligação entre o destino e os potenciais turistas, da selecção estratégica de mercados-alvo que possam ser atraídos pelo destino, entre outros (Kotler e Brown, 1998; Beni, 2003).

Por outro lado, igualmente importante nas actividades de gestão são os esforços

desenvolvidos para assegurar que o destino forneça ao visitante uma **experiência de alta qualidade**. Neste sentido, importará analisar a experiência total do visitante, desde o momento em que este escolhe o destino até ao regresso à sua residência, isto porque o grau de satisfação do visitante depende do conjunto de eventos e/ou serviços utilizados ao longo deste percurso (Otto e Ritchie, 1996), ou seja, a eleição das atracções a visitar, o hotel, o restaurante, os meios de deslocação, etc.

Embora se reconheça que muita da experiência da viagem esteja “fora do controlo” do destino, ou até fora da sua influência, nas actividades de gestão e organização do destino deve, permanentemente, procurar-se formas de aumentar a qualidade da experiência total, através dos esforços desenvolvidos para ajudar a assegurar a elevada qualidade dos serviços de todas as empresas e organizações que forneçam serviços ao visitante (Ritchie e Crouch, 2005). Relacionada com esta questão está a capacidade do destino perceber que não deve limitar-se a ser um local de visita ou um local onde se “fazem coisas” mas sim, sobretudo, um fornecedor de experiências ao turista, de preferência experiências agradáveis e memoráveis, que irão gerar elevados níveis de satisfação e consequente publicidade favorável.

Neste contexto explica-se a importância crescente que tem assumido a componente da **informação e recolha de dados** do destino. Esta componente respeita ao desenvolvimento e uso eficiente dos sistemas de informação que permitem aos gestores obterem todos os dados necessários para compreenderem as necessidades dos turistas e desenvolverem um produto eficiente. Assim, de acordo com Ritchie e Ritchie (2002) existem dois tipos de fluxos de informação que importa obter e gerir: os fluxos internos que fornecem informação aos responsáveis pela gestão e organização do destino de modo a assegurar o seu funcionamento de forma mais competitiva e sustentável (monitorização do desempenho do destino, de mercados-alvo, de destinos concorrentes, informação sobre os impactes das visitas, satisfação dos turistas, etc.); e fluxos externos que se referem à informação que deve ser proporcionada a um vasto conjunto de agentes (investidores, decisores, residentes, visitantes actuais e potenciais).

Embora caiba à iniciativa privada financiar em grande parte o desenvolvimento turístico, um elemento que a gestão do destino deve apoiar é o acesso às **ajudas financeiras e ao capital de risco** por parte dos investidores e operadores do destino. Neste sentido, o sector público pode apoiar e financiar o desenvolvimento através das políticas públicas, sobre a forma de programas que dêem aos investidores os fundos

necessários, as garantias de empréstimos, as concessões, as isenções de impostos e outros incentivos que estimulem o investimento privado.

Embora ao longo desta secção tenhamos falado em destino competitivo, este só será eficiente a este nível se tiver em mente a sustentabilidade, ou seja, se, constantemente, cuidar dos dois grupos de recursos dos quais, em última instância, o turismo depende: os recursos turísticos e os recursos humanos.

No caso dos recursos turísticos, importa desenvolver esforços para assegurar a integridade física e ecológica do destino, na medida em que, por um lado, não se pretende destruir “a galinha dos ovos de ouro” da actividade turística e, por outro, existe uma cada vez maior consciência em matéria ambiental. De modo similar, estes esforços de **administração dos recursos turísticos** podem ser aplicados aos **recursos humanos**, apoiando-se iniciativas de qualificação e formação destes recursos (Inskeep, 1991; Gunn, 2002; Ritchie e Crouch, 2005).

Assim, o modelo a adoptar não deve ser um modelo de simples competitividade económica mas uma competitividade sustentável a longo prazo, que tenha em consideração a administração e preservação de todos os recursos, sejam naturais, culturais ou sociais.

Para além desta preocupação com a preservação dos recursos, nos últimos anos tem-se tornado essencial o desenvolvimento, por parte dos destinos, da capacidade de antecipar e fazer face a um vasto conjunto de situações que potencialmente podem destruir/arruinar muitos anos de gestão cuidada (Mitroff e Anagnos, 2001; Ritchie e Ritchie, 2002; Ritchie e Crouch, 2005). De facto, estas **crises** podem ser de variada ordem: económicas (greves, despedimentos, redução dos níveis de rendimento, etc.); de recursos humanos (perda de quadros executivos, técnicos, aumento do absentismo, etc.); reputação (calúnias, mexericos, rumores, etc.); resultantes de actos criminosos (raptos, subornos, terrorismo, vandalismo, etc.); desastres naturais (terramotos, incêndios, inundações, ciclones e furacões, etc.). Quando estas situações surgem, o destino deve estar preparado para lhes fazer frente, procurando minimizar os seus efeitos imediatos, bem como as suas consequências de longo prazo.

Os destinos que respondem de forma mais eficiente a estes acontecimentos ou, melhor ainda, ajam de forma a preveni-los ou minimizá-los tão rápido quanto possível, melhoram a sua posição competitiva (Mitroff e Anagnos, 2001; Ritchie e Ritchie, 2002; Ritchie e Crouch, 2005).

Estes elementos do modelo respeitantes à gestão do destino que acabámos de analisar pressupõem a existência de um trabalho de planeamento e desenvolvimento. Na verdade, apesar do importante papel da gestão do destino na configuração do seu modo de funcionamento como um todo, este só será atractivo, competitivo e funcionará eficientemente se for bem planeado e se as formas adequadas de desenvolvimento turístico forem encorajadas e facilitadas.

A existência de um trabalho estratégico de planeamento e desenvolvimento do destino com objectivos económicos, sociais, ambientais e políticos, bem como com metas pré-estabelecidas, fornecerá a orientação sobre a direcção, modelo e estrutura do desenvolvimento turístico. Por outro lado, assegura, igualmente, que este desenvolvimento impulse um destino competitivo e sustentável, bem como vá de encontro às aspirações dos residentes no que respeita à sua qualidade de vida.

Importa, assim, considerar um conjunto de elementos de planeamento e desenvolvimento que, embora pudessem ser englobados na organização, se pretende realçar, evidenciando que o destino deve ir mais além dos elementos físicos e empresas que o formam (Vera, 1997; Campesino, 2002).

O primeiro elemento prende-se com a definição formal do destino e com a determinação da identidade e relevância de todos os intervenientes, ou seja, prende-se com a **definição do sistema do destino**. Esta componente, embora muitas vezes negligenciada, revela-se fundamental, uma vez que tudo o que se segue se relaciona com a forma como o destino foi definido (McIntosh *et al.*, 1995).

Neste processo de desenvolvimento de um destino devemos ter em conta a **filosofia ou modo de pensar da comunidade local** no que respeita à forma de atingir os objectivos económicos, sociais, ambientais e políticos através do desenvolvimento turístico. Deste modo, importa considerar as crenças e valores dos membros da sociedade em causa no que respeita ao papel que o turismo pode desempenhar no bem-estar da população, o que, de alguma forma, permitirá avaliar a utilidade que atribuem às actividades relacionadas com o turismo. Isto implica que um desenvolvimento do turismo que não tenha presente os valores da comunidade local irá inevitavelmente falhar na obtenção de apoio popular e político.

De forma similar, uma **análise da concorrência/colaboração** existente é uma forma de avaliar o modo como o destino se relaciona e se compara com outros e com o sistema turístico internacional. Na medida em que a competitividade é um conceito relativo, as

decisões estratégicas de desenvolvimento de um destino turístico devem tomar-se dentro do contexto do que estão a fazer outros destinos e como o estão a fazer (Ritchie e Crouch, 1993 e 2005; Kay, 1995). Este elemento relaciona-se com o **posicionamento dentro do mercado e a percepção do destino**, que obriga o destino a saber como diferentes segmentos de mercado o percebem face aos seus concorrentes nesse segmento, em que segmentos de mercado faz sentido apostar e como pode ser eficiente de forma a ganhar posição relativamente a esses segmentos (Hamel e Prahalad, 1994; Ritchie e Crouch, 2005).

As políticas de destino devem fazer-se dentro de um sistema integrador, de mecanismos designados para trabalhar em conjunto, de forma a alcançar as metas económicas, sociais e ambientais, em termos sustentáveis.

Com este objectivo genérico, dentro das políticas de desenvolvimento deve incluir-se quer políticas do lado da oferta (dirigidas à preservação e protecção dos recursos, nomeadamente das características físicas do destino; de qualificação dos recursos humanos; encaminhadas para o incremento do investimento e das ajudas financeiras à indústria turística, entre outras) quer do lado da procura (orientadas para assegurar que os mercados turísticos apropriados sejam alcançados de forma eficiente no que respeita às necessidades da indústria turística e da comunidade receptora).

Como elemento final da política, planeamento e desenvolvimento do destino referir a necessidade e a importância do **acompanhamento e avaliação das políticas e dos seus resultados**. A eficiência e o impacto das políticas num sistema complexo não podem ser previstos com um elevado grau de confiança quando são inicialmente formuladas. Por outro lado, o eventual resultado é mais função de quão bem as políticas são implementadas do que das políticas em si mesmas. Assim sendo, a tarefa de formulação da política, planeamento e desenvolvimento deve continuar a incluir pesquisa sobre a forma como as políticas estão a ser executadas, que melhorias/aperfeiçoamentos na execução são necessários e, até, que circunstâncias se alteraram de modo a tornar as políticas irrelevantes ou ineficazes.

### **3.2.2 Avaliação do potencial turístico**

Quando o desenvolvimento do turismo constitui um objectivo de um território, é necessário que este avalie cuidadosamente com que recursos, infra-estruturas e serviços conta para a actividade, já que estes factores vão condicionar o tipo de actividades e o

desenvolvimento e, portanto, o perfil do turista a que se vai dirigir (OMT, 1998).

Esta avaliação é prévia, na prática, ao planeamento territorial, já que com ela se vai decidir se a área em questão dispõe do potencial necessário para o desenvolvimento turístico ou sua expansão (no caso de destinos consolidados) e qual (ou quais) a(s) modalidade(s) de turismo mais conveniente. Uma vez avaliado o potencial poderá levar-se a cabo acções de planeamento.

A tarefa de avaliar deve ser entendida como um exercício de viabilidade do desenvolvimento da actividade turística já que, se se constatar a existência de um potencial adequado, a avaliação constitui a base para o trabalho de planeamento detalhado.

O enfoque geográfico estabelece como objectivo fundamental deste tipo de trabalhos a avaliação da viabilidade da localização. Por outras palavras, a selecção de um lugar óptimo para um projecto turístico tem como base uma série de factores de localização, pontuando-se a sua presença ou ausência e as características que determinam o potencial turístico da área. Deste modo, em qualquer planeamento é necessário desenvolver um processo de selecção e avaliação de alternativas, de forma a otimizar os recursos económicos e humanos disponíveis que, por norma, são escassos.

Este processo de selecção de estratégias desenvolve-se em três fases sucessivas: a identificação das alternativas, a sua avaliação e, em terceiro lugar, a eleição daquela opção que melhor se adapte aos objectivos fixados e aos recursos disponíveis (Leno Cerro, 1993; Salvat *et al.*, 1997, Padín, 2004; Pardellas e Padín, 2004a).

Assim, os recursos turísticos podem servir como ponto de partida para a definição das alternativas e, através da sua avaliação, podemos obter uma base sólida para a selecção daquela alternativa que melhor se adequa às características do território em análise.

Contudo, embora o potencial turístico ou os elementos que configuram um destino turístico dependam, basicamente, da quantidade e qualidade dos recursos turísticos que nele se localizam, existem outros aspectos como a acessibilidade ou os equipamentos que determinam também este potencial (Leno Cerro, 1992). Por outras palavras, para poder caracterizar um destino, para além de avaliar o que se conhece como recursos, é necessário analisar o espaço geográfico que configura a base desse território que deve ser considerado, ao mesmo tempo, como recurso e como factor de localização daquelas actividades (Pardellas e Padín, 2001).

O conhecimento da realidade permite constatar que as actividades turísticas seguem um



comportamento de localização espacial singular. Deste modo, ainda que se possa aplicar ao estudo as ferramentas de análise da localização das actividades económicas em geral, deve-se ter em conta aquela especificidade dos produtos do sector serviços e do turismo, em concreto, relativa ao seu consumo no local onde se produzem. Esta especificidade implica, por um lado, a existência de uma relação directa e física entre os recursos e os produtos turísticos que se elaboram a partir destes e, por outro, que os turistas/consumidores tenham de realizar uma deslocação desde a sua residência habitual para satisfazer essa procura (Vera, 1997; Pardellas e Padín, 2001).

Os métodos de classificação e inventariação de recursos constituem um primeiro passo na análise do potencial turístico, permitindo a identificação daqueles elementos que têm um certo poder actual ou potencial para atrair a procura turística. Contudo, o valor real do potencial de um território não se mede unicamente pelo número de atractivos de que dispõe mas pela qualidade dos mesmos e por outros factores como a acessibilidade e os equipamentos. Esta é, precisamente, a função das técnicas de avaliação, que como actividade de planeamento, têm por objectivo estabelecer uma medida do valor sobre o que fundamentar a tomada de decisões num processo de planeamento (Leno Cerro 1992; Salvat *et al.*, 1997).

Assim sendo, a avaliação prévia do potencial turístico de uma área implica o estabelecimento de indicadores que possam servir para a tomada de decisões aquando do planeamento das actuações dos sectores privado e público envolvidos na definição do destino (Leno Cerro, 1993; Salvat *et al.*, 1997).

De acordo com Leno Cerro (1992 e 1993), os recursos turísticos, a acessibilidade e os equipamentos são os três factores que determinam, numa alta percentagem, o valor turístico de um determinado território, ainda que a importância de cada um deles na definição deste valor difira sensivelmente. Deste modo, para analisar o valor real do potencial turístico de uma área, não podemos medir unicamente o número de recursos e atractivos que possui mas importa, sobretudo, a sua qualidade, bem como considerar as acessibilidades e os equipamentos de diversa índole com que está dotada.

Nesta sequência, Leno Cerro (1992 e 1993) estabelece uma fórmula teórica do Índice do Valor Turístico, ou Potencial Turístico (IPT), de uma determinada zona, como uma expressão do tipo:

$$\mathbf{IPT}_i = \alpha \mathbf{Fr}_i + \beta \mathbf{Fa}_i + \delta \mathbf{Fe}_i$$

em que,

$IPT_i$  = Índice de Potencialidade Turística do município “i”.

Fr, Fa, Fe = valores dos factores “recursos”, “acessibilidades” e “equipamentos” do município “i”.

$\alpha, \beta, \delta$  = coeficientes de ponderação.

O procedimento de cálculo dos valores de Fr, Fa, Fe depende, estritamente, dos objectivos que se perseguem com a avaliação. Assim, quando o que se pretende é estabelecer prioridades de actuação dentro de uma zona emergente, como no caso que nos ocupa, cremos que o método mais adequado é aplicar uma medida relativa, que destaque aqueles municípios (ou aquelas áreas) com maior potencial, hierarquizando os municípios em função do potencial de cada um e do conjunto da área estudada. Se, pelo contrário, se utilizam medidas absolutas para a valorização destes factores, os contrastes obtidos seriam de escassa amplitude, não permitindo um claro exame das características e a comparação entre uma série de municípios, a maior parte dos quais com pouca presença turística.

Por esta razão, utilizámos o denominado quociente de localização, no qual a avaliação de cada um dos municípios, nos diferentes factores, se realiza em função não só dos valores absolutos obtidos para cada uma das variáveis, mas também tomando como referência aquele município que se encontra na situação mais favorável para cada uma das variáveis.

### **Factor recursos (Fr)**

O primeiro passo na avaliação do potencial turístico é a elaboração do inventário a partir da identificação dos recursos turísticos. Contudo, definir de forma clara e concisa “recurso turístico” não é tarefa fácil, pelo que importa, antes de mais, estabelecer o que entendemos por tal e, portanto, que elementos farão parte do inventário de recursos.

Na linha de Leno Cerro (1992, p. 53), entendemos como recurso turístico todo o elemento material que tem capacidade, por si mesmo ou em combinação com outros, para atrair visitantes a uma determinada localidade, ou seja, é capaz de gerar deslocações turísticas. Dentro deste conceito geral, e atendendo ao seu nível de integração no mercado turístico, uma distinção a ter em conta é entre o que poderiam denominar-se “recursos turísticos actuais” e “recursos turísticos potenciais”. Os

primeiros caracterizam-se por ser, no momento actual, o suporte da actividade turística organizada ou por serem capazes de gerar estadias mais ou menos prolongadas. Caracterizam-se, ainda, por estarem incorporados no mercado turístico regional, nacional ou internacional e contarem com toda uma infra-estrutura de equipamentos turísticos que tornam possível a sua exploração (Leno Cerro, 1992; Dowling, 1993; Gunn, 2002). Por sua vez, os recursos turísticos potenciais, apesar de reconhecida a sua utilidade turística, quer pela sua inclusão em guias quer por receberem pequenos grupos de visitantes, não estão ainda incorporados no mercado turístico nem dispõem de infra-estruturas de apoio (Middleton, 1989; Din, 1992; Leno Cerro, 1992).

Como já referimos, se um território quer apostar no turismo, é necessário que avalie cuidadosamente os recursos de que dispõe para a actividade turística, pois estes são a sua matéria-prima e constituem a base sobre a qual um projecto turístico pode ser desenvolvido. Assim sendo, torna-se imprescindível conhecer estes recursos, como passo prévio à elaboração de uma série de actividades turísticas que permitam a sua exploração. Esta relação recurso-actividade é que vai dar sentido à elaboração de um inventário que, em última análise, determina a importância turística do próprio recurso segundo o tipo de actividades que pode criar em torno dele e, sobretudo, segundo o poder de fixação da procura que tenham estas actividades, ou seja, segundo a duração das estadias que geram (Leno Cerro, 1992).

Embora os recursos turísticos possam ser classificados de diversas formas, tendo presente a relação recurso-actividade, o critério adoptado para a sua classificação é o da funcionalidade, atendendo-se à utilidade do recurso do ponto de vista turístico, ou seja, ao tipo de actividade que gera e às características do aproveitamento turístico que delas derivam. Assim, adoptando uma classificação que alguns autores (Leno Cerro, 1992; Vogeler Ruiz e Hernández Armand, 1997) consideram que apresenta certos paralelismos com a proposta por Gunn (1988) distinguir-se-á entre dois grandes grupos de recursos turísticos: os básicos e os complementares. Os primeiros são aqueles que, por si só, motivam a deslocação, sendo o seu papel o de atrair e fixar a procura na zona. Corresponderiam, de certo modo, aos que Gunn denomina de “destination attractions”. Quanto aos recursos complementares, são aqueles que ajudam a prolongar a estadia, contribuindo para diversificar as actividades dos turistas que já se encontram na zona, mas não têm suficiente poder de atracção para gerar as deslocações. Na terminologia de Gunn, correspondem aos “tourist attractions”, na medida em que satisfazem a procura

de um turismo itinerante.

Esta diferenciação entre recursos básicos e complementares pode revelar-se de especial interesse para os exercícios de planeamento turístico já que os dois tipos de recursos se encontram intimamente associados espacial e funcionalmente, de tal maneira que podem dar lugar à definição de áreas ou regiões turísticas que servem de base territorial para o planeamento da actividade (Leno Cerro, 1992; Antón Clave, 2000; Gunn, 2002).

Esta relação entre recursos básicos e complementares materializa-se nas deslocações que os turistas, assentes num determinado local, atraídos pela presença nele de um recurso básico, efectuam a outros locais mais ou menos próximos para visitar ou desfrutar de recursos complementares que neles existem.

De facto, em alguns estudos sobre o potencial turístico (Leno Cerro, 1992; Salvat *et al.*, 1997; Padín, 2004; Pardellas *et al.*, 2005) constata-se a existência, nos territórios em causa, de um recurso básico com alto potencial turístico e uma ampla gama de recursos complementares ou, até, só com este último tipo de recursos mas com grande poder aglutinador, o que os converte em recursos de elevado poder de atracção, não por si mesmos, mas sim no seu conjunto.

Chegados a este ponto, importa decidir o que é realmente um recurso turístico e como identificá-lo e inventariá-lo. Esta questão, no caso dos recursos turísticos básicos, não levanta, geralmente, problemas, pois, pela sua natureza e funcionalidade, o seu poder de atracção face à procura é tão evidente que raramente a sua identificação pode dar lugar a dúvidas. Por outro lado, o seu número costuma ser muito reduzido, o que facilita a sua contabilização e a organização do inventário.

Com os recursos complementares, a situação é bastante diferente. Neste caso, e uma vez que os elementos que podem gerar visitas de turistas que já se encontram nas proximidades (atraídos, previamente, por um recurso básico) podem ser tantos, torna-se necessário fixar critérios para a sua inclusão ou não dentro do processo de planeamento. Estes critérios poderão ser de ordem quantitativa (fixação de um número mínimo de utilizadores ou visitantes) ou qualitativa (utilização por parte de um determinado segmento da procura) em função dos objectivos de planeamento previamente definidos. Este problema coloca-se, sobretudo, no caso dos planeamentos “ex-novo”, nos quais não se podem utilizar os critérios assinalados de uso turístico, por não existir uma procura prévia ou esta ser tão escassa que não possibilite a discriminação dos recursos que interessam para os objectivos de planeamento. Neste caso, a identificação dos

recursos passa, forçosamente, pelo estabelecimento, por parte do investigador, de um ou vários critérios que determinem a inclusão ou não no inventário de cada um dos elementos que previamente se catalogaram como de previsível interesse turístico (Leno Cerro, 1992).

O critério adoptado por Leno Cerro (1992) resulta de uma proposta do “Symposium sobre Planificación Turística”, organizado pela Secretaria de Estado de Turismo espanhola, em 1981, que apontava para a consideração no inventário daqueles recursos que apresentassem uma certa procura turística (recursos turísticos actuais) e daqueles que, não tendo uma procura actual (os potenciais), apresentassem uma certa singularidade, qualquer que esta fosse: antiguidade, raridade, qualidade artística que permitisse prognosticar uma capacidade de atracção sobre a procura futura. Leno Cerro (1992) defende, contudo, que, embora a singularidade ou notoriedade de um elemento seja uma condição necessária para a sua identificação como recurso turístico, não é condição suficiente, pelo que introduz um novo critério: a acessibilidade.

Aplicando estes critérios, singularidade e acessibilidade, torna-se possível definir os recursos complementares como aqueles elementos que, pela sua singularidade ou notoriedade, dão origem a visitas de turistas que se encontram na zona, sempre que a distância que os separe do(s) recurso(s) básico(s) não seja um factor limitador nem existam inconvenientes quanto ao seu uso (Leno Cerro, 1992).

Depois de estabelecida a definição de recurso complementar, o procedimento seguido para a elaboração do inventário e avaliação dos recursos inclui três fases: uma etapa inicial de recolha de todos os elementos que, em princípio, poderiam ter interesse turístico, uma etapa de selecção considerando os factores já analisados e, por fim, a avaliação dos diferentes recursos existentes, segundo diversos critérios de classificação, para calcular o seu nível de potencial e formular o índice de potencialidade turística.

De facto, do ponto de vista turístico, nem todos os recursos inventariados têm a mesma importância, variando sensivelmente em função da natureza do próprio recurso (natural, histórico, etnográfico) e segundo as características particulares do recurso no que se refere à sua singularidade, disponibilidade, etc.. Portanto, não é suficiente consignar o número de recursos inventariados em cada município, mas também se deverá ter em conta a importância individual de cada um deles. Por outras palavras, deveremos ser capazes de os avaliar. Para isso, optámos pelo método de avaliação de recursos proposto por Leno Cerro (1992 e 1993), que recolhe alguns dos pressupostos citados em diversas

técnicas de avaliação. Este método determina que o valor turístico do recurso particular está em função da sua natureza e singularidade, de acordo com a seguinte equação:

$$Vr_i = Jp_i * \mu_i$$

em que,

$Vr_i$  = valor turístico do recurso “i”.

$Jp_i$  = hierarquia primária do recurso “i”.

$\mu_i$  = factor de ponderação relativo à natureza do recurso “i”.

Deste modo, o valor turístico de um recurso dependerá da hierarquia que ocupe, em termos de importância e/ou singularidade, bem como do factor de ponderação atribuído à categoria a que pertence, tendo em conta a sua natureza.

Assim, antes de proceder à avaliação dos recursos, importa classificá-los em grandes grupos. De facto, a simples identificação dos recursos não é suficiente para o seu tratamento num processo de planeamento, pois a sua natureza pode ser muito diversa, tornando-se necessário levar a cabo uma tarefa prévia de classificação em grupos mais ou menos homogéneos que permitam um tratamento específico. Atendendo às classificações propostas por Defert (1966), Vera (1997) e Padín (2004), optou-se por classificar os recursos em três grandes categorias: RN – recursos naturais; RH – recursos histórico-monumentais; e RE – recursos etnográficos.

No que se refere à avaliação dos recursos, esta implica, como já referimos, o **estabelecimento de hierarquias**. Estas hierarquias são função da importância e singularidade de cada recurso, podendo este ser classificado como tendo interesse internacional, nacional, regional ou local.

A atribuição de uma hierarquia a cada recurso em particular implica, obviamente, uma certa dose de subjectividade, embora se procure reduzir esta ao máximo, com o estabelecimento de alguns critérios, que a seguir se explicam.

Para o cálculo destas hierarquias considerou-se as várias referências que cada recurso tinha nos materiais promocionais e de informação, quer em suporte electrónico quer em papel (páginas *web*, folhetos, roteiros, guias, etc.). Com este procedimento pontuámos com uma escala de 1 a 4 pontos a importância e/ou singularidade de cada um dos recursos, sendo:

Hierarquia 1: interesse local.

Hierarquia 2: interesse regional.

Hierarquia 3: interesse nacional.

Hierarquia 4: interesse internacional.

**Quadro 3.1** – Recursos por categoria e hierarquia

Hierarquia/Categoria	Recursos Naturais	Recursos Histórico-Monumentais	Recursos Etnográficos	Total
<b>Hierarquia 1</b>				
<b>Hierarquia 2</b>				
<b>Hierarquia 3</b>				
<b>Hierarquia 4</b>				
<b>Total</b>				

Fonte: Elaboração própria com base em Leno Cerro (1992).

Por outro lado, a avaliação de recursos implica a consideração de um factor que pondere a natureza do recurso, uma vez que a hierarquia não indica o valor turístico do recurso, mas a importância dentro da própria categoria, em função de critérios totalmente alheios ao seu aproveitamento turístico (interesse artístico, singularidade, etc.). A transformação desta hierarquia numa avaliação para fins turísticos pode ser efectuada mediante o estabelecimento de factores de ponderação, não para cada recurso em particular, mas para grandes conjuntos de recursos agrupados segundo a sua natureza, o que, no nosso caso, corresponderá às três categorias em que se estruturou o inventário.

A atribuição de **factores de ponderação** em função da natureza do recurso fundamenta-se na hipótese, amplamente confirmada através de inquéritos (Var *et al.*, 1977; Ferrario, 1980; Cinelli, 1985; Leno Cerro, 1992), de que determinados tipos de recursos, para além de atraírem um maior número de pessoas, têm uma maior capacidade para fixar a procura.

A questão que se coloca é como determinar estes valores que representam o diferente poder de atracção ou o valor turístico real dos diferentes recursos, segundo a natureza destes.

Dois dos métodos adoptados têm sido: a análise dos gostos e preferências da procura, expressos directamente pelos turistas através de inquéritos (Ferrario, 1980) e a consulta a especialistas cujo conhecimento sobre o comportamento real da procura assegura uma certa representatividade (Var *et al.*, 1977).

Estes métodos são perfeitamente viáveis quando estão em causa recursos turísticos actuais, uma vez que estes apresentam uma procura sobre a qual investigar os seus gostos e preferências. Contudo, no caso dos recursos turísticos potenciais, que não contam com uma procura sobre a qual quantificar estes parâmetros, como é, em parte, o caso dos recursos que iremos analisar, esta tarefa torna-se complicada.

De forma a ultrapassar estas limitações, os factores de ponderação em função da natureza dos recursos propostos por Leno Cerro (1992) tiveram como base as experiências de outros investigadores, como Var *et al.* (1977), Ferrario (1980) e Cinelli (1985). Para resolver o problema dos trabalhos que serviram de base se referirem a âmbitos espaciais diferentes, Leno Cerro utilizou para a estimação dos seus coeficientes questionários sobre as motivações dos turistas espanhóis.

Partindo desta base, os coeficientes de ponderação para cada uma das categorias foram os seguintes:

**Quadro 3.2** – Factores de ponderação dos recursos turísticos de Leno Cerro

	Coeficientes de ponderação
- Recursos Naturais:	1,65
- Recursos Histórico-Monumentais:	1,11
- Recursos Etnográficos:	1,12

Fonte: Leno Cerro (1992).

Adoptando uma metodologia semelhante à de Leno Cerro, decidimos implementar um inquérito aos turistas que visitam o Minho-Lima, questionando-os sobre que recursos turísticos desejariam encontrar no seu local de férias (o tratamento detalhado desta informação será feito na secção 7.3), recolhendo, desta forma, a opinião da procura.

Os coeficientes de ponderação, para cada uma das categorias que obtivemos, foram os seguintes:

**Quadro 3.3** – Factores de ponderação dos recursos turísticos com base na procura

	Coeficientes de ponderação
- Recursos Naturais:	5
- Recursos Histórico-Monumentais:	3,308
- Recursos Etnográficos:	1,897

Fonte: Elaboração própria.



Embora os valores numéricos não coincidam, os resultados obtidos por estes autores e por nós, têm em comum o facto de assinalarem os recursos naturais como os que despertavam maior interesse na procura turística, muito acima dos restantes.

Alternativamente, foram analisados os recursos que são promovidos em folhetos, brochuras, guias, páginas *web*, etc., pois, de certo modo, expressam a opinião de quem oferece (opinião da oferta), quanto ao valor que assumem (o tratamento desta informação será feito na secção 6.1.1).

Neste caso, os coeficientes de ponderação foram os seguintes:

**Quadro 3.4** – Factores de ponderação dos recursos turísticos com base na oferta

	Coeficientes de ponderação
- Recursos Naturais:	2,682
- Recursos Histórico-Monumentais:	5,342
- Recursos Etnográficos:	4,493

Fonte: Elaboração própria.

Os resultados para estes coeficientes revelam a importância que os agentes (públicos e privados), responsáveis pela elaboração do material de promoção, continuam a dar ao património construído, bem como às festas, romarias, gastronomia, etc., considerados imagem de marca deste território.

Uma vez determinados os parâmetros que definem o valor turístico dos recursos é possível a avaliação de cada um deles segundo a equação acima apresentada e a sua agregação para estabelecer o valor deste factor dentro da equação do potencial turístico. Assim, o resultado do valor do factor recursos para um município em concreto será dado pela soma das pontuações obtidas pelos *n* recursos que possui:

$$Fr_i = \sum Vr_i$$

em que,

$Vr_i$  = valor turístico de cada um dos recursos do município “i”.

$Fr$  = Factor recursos para o município “i”.

Para poder comparar os diferentes factores dentro do índice de potencialidade turística deveremos homogeneizar os valores, já que se apresentam em diferentes escalas. Assim, optou-se por expressar os resultados numa escala de 0 a 100 pontos, sendo o 100 o que corresponde ao município que alcança o maior valor na soma dos seus recursos.

Depois de avaliados os recursos turísticos de um território, importa ter presente que o potencial turístico, embora dependa, em grande medida, da quantidade e qualidade dos seus recursos, é determinado, igualmente, por outros aspectos, como a acessibilidade e os equipamentos.

### **Factor acessibilidades (Fa)**

Em qualquer processo de avaliação do potencial turístico de um território ou região, os aspectos que têm a ver com as acessibilidades revelam-se de especial interesse (Leno Cerro, 1992 e 1993; Salvat *et al.*, 1997; Padín, 2004; Pardellas *et al.*, 2005).

De facto, o volume de visitantes de um destino é determinado, em grande medida, pela acessibilidade a este, já que a elasticidade da procura relativamente a este factor é mínima (Leno Cerro, 1993). Por outras palavras, sendo a procura muito sensível a alterações no custo económico ou de tempo de viagem da sua experiência turística, mantendo-se os restantes factores constantes, os visitantes irão optar por aquele destino que lhes seja mais acessível.

Neste contexto, o factor acessibilidades vai fazer referência, basicamente, às condições que facilitam ou dificultam o deslocamento dos turistas dos mercados emissores ao destino.

Uma ferramenta elementar utilizada na análise deste factor, e na previsão dos fluxos turísticos para um determinado local, é o modelo gravitacional (Leno Cerro, 1993), cuja formulação básica mede o fluxo entre duas cidades em função da população de cada uma delas e da distância que as separa, de acordo com a seguinte expressão:

$$I = \frac{P_1 \cdot P_2}{d}$$

em que,

I = intensidade dos fluxos.

P<sub>1</sub> e P<sub>2</sub> = população das cidades 1 e 2, respectivamente.

d = distância que as separa.

Este método foi objecto de actualizações de modo a contemplar certos casos, como os espaços naturais ou os núcleos que não correspondem a uma tipologia de cidades (Leno Cerro, 1993), introduzindo-se variáveis relativas à atracção dos destinos turísticos ou medindo a distância em tempo ou custo económico da viagem, assumindo a seguinte expressão:

$$V_{ij} = \frac{P_i \cdot A_j}{D_{ij}}$$

em que,

$V_{ij}$  = número de visitantes do núcleo “i” ao centro turístico “j”.

$P_i$  = população do núcleo “i”.

$A_j$  = factor de atracção do centro turístico “j”.

$D_{ij}$  = distância entre “i” e “j”, medida em termos absolutos ou em custo monetário e/ou temporal da viagem.

Este novo modelo foi bastante utilizado, no início da década de setenta, nos Estados Unidos, para a estimação dos fluxos turísticos para as áreas naturais (Leno Cerro, 1993). Uma outra solução adoptada (Leno Cerro, 1992; Salvat *et al.*, 1997; Pardellas *et al.*, 2005) consiste em limitar a análise da acessibilidade a uma consideração qualitativa relativamente às principais infra-estruturas de comunicação e acesso a cada uma das áreas em estudo, estabelecendo-se pontuações segundo as características dos acessos e distâncias.

Mediante esta análise poderemos situar a área em estudo no que se refere à facilidade de acesso relativamente a outros destinos turísticos mais conhecidos e visitados, o que em rigor pode significar um factor favorável a ser utilizado no planeamento do conjunto da oferta, bem como na própria promoção do mesmo (Pardellas e Padín, 2001).

### **Factor equipamentos (Fe)**

Os equipamentos existentes na área em análise constituem o último grupo de elementos que integram o indicador de potencial turístico.

O factor equipamentos é o mais complexo e o que menor peso específico tem no valor final do IPT (Salvat *et al.*, 1997; Padín, 2004; Pardellas *et al.*, 2005). Este factor é definido como um indicador sintético de três elementos básicos: as infra-estruturas turísticas, os equipamentos comerciais e os equipamentos recreativos-desportivos.

$$Fe_i = f (It_i, Ic_i, Ird_i)$$

em que,

$Fe_i$  = Factor equipamentos do município “i”.

$It_i$  = infra-estruturas turísticas do município “i”.

$Ic_i$  = equipamentos comerciais do município “i”.

$Ird_i$  = equipamentos recreativos-desportivos do município “i”.

A variável infra-estruturas turísticas, que integra duas componentes - alojamento e restauração, tenta medir a importância que a actividade turística tem em cada um dos municípios em estudo com base na oferta com que contam na actualidade, e não tanto a potencialidade futura destes concelhos. Este entendimento tem por base a hipótese de que os municípios que dispõem de alguma infra-estrutura turística têm já, de *per si*, uma certa potencialidade e experiência (Leno Cerro, 1992).

No trabalho de Leno Cerro (1992) inclui-se uma terceira variável neste factor, o número de residências secundárias, calculadas por aproximação pelo quociente entre o número de telefones e os seus habitantes. Com a proliferação dos telemóveis, considerou-se que esta variável poderia ser pouco fiável.

Deste modo, no nosso caso, a variável fica definida como:

$$It_i = \frac{ac_i + r_i}{2}$$

em que,

$It_i$  = infra-estruturas turísticas do município “i”.

$ac_i$  = capacidade de alojamento no município “i”.

$r_i$  = restauração no município “i”.

Cada uma destas variáveis subsidiárias que compõem “It” foi expressa numa escala de 0 a 5 pontos, embora neste caso possam também tomar o valor 0, recorrendo-se às expressões seguintes:

$$ac_i = \frac{cet_i \cdot 5}{cet_m}$$

em que,

$ac_i$  – capacidade de alojamento do município “i”.

$cet_i$  – capacidade das infra-estruturas turísticas ponderado por categorias.

$cet_m$  – valor do município com maior  $cet_i$ .

$$r_i = \frac{cr_i \cdot 5}{cr_m}$$

em que,

$r_i$  – valor dos restaurantes no município “i”.

$cr_i$  – capacidade dos restaurantes no município “i” ponderado por categorias.

$cr_m$  – valor do município com maior  $cr_i$ .

Tal como no caso dos recursos, também o cálculo do valor das infra-estruturas turísticas implicou o estabelecimento de hierarquias, atendendo à categoria do equipamento.

O equipamento comercial refere-se ao número de estabelecimentos retalhistas da área em estudo e justifica-se porque os turistas que visitam a zona, em termos básicos, servem-se deste tipo de equipamentos para a satisfação de algumas das suas necessidades. Para o tratamento desta variável utilizou-se, como nas anteriores, um quociente de localização, que se expressa numa escala de 0 a 5 pontos, aplicando a fórmula:

$$Ic_i = \frac{estc_i \cdot 5}{estc_m}$$

em que,

$Ic_i$  = equipamento comercial no município “i”.

$estc_i$  = número de estabelecimentos comerciais no município “i”.

$estc_m$  = número de estabelecimentos comerciais no município com o número máximo de estabelecimentos comerciais.

O cálculo do equipamento recreativo-desportivo baseia-se nas instalações deste tipo que cada município tem, justificando-se a inclusão desta variável no IPT pelo carácter mais ou menos activo do turista que visita as zonas rurais. De facto, este tipo de turistas procura incluir no seu programa de férias a realização de actividades ao ar livre, dentro das quais as desportivas constituem uma parte importante.

Este tipo de equipamento pode, assim, ter um papel relevante não só para a população residente, mas também para os eventuais turistas que os municípios podem acolher.

Tal como na variável anterior, utilizou-se um quociente de localização, que se expressa numa escala de 0 a 5 pontos, aplicando a fórmula:

$$Ird_i = \frac{eqrd_i \cdot 5}{eqrd_m}$$

em que,

$Ird_i$  = equipamento desportivo-recreativo no município “i”.

$Eqrd_i$  = número de estabelecimentos desportivo-recreativos no município “i”.

$Eqrd_m$  = número de estabelecimentos desportivo-recreativos no município com o número máximo de estabelecimentos desportivo-recreativos.

As três variáveis analisadas: infra-estrutura turística ( $It$ ), equipamento comercial ( $Ic$ ) e equipamento desportivo-recreativo ( $Ird$ ) sintetizam-se num único factor (FE), que é o terceiro componente do Índice de Potencial Turístico (IPT).

Deste modo, o factor equipamento é o resultado da soma ponderada dos valores obtidos nas componentes individuais. A soma é ponderada por se considerar que estas três variáveis não têm o mesmo peso específico na construção deste factor, sendo a infra-estrutura a que melhor reflecte a importância turística do município, ponderada com um coeficiente 2 (Leno Cerro, 1992; Salvat *et al.*, 1997; Padín, 2004; Pardellas *et al.*, 2005). Assim, o factor equipamentos expressa-se como:

$$Fe_i = 2It_i + Ic_i + Ird_i$$

em que,

$Fe_i$  = Factor equipamento no município “i”.

$It_i$  = infra-estrutura turística no município “i”.

$Ic_i$  = equipamento comercial no município “i”.

$Ird_i$  = equipamento recreativo-desportivo no município “i”.

Como estas variáveis estão expressas numa escala de 0 a 5 pontos, o limite teórico deste factor estaria entre os 0 pontos, para aquele município que não tem nenhum equipamento ou infra-estrutura turística, e 20 pontos para o município melhor dotado entre os que compõem o âmbito de aplicação do estudo.

Para tornar comparáveis este factor e os restantes analisados, estes resultados iniciais foram transformados numa escala de 0 a 100 pontos ( $Fe_iPond$ ).

### **Índice de Potencial Turístico**

Os recursos turísticos, a acessibilidade e os equipamentos, tal com já foi referido, são os três factores que determinam, numa alta percentagem, o valor turístico de um determinado território.

Embora se considere difícil medir um valor relacionado com a percepção, o que se pretende neste trabalho é aplicar alguns conceitos teóricos ao turismo, tal como o fizeram já outros autores (Leno Cerro, 1992 e 1993; Salvat *et al.*, 1997; Padín, 2004; Pardellas *et al.*, 2005), bem como obter uma aproximação à importância potencial do território que se quer desenvolver em termos turísticos.

Sendo assim, e uma vez calculados os valores dos factores  $Fr$ ,  $Fa$ ,  $Fe$  segundo o procedimento que se considerou o mais adequado para os objectivos da avaliação, coloca-se a questão de estimar os coeficientes de ponderação para cada um destes factores.

Os coeficientes de ponderação atribuídos a cada um dos elementos na formalização do modelo são justificados pelo facto de nem todos terem igual importância no cálculo do valor turístico e, de acordo com Leno Cerro (1992), existem duas alternativas possíveis para a sua estimação: a formulação de um modelo de regressão com base num estudo profundo do comportamento da procura ou o estabelecimento de uma hipótese sobre o valor desses coeficientes.

Entre as duas opções apresentadas, a primeira revela-se, em princípio, a mais desejável, porque proporciona um modelo que responde de maneira mais aproximada à realidade, sempre que se seleccionem as variáveis adequadas. No entanto, a escolha de uma solução não depende apenas da sua fiabilidade matemática, existindo outros aspectos que têm maior importância na dita selecção: os objectivos que se pretendem com a estimação destes coeficientes e os dados de que se dispõe para isso. Assim, numa análise de regressão, o objectivo final seria a estimação destes coeficientes, conhecendo-se os restantes termos da equação. Para isso, aplicando ao nosso caso, seria necessário conhecer previamente os valores do IPT,  $Fr$ ,  $Fa$  e  $Fe$ .

Esta abordagem revela-se, portanto, não ser válida para os nossos objectivos, dado precisarmos de conhecer os coeficientes  $\alpha$ ,  $\beta$  e  $\delta$  para podermos estimar o IPT.

A segunda das alternativas consideradas para a quantificação dos coeficientes de ponderação dos três factores que intervêm no Índice de Potencialidade Turística consiste na estimação destes parâmetros com base em hipóteses. As hipóteses consideradas por Leno Cerro (1992) referem-se basicamente às possibilidades de intervenção humana sobre cada um dos factores. Em consequência, os recursos terão o coeficiente de ponderação mais elevado, considerando que se não existirem, será muito difícil criá-los. O factor acessibilidade é o segundo em importância, já que se pode melhorar a qualidade dos acessos, mas é impossível reduzir as distâncias físicas. Por último, os equipamentos constituem o factor menos condicionante dado que a sua carência ou deficiência é relativamente fácil de resolver. Em função destes critérios o autor estimou os seguintes coeficientes de ponderação:  $\alpha = 1,5$ ;  $\beta = 1,25$  e  $\delta = 1$ .

Estes coeficientes, na opinião de Leno Cerro (1992), representam não só a possibilidade de intervenção humana sobre cada um dos factores do IPT, mas também a importância real destes, evidenciando os recursos turísticos, que são os que, em definitivo, proporcionam vocação turística a um território, enquanto que a acessibilidade e os equipamentos se referem mais às condições de exploração.

Partindo deste enfoque, a formulação final do Índice de Potencial Turístico expressar-se-ia da seguinte forma:

$$\mathbf{IPT_i = 1,5 Fr_i + 1,25Fa_i + 1,00Fe_i}$$

Deste modo, segundo esta equação e os valores possíveis das diferentes variáveis, o IPT de um município em concreto variará entre um máximo de 375 ( $1,5 \times 100 + 1,25 \times 100 + 1,00 \times 100 = 375$ ) e um mínimo próximo do zero. Contudo, com o objectivo de tornar mais fácil a sua compreensão e manter a homogeneidade com as escalas utilizadas no cálculo de cada um dos factores, convertamos o índice numa escala de 0 a 100 pontos (IPT<sub>i</sub>Pond), tomando como base 100 os 375 pontos possíveis.

Com este indicador poderá chegar-se a estabelecer as prioridades em relação ao planeamento e desenvolvimento mais adequado em função das potencialidades do território. Não devemos esquecer que o indicador tem por objectivo genérico apresentar a importância da zona como destino turístico e pretende servir como ferramenta para a tomada de decisões dos poderes económicos e políticos, sobretudo para o ordenamento consensual e respeitador do meio ambiente e dos interesses das populações afectadas.



Importa tornar claro que este índice é indicativo do potencial turístico de cada uma das unidades territoriais tratadas entre si e em nenhum caso permite a comparação com outras unidades de outros âmbitos ou de outros estudos. Portanto, os resultados que se irão obter só serão válidos para estabelecer prioridades e tirar conclusões sobre os objectivos previamente estabelecidos, não podendo extrapolar-se para outros âmbitos.

Apesar do carácter subjectivo da pontuação e da valorização dos recursos, a avaliação sistemática e rigorosa de cada município, realizada na presente investigação, pode resultar numa ferramenta eficaz na tomada de decisões, tanto no planeamento de infra-estruturas como no ordenamento e gestão dos recursos existentes.

Desta forma, os resultados obtidos permitem decidir em que lugar se podem estabelecer as prioridades para o desenvolvimento turístico, assegurando o êxito inicial que permitirá a abertura do mercado ao resto dos municípios envolvidos no plano.

Do mesmo modo, também pode servir para estabelecer actuações encaminhadas ao reequilíbrio territorial, beneficiando aqueles municípios nos quais se detectaram maiores deficiências. A decisão final estará a cargo de quem ostenta a responsabilidade do processo de planeamento.

### **3.2.3 Papel da imagem ou percepção do destino**

Até agora foram apresentados os elementos “internos” de um destino, isto é, as componentes intrínsecas ou elementos que motivam a deslocação e que foram sintetizados numa série de indicadores do potencial turístico do território. Estes indicadores permitir-nos-ão planear o modelo espacial que a área em estudo apresenta, configurando o destino a partir de uma visão “clássica”, ou seja, a partir de um conjunto de recursos numa base territorial.

Contudo, este trabalho pretende acrescentar mais alguns elementos à configuração do destino, elementos estes que fazem parte do que se denomina avaliação do potencial em função dos factores identificativos de um destino. Estes factores identificativos têm uma clara influência nos destinos e dele fazem parte, estando relacionados com os elementos da imagem ou percepção do destino, nos próprios turistas e na população local.

Neste sentido, importa ter presente que a imagem de um destino é formada por um série de elementos ou atributos individuais que a influencia de forma decisiva. A noção de imagem refere-se à atitude, à percepção, às crenças e às ideias que uma pessoa tem

sobre uma área geográfica, considerando-se ainda como o “quadro mental” que os promotores tentam inculcar ao público para a eleição do destino (Gartner, 1996). Por isso, se se quer analisar o destino será necessário analisar a imagem e os elementos particulares que a formam.

Na literatura turística, a importância da imagem dos “lugares de turismo” é reconhecida de forma geral, já que se considera que esta imagem afecta a percepção subjectiva do indivíduo e, conseqüentemente, o seu comportamento e a eleição do destino (Telisman-Kosuta, 1989; Chon, 1990, 1992; Echtner e Ritchie, 1993; Stabler, 1995; Gallarza *et al.*, 2002).

Uma característica importante da investigação sobre a imagem é a sua multidisciplinaridade (Gartner, 1989; Ahmed, 1991 e 1996; Bramwell e Rawding, 1996; Gallarza *et al.*, 2002): muitas são as abordagens possíveis para estudar a imagem de um destino, já que a sua formação tem muitas implicações para o comportamento humano. Deste modo, é natural que possamos encontrar estudos que se debrucem sobre as mais diversas temáticas (cf. Baloglu e McCleary, 1999):

- a relação entre a imagem de um destino e as preferências ou intenções de visita;
- o impacto de visitas anteriores (comportamento efectivo) ou da familiaridade na imagem de destino;
- a relação entre a localização geográfica (distância) dos turistas e a imagem;
- a medição e as componentes da imagem;
- os factores que influenciam a imagem;
- as influências temporais na mudança da imagem;
- as diferenças entre a imagem que o turista tem (procura) e a que é projectada pelos destinos; e
- a relação entre as variáveis sócio-demográficas e a imagem de destino; entre outras.

Apesar de tudo, constata-se que poucos estudos focam a forma como a imagem é efectivamente formada, sobretudo no caso de não existir uma experiência prévia com o destino, sugerindo que a primazia foi colocada na sua estrutura estática, ao examinar-se a relação entre a imagem e o comportamento, mas não na sua natureza dinâmica, investigando as influências na sua estrutura e formação (Baloglu e McCleary, 1999).

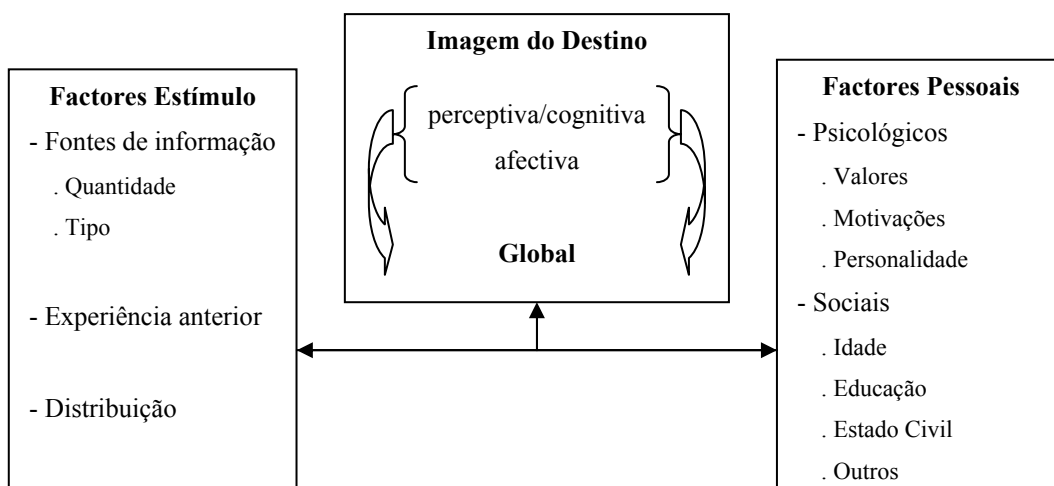
Contudo, um aspecto importante da imagem é a sua fase inicial de formação, antes da viagem, sendo esta a fase mais importante no processo de selecção do destino por parte

do turista (Mercer, 1971; Gunn, 1972; Baloglu e McCleary, 1999). Como salienta Brokaw (cf. Baloglu e McCleary, 1999, p.869) “antes da imagem poder ser usada para influenciar o comportamento, é importante perceber o que é que influencia a imagem”. Deste modo, se se conhecerem os factores que influenciam a imagem será possível identificar os mercados-alvo e decidir que imagem deverá ser promovida junto de cada segmento de mercado (Goodall, 1995).

Apesar dos estudos que colocam a ênfase na determinação dos factores que influenciam a formação da imagem não serem abundantes, importa destacar o trabalho de Baloglu e McCleary (1999), no qual os autores desenvolvem um modelo de formação da imagem. Este modelo, baseado na literatura de diversas áreas e disciplinas, sistematiza as forças e os elementos que influem na formação da imagem e propõe relacionamentos entre os diferentes níveis de avaliação dentro da sua estrutura (cognitiva, afectiva, global), bem como os elementos que determinam estas avaliações.

De acordo com estes autores, a formação da imagem de destino resulta de duas forças principais: os factores de estímulo e os factores pessoais. Os factores de estímulo relacionam-se com os estímulos externos e com as experiências anteriores. Os segundos factores respeitam às características sociais e psicológicas do receptor (Baloglu e McCleary, 1999, p.870). Estes factores são apresentados na figura 3.2.

**Figura 3.2** – Processo de formação da imagem do destino



Fonte: Elaboração própria a partir de Baloglu e McCleary (1999).

Pela observação da figura apresentada, pode-se concluir que na formação da imagem

intervêm factores como as motivações, a personalidade e variáveis sócio-demográficas, bem como as várias fontes de informação às quais se tem acesso. Neste sentido, o último representa variáveis de estímulo, enquanto os primeiros representam características do consumidor.

Centrando-nos no conceito de imagem, esta tem sido, geralmente, considerada como uma construção de atitudes que são a representação mental do conhecimento (crenças), dos sentimentos e da impressão global de um indivíduo sobre um objecto ou destino (Baloglu e McCleary, 1999). Assim, na literatura sobre marketing turístico ressalta a ideia da imagem como um conceito que se forma através da interpretação racional e emocional do consumidor e resulta da combinação de duas componentes que estão interrelacionadas: as avaliações perceptivas/cognitivas e as avaliações afectivas (Moutinho, 1987; Baloglu e Brinberg, 1997; Baloglu e McCleary, 1999; Beerli e Martín, 2004).

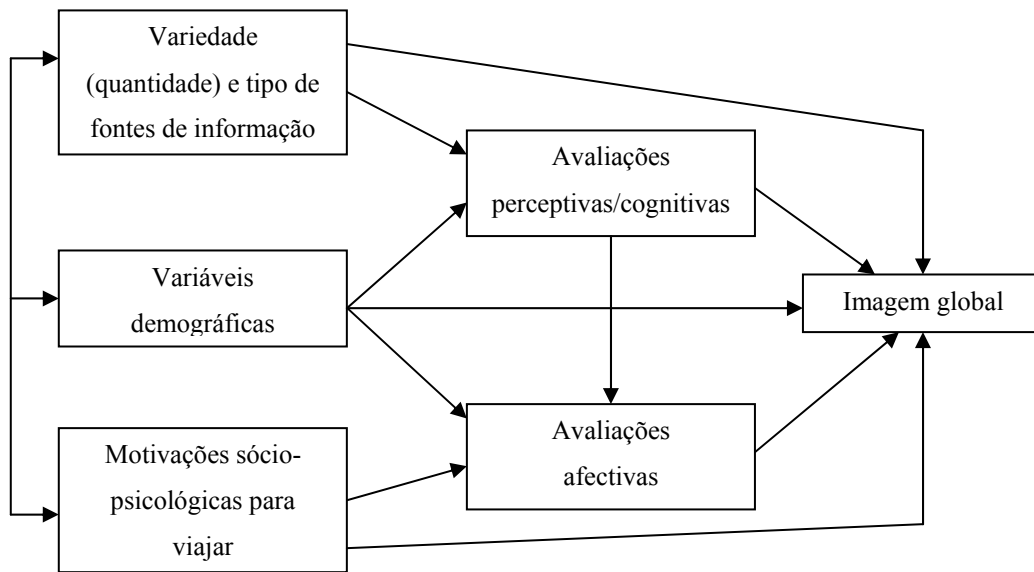
As avaliações perceptivas/cognitivas referem-se às crenças e aos conhecimentos que os indivíduos têm sobre o destino, tendo esta componente da imagem por base um conjunto de atributos que corresponderiam aos recursos, atracções, ou oferta turística em geral, de que dispõe o destino (Stabler, 1995; Gartner, 1996).

Quanto às avaliações afectivas, dizem respeito à resposta emocional ou afectiva do turista face ao objecto ou destino (Gartner, 1996).

A imagem global de um destino resultará deste conjunto de avaliações, perceptivas/cognitivas e afectivas, do destino (Baloglu e McCleary, 1999).

As avaliações perceptivas/cognitivas e afectivas, que fazem parte das linhas de investigação seguidas pela “teoria da imagem”, não serão aprofundadas neste estudo, colocando-se a ênfase na imagem global do destino.

Assim, a imagem do destino resulta de uma série de elementos ou atributos individuais que a formam e influenciam de forma decisiva, pelo que é importante analisá-los. Seguindo o esquema da figura 3.3, iremos centrar-nos nas motivações, nas variáveis demográficas e nas fontes de informação, por se considerarem os principais factores que influenciam a imagem de destino.

**Figura 3.3** – Factores determinantes da imagem do destino

Fonte: Elaboração própria a partir de Baloglu e McCleary (1999).

As fontes de informação ou “variáveis de marketing” são forças que influenciam a formação da imagem, contudo apenas na componente das percepções ou avaliações cognitivas e não na sua componente afectiva (Woodside e Lysonski, 1989; Gartner, 1996). O papel das fontes de informação é, também, enfatizado nos modelos de Holbrook (1978) e de Fakeye e Crompton (1991), que comprovam que o tipo e a variedade (quantidade) de fontes de informação às quais os turistas estão expostos influenciam a formação da imagem. Estas fontes de informação incluem, normalmente, fontes formais, como os esforços promocionais de um destino através dos media, e fontes “sociais”, como o “boca-a-boca” e as recomendações de familiares e amigos (Um e Crompton, 1990; Um, 1993).

A motivação sócio-psicológica para viajar é outro dos factores determinantes na formação da imagem. As pessoas fazem turismo por diversas razões, sendo a motivação um elemento central para compreender o comportamento turístico e o processo de escolha do destino (Uysal e Hagan, 1993; Weaver *et al.*, 1994). As motivações são, geralmente, definidas como forças sócio-psicológicas que predispõem um indivíduo a optar e participar numa actividade turística (Iso-Ahola, 1982; Baloglu e McCleary, 1999).

Deste modo, a imagem de um destino está intimamente relacionada com os objectivos turísticos que se pretendem alcançar (as motivações) e estes irão determinar a imagem

quer antes quer depois da visita (Mill e Morrison, 1992), de forma consciente e inconsciente (Moutinho, 1987).

Diversos autores (Walmsley e Jenkins, 1993; Dann, 1996; Gartner, 1996) sugerem, contudo, que as motivações estão relacionadas apenas com a componente afectiva da imagem, sendo a imagem afectiva de um indivíduo relativamente a um destino, em grande medida, influenciada pelas motivações das suas experiências turísticas (Baloglu e McCleary, 1999).

Estritamente relacionadas com as motivações estão as variáveis demográficas. Estas variáveis são incorporadas, na maioria dos modelos de formação de imagens e selecção de destinos, como características do consumidor-tipo que influenciam a percepção dos objectos, produtos e destinos (Um e Crompton, 1990; Stable, 1995). Embora variáveis como a idade, a educação, o rendimento, o sexo, a profissão e o estado civil tenham sido apresentadas com sendo capazes de influenciar a percepção e a imagem, a idade e a educação surgem como as principais determinantes (Walmsley e Jenkins, 1993; Baloglu, 1997).

A análise deste conjunto de factores determinantes na formação da imagem configura, embora apenas parcialmente, o estudo da imagem dos destinos turísticos, que como já referimos, não pretende ser exaustivo [ver análise detalhada dos factores que influenciam a imagem dos destinos em Baloglu e McCleary (1999) e Gallarza *et al.* (2002)].

Identificados os elementos que fazem parte da imagem, seria importante avaliá-la e medi-la. Conforme sublinha Mazanec (1994), é possível estudar as relações entre as variáveis em três dimensões: as percepções dos indivíduos – perspectiva da segmentação (Crompton, 1979; Fakeye e Crompton, 1991; Baloglu, 1997); os objectos ou destinos – perspectiva da análise competitiva dos destinos (Calantone *et al.*, 1989; Crompton *et al.*, 1992; Opperman, 1996) e os atributos ou características – perspectiva da análise das componentes da dita imagem (Gartner, 1989; Ahmed, 1991; Echtner e Ritchie, 1991; Baloglu e Brinberg, 1997).

Para analisar em profundidade a imagem do destino será necessário estudar as diferentes perspectivas apresentadas. Deste modo, revela-se fundamental executar um trabalho de sistematização e escolha dos instrumentos de medida apropriados à complexa natureza da imagem e, depois, conseguir aplicá-los da melhor forma (Gallarza *et al.*, 2002).

O quadro 3.5 apresenta uma revisão, baseada na realizada por Gallarza *et al.* (2002), das

possibilidades metodológicas quantitativas e não quantitativas de medição da imagem do destino.

**Quadro 3.5 – Métodos de medição da imagem do destino**

<b>Métodos não quantitativos</b>	técnicas qualitativas		perguntas abertas	
			grupos de discussão	
	entrevistas em profundidade/discussões com especialistas		análise de conteúdo	
outras técnicas		de material promocional		
<b>Métodos quantitativos</b>	métodos multivariantes	técnicas de redução de informação	de resultados prévios	
			componentes principais	
		métodos de análise factorial		factorial
	escalas multidimensionais		correspondências	
	grupos		análise de <i>clusters</i>	
	regressão múltipla		<i>log-linear</i>	
	análise de dependências		análise conjunta	
	análise da variância		análise de correlações	
	métodos bi-variantes		<i>t-test</i> e outros	

Fonte: Elaboração própria a partir de Gallarza *et al.* (2002).

Os métodos não quantitativos foram divididos em dois grupos: as técnicas qualitativas e as outras técnicas, destacando-se, no primeiro grupo, as perguntas abertas, os grupos de discussão e as entrevistas com especialistas e, no segundo grupo, a análise de conteúdo. Quanto aos métodos quantitativos, distinguem-se entre os métodos multivariantes e os bi-variantes. No primeiro grupo incluem-se três tipos de técnicas estatísticas: técnicas de redução de informação, técnicas de agrupamento e análise de dependência. Os métodos bi-variantes incorporam a análise de correlação e os *t-test*.

Os estudos empíricos realizados para a medição da imagem de destino são muito variados e, em geral, apresentam combinações das técnicas apresentadas no quadro acima (Embacher e Buttle, 1989; Fakeye e Crompton, 1991; Guthrie e Gale, 1991; Echtner e Ritchie, 1993; Baloglu e McCleary, 1999). Poucos são os estudos que recorrem apenas a métodos qualitativos como técnica principal (Ashworth, 1991; Selby e Morgan, 1996) e, em geral, as técnicas multivariantes são as mais utilizadas. A justificação para o domínio das técnicas multivariantes prende-se com o facto de permitirem determinar a estrutura multi-dimensional da imagem do destino, ou seja, permitem captar as várias componentes da imagem, para vários públicos e vários destinos, agregando a informação nas três dimensões da análise da imagem acima citadas (Mazanec, 1994; Gallarza *et al.*, 2002).

Assim sendo, a análise da imagem de um novo destino deverá incorporar o estudo dos

factores que determinam a formação da imagem, a medição e a avaliação da mesma. Este trabalho é de especial importância no caso de destinos não consolidados, ou em processo de formação, já que, como se demonstra na literatura (Baloglu e Brinberg, 1997), os resultados estão muito relacionados com a imagem projectada, e esta é formada por um conjunto de factores que deverão ser analisados de forma isolada e, também, em conjunto, uma vez que é o conjunto dos atributos que determina a imagem definitiva do destino. Na análise dos factores que determinam a imagem, importará ter presente, como já referido, as suas múltiplas variáveis, com diferentes graus de influência, podendo agrupar-se estas variáveis em exógenas e em endógenas (Pardellas e Padín, 2004b). As variáveis exógenas são aqueles factores da imagem que se relacionam com o consumidor turístico e nas quais o responsável pelo planeamento do destino tem uma influência indirecta. Isto quer dizer que a influência é dada ou é exógena, já que representam os elementos relacionados com a idade, educação e as motivações para viajar, que se contemplam num estudo de segmentação da procura; pode tentar-se adequar o destino aos turistas, mas não influenciar o gosto dos mesmos. Por outro lado, temos as variáveis endógenas, relacionadas com os factores em que o responsável pelo planeamento pode ter uma influência mais ou menos directa. Neste conjunto estão a variedade (quantidade) e tipos de fontes de informação relativos às diferentes informações do destino em cujo desenho/definição deveria estar o responsável pelo planeamento. O papel deste agente é, neste caso, crucial já que um esquema de planeamento corresponde ou deveria corresponder a uma série de objectivos concretos e a imagem projectada deve ser muito similar à desenhada ou procurada no processo de planeamento. A partir do estudo das variáveis endógenas pode-se analisar a projecção do destino, já que um destino quanto mais consolidado mais referenciado estará nas diversas fontes de informação. Para além disso, o planeamento pode ser avaliado através da adequação entre os “recursos endógenos” e a sua utilização e, portanto, a vinculação entre a imagem projectada e a imagem real. A primeira será a expressão de informação do destino que se pode conseguir e a imagem real será o conjunto dos produtos desenhados em função dos recursos existentes. Será com base neste modelo conceptual que se procurará analisar a imagem do destino da área em estudo, na componente empírica deste trabalho.



### **3.3 Modelos espaciais de regiões de destino**

Como já foi referido, um dos desafios mais importantes que resulta do objectivo do desenvolvimento sustentável do turismo é o planeamento do destino, integrando a gestão do mesmo nas estruturas de planeamento existentes, ou seja, integrando o turismo na estrutura de planeamento físico ou territorial.

Para tal, torna-se necessário que o responsável pelo planeamento tenha ao seu dispor um conjunto de instrumentos, na forma de metodologias, conceitos, modelos e teorias, que lhe permitam responder a perguntas críticas sobre a estrutura espacial do turismo mais desejável a fim de facilitar o desenho e o desenvolvimento da região de destino.

Assim, serão apresentados de seguida um conjunto de instrumentos de planeamento e de modelos espaciais que podem ajudar no planeamento e desenho da região de destino.

#### **3.3.1 Planeamento territorial**

De acordo com Dredge (1999, p.774), “o planeamento é o processo que permite estabelecer uma visão estratégica para uma área, reflectindo os objectivos e aspirações de uma comunidade através da identificação de padrões preferenciais de uso do território e de formas mais adequadas de desenvolvimento”. Contudo, tradicionalmente, as preocupações dos responsáveis pelo planeamento centravam-se estritamente no uso residencial, comercial e industrial do território. O turismo, porque envolve um número elevado de sectores económicos e, ao mesmo tempo, se interrelaciona com diferentes usos do solo, normalmente não era considerado na sua totalidade.

Assim, a aproximação tradicional ao planeamento do desenvolvimento turístico foi orientada para a redução das barreiras e para estimular o interesse do mercado (Getz, 1992). Esta ênfase resultava da importância colocada nos benefícios económicos da actividade turística, tais como a criação de riqueza e de emprego. Porém, a análise dos impactes do turismo, de forma crescente, demonstra que a aproximação tradicional, orientada para o mercado, nem sempre fornece a solução mais apropriada ou sustentável. É necessária uma forma de intervenção capaz de proteger os recursos ambientais nos quais o turismo se baseia, de maximizar os benefícios económicos e minimizar os impactes sociais e culturais negativos (Inskip, 1991).

Por outras palavras, estando o turismo dependente do *stock* de recursos naturais e humanos da comunidade em que se insere, e sendo estes recursos frequentemente

planeados e geridos independentemente de iniciativas de planeamento do turismo, torna-se evidente a necessidade de integrar a gestão do destino nas estruturas de planeamento existentes, ou seja, integrar o turismo na estrutura de planeamento físico ou territorial. Em termos simples, o planeamento territorial é “um processo normativo que visa identificar uma visão para o desenvolvimento espacial de uma área através da definição de um padrão preferencial de uso do território” (Dredge, 1999, p.773). Este processo é realizado a nível local ou regional, ao contrário do planeamento do turismo orientado para o mercado que é realizado, normalmente, a nível regional ou superior.

O objectivo do planeamento territorial requer que as questões de desenvolvimento sejam espacialmente interpretadas, inclusivamente considerando o território não como a base física das actividades económicas mas como mais um recurso endógeno (Garofoli, 1992; Vázquez-Barquero, 1999). Na literatura científica podemos encontrar algumas referências nas quais se procura vincular o turismo ao planeamento local, sobretudo no caso das áreas rurais (Ashworth e Dietvorst, 1995; Fyall e Garrod 1998, Swarbrooke, 1999), com uma ênfase particular na sustentabilidade e na necessidade de integrar o turismo nos sistemas produtivos locais (Manning, 1999; Ryan, 1999), o que significa estabelecer uma inter-relação território e recursos, procurando externalidades positivas (Pardellas e Padín, 2004b).

Sendo, portanto, necessário integrar o turismo na política de gestão local (Ashworth e Dietvorst, 1995) e, considerando que as questões do turismo têm que competir com todos os outros interesses da comunidade no desenvolvimento desta política, o responsável pelo planeamento tem que ter ao seu dispor um conjunto de instrumentos na forma de metodologias, conceitos, modelos, e teorias para responder a perguntas críticas sobre a estrutura espacial do turismo mais desejável a fim de facilitar o desenho e o desenvolvimento da região de destino (Dredge, 1999).

De acordo Dredge (1999), os instrumentos que os responsáveis pelo planeamento têm ao seu dispor assumem diversas formas, podendo ser agrupados em três grandes categorias: instrumentos de processo, funcionais e normativos. Uma análise breve destes instrumentos fornece uma base útil para organizar os modelos e conceitos existentes de regiões de destino, determinar a sua contribuição e identificar as suas limitações.

### 3.3.2 Instrumentos de planeamento

O primeiro grupo de instrumentos de planeamento, os instrumentos de processo, centra-se na natureza do processo de planeamento e está relacionado com as áreas da teoria da decisão e da análise política. Na literatura de turismo, os contributos mais relevantes a este nível são os trabalhos de Getz (1986) e Inskip (1987 e 1991).

Os instrumentos funcionais são propostos num conjunto mais alargado de teorias, modelos, e conceitos que explicam como os padrões de estabelecimento/ocupação do solo emergem e funcionam. Nas suas contribuições mais interessantes, procuram explicar a relação dinâmica entre o comportamento humano e as formas de estabelecimento/ocupação do solo, como são exemplos os modelos centro-periferia de Britton (cf. Dredge, 1999) e de viagem multi-destino de Lue *et al.* (1993) e a análise dos padrões de comportamento em viagem de Lundgren (1982).

Os instrumentos normativos, o terceiro grupo, tratam das conexões entre os valores humanos e as formas de estabelecimento/ocupação do solo. Menos bem desenvolvidos e, em muitos casos, menos precisos que os grupos precedentes, os instrumentos normativos tratam da ligação entre a arquitectura, o desenho urbano e a arquitectura paisagística. Os estudos de maior relevância para este trabalho são os de Gunn (1972 e 1993) em torno do conceito de planeamento regional, propondo uma região de destino com cinco elementos-chave: um limite regional definível (uma fronteira), acesso a partir dos mercados com corredores de circulação internos, complexos de atracção da comunidade, um interior não atractivo, e entradas ou portas para a região (serão analisados com mais detalhe, posteriormente).

Estes três grupos de instrumentos não são independentes mas estão intimamente relacionados pois nenhum instrumento isolado pode tratar todos os problemas de planeamento numa região. Os responsáveis pelo planeamento empregam uma variedade destes instrumentos em fases diferentes do processo de planeamento, para descrever e explicar o problema sob investigação, para gerar soluções alternativas e para identificar as melhores opções (Dredge, 1999). Este trabalho centra-se nos instrumentos funcionais e normativos de natureza espacial que podem ajudar no planeamento territorial estratégico da região de destino.

### 3.3.3 Modelos espaciais

Apesar dos avanços consideráveis no desenvolvimento de processos metodológicos de

planeamento do turismo (Getz, 1986; Inskip, 1987 e 1991), há falta de modelos, teorias e conceitos espaciais, aos quais o responsável pelo planeamento territorial possa recorrer, o que, por sua vez, pode agravar a dificuldade em integrar a gestão do destino na estrutura do planeamento territorial (Dredge, 1999).

Jansen-Verbeke (1992) sublinha que, apesar da abundância de modelos e conceitos que ajudam no planeamento residencial, do tráfego, das actividades industriais e comerciais, existem poucos modelos relacionados com o planeamento das actividades recreativas e do turismo.

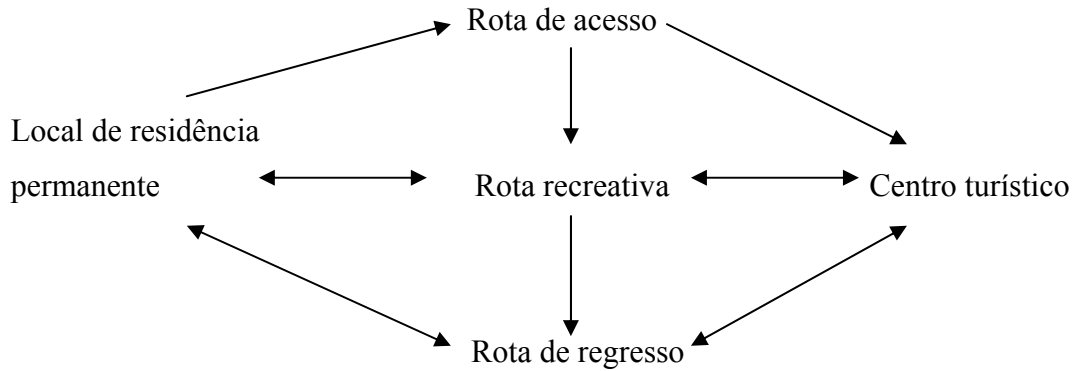
Ainda assim, nos últimos 40 anos surgiram um conjunto de modelos que podem ajudar no planeamento e desenho da região de destino e que serão apresentados de seguida. Estes modelos centram-se em aspectos como a estrutura espacial, a evolução hierárquica, os padrões de comportamento em viagem, etc. (Quadros 3.6, 3.7 e 3.8). As diferentes perspectivas disciplinares a partir das quais estes modelos evoluíram fornecem um precioso conhecimento aos responsáveis pelo planeamento. Embora muitos destes modelos contenham ideias fundamentais para o modelo de planeamento, só os seus aspectos mais relevantes serão discutidos neste trabalho. Descrições e discussões detalhadas dos modelos podem ser encontradas nos trabalhos originais ou em Pearce (1995) e em Dredge (1999), que apresentam abordagens pormenorizadas.

**Quadro 3.6 – Modelos de viagem turística**

Designação	Descrição	Tipo de modelo	Referências
Fluxos turísticos	Modelos de fluxos de viagem turística entre regiões com identificação de rotas de acesso, regresso e de recreio.	Funcional (descritivo)	Mariot (1969) em Pearce (1995)
Viagem recreativa e de férias	Viagem recreativa e de férias a partir de áreas metropolitanas.	Funcional (descritivo)	Campbell (1966) em Pearce (1995)
Modelos de movimento turístico	Padrões concêntricos de movimento turístico a partir de um centro urbano.	Funcional (descritivo)	Rajotte (1975) em Pearce (1995)
Modelos de viagem multi-destino	Propõem cinco padrões de viagem multi-destino: destino único, campo-base, em roteiro, excursão regional e viagem encadeada.	Funcional (descritivo)	Lue <i>et al.</i> (1993)

Fonte: Dredge, 1999.

A ênfase destes primeiros modelos de sistemas turísticos (Quadro 3.6) tende a centrar-se nos padrões e fluxos de viagem. Por exemplo, Mariot (cf. Pearce, 1995) propõe três tipos de rotas diferentes que podem ligar um lugar de residência permanente (origem) e um centro turístico (destino) - uma rota de acesso, uma rota de regresso e uma rota recreativa.

**Figura 3.4** – Modelo de Mariot de fluxos turísticos entre duas localidades

Fonte: Pearce (1995).

As rotas de acesso e de regresso podem ser apenas uma só, consistindo numa ligação directa entre dois lugares. Por seu lado, os que viajam recorrendo à rota recreativa, farão uso de várias instalações turísticas ao longo do caminho, mesmo quando a área em causa não constitua o objectivo principal da viagem. O turista pode, ainda, usar a rota recreativa para só parte da viagem, entrando ou saindo desta nalguma das etapas da viagem entre a origem e o destino.

A ideia de visitar múltiplos destinos numa mesma viagem, em vez de um único destino, está implícita na rota recreativa de Mariot (Pearce, 1995; Dredge, 1999) bem como nos modelos de Campbell (cf. Pearce, 1995) e Lue *et al.* (1993).

Ainda neste tipo de modelos, outros autores concentraram-se não tanto nas rotas e itinerários de viagem mas nas alterações no volume, natureza e direcção dos fluxos turísticos (Pearce, 1995).

Embora sejam de grande utilidade, importa ter presente que estes modelos foram desenvolvidos principalmente com base nas regiões de destino norte-americanas, onde predomina a viagem de automóvel. Deste modo, a sua aplicabilidade será limitada noutras regiões de destino, se o automóvel não for a forma mais utilizada de deslocação.

**Quadro 3.7 – Modelos estruturais**

Designação	Descrição	Tipo de modelo	Referências
Modelo de enclave turístico numa economia periférica	Expressa as relações entre origens e destinos em termos de centro-periferia.	Funcional (descritivo)	Britton (1980) em Pearce (1995)
Distrito recreativo de negócios	Identifica este distrito como sendo distinto da série hierárquica de nós empresariais urbanos.	Funcional (descritivo)	Stansfield e Rickert (1970)
Modelo provisional de <i>resort</i> de praia	Descreve a evolução espacial do <i>resort</i> de praia em oito fases: do estabelecimento rural ao <i>resort</i> na comunidade	Funcional (descritivo/explicativo)	Smith (1992)
Modelo de atracção espacial	Propõe um modelo de atracção turística em 3 partes: o núcleo, a zona limítrofe e o anel intacto.	Conceptual/ Normativo	Gunn (1965, citado em 1993)
Conceito de planeamento da zona de destino	Propõe uma zona de destino regional que inclui 5 elementos básicos: um limite regional definível, acesso a partir dos mercados emissores com corredores de circulação internos, complexos de atracção da comunidade, um interior não atractivo e entradas para a região.	Conceptual/ Normativo	Gunn (1965, 1972, 1988, 1993)

Fonte: Pearce (1995); Dredge, 1999.

A maioria dos modelos estruturais, dos quais se apresenta um resumo no quadro acima (Quadro 3.7), foram desenvolvidos a partir de estudos empíricos onde a estrutura física existente de um destino foi generalizada a fim de compreender ou explicar algum fenómeno particular. Isto é, um processo de lógica indutiva foi usado para examinar e explicar um fenómeno ou processo histórico. Como resultado, os modelos existentes de regiões de destino tenderam a reflectir, de acordo com Dredge (1999, p.778), o que está lá (i.e., modelos funcionais) e não o que deveria estar (i.e., instrumentos normativos). Por exemplo, Britton (cf. Pearce, 1995), ao analisar o impacto do turismo internacional em países do Pacífico, enfatiza as relações estruturais entre as origens e os destinos, expressando estas relações em termos de centro-periferia. De acordo com este autor, o mercado é organizado no topo através da hierarquia local-regional-nacional, ocorrendo as transferências internacionais ao nível dos centros urbanos nacionais nos países emissores e receptores de turistas. A dispersão dentro do destino periférico é mais restrita, com os turistas a deslocarem-se do seu ponto de chegada para algum enclave turístico. Os movimentos podem acontecer entre enclaves mas as viagens estão limitadas a estas áreas.

Embora estes modelos proporcionem aos responsáveis pelo planeamento uma compreensão dos processos pelos quais o fenómeno se desenvolveu, eles não ajudam na identificação de uma estrutura espacial preferencial, ou seja, revelam-se adequados para facultarem uma visão dos destinos consolidados, mas não para novos planeamentos (Leiper, 1995; Dredge, 1999).

**Quadro 3.8 – Modelos de evolução**

<b>Designação</b>	<b>Descrição</b>	<b>Tipo de modelo</b>	<b>Referências</b>
Evolução do turismo: sucessão de classes	Propõe um modelo de evolução do turismo num destino baseado na sucessão de classes.	Funcional (descritivo)	Thurot (1973) em Pearce (1995)
Evolução do turismo: tipos de personalidade	Propõe um modelo de evolução do turismo num destino baseado no tipo de personalidade do turista: dos “allocentric”, na fase inicial, aos “psychocentric” na fase final de popularidade do destino.	Funcional (descritivo)	Plog (1973, 1991)
Modelo do ciclo de vida do destino	Adapta o modelo do ciclo de vida do produto para explicar o porquê da subida e queda em popularidade dos destinos.	Funcional (descritivo)	Butler (1980)
Evolução espaço-temporal do turismo litoral	Modelos de evolução espaço-temporal nos quais se incorpora alterações no grau de participação local (específicos do desenvolvimento histórico do turismo litoral na Europa)	Funcional (descritivo)	Gormsen (1981) em Pearce (1995)
Evolução espaço-temporal das regiões de destino	Descreve a evolução de destinos maduros enfatizando quatro aspectos: características espaciais, transporte, comportamento do turista e atitude dos decisores e da comunidade.	Funcional (descritivo)	Miosec (1976, 1977)
Estrutura espacial e o papel dos diferentes grupos na evolução dos destinos	Descreve a evolução espacial do turismo na estrutura regional existente na qual “aventureiros” abrem progressivamente o país a sectores de mercado “formais”.	Funcional (descritivo)	Opperman (1993)
Características e condições que configuram a evolução do destino	Identifica características e condições que tornam os destinos atractivos, incluindo atracções, acessibilidade, tolerância, segurança, sistemas de apoio, vantagens custo-benefício e difusão da informação.	Normativo (descritivo)	Leiper (1995)

Fonte: Dredge, 1999.

Os modelos evolutivos, apresentados no Quadro 3.8, constituem um conjunto diverso e heterogéneo orientado para vários aspectos do desenvolvimento da região de destino. São modelos que enfatizam a mudança, quer a evolução dos movimentos turísticos internacionais quer o desenvolvimento das estruturas do turismo.

O modelo “allocentric-psychocentric” de Plog (cf. Inskip, 1991, p.17; Mill e Morrison, 1992, p. 359; Pearce, 1995, p.15) e do ciclo de vida do destino de Burtler (cf. Dredge, 1999) são exemplos amplamente citados mas para os quais têm surgido críticas importantes (Getz 1992; Leiper 1995), no sentido de terem uma utilidade limitada para o planeamento de regiões de destino.

Das análises realizadas por Pearce (1995) e Dredge (1999) aos modelos espaciais de turismo, regista-se os seguintes aspectos: uma considerável fragmentação de modelos espaciais; o facto de muitos terem sido desenvolvidos independentemente dos outros já existentes, não atendendo às experiências anteriores; bem como a circunstância de poucos terem sido sujeitos a avaliação crítica ou a testes empíricos já que, sendo na sua

maioria derivados empiricamente, lhes falta aplicabilidade a diferentes tipos de destino e diferentes segmentos de mercado.

Apesar destas limitações, podem destacar-se várias ideias importantes que emergem da análise dos modelos apresentados e que fornecem a base para o desenvolvimento de um modelo espacial de planeamento e desenho da região de destino.

Sem dúvida, os contributos de Gunn (1972, 1988, 1993 e 2002), ao descrever a estrutura física das regiões de destino, são os de maior relevância. Embora o seu trabalho seja amplamente citado, permanece sendo dos poucos que se dedicaram à descrição e desenvolvimento de modelos estruturais de destino turístico. No seu conceito mais elaborado de planeamento regional, Gunn (1993 e 2002) identifica cinco elementos-chave e enfatiza que deveria ser prestada atenção especial à ligação entre eles no planeamento de destino. Estes elementos são: um limite regional definível (uma fronteira), um acesso a partir dos mercados e um corredor de circulação interno, complexos de atracção, áreas vizinhas não atractivas e entradas para a região.

Dentro da região de destino, numa outra perspectiva, existem vários “nós” (*nodes*) ou pontos (Gunn, 1993 e 2002). Estes “nós” foram designados “complexos de atracção” da comunidade ou do destino e contêm atracções, também chamados “núcleos”, e serviços. O termo “nós” é usado, aqui, para designar conjuntos de atracções e serviços que dão forma a um sub-destino local a fim de evitar situações confusas e ambíguas, como sejam destinos dentro de regiões de destino ou atracções dentro de complexos de atracção. Gunn (1993 e 2002) sublinha que estes “nós” incluem atracções, serviços e instalações e estão organizados em *clusters* rodeados por um interior não atractivo. A estrutura espacial destes “nós” tem a forma de três anéis concêntricos. O núcleo é o centro: pode ser uma atracção, uma paisagem, ou um objecto com interesse para o turista. Este é rodeado por um anel inviolado/intacto que fornece o cenário físico e psicológico imediato para uma experiência turística. O anel inviolado está rodeado por uma zona de fechamento/zona limítrofe que é a “área exterior de influência” que contém todos os serviços e instalações que apoiam o turismo.

Outro aspecto a destacar da análise dos modelos existentes são os caminhos ou corredores de circulação que ligam os mercados emissores e as regiões de destino, bem como os “nós” dentro das regiões de destino (Dredge, 1999). No caso da pesquisa de Mariot (cf. Pearce, 1995) são sugeridas três rotas: a de acesso, a de regresso e rotas recreativas, associando o conceito de viajar ao desejo dos turistas visitarem múltiplos



destinos. Também Lue *et al.* (1993) identificam cinco modelos de viagem multi-destino, destacando o modelo de viagem encadeada que inclui vários “focos” de atracção.

Por fim referir a contribuição de Leiper (1995) que identifica as três componentes de um sistema de atracção: um núcleo (o elemento central em todas as atracções turísticas), o turista (é quem viaja e mantém o contacto pessoal com os lugares visitados) e um marcador/apontador (*marker*) (é um instrumento de informação para o turista). Relativamente a este último ponto, este autor distingue dois tipos de marcadores/apontadores: os marcadores/apontadores separados e os adjacentes. Os primeiros, que respeitam à informação que o turista recebe antes de chegar ao destino, dividem-se em marcadores/apontadores de origem (informação obtida no local de residência) e marcadores/apontadores de trânsito (informação obtida ao longo do percurso da viagem). Os marcadores/apontadores adjacentes referem-se à informação sobre a atracção que é obtida no destino. Estes marcadores podem desempenhar várias funções, nomeadamente, motivar para a viagem, ajudar na selecção do destino, no planeamento do itinerário, na selecção de actividades, na identificação do núcleo, etc.

Todos estes modelos têm em comum o facto dos lugares visitados não serem simplesmente atracções, paisagens ou objectos com interesse que satisfaçam apenas uma determinada motivação, mas são “nós” que contêm serviços e equipamentos turísticos e possuem ligações com os mercados emissores e turistas. Sendo assim, estes modelos fornecem um bom ponto de partida para a exploração da estrutura das regiões de destino e, em última instância, para a concepção de um modelo espacial para o planeamento e desenho da região de destino.

As questões do planeamento, formação e avaliação de um destino constituem o cerne deste capítulo. Assim, após um enfoque inicial no planeamento turístico, onde se discutiram conceitos, objectivos e características, tipologias, processos e técnicas essenciais, avançamos para a análise do processo de formação e avaliação de um destino, centrando-nos nas componentes ou elementos da actividade turística a analisar num processo desta natureza.

Depois da apresentação dos elementos internos, das medidas básicas de planeamento e dos instrumentos de avaliação do potencial, focámos os elementos que denominamos identificativos do destino, relacionados com a imagem ou percepção do destino. Os

instrumentos de planeamento e os modelos espaciais que podem ajudar no planeamento e desenho das regiões de destino proporcionados pela literatura foram, igualmente, analisados.

No seguimento desta exposição teórica importa avaliar de forma mais prática a situação do turismo na sub-região do Minho-Lima. Contudo, há que, em primeiro lugar, sublinhar e apontar a metodologia de suporte a esta análise.

## **Parte II – Estudo empírico: o turismo na sub-região do Minho-Lima**

### **4 Metodologia da investigação**

Constitui preocupação deste capítulo a apresentação das principais técnicas utilizadas para a recolha e tratamento adequado da informação necessária para as análises pretendidas, de modo a conseguir alcançar os objectivos inicialmente estabelecidos para este estudo.

Sublinha-se a utilização do inquérito e da entrevista como instrumentos de recolha da informação, bem como as fontes estatísticas dos organismos oficiais e dados secundários.

As análises efectuadas foram, fundamentalmente, suportadas em indicadores de potencial turístico, entrevistas a agentes institucionais e inquéritos aos proprietários dos restaurantes e aos turistas. Os resultados serão apresentados e analisados nos capítulos que se seguem.

#### **4.1 Objectivos**

Ao longo do enquadramento teórico deste trabalho foi possível constatar a importância que o turismo pode desempenhar no desenvolvimento das regiões, nomeadamente, das áreas rurais, sendo possível avançaram-se os seguintes pressupostos/hipóteses consideradas essenciais ao desenvolvimento turístico destes territórios:

- i) Existência de recursos/potencial turístico.
- ii) Dispor de recursos humanos qualificados a trabalhar nesta área.
- iii) Vontade e determinação política e de toda a comunidade relativamente ao turismo.
- iv) Parcerias entre os diversos actores e abertura a novos tipos de cooperação.
- v) Aposta nos recursos próprios, endógenos, integrando as restantes actividades produtivas locais, permitindo a diferenciação e apostando na qualidade dos seus recursos.

Estes pressupostos são o nosso ponto de partida para o estudo empírico. Neste trabalho, não se pretendendo elaborar um modelo turístico para a sub-região mas sim, identificar

a situação existente, procedemos, numa primeira etapa, à avaliação do potencial turístico, de modo a analisar a vocação turística deste território e, numa segunda, procurámos ter a perspectiva dos actores envolvidos, reconhecendo que o comprometimento dos agentes do sector constitui um pré-requisito para o sucesso da estratégia que venha a ser definida. Para tal, recorreremos a técnicas diferenciadas, que a seguir se descrevem.

## **4.2 Técnicas de recolha e análise de dados**

### **4.2.1 Inventário dos recursos e avaliação do potencial turístico**

Para averiguar da existência de potencial turístico, começámos pela inventariação dos recursos.

A recolha de informação para a realização do inventário de recursos turísticos realizou-se em três etapas, em cada uma das quais se utilizou um tipo específico de fonte.

Numa primeira fase, a documentação de base foi o “Inventário de Recursos Turísticos – Sistema de Informação de Gestão de Recursos Turísticos, 2ª Edição CD-ROM”, elaborado pela Direcção-Geral de Turismo e publicado em 1999. A partir da consulta deste documento electrónico obteve-se uma ampla lista de recursos, alguns deles com informação com algum detalhe, onde predominavam os recursos de tipo histórico e etnográfico.

Com esta base de dados como ponto de partida iniciámos uma segunda fase na recolha de informação que consistiu, basicamente, na consulta de publicações de todo o tipo que tivessem uma relação directa ou indirecta com o turismo e que fizessem alguma referência aos municípios do âmbito de análise. Entre estas publicações, há que citar uma ampla colecção de folhetos turísticos da responsabilidade da Região de Turismo do Alto Minho (RTAM) e de alguns municípios que disponham de folhetos próprios, guias editados pela Associação de Municípios do Vale do Lima e da Comunidade Intermunicipal do Vale do Minho (Valimar) e guias de âmbito geral.

Em simultâneo, com esta tarefa, procedemos a uma pesquisa nas páginas da *Internet* das Câmaras Municipais (nem todas disponham de página), da RTAM, do Instituto do Turismo, da Direcção-Geral de Monumentos, Instituto de Protecção da Natureza, etc..

O objectivo que se persegue com esta segunda fase é, além de confrontar e completar a informação recolhida na primeira, dar um primeiro passo até à selecção dos recursos a

incluir no inventário, baseando-nos na hipótese de que a aparição destes neste tipo de publicações implica já uma certa incorporação no mercado.

Na terceira fase realizou-se um trabalho de campo com um triplo objectivo: tomar contacto com a realidade da sub-região do Minho-Lima, corrigir os defeitos e inexactidões da informação recolhida nas fontes indirectas e incorporar todos aqueles aspectos com possível interesse que tinham sido omitidos nestas. Nesta fase, visitámos as delegações da RTAM em cada um dos municípios, solicitando que analisassem os recursos inventariados, que verificassem eventuais inexactidões, acrescentassem alguns recursos com interesse que tivessem sido omitidos e identificassem aqueles que, tendo sido incluídos, não revelassem interesse efectivo.

Uma vez finalizada a tarefa de recompilação de dados obteve-se uma listagem final na qual se incluíam um total de 1003 possíveis recursos distribuídos entre os 10 municípios.

Os dados relativos às acessibilidades foram obtidos junto do Instituto de Estradas de Portugal e, no caso dos equipamentos, do Instituto Nacional de Estatísticas, da Direcção-Geral do Turismo, da Região de Turismo do Alto Minho e da Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência.

Uma vez recolhidos os dados, procedemos à avaliação do potencial turístico através do Índice de Potencial Turístico desenvolvido por Leno Cerro (1992 e 1993), introduzindo alguma inovação em relação à proposta daquele autor e cujos resultados são apresentados no sub-capítulo 6.1.

#### **4.2.2 Entrevistas aos agentes institucionais**

A técnica de pesquisa utilizada para a abordagem aos agentes institucionais, para o efeito considerados informadores privilegiados, foi a entrevista semi-estruturada. Entendeu-se que esta metodologia seria enriquecedora na medida em que permitiria, quer a partilha de diferentes vivências, quer a flexibilidade necessária para adaptar a abordagem às especificidades dos interlocutores, tendo em conta a própria natureza das instituições. Não obstante, como é óbvio, foram estabelecidos um conjunto de categorias que permitiram dar alguma coerência e homogeneidade às diferentes entrevistas concretizadas:

A – Região e turismo

B – Recursos e entidades turísticas

- C – Recursos humanos envolvidos
- D – Integração com demais sectores produtivos locais
- E – Criação de parcerias e cooperação
- F – Cooperação territorial (territórios limítrofes e Galiza)
- G – Promoção

Um dos critérios seguidos para a selecção dos entrevistados foi garantir a representatividade dos principais actores, directa e indirectamente, ligados ao desenvolvimento turístico da sub-região do Minho-Lima. Para tal, foi elaborada uma lista provisória de instituições de referência do território, a qual serviu como elemento orientador dos contactos entretanto encetados.

Deste modo, a amostra inicialmente delineada apontava para vinte e dois elementos dispersos geograficamente pelos dez municípios que integram o território em análise, respeitando as amostras dos estudos qualitativos, onde é dada mais importância à profundidade da entrevista do que propriamente à amplitude da amostra (Helfer e Orsini, 1996). Desta amostra foi possível realizar vinte entrevistas pois, não obstante os esforços continuados, não foi exequível entrevistar qualquer representante da Câmara Municipal de Caminha nem da Associação Comercial e Industrial de Monção e Melgaço.

De referir que as entrevistas à Câmara Municipal de Valença e à UEVM - União Empresarial do Vale do Minho foram realizadas em simultâneo, a pedido do entrevistado, por desempenhar funções nos dois organismos.

**Quadro 4.1** – Listagem de entrevistas realizadas

<b>Identificação do agente de desenvolvimento local/regional</b>	<b>Função que desempenha</b>
RTAM - Região de Turismo do Alto Minho	Presidente da RTAM
ACIVAC - Associação Comercial e Industrial dos Vales Âncora e Coura	Presidente da Direcção
Câmara Municipal de Ponte da Barca	Presidente da CM
Câmara Municipal de V. N. Cerveira	Presidente da CM
Câmara Municipal de Valença / UEVM - União Empresarial do Vale do Minho	Vereador do Turismo /Presidente da Direcção
Câmara Municipal de Paredes de Coura	Chefe de Gabinete do Presidente da CM

ACIAB - Associação Comercial e Industrial dos Arcos de Valdevez e Ponte da Barca	Presidente da Direcção
UNIHSNOR – União das Associações de Hotelaria e Restauração do Norte de Portugal - Viana do Castelo – Alto Minho	Presidente da Direcção
Câmara Municipal de Melgaço	Presidente da CM
Câmara Municipal de Ponte de Lima	Presidente da CM
PRIVETUR	Vogal da Direcção
Comunidade Intermunicipal do Vale do Minho	Gestor/Membro da Direcção
AEPL - Associação Empresarial de Ponte de Lima	Presidente da Direcção
AEVC - Associação Empresarial de Viana do Castelo	Presidente da Direcção/
Câmara Municipal de Viana do Castelo	Vereadora do Turismo
Câmara Municipal de Monção	Presidente da CM
Câmara Municipal de Arcos de Valdevez	Presidente da CM/Vereador Turismo
TURIHAB - Associação do Turismo de Habitação	Presidente da TURIHAB
Valimar – Comunidade Urbana	Gestor

Fonte: Elaboração própria.

O primeiro contacto com vista à realização das entrevistas foi feito através do correio e, posteriormente, confirmadas por e-mail ou telefone. As entrevistas foram efectuadas nos meses de Novembro e Dezembro de 2005 e Janeiro de 2006, nos edifícios das instituições contactadas, de acordo com a disponibilidade dos entrevistados.

A entrevistadora apresentava-se como doutoranda em Ciências Económicas, encontrando-se a elaborar a sua tese de doutoramento em Turismo/Desenvolvimento Regional, para a qual necessitava de analisar e ter um contacto directo com os actores locais, directa e indirectamente, ligados ao desenvolvimento turístico.

Durante as entrevistas foi utilizado um guião de entrevista composto por tópicos (Anexos 1 e 2). A construção do guião foi o resultado de um estudo prévio através da revisão da literatura e de uma análise de documentos inerentes ao planeamento e potencial turístico publicados pela Direcção-Geral da Agricultura da Comissão Europeia.

Cada encontro começava com um agradecimento pela disponibilidade prestada em conceder a entrevista, seguida de uma breve apresentação do trabalho e dos objectivos

da investigadora.

Apesar do guião ser uma presença constante, foi dada “luz verde” ao entrevistado para falar livremente, sem limitações de tempo ou assunto, de forma a que este se sentisse livre para exprimir as suas ideias, percepções e sentimentos de uma maneira espontânea. Ao terminar, era perguntado ao entrevistado se queria acrescentar algum comentário, após o qual se agradecia, novamente, a disponibilidade prestada e se dava por terminada a entrevista.

O tratamento e análise da informação recolhida vão ser efectuados no sub-capítulo 7.1.

### **4.2.3 Inquéritos aos operadores turísticos (restaurantes)**

Sendo a gastronomia um dos eixos fundamentais, à volta do qual gira a oferta turística no Minho-Lima (RTAM, 2004b), constituindo um dos seus pontos fortes, considerou-se relevante ouvir os intervenientes deste ramo de actividade.

De facto, os visitantes, principalmente excursionistas, procuram zonas rurais com motivações, em muitos casos, gastronómicas: não podemos esquecer que, no Minho-Lima, todos os dez municípios participam no evento promovido pela RTAM em parceria com as Câmaras Municipais, *Domingos Gastronómicos*, e desenvolvem outros festivais do género (RTAM, 2001).

No caso concreto dos *Domingos Gastronómicos*, que contam com a participação dos treze municípios da RTAM (dez dos quais do Minho-Lima), decorrem de Fevereiro a Maio de cada ano e envolvem mais de trezentos restaurantes, com a possibilidade de levar a efeito a prática de uma cozinha local, divulgando as suas receitas tradicionais, em conjugação com os vinhos e um programa de animação da responsabilidade de cada um dos municípios (RTAM, 2004a). Com esta iniciativa pretende-se promover a região e dinamizar o sector durante a época tida como baixa.

Tendo em conta estas premissas, e reconhecendo-se a importância da participação e influência destes agentes na dinâmica do sector, estabeleceu-se uma aproximação aos restaurantes do Minho-Lima, aplicando um inquérito, para tentar perceber o tipo de relações que estabelecem com os demais agentes (concorrentes, Administração Pública, RTAM, clientes, habitantes locais).

Como ponto de partida para o contacto com os restaurantes, desenhámos um inquérito (Anexo 3), que utilizámos como guião da entrevista semi-dirigida. Este questionário serviu como meio de contacto com os proprietários.



Os itens do inquérito foram organizados em sete grandes blocos:

- Dados gerais dos restaurantes e seus proprietários;
- Dados dos funcionários;
- Papel dos produtos locais;
- Tipo de clientes;
- Promoção da região e do próprio restaurante;
- Relação com outros restaurantes/estabelecimentos de alojamento;
- Motivações dos turistas.

A recolha dos dados foi realizada entre Novembro e Dezembro de 2005 e refira-se que, dos 105 restaurantes contactados, 88 aceitaram responder ao nosso inquérito.

**Quadro 4.2 – Restaurantes contactados**

<b>Município</b>	<b>Inquéritos Enviados</b>	<b>Inquéritos Recolhidos</b>
Arcos de Valdevez	9	9
Caminha	12	9
Melgaço	7	7
Monção	8	7
Paredes de Coura	6	6
Ponte da Barca	4	4
Ponte de Lima	10	10
Valença	15	11
Viana do Castelo	29	19
V.N de Cerveira	5	6
<b>Minho-Lima</b>	<b>105</b>	<b>88</b>

Fonte: Elaboração própria.

O contacto inicial foi feito por carta, na qual era explicitado o objectivo da investigação e enviado o inquérito para que os proprietários tivessem um primeiro contacto com a informação pretendida. Posteriormente, foi feito um contacto telefónico para confirmar a disponibilidade e combinar a entrevista com os proprietários, na data e hora mais conveniente.

Importa referir que, tendo sido o inquérito enviado pelo correio para que os entrevistados tivessem um primeiro contacto com o mesmo, aconteceu nalguns casos que, aquando da entrevista, os questionários estavam já preenchidos, não havendo disponibilidade pelos proprietários para complementar ou esclarecer alguma da informação disponibilizada. Contudo, na maioria dos casos, os proprietários colaboraram no esclarecimento das dúvidas da investigadora.

O tratamento e análise da informação recolhida vão ser efectuados no sub-capítulo 7.2.

#### **4.2.4 Inquéritos aos turistas**

Questão, também, objecto de preocupação neste trabalho prende-se com os gostos e preferências dos turistas no que respeita aos recursos turísticos.

De facto, nas últimas décadas, tem havido um interesse crescente em analisar as preferências dos consumidores, para procurar explicar e prever as suas escolhas. Esta análise pode ser feita recorrendo a dados de preferências reveladas ou a dados de preferências declaradas (Louviere e Timmermans, 1990; Louviere *et al.*, 2000; Haider, 2002; Merino-Castelló, 2003). No primeiro caso, os dados são obtidos a partir do comportamento passado do consumidor, ou seja, através da observação directa do comportamento de consumo dos indivíduos. Estes revelam as suas preferências através das escolhas que fazem (Louviere e Timmermans, 1990). Nas preferências declaradas, os dados são obtidos através das escolhas declaradas pelos indivíduos, face a situações hipotéticas de consumo, explicitadas em questionários.

Uma vez que a análise do comportamento observado é, por definição, confinada à análise do comportamento passado, torna-se necessário recorrer-se à análise das preferências declaradas se se pretender inquirir sobre escolhas futuras ou intenções de actuação (Haider, 2002).

Nos últimos anos, um conjunto de técnicas de preferências declaradas foram desenvolvidas, entre as quais destacamos, dado o interesse para o nosso trabalho, as técnicas de *Análise Conjunta*, que desenvolveremos mais à frente.

Para o processo de recolha de informação necessária para aplicar esta técnica, desenhou-se um questionário, que se apresenta em anexo (Anexos 4 a 7), para ser respondido por uma amostra que se pretendia representativa de turistas que visitam o Minho-Lima.

O questionário foi dividido em três partes. A primeira parte destinava-se a conhecer os

dados pessoais do entrevistado (sexo, idade, habilitações literárias, etc.). A recolha de dados necessária para levar a cabo a *Análise Conjunta*, através da tarefa de ordenação/hierarquização, constituía a segunda parte do questionário. De acordo com o que aparece explicitado no Quadro 4.3 (ver pp.130-131), nela se apresentava a cada indivíduo uma sequência de 12 perfis de destino turístico para que o turista os ordenasse segundo uma hierarquia de 1 (mais preferido) a 12 (menos preferido). A última secção dos questionários consistia numa série de características específicas de um conjunto de recursos turísticos que os entrevistados teriam de ordenar numa escala de 1 a 5.

O desenho dos questionários foi aperfeiçoado mediante a realização de um pré-teste. Este tinha por objectivo, para além da ajuda na selecção dos atributos e níveis relevantes para a experiência, a realização de testes de compreensão e aceitação do questionário. Os questionários definitivos, após incorporação das correcções derivadas dos pré-testes, foram aplicados entre Maio e Dezembro de 2006, mediante entrevistas pessoais a turistas conduzidas nos municípios de Barcelos, Braga, Caminha, Ponte de Lima, Valença e Viana do Castelo. Obtiveram-se um total de 350 questionários completos, 74 referentes a turistas estrangeiros e 276 a turistas nacionais.

Depois de apresentada a forma de recolha de dados que serão utilizados na *Análise Conjunta*, importa explicar melhor em que consiste esta técnica.

Como referido anteriormente, o interesse crescente em analisar as preferências dos consumidores conduziu ao desenvolvimento de técnicas que recorrem quer a dados de preferências reveladas quer a dados de preferências declaradas.

A análise dos gostos e preferências dos turistas está facilitada quando estão em causa destinos mais ou menos consolidados e recursos turísticos actuais, uma vez que estes apresentam uma procura a partir da qual se pode investigar gostos e preferências. Porém, no caso dos destinos emergentes e dos recursos turísticos potenciais, que, por consequência, não contam com uma procura (consistente) sobre a qual quantificar estes parâmetros, esta tarefa torna-se mais complicada. Para ultrapassar esse problema, podemos recorrer à análise das preferências declaradas, inquirindo os indivíduos sobre as respectivas escolhas (declaradas), face a situações hipotéticas de consumo. Porque assenta em declarações de indivíduos sobre as suas preferências ou escolhas, esta abordagem ficou conhecida como análise das “preferências declaradas” (Haider, 2002).

De entre um conjunto de técnicas de preferências declaradas desenvolvidas nos últimos

anos, iremos destacar, dado o interesse para o nosso estudo, as técnicas de *Análise Conjunta*. Estas técnicas são uma família de metodologias baseadas em questionários (*survey-based methodologies*) para estimar a preferência por certos produtos, sendo os produtos descritos em termos dos seus atributos ou características e níveis que estas assumem (Louviere e Timmermans, 1990; Merino-Castelló, 2003). Na *Análise Conjunta*, considera-se, portanto, que o processo de escolha é determinado pelas utilidades associadas aos níveis de representação no produto de um conjunto de atributos.

De acordo com Luce e Tukey (1964), trata-se de uma metodologia para analisar a acção ou efeito conjunto de duas ou mais variáveis independentes numa variável dependente, ou seja, determinar a contribuição das variáveis independentes (níveis) e seus respectivos valores (utilidades) para as preferências dos consumidores por um bem ou serviço.

As vantagens destas técnicas face aos métodos das preferências reveladas, com interesse particular para o nosso estudo, são oferecerem a possibilidade de controlar os níveis dos atributos que configuram as alternativas de escolha e o contexto (questionário) mediante o qual se obtêm os dados. Isto permite avaliar possíveis intervenções *ex ante*, ou seja, antes da sua aplicação (i.e., mediante atributos e níveis hipotéticos). Como desvantagem, Rodríguez e González (2002) chamam a atenção para o esforço que cada indivíduo entrevistado faz à medida que avança na sequenciação da escolha, sendo provável que acuse cansaço e as suas respostas percam qualidade.

Segundo Green e Srinivasan (1990), Louviere e Timmermans (1990) e Jaeger *et al.* (2001), a *Análise Conjunta* apoia-se num conjunto de hipóteses que são resumidas de seguida:

- o entrevistado avalia o produto ou serviço definido pelos seus atributos ou características, ou seja, toma decisões baseando-se na informação não de um só factor mas de vários factores conjuntamente;
- a cada nível de cada atributo ou característica está associada uma utilidade que representa o interesse relativo atribuído a esse nível do atributo pelo entrevistado;
- a utilidade total do produto é determinada pela soma das utilidades dos seus atributos; a preferência por uma das alternativas pode, por sua vez, ser dividida em cada uma das suas múltiplas componentes parciais;
- o comportamento de escolha do consumidor rege-se pelo princípio da maximização da

utilidade associada às preferências mantidas.

A aplicação desta técnica envolve uma série de etapas ou fases, em cada uma das quais o investigador pode escolher entre um conjunto de alternativas (Ramírez Hurtado *et al.*, 2004). As fases necessárias para a sua implementação são as seguintes (Green e Srinivasan, 1990; Louviere e Timmermans, 1990):

- 1) identificação de atributos e especificação de níveis;
- 2) definição do método de recolha dos dados;
- 3) construção das alternativas de escolha/perfis;
- 4) apresentação dos perfis;
- 5) definição de uma escala de medida da variável dependente;
- 6) adopção de um método de estimação.

Tendo presente o objectivo definido para este epígrafe, em primeiro lugar, tínhamos que definir os atributos e os níveis, tendo presente que uma tarefa de escolha realista requer a identificação de atributos e níveis de atributos relevantes para a decisão de um turista quando selecciona um local de férias, atendendo aos seus recursos turísticos. Daí que a definição destes atributos e seus níveis requeira a realização de uma cuidadosa e prolongada investigação qualitativa prévia, com o objectivo de garantir que os indivíduos considerem significativas e credíveis as alternativas que lhes são propostas.

No presente estudo, a investigação preliminar consistiu na análise da literatura e na consulta a especialistas (funcionários das delegações da RTAM, em cada município; proprietários de estabelecimentos hoteleiros e de restauração; entidades públicas e privadas com ligações ao turismo; investigadores desta área). Com base nestas consultas, seleccionaram-se quatro atributos, seguindo as recomendações de Green e Srinivasan (1990), que sugerem que o perfil completo (método de recolha de dados a que vamos recorrer) seja utilizado em estudos com até seis atributos. Wittink *et al.* (1982, cf. Trindade e Rotondaro, 2004) verificaram que os atributos com maior número de níveis têm, proporcionalmente, mais importância do que aqueles com poucos níveis, o que sugere que se procure um número uniforme de níveis entre os diferentes atributos. Neste sentido, três atributos foram apresentados com três níveis e um como uma variável de quatro níveis:

- recursos naturais - água: praias oceânicas, praias fluviais, e rios e ribeiros;
- recursos naturais - terra: parques nacionais ou de paisagem protegida, parques naturais

- de recreio e lazer, e serras e montes;
- recursos etnográficos: artesanato, festas e gastronomia;
  - recursos históricos: património arqueológico, património religioso, património militar e património civil.

De acordo com Louviere e Timmermans (1990), um perfil é a designação dada na literatura da *Análise Conjunta* a cada combinação de níveis de atributos. Depois de definidos os atributos e os seus níveis, era necessário criar estes perfis ou alternativas de escolha a serem apresentados aos turistas.

Para tal, é necessário determinar o número de perfis que o indivíduo é capaz de manusear. De facto, importa conseguir um certo equilíbrio entre a maximização do nível de informação obtido e o efeito fadiga ou cansaço que surge quando o questionário é demasiado longo ou complexo, ou os exercícios que deve realizar o entrevistado são repetitivos (Swait e Adamowicz, 1997; Brazell *et al.*, 1999).

Se usássemos todos os perfis possíveis (combinações e níveis de atributos) num estudo, referíamos-nos a isso como um desenho factorial completo. Contudo, na prática, desenhos factoriais completos são raramente usados porque o número de combinações possíveis é, normalmente, impraticável. Por exemplo, o desenho factorial de uma experiência com  $x$  atributos com  $a$  níveis de variação e  $y$  atributos com  $b$  níveis de variação inclui  $a^x b^y$  combinações, número total de situações requeridas para identificar todos os efeitos e interacções. No nosso caso, isso significava  $3^3 \times 4 = 108$  possíveis combinações diferentes de níveis.

Uma alternativa é mostrar aos indivíduos só um pequeno grupo de combinações possíveis, isto é, usar desenhos factoriais fraccionados para construir os perfis (Louviere e Timmermans, 1990; Louviere *et al.*, 2000, Haider, 2002).

No nosso estudo, aplicando o desenho factorial fraccionado, chegámos a 12 combinações, que apresentamos de seguida:

**Quadro 4.3 – Perfis/Alternativas de escolha**

Cartão 1	Cartão 2	Cartão 3
. Praias Fluviais . Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida . Artesanato . Património Arqueológico	. Rios ou Ribeiros . Parques Naturais de Recreio e Lazer . Gastronomia . Património Arqueológico	. Praias Oceânicas . Serras ou Montes . Festas . Património Arqueológico

Cartão 4	Cartão 5	Cartão 6
. Praias Fluviais . Serras ou Montes . Gastronomia . Património Religioso	. Rios ou Ribeiros . Serras ou Montes . Festas . Património Religioso	. Praias Oceânicas . Parques Naturais de Recreio e Lazer . Artesanato . Património Religioso
Cartão 7	Cartão 8	Cartão 9
. Praias Fluviais . Parques Naturais de Recreio e Lazer . Festas . Património Militar (p.ex: Fortalezas /Muralhas)	. Rios ou Ribeiros . Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida . Artesanato . Património Militar (p.ex: Fortalezas /Muralhas)	. Praias Oceânicas . Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida . Gastronomia . Património Militar (p.ex: Fortalezas /Muralhas)
Cartão 10	Cartão 11	Cartão 12
. Praias Fluviais . Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida . Festas . Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)	. Rios ou Ribeiros . Parques Naturais de Recreio e Lazer . Artesanato . Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)	. Praias Oceânicas . Serras ou Montes . Gastronomia . Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)

Fonte: Elaboração própria.

Como pode ser constatado considerando os cartões identificados acima, foi decidido proceder à apresentação das combinações dos níveis dos atributos (perfis) mediante uma descrição verbal.

Uma vez definidos os perfis/alternativas de escolha, os entrevistados são solicitados a classificar os cartões/perfis segundo a sua preferência, podendo ser-lhes pedido para ordenarem/hierarquizarem, pontuarem ou escolherem o preferido.

Experiências nas quais dois ou mais destes perfis hipotéticos são combinados em conjuntos de escolhas e os entrevistados escolhem a alternativa/perfil preferido a partir de cada conjunto, são designadas tarefas de escolha declarada/experiência de escolha discreta. Experiências que envolvem a ordenação do conjunto das alternativas ou a pontuação, de acordo com uma escala, de cada alternativa de um conjunto, são designadas tarefas de ordenação/hierarquização e tarefas de pontuação, respectivamente (Louviere e Timmermans, 1990; Adamowicz *et al.*, 1998; Louviere *et al.*, 2000).

No nosso estudo, optámos por pedir aos entrevistados para hierarquizarem um conjunto de opções alternativas, da mais para a menos preferida, de acordo com as suas preferências.

Nesta perspectiva, os entrevistados têm em conta combinações de níveis de atributos, onde cada possível combinação representa o perfil do destino turístico que têm em

mente quando estabelecem as suas preferências e seleccionam o seu destino de férias de acordo com a percepção da utilidade que aquele lhes proporciona.

Para a formulação do modelo que nos permite explicar a relação entre as avaliações na forma de níveis de preferência (variável dependente) e os diferentes níveis dos atributos escolhidos como determinantes do destino em questão (variáveis independentes), é necessário ter presente o facto das variáveis independentes serem *dummies* (variáveis dicotómicas, 0,1). Deste modo, a presença ou ausência de um determinado nível de um atributo específico virá definida pelo valor 1 ou 0 da dita variável *dummy* no modelo. Tendo em conta isso, de seguida apresenta-se o modelo a estimar (Green e Srinivasan, 1978 e 1990):

$$y_t = \alpha + \sum_{i=1}^I \sum_{j=1}^J \beta_{ij} x_{ij} + e_t$$

onde:

$y_t$  = avaliação da preferência ou hierarquia que representa o nível das preferências expresso pelo consumidor/turista face ao perfil  $t$ ;

$\alpha$  = constante;

$\beta_{ij}$  = coeficiente ou utilidade parcial ou *partworth* correspondente ao  $j$ -ésimo nível do  $i$ -ésimo atributo;

$x_{ij}$  = 1 se o  $j$ -ésimo nível do atributo  $i$  está presente no perfil  $t$ ;

$x_{ij}$  = 0 se o  $j$ -ésimo nível do atributo  $i$  não está presente no perfil  $t$ ;

$e_t$  = resíduo de estimação.

Assim, a técnica utilizada para determinar a contribuição de cada um dos atributos e seus níveis nas preferências dos turistas, foi a regressão múltipla, realizada pelo método dos mínimos quadrados. A conveniência da utilização do método dos mínimos quadrados como procedimento de estimação, em *Análise Conjunta*, foi estabelecida através da comparação sistemática com outros procedimentos (Green e Srinivasan, 1978). Como a eficiência (qualidade do ajustamento) desta técnica é similar a outras mais complexas como o Logit, Monanova, etc., mas os seus resultados são mais fáceis de interpretar (Oppewal e Vriens, 2000), optou-se pela sua adopção, no presente estudo. Este procedimento permitiu obter as estimativas das utilidades parciais ou *partworth*, bem como determinar a importância de cada atributo.



A análise dos dados e o teste à fiabilidade das estimativas foram realizadas através do procedimento *Conjoint* do *SPSS* 15.0. Os resultados obtidos são apresentados no sub-capítulo 7.3.

Neste capítulo, sobre a metodologia do estudo de caso, identificaram-se as fontes dos elementos internos do destino a constar do Índice de Potencial Turístico e os diferentes actores locais com poder de decisão e influência no processo de desenvolvimento turístico a contactar. Sublinhou-se a utilização do inquérito e da entrevista como instrumentos de recolha da informação, bem como as fontes estatísticas dos organismos oficiais e dados secundários.

No que respeita à análise das preferências dos turistas, esta está facilitada quando estão em causa destinos mais ou menos consolidados e recursos turísticos actuais, uma vez que estes apresentam uma procura a partir da qual se pode investigar gostos e preferências. Porém, no caso dos destinos emergentes e dos recursos turísticos potenciais, que, por consequência, não contam com uma procura (consistente) sobre a qual quantificar estes parâmetros, esta tarefa torna-se mais complicada. Para ultrapassar esse problema, podemos recorrer à análise das preferências declaradas, inquirindo os indivíduos sobre as respectivas escolhas (declaradas), face a situações hipotéticas de consumo. Porque assenta em declarações de indivíduos sobre as suas preferências ou escolhas, esta abordagem ficou conhecida como análise das “preferências declaradas” e foi apresentada, com algum detalhe, no fim deste capítulo.

Nos capítulos seguintes apresentam-se os resultados obtidos ao longo do trabalho de investigação.



## **5 Retrato Territorial: o Minho-Lima**

Para contribuir para a melhoria do conhecimento sobre o turismo no Minho-Lima é necessário ter presente a sua realidade socio-económica, bem como compreender algumas características da sua oferta turística.

Neste sentido, neste capítulo começa-se por apresentar uma caracterização socio-económica da sub-região do Minho-Lima, com referência a algumas das suas especificidades: delimitação geográfica, demografia, educação, emprego e acessibilidades. Posteriormente, será feita uma breve descrição da oferta turística do Minho-Lima, terminando com uma sucinta abordagem da organização institucional ao nível do turismo.

### **5.1 Caracterização socio-económica**

Conscientes da importância que assume o conhecimento da realidade do território em análise, começaremos por fazer uma breve caracterização socio-económica do Minho-Lima, procurando fornecer informações fundamentais que permitam um conhecimento global do território nas suas vertentes básicas.

As fontes de informação utilizadas foram o Instituto Nacional de Estatística (INE), através dos Anuários Estatísticos da Região Norte e de outras pesquisas nos sítios na *Internet* do INE, da Direcção Regional de Educação do Norte, do Instituto de Estradas de Portugal e da Comissão de Coordenação e Desenvolvimento da Região Norte.

#### **5.1.1 Delimitação geográfica**

O Minho-Lima, sub-região marcadamente rural, é uma das oito NUT's III que fazem parte da NUT II Norte de Portugal, localizando-se no extremo Noroeste do país. A Norte faz fronteira com a Galiza, a Oeste é banhada pelo Oceano Atlântico, a Sul confronta com a sub-região do Cávado e a Este volta a encontrar-se com a Galiza.

**Figura 5.1** – NUT's III integradas no Norte de Portugal

Fonte: Cartográfica do Instituto Geográfico do Exército (IGeoE)

Administrativamente, a sub-região estatística NUT III, Minho-Lima, integra os dez municípios do distrito de Viana do Castelo (Figura 5.2): Arcos de Valdevez, Caminha, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e Vila Nova de Cerveira.

**Figura 5.2** – Municípios do Minho-Lima

Fonte: INE ([www.ine.pt](http://www.ine.pt)).

A sub-região abrange, num espaço geográfico de 2218,2 km<sup>2</sup>, 10 municípios e 290 freguesias (Anuário Estatístico Região Norte 2005 - [www.ine.pt](http://www.ine.pt)). Em termos de área, os maiores municípios são, por ordem decrescente, Arcos de Valdevez (447,6 Km<sup>2</sup>), Ponte de Lima, Viana do Castelo, Melgaço, Monção, Ponte da Barca, Paredes de Coura, Caminha, Valença e Vila Nova de Cerveira (108,4 Km<sup>2</sup>).

**Quadro 5.1** – Indicadores geográficos do Minho-Lima, 2005

Município	Área	Freguesias
	Km <sup>2</sup>	Nº
Arcos de Valdevez	447,6	51
Caminha	136,4	20
Melgaço	238,2	18
Monção	211,3	33
Paredes de Coura	138,2	21
Ponte da Barca	182,1	25
Ponte de Lima	320,3	51
Valença	117,1	16
Viana do Castelo	318,6	40
V. N. Cerveira	108,4	15
<b>Minho-Lima</b>	<b>2.218,2</b>	<b>290</b>
<b>Norte</b>	<b>21.285,8</b>	<b>2028</b>

Fonte: Anuário Estatístico da Região Norte 2005 ([www.ine.pt](http://www.ine.pt)).

### 5.1.2 Demografia

A dinâmica de crescimento da população residente no Minho-Lima, nos últimos vinte anos, obedece à tendência generalizada para o território português, de forte litoralização, de diminuição do saldo natural e de agravamento do fenómeno do envelhecimento demográfico, isto é, do aumento de proporção da população idosa (65 e mais anos) no total da população.

O Minho-Lima, no final de 2005, apresentava uma população residente de 252 272 indivíduos, representando um aumento de 0,8% face aos dados definitivos do último levantamento censitário de 2001 e de 0,9% em relação ao censo de 1991 (Censos 1991, 2001 e Anuário Estatístico da Região Norte – 2005, INE). Contudo, importa realçar que se registam comportamentos muito diferentes em termos concelhios, particularmente naqueles que se localizam no interior (Quadro 5.2).

**Quadro 5.2** – Evolução da População Residente do Minho-Lima, 1991-2005

Município	População Residente					
	Nº			Taxa Variação %		
	1991	2001	2005	91/01	01/05	91/05
Arcos de Valdevez	26.976	24.761	24.574	-8,2	-0,8	-8,9
Caminha	16.207	17.069	16.877	5,3	-1,1	4,1
Melgaço	11.018	9.996	9.693	-9,3	-3,0	-12,0
Monção	21.799	19.956	19.838	-8,5	-0,6	-9,0
Paredes de Coura	10.442	9.571	9.403	-8,3	-1,8	-10,0
Ponte da Barca	13.142	12.909	13.053	-1,8	1,1	-0,7
Ponte de Lima	43.421	44.343	44.678	2,1	0,8	2,9
Valença	14.815	14.187	14.318	-4,2	0,9	-3,4
Viana do Castelo	83.095	88.631	91.053	6,7	2,7	9,6
V.N. de Cerveira	9.144	8.852	8.785	-3,2	-0,8	-3,9
<b>Minho-Lima</b>	<b>250.059</b>	<b>250.275</b>	<b>252.272</b>	<b>0,1</b>	<b>0,8</b>	<b>0,9</b>
<b>Norte</b>	<b>3.561.820</b>	<b>3.687.293</b>	<b>3.737.791</b>	<b>3,5</b>	<b>1,4</b>	<b>4,9</b>

Fonte: Censos 2001 e Anuário Estatístico da Região Norte 2005 (www.ine.pt).

De facto, os decréscimos dos efectivos populacionais são preocupantes nas áreas mais interiores, onde a base económica local assenta num sector primário tradicional, como são os casos de Arcos de Valdevez (-8,9%), Melgaço (-12%), Monção (-9,0%), Paredes de Coura (-10%).

O concelho de Ponte de Lima contraria esta tendência sistemática de perda de população, fruto da sua localização face aos eixos rodoviários (IP1/A3 – que une o Porto à Galiza; IP9/A27 – liga Ponte de Lima a Viana do Castelo) e por beneficiar de condições mais favoráveis pela maior diversificação da sua base económica, assente em pequenas indústrias e num sector terciário centrado no turismo.

Assim, regista-se, neste município, um aumento de 2,9% dos seus efectivos entre 1991 e 2005, fruto da sua imagem turística construída com base nos estabelecimentos de turismo no espaço rural, na gastronomia e no estatuto da mais antiga vila histórica, que contribuem para o surgimento de actividades que oferecem oportunidades de emprego e permitem a fixação da população.

Ponte da Barca, Valença e Vila Nova de Cerveira apresentam pequenas oscilações de população. No caso de Valença, a actividade comercial intensa que se desenvolveu durante décadas, beneficiando da sua posição fronteiriça estratégica, permitiu a criação de emprego que evitou perdas significativas de população até 1992, data a partir da

qual, com a abertura das fronteiras se perderam estas vantagens, o que acaba por se repercutir na evolução da população.

Relativamente a Vila Nova de Cerveira, várias poderão ser as condicionantes para a menor redução de efectivos se comparada com os concelhos que mais perderam: trata-se de um município servido pela estrada nacional que liga o Porto e Viana do Castelo à Galiza, a EN 13, na qual se instalaram algumas indústrias, possui uma escola de Ensino Superior e a sua imagem, projectada pelos eventos culturais que promove, em especial a Bienal de Arte, tem-se repercutido no turismo e na procura crescente de residências secundárias, com efeitos na construção civil e em outros ramos de actividade que por ele são induzidos, no emprego e na economia em geral.

Ponte da Barca, depois de ter sofrido um decréscimo de população na década de 90, tem apresentado nos anos mais recentes oscilações pouco significativas da sua população, mantendo-se, contudo, a tendência de perda.

O município de Viana do Castelo, capital do distrito, sobressai em termos de variação populacional, com um crescimento de 9,6% entre 1991 e 2005. Para isso terá contribuído a sua imagem de capital distrital, a presença de Ensino Superior, a nova travessia do rio Lima a montante da ponte metálica, a abertura do IC1/A28, com ligação ao Porto, entre outras iniciativas que promoveram a modernização e requalificação do principal centro urbano da sub-região, tornando-o mais atractivo para empresas, pessoas e turistas.

Também Caminha, fruto da sua localização privilegiada, em particular as suas freguesias litorais, que desde há muito aproveitaram as paisagens únicas resultantes da conjugação rio/mar para fins turísticos, apresenta o segundo maior crescimento populacional da sub-região (apesar de um ligeiro decréscimo no último período em análise).

A análise da densidade populacional (Quadro 5.3) permite corroborar o que foi dito sobre as perdas demográficas da sub-região do Minho-Lima, na quase totalidade dos seus municípios, à excepção dos mais litorais e no que a dinâmica económica e locativa mais se reflectiu. Preocupante é a situação dos que acentuaram a sua interioridade, com perdas sucessivas de população, tendência que não se tem conseguido sustentar e que apresentam níveis de densidade populacional muito abaixo da média da sub-região (113,7), que por sua vez já é bastante inferior à de NUT II Norte (175,6).

**Quadro 5.3** – Evolução da densidade populacional, por município, 1991-2005

Município	Densidade Populacional		
	Hab/Km <sup>2</sup>		
	1991	2001	2005
Arcos de Valdevez	59,9	55,4	54,9
Caminha	116,8	124,2	123,7
Melgaço	57,0	42,0	40,7
Monção	115,5	94,5	93,9
Paredes de Coura	83,2	69,2	68
Ponte da Barca	74,1	70,9	71,7
Ponte de Lima	136,4	138,2	139,5
Valença	119,2	120,9	122,3
Viana do Castelo	256,4	278,2	285,8
V. N. Cerveira	78,8	81,5	81
<b>Minho-Lima</b>	<b>116,0</b>	<b>112,8</b>	<b>113,7</b>
<b>Norte</b>	<b>163,1</b>	<b>173,2</b>	<b>175,6</b>

Fonte: Censos 1991 e 2001 e Anuário Estatístico da Região Norte 2005 (www.ine.pt).

Ainda no aspecto demográfico, verifica-se um envelhecimento generalizado da população nesta sub-região (Quadro 5.4), elucidado quer através do reduzido peso do grupo etário dos 0-14 anos (14%), quer através do aumento do peso do último grupo etário (21%), no primeiro caso, dois pontos percentuais abaixo da média na NUT II Norte e, no último caso, seis pontos percentuais acima. Mais uma vez, em termos concelhios, são particularmente preocupantes os elevados índices de envelhecimento nos Arcos de Valdevez, Melgaço, Monção e Paredes de Coura.

**Quadro 5.4** – População residente, por grupos etários e indicadores da população, por município, 2005

Município	Grupos etários					Tx. cresc. natural	Tx. bruta natalid.	Tx. bruta mortalid.
	0-14	15-24	25-64	65 e mais	Total	%	‰	‰
Arcos de Valdevez	2.774	3.128	11.862	6.810	24.574	-0,93	5,9	15,2
Caminha	2.234	2.234	8.969	3.440	16.877	-0,49	7,7	12,6
Melgaço	911	1.008	4.658	3.116	9.693	-0,81	6,5	14,6
Monção	2.065	2.407	10.233	5.133	19.838	-0,70	6,6	13,6
Paredes de Coura	1.068	1.166	4.719	2.450	9.403	-0,45	8,4	12,9
Ponte da Barca	1.901	1.829	6.547	2.776	13.053	-0,44	9,4	13,7



Ponte de Lima	7.427	6.327	23.180	7.744	44.678	0,02	10,2	10,0
Valença	1.905	1.761	7.530	3.122	14.318	-0,50	8,1	13,1
Viana do Castelo	13.476	11.636	50.392	15.549	91.053	-0,02	9,3	9,5
V. N. Cerveira	1.205	1.074	4.534	1.972	8.785	-0,68	8,9	15,7
<b>Minho-Lima</b>	<b>34.966</b>	<b>32.570</b>	<b>132.624</b>	<b>52.112</b>	<b>252.272</b>	<b>-0,30</b>	<b>8,6</b>	<b>11,6</b>
<b>Norte</b>	<b>612.961</b>	<b>493.389</b>	<b>2.074.257</b>	<b>557.184</b>	<b>3.737.791</b>	<b>0,13</b>	<b>10,0</b>	<b>8,7</b>

Fonte: Anuário Estatístico da Região Norte 2005 (www.ine.pt).

### 5.1.3 Formação e educação

Se durante muito tempo o sucesso de um território estava dependente, em especial, dos seus recursos naturais, hoje em dia, são, sem dúvida, os recursos humanos (ou melhor, os recursos humanos qualificados) que tornam as regiões verdadeiramente competitivas. Considerando as elevadas taxas de analfabetismo e os baixos níveis de escolaridade e de qualificação dos seus recursos humanos (Quadro 5.5), a sub-região do Minho-Lima assume uma posição algo fragilizada no que respeita à capacidade de atrair empresas cuja competitividade assente na tecnologia, bem como elevar os seus níveis de qualidade nos serviços prestados, nomeadamente no turismo.

**Quadro 5.5** – População Residente, segundo o nível de ensino atingido, em 2001 e taxa de analfabetismo, 1991e 2001

Município	População Residente, segundo o nível de ensino atingido (2001)								Taxa Analfabet.	
	Nenhum	1º ciclo	2º ciclo	3º ciclo	Ens. Secund	Médio	Superior	Total	1991	2001
		Ensino básico								
Arcos Valdevez	5 788	10 925	2 936	1 748	2 134	97	1 133	24 761	21,3	20,3
Caminha	2 044	6 872	2 463	1 848	2 284	123	1 435	17 069	9,6	7,1
Melgaço	1 814	4 858	1 107	705	833	39	640	9 996	19,2	15,2
Monção	3 299	8 753	2 668	1 639	2 226	75	1 296	19 956	16,3	14,1
Paredes Coura	2 131	4 083	1 260	805	908	28	356	9 571	24,1	19,8
Ponte da Barca	2 675	5 417	1 694	1 137	1 281	45	660	12 909	20,9	16,7
Ponte de Lima	7 384	17 569	8 621	4 699	3 675	117	2 278	44 343	14,3	12,0
Valença	1 942	6 057	2 191	1 471	1 705	59	762	14 187	10,9	9,6
Viana Castelo	11 247	30 823	13 456	9 702	13 306	562	9 535	88 631	8,9	7,5
V. N. Cerveira	1 282	3 898	1 299	903	903	23	544	8 852	12,9	10,6
<b>Minho-Lima</b>	<b>39 606</b>	<b>99 255</b>	<b>37 695</b>	<b>24 657</b>	<b>29 255</b>	<b>1 168</b>	<b>18 639</b>	<b>250 275</b>	<b>13,9</b>	<b>11,6</b>
<b>Norte</b>	<b>515 079</b>	<b>1 386 766</b>	<b>557 752</b>	<b>395 422</b>	<b>480 825</b>	<b>21 970</b>	<b>329 479</b>	<b>3 687 293</b>	<b>9,9</b>	<b>8,3</b>

Fonte: Censos 2001 (www.ine.pt).

O Minho-Lima possui uma taxa do analfabetismo na ordem dos 11,6% (2001), tendo registado uma ligeira melhoria face à década anterior (13,9%). Contudo, assinalam-se os elevados níveis de ileteracia na maioria dos municípios, onde se destacam os de Arcos de Valdevez (20,3%), Paredes de Coura (19,8%), Ponte da Barca (16,7%) e Melgaço (15,2%), em correspondência com o seu carácter de maior ruralidade.

Em termos globais, e fazendo uma análise por níveis de habilitações (Quadro 4.5), verifica-se que mais de metade da população (64,7%) possui formação de nível básico (1º, 2º e 3º ciclos), sendo que cerca de 40% possui, apenas, o 1º ciclo do ensino básico, 11,7% o ensino secundário e, só, 7,4% formação de nível superior.

Se considerarmos a distribuição concelhia da população do Minho-Lima com formação superior, ela está concentrada nos municípios de Viana do Castelo (mais de metade da população com licenciatura ou bacharelato está aqui localizada) e Ponte de Lima, únicos municípios onde estas percentagens ultrapassam os dois dígitos (51,2% e 12,2%, respectivamente). As situações de Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca e V.N. de Cerveira são, particularmente, preocupantes pois a população com nível de ensino superior não chega aos 4% (3,4%; 3%; 1,9%; 3,5% e 2,9%, respectivamente).

A estas zonas rurais, com baixos níveis de instrução e qualificação profissional, também estão associadas populações mais envelhecidas (como vimos atrás), o que se traduz numa baixa produtividade.

Igualmente merecedores de atenção são os casos de Caminha e Valença, concelhos cuja aposta na terciarização, com serviços que se pretendem de qualidade, pode ser condicionada por populações menos qualificadas e, normalmente, com menor espírito de iniciativa e dinamismo.

Esta situação tem vindo a apresentar melhorias, em parte fruto do papel das instituições do ensino superior da sub-região: Instituto Politécnico de Viana do Castelo; Universidade Fernando Pessoa (Unidade de Ponte de Lima); Escola Superior Gallaecia (V. N. Cerveira), estas duas últimas instituições privadas; e, também, das Escolas Profissionais (existem treze, entre sedes e delegações, de acordo com o Anuário Estatístico Região Norte 2005 e a Direcção Regional de Educação do Norte).

Importa realçar que algumas destas instituições fornecem formação turística básica, média e superior: no caso das Escolas Profissionais, nomeadamente, a Escola Profissional de Agricultura e Desenvolvimento Rural de Ponte de Lima, a Escola Profissional do Alto Lima e a Escola Profissional do Alto Minho Interior, com cursos de

Técnicos de Turismo e Técnicos de Cozinha, Bar e Restaurante; a Escola Superior de Tecnologia e Gestão do IPVC, com o curso de Turismo; a Escola Superior de Educação do IPVC, com o curso de Desporto e Lazer; estando ainda prevista a abertura para o ano lectivo 2007/08 da Escola de Hotelaria de Viana do Castelo (INFTUR).

#### 5.1.4 Estrutura socio-económica

A análise da evolução da população activa e sua distribuição por grandes sectores de actividade permite ilustrar o acentuado processo de mudança na estrutura das actividades económicas neste território, de características eminentemente rurais, registado nos últimos anos.

Na sub-região do Minho-Lima constata-se que o comportamento da população activa é muito semelhante ao da população em geral, que procura aquelas áreas que melhor perspectivas fornecem de proporcionarem níveis de vida mais elevados (Quadro 5.6).

**Quadro 5.6** – Evolução da população activa, por município, 1991-2001

Município	População activa		
	Nº		Tx. Var. %
	1991	2001	91/01
Arcos de Valdevez	9493	8356	-12,0
Caminha	6432	7048	9,6
Melgaço	3714	3173	-14,6
Monção	9278	7418	-20,0
Paredes de Coura	4623	3831	-17,1
Ponte da Barca	5017	4878	-2,8
Ponte de Lima	18 054	18622	3,1
Valença	5920	6116	3,3
Viana do Castelo	36205	40931	13,1
V. N. Cerveira	3390	3637	7,3
<b>Minho-Lima</b>	<b>102 126</b>	<b>104 010</b>	<b>1,8</b>
<b>Norte</b>	<b>1 580 234</b>	<b>1 775 015</b>	<b>12,3</b>

Fonte: Censos 1991 e 2001 (www.ine.pt).

Assim, assiste-se a uma redução da população activa nos municípios mais interiores e conotados com o sector primário, como os de Arcos de Valdevez, Melgaço, Monção, Paredes de Coura e Ponte da Barca e a um crescimento da população activa nos restantes municípios (Caminha, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e V. N. Cerveira), em resultado do crescimento dos sectores secundário e terciário. Para o

crescimento do sector terciário não será de excluir o contributo do turismo enquanto actividade dinamizadora da empregabilidade.

De facto, a estrutura económica da sub-região em estudo, tem vindo a sofrer profundas mudanças ao longo das últimas décadas.

O sector agrícola foi, durante muitos anos, o sector predominante e principal responsável pela criação de emprego na sub-região. Em 1981, ocupava 47,3% da população activa do Minho-Lima, situando-se esta percentagem acima dos 65% nos concelhos de Arcos de Valdevez, Melgaço, Monção e Paredes de Coura, representando o principal sector empregador, nestes concelhos, ainda em 1991.

Esta situação tem-se vindo a alterar, drasticamente, desde então (de 1981 para 1991 decresceu 39,5% e 66,9% de 1991 para 2001), com o aumento do emprego nos sectores secundário e terciário (INE, 1991 e 2001).

Daqui resulta, em termos de distribuição da população activa empregada por sectores de actividade, para o ano de 2001 e para o Minho-Lima (Quadro 5.7), a elevada representatividade dos sectores terciário, com cerca de 49,8% da população activa empregada, e do secundário, com cerca de 41%, ocupando o sector primário, apenas, 9,5% do emprego.

**Quadro 5.7** – População empregada, segundo os sectores de actividade económica, 2001

Município	População empregada (2001)				Tx. Desemprego	
	Nº				%	
	Primário	Secundário	Terciário	Total	1991	2001
Arcos de Valdevez	1557	2613	3624	7794	3,8	6,7
Caminha	486	2220	3796	6502	4,4	7,7
Melgaço	678	729	1598	3005	2,9	5,3
Monção	1342	2157	3469	6968	2,9	6,1
Paredes de Coura	652	1347	1533	3532	7	7,8
Ponte da Barca	669	1654	2160	4483	4	8,1
Ponte de Lima	1804	8689	7018	17 511	4,6	6,0
Valença	436	1955	3335	5726	6,0	6,4
Viana do Castelo	1383	16650	20011	38 044	3,2	7,1
V. N. Cerveira	223	1456	1729	3408	5	6,3
<b>Minho-Lima</b>	<b>9230</b>	<b>39470</b>	<b>48273</b>	<b>96 973</b>	<b>5</b>	<b>6,8</b>
<b>Norte</b>	<b>78 726</b>	<b>758 079</b>	<b>819 298</b>	<b>1 656 103</b>	<b>5</b>	<b>6,7</b>

Fonte: Censos 2001 (www.ine.pt).

### 5.1.5 Poder de compra

A análise do Índice de Poder de Compra *per capita*, que permite comparar o poder de compra nos diferentes municípios e regiões, *per capita*, com o poder de compra médio do país, ao qual foi atribuído o valor 100, mostra que, em termos médios, o Minho-Lima se encontra muito abaixo da média nacional. Dos 10 municípios que compõem esta sub-região, nenhum regista valores deste indicador *per capita* superiores à média do país.

**Quadro 5.8** – Indicador do Poder de compra, *per capita*, 2005

Município	2005
Arcos de Valdevez	52,49
Caminha	76,86
Melgaço	57,92
Monção	61,6
Paredes de Coura	55,42
Ponte da Barca	53,51
Ponte de Lima	58,4
Valença	74,11
Viana do Castelo	87,45
V. N. Cerveira	70,23
<b>Minho-Lima</b>	<b>70,72</b>
<b>Norte</b>	<b>85,45</b>

Fonte: Estudo sobre o Poder de Compra Concelhio, número V – 2005 (www.ine.pt).

Por outro lado, este indicador permite constatar que, também ao nível do poder aquisitivo, a sub-região do Minho-Lima apresenta uma enorme heterogeneidade entre os municípios que a compõem. Assim, assiste-se ao habitual contraste entre o litoral e o interior, com os municípios mais litoralizados a apresentar níveis mais elevados de poder de compra.

### 5.1.6 Acessibilidades

A facilidade de circulação e chegada até um destino, seja turístico ou não, é, hoje em dia, um factor fundamental na decisão da deslocação. De facto, a existência de boas redes viárias é indispensável ao desenvolvimento de qualquer território, pois a intensidade de “tráfego” de pessoas e bens com implicações positivas para as diversas actividades económicas, dependerá, fortemente, desta circunstância.

A sub-região do Minho-Lima tem assistido nos últimos anos a melhorias significativas

em termos de acessibilidades, nomeadamente, no caso dos municípios que se encontram junto aos nós privilegiados de acesso (IP1/A3 e IP9/A27).

Esta sub-região é atravessada longitudinalmente, por dois itinerários, um principal e um complementar. O itinerário principal, IP1/A3, é central face ao território em análise e liga Valença, via Braga, ao Porto, constituindo a principal porta de ligação quer a Espanha, quer ao restante território português. O itinerário complementar, IC1/A28, acompanha a faixa litoral da sub-região, ligando Caminha (está prevista a ligação a Valença) à Área Metropolitana do Porto. Transversalmente, é atravessada, também, por dois itinerários, um principal e um complementar que se encontram, no nó do IP1/A3, junto a Ponte de Lima. Assim, o itinerário principal, IP9/A27, liga a faixa litoral, a partir de Viana do Castelo a Ponte de Lima e o itinerário complementar, IC 28, que liga Ponte de Lima a Ponte da Barca (estando prevista a ligação até ao Lindoso).

Existem, também, as estradas nacionais (EN13, EN101 – permite a ligação da sub-região a Amarante, partindo de Valença, EN201 – permite a ligação a Braga, desde Valença, Via Ponte de Lima, EN202, EN302, EN303 e EN 306) que permitem a conexão entre os diversos municípios, sendo de salientar as obras de beneficiação ocorridas nas EN 101 e EN 202, que permitem a ligação de Valença a Monção e a Melgaço, dois concelhos não servidos e mais afastados dos itinerários principais e complementares acima referidos.

Além destas, a sub-região é servida por todo um conjunto de estradas regionais e municipais (Figura 5.3 e Anexo 1).

**Figura 5.3 – Acessibilidades no Minho-Lima**



Fonte: Adaptado do Plano Rodoviário Nacional (PNR) 2000 ([www.estradasdeportugal](http://www.estradasdeportugal))

**Figura 5.4** – Infra-estruturas de ligação rodoviária entre Portugal e Espanha – localização e estado das intervenções em curso, em 31/12/2005



**Fonte:** Adaptado de GEP-MOPTC (2007): *Rede de Infra-estruturas Rodoviárias e Ferroviárias da Península Ibérica* (<http://www.gep-moptc.pt/>)

No que respeita às ligações à fronteira, a situação é hoje bastante favorável, com 5 pontes internacionais (duas em Valença – Tui, uma em Monção – Salvaterra, uma em Melgaço: Peso – Arbo e uma em V. N. Cerveira – Goyan), sendo uma delas de construção recente, e uma travessia de ferry (Caminha – A Guarda), a ligação à AP9, que permite atravessar toda a Galiza e à A52 que permite a conexão ao restante território espanhol. Esta crescente permeabilidade transfronteiriça oferece um interessante potencial de desenvolvimento.

Em termos de infra-estruturas ferroviárias, a sub-região é, apenas, servida pela Linha do Minho, com ligação à fronteira com a Galiza e à cidade do Porto, via Viana do Castelo. Estão previstos melhoramentos da conexão ferroviária Porto-Vigo, com a futura construção da Linha de Altas Prestações Ferroviária.

A sub-região conta com a presença de uma infra-estrutura portuária para o transporte de mercadorias, o porto de Viana do Castelo e, fora da sub-região, os portos mais próximos

são os de Leixões e de Vigo.

Em termos fluviais, a sub-região dispõe de duas vias fluviais de média dimensão, constituindo cursos internacionais (Rio Minho e Rio Lima) mas, dadas as condições de navegabilidade (impossível em muitas zonas para embarcações de médio porte) não existe movimento de transporte de mercadorias. São, apenas, utilizadas por pequenas embarcações para passeios turísticos, desportivos ou de actividades de pesca.

O Minho-Lima é servido por dois aeroportos, localizados fora da sub-região, em que pelo menos um dos quais dista a menos de 100 km da sede de cada um dos municípios. Os aeroportos são o Aeroporto Francisco Sá Carneiro – Porto, e Aeroporto de Vigo – Galiza, que é cada vez mais utilizado como opção para os voos dos residentes nesta região, bem como daqueles que a ela se deslocam, nomeadamente para o mercado espanhol mais distante (Madrid, Barcelona), por constituir alternativa de mais baixos custos.

## **5.2 Caracterização da oferta turística**

Como expresso no capítulo 3, o planeamento de um destino, na perspectiva do desenvolvimento endógeno, implica, não apenas, a caracterização e análise da situação do território em causa mas, uma avaliação dos seus recursos e dos elementos complementares às atracções, que não possuindo um atractivo específico para a procura turística, ajudam a satisfazê-la.

Antes de procedermos a esta avaliação (que será objecto de tratamento mais detalhado no sub-capítulo 6.1), iremos apresentar os principais recursos turísticos do Minho-Lima, bem como os elementos complementares que, nesta abordagem, se limitarão à consideração dos estabelecimentos de alojamento e restauração.

As fontes de informação utilizadas foram, no caso dos recursos, as empregues para a elaboração do inventário de recursos turísticos (ver ponto 4.2.1). Para o caso dos estabelecimentos de alojamento e restauração as fontes de informação foram o Instituto Nacional de Estatística (INE), a Direcção-Geral de Turismo (DGT) e a Região de Turismo do Alto Minho (RTAM). Ao nível do alojamento, os dados publicados pelo INE e pela DGT são apresentados por grandes categorias: hotéis, pensões e outros, no caso do alojamento convencional, e estabelecimentos TER, no caso do Turismo no Espaço Rural, o que impossibilita uma análise mais pormenorizada da informação. Para complementar esta informação recorreu-se aos dados disponibilizados pela RTAM, que



apresentavam, nalguns casos, pequenas discrepâncias.

No caso dos restaurantes, a fonte de informação principal foi a RTAM.

### 5.2.1 Recursos

Nesta secção de trabalho, centrar-nos-emos na situação dos principais recursos turísticos do Minho-Lima, como suporte da actividade turística actual e potencial de crescimento.

Uma forma interessante de analisar os recursos inventariados é relativizando estes dados, o que permite retirar algumas conclusões quanto ao tipo de recursos existentes e à sua concentração em cada um dos municípios (Quadro 5.9).

**Quadro 5.9** – Recursos turísticos, valores relativos

Município	Património Natural	Património Histórico Monumental	Património Etnográfico	Total
Arcos de Valdevez	2,09	4,69	3,89	<b>10,67</b>
Caminha	1,79	4,49	3,39	<b>9,67</b>
Melgaço	1,00	4,49	2,19	<b>7,68</b>
Monção	1,50	4,29	3,19	<b>8,97</b>
Paredes de Coura	1,69	4,49	1,79	<b>7,98</b>
Ponte da Barca	1,40	3,09	3,09	<b>7,58</b>
Ponte de Lima	2,09	9,87	3,39	<b>15,35</b>
Valença	1,20	4,99	2,69	<b>8,87</b>
Viana do Castelo	2,49	10,07	3,29	<b>15,85</b>
Vila Nova de Cerveira	1,79	3,39	2,19	<b>7,38</b>
<b>Minho-Lima</b>	<b>17,05</b>	<b>53,84</b>	<b>29,11</b>	<b>100</b>

Fonte: Elaboração própria.

Da análise do Quadro 5.9 é possível destacar que a maioria dos recursos são histórico-monumentais, com cerca de 53,8% do total, significando que a maior parte da oferta turística da sub-região do Minho-Lima assenta nos legados da história, expressos nos seus monumentos arqueológicos, religiosos, militares e civis.

Com um peso, também, bastante considerável encontram-se os recursos etnográficos, expressão da cultura e saber popular, com 29,1% dos recursos totais. Com uma representatividade menor, encontram-se os recursos naturais com 17,1%.

Viana do Castelo e Ponte de Lima concentram quase um terço de todos os recursos existentes nesta sub-região, a que não está alheio o facto de Viana ser um centro urbano (sede do distrito) e, em ambos os casos, denota a importância do passado histórico edificado destes concelhos.

Arcos de Valdevez com 10,67%, Caminha com 9,67%, Monção com 8,97% e Valença com 8,87%, cada, surgem ainda como municípios que concentram significativas componentes quantitativas de recursos turísticos. Com valores abaixo de 8%, encontram-se os municípios de Melgaço, Paredes de Coura, Ponte da Barca e V. N. Cerveira, em consequência, neste último caso, da sua menor dimensão territorial, enquanto os primeiros se confrontam com maiores áreas florestadas e menores quantitativos populacionais.

Após esta descrição quantitativa da vasta gama de recursos turísticos com que conta a sub-região do Minho-Lima, importa, como complemento, apresentar uma descrição sintética dos principais recursos.

### **Recursos Naturais**

As potencialidades ambientais e os recursos naturais existentes constituem um conjunto de recursos turísticos de elevado valor, pelo que iremos descrever aqueles que entendemos de maior relevância.

Assim, começamos por referenciar as Áreas Protegidas que podemos encontrar na sub-região: o Parque Nacional da Peneda-Gerês (única Área Protegida que beneficia deste estatuto, em todo o país) e as duas áreas de Paisagem Protegida: Corno do Bico e Lagoas de Bertandos e São Pedro d'Arcos, recorrendo a informação disponibilizada pelo Instituto de Conservação da Natureza ([www.icn.pt](http://www.icn.pt)).

#### *Parque Nacional da Peneda-Gerês*

O Parque Nacional da Peneda-Gerês (PNPG), área classificada através do Decreto-Lei nº187/71, de 8 de Maio, situa-se no Noroeste da NUT II Norte de Portugal, abrangendo parte das NUT's III – Minho-Lima, Cávado e Alto Trás-os-Montes. Ocupa uma área aproximada de 72 000 ha distribuídos por cinco municípios: Arcos de Valdevez, Melgaço e Ponte da Barca (Minho-Lima), Terras do Bouro (Cávado) e Montalegre (Alto Trás-os-Montes). Esta Área Protegida forma um contínuo com o Parque Natural espanhol da Baixa Limia-Serra do Xurés, constituindo com este último, desde 1997, o

Parque Transfronteiriço Gerês-Xurés, com uma área aproximada de 100 000 ha.

O PNPG caracteriza-se por ser uma zona em que o relevo fortemente acidentado e os pronunciados declives, bem como os inúmeros afloramentos rochosos, são as marcas dominantes.

É uma zona montanhosa, com altitudes que chegam até aos 1545 m, em Nevosa (Serra do Gerês), de fortes declives.

A grande quantidade de vales e corgas é aproveitada pelos rios, dando lugar a uma rede hidrográfica de grande densidade, composta por um conjunto de afluentes e subafluentes que correm, de um modo geral, por vales agudos de encostas escarpadas. A área do PNPG faz parte das áreas de influência dos rios Minho, Lima, Cávado e Homem – como os mais importantes – que compartimentam o maciço granítico, individualizando as diferentes serras: a Serra da Peneda, definida pelos rios Minho e Lima; a Serra da Amarela, definida pelos rios Lima e Homem e a Serra do Gerês, definida pelos rios Homem e Cávado.

A localização deste território (entre o Oceano Atlântico e os ambientes climáticos do interior do território nacional) e a configuração do relevo condicionam as características climáticas desta área e determinam o tipo de clima existente, o que por sua vez condiciona tanto o manto vegetal e as características dos solos como a maneira de estar e o modo de habitar das suas populações.

#### *Paisagem Protegida do Corno do Bico*

A Paisagem Protegida do Corno do Bico, criada pelo Decreto Regulamentar nº21/99, de 20 de Setembro, situa-se nos limites administrativos sudoeste do município de Paredes de Coura, onde confronta com Arcos de Valdevez e Ponte de Lima. A sua área perfaz cerca de 2175 ha, distribuídos por parte das freguesias de Bico, Castanheira, Cristelo, Parada e Vascões.

A classificação desta área como Paisagem Protegida visou a adopção de medidas para a conservação da importante mancha de carvalhal e a promoção do recreio ao ar livre em equilíbrio com os valores salvaguardados.

Enquadrada por uma envolvente essencialmente montanhosa esta Área Protegida integra as cabeceiras de três importantes cursos de água do Alto Minho – Labrujo, Coura e Vez – e possui uma extensa mancha florestal com predomínio do carvalho-alvarinho.

*Paisagem Protegida das Lagoas de Bertandos e S. Pedro d’Arcos*

As Lagoas de Bertandos e S. Pedro d’Arcos localizam-se entre o Rio Lima a Sul e as Serras de Arga e Cabração a Norte, no município de Ponte de Lima. Criada pelo Decreto Regulamentar nº19/00, de 11 de Dezembro, ocupa uma área de 346 ha, distribuída pelas freguesias de Bertandos, S. Pedro d’Arcos, Estorãos, Moreira de Lima e Sá, a 4 km para Este da sede de concelho de Ponte de Lima e a 19 km para Norte de Viana do Castelo.

Esta Área Protegida foi classificada através do Decreto Regulamentar acima referido, por constituir um interessante sistema lacustre, envolvido por um mosaico agro-florestal que se considera importante preservar e valorizar. Deste modo, procura-se evitar os perigos que acções como a caça desordenada, o abate de árvores, as acções de limpeza indevidas e o abandono das práticas agrícolas tradicionais poderiam provocar, quer na regressão de algumas espécies, quer na completa descaracterização da área.

Assim, a Paisagem Protegida das Lagoas de Bertandos e S. Pedro d’Arcos desenvolve-se em torno de duas lagoas e das margens do rio Estorãos, num espaço dividido em duas zonas: a zona das tapadas, onde se inserem as lagoas e o rio Estorãos, com galerias de vegetação ripícola e a zona das veigas: a veiga de Bertandos e a veiga do Sobreiro.

Para além das Áreas Protegidas, existe todo um conjunto de outros recursos neste cenário de montanha cortado pelos vales dos rios Minho e Lima, de modo mais acentuado, e de outros de menor dimensão como os dos rios Vez e Coura.

Deste modo, as *praias fluviais* são atracção em algumas das freguesias dos municípios mais interiores, como em Arcos de Valdevez, Monção, Melgaço, Ponte de Lima e Vila Nova de Cerveira, tendo resultado do aproveitamento das condições naturais dos vales desses rios, que em troços mais abertos e de abrandamento da velocidade das águas constituíram pequenos areais que foram preparados para o lazer, particularmente nos meses de Verão.

As *praias marítimas* apenas surgem nos municípios de Viana do Castelo e de Caminha sendo muito utilizadas, para veraneio, pelos residentes, mas igualmente por turistas nacionais e estrangeiros. Constituem não apenas motivação turística primária como complementam outros produtos como, por exemplo, o turismo no espaço rural, uma vez que as distâncias de muitas casas rurais são facilmente ultrapassadas, podendo os turistas, sempre que as condições climatéricas o permitam, frequentá-las para banhos de

sol e mar e para a prática de desportos náuticos, cada vez mais procurados pelos mais jovens.

A atestar a qualidade destas praias é a obtenção do galardão “Bandeira Azul” pelas praias de Caminha – Moledo e de Viana do Castelo – Afife, Arda, Paçô, Carreço, Cabedelo, Amorosa e Castelo do Neiva.

Estes recursos naturais hídricos, nomeadamente os fluviais, permitem, ainda, o seu aproveitamento para uma diversidade de actividades turísticas/desportivas, como a prática da pesca, a prática de canoagem e outros desportos aquáticos, dada a relativa ausência de poluição dos rios desta sub-região, particularmente no caso dos Arcos de Valdevez, Melgaço e Paredes de Coura.

Também em termos marítimos, o aproveitamento das óptimas condições das ondas existentes nas praias desta área para o *surf*, *windsurf*, *bodyboard*, entre outros, já motivou a realização de várias provas internacionais.

Nas áreas onde os vales dos rios convivem com zonas de montanha despovoadas, a caça adquire, igualmente, importância na atracção de praticantes deste desporto, com implicações em termos turísticos, especialmente nos municípios de Melgaço, Monção, Paredes de Coura e Vila Nova de Cerveira.

Quanto às actividades ligadas ao turismo de saúde, como as *estâncias termais* e as de *talassoterapia*, importa ter presente que representam um produto turístico compósito, pois os factores curativos deixam de ser únicos a fundamentar a deslocação dos turistas, abrangendo actividades físicas e desportivas, designadamente o *fitness*, mais orientado para os problemas de *stress*. O Minho-Lima possui nesta área, como já referimos, uma vasta riqueza hidrológica, que reúne condições para o desenvolvimento do termalismo ou da talassoterapia, que no campo do turismo de “cura” e “recuperação” se desenvolve na orla atlântica (Praia Norte/Viana do Castelo, Vila Praia de Âncora e Moledo/Caminha). No termalismo, encontram-se actualmente em funcionamento as termas de Melgaço, estando prevista a concessão da exploração das termas de Monção.

### **Recursos Históricos Monumentais**

Os monumentos, os lugares históricos e arquitectónicos são um marco de referência no território, não apenas em consequência da intensa romanização que esta área sofreu, como pela afirmação da riqueza agrícola de outros tempos, que permitiu a edificação

das residências apalaçadas, os célebres solares minhotos, e contribuiu decididamente para a construção de igrejas e monumentos religiosos que hoje são fundamentais na caracterização da arquitectura regional e suporte de muito do alojamento turístico no espaço rural.

Nos vários municípios desta área, a par dos monumentos castrejos e dos edifícios civis e religiosos, destacam-se as construções militares, testemunhos da história medieval do Minho-Lima onde, quer as fortalezas terrestres, como em Valença e Vila Nova de Cerveira, quer as marítimas como em Viana do Castelo e Caminha, deram origem a vilas fortificadas e castelos, estes nas barras dos rios Minho e Lima, para a sua defesa e a das localidades adjacentes.

No Quadro 5.10 faz-se referência a alguns destes monumentos, pelo que se tornaria muito exaustivo enumerar todos os recursos desta natureza, cujo interesse em visitar é, igualmente, relevante.

**Quadro 5.10** – Recursos Histórico-Monumentais, de especial interesse

<b>Recursos Histórico-Monumentais</b>	
<i>Arqueológicos</i>	<i>Civis</i>
-Núcleo Megalítico do Mezio (Arcos de Valdevez)	-Chafariz da Praça Municipal (Caminha)
-Castro de Romarigães (Paredes de Coura)	-Paços do Concelho e Torre do Relógio (Caminha)
-Antas (Paredes de Coura)	-Palácio da Brejoeira (Monção)
-Citânia de Santa Luzia (Viana do Castelo)	-Praça de Deu-la-Deu (Monção)
	-Casa Grande de Romarigães (Paredes de Coura)
	-Mercado Pombalino (Ponte da Barca)
	-Ponte Medieval sobre o Lima (Ponte da Barca)
	-Paço do Marquês (Ponte de Lima)
	-Ponte sobre o Lima (Ponte de Lima)
	-Várias Casas Senhorias (Ponte de Lima)
	-Núcleo intra-muros (Valença)
	-Velha ponte secular modelo Eiffel (Valença)
	-Várias Casas Senhorias (Viana do Castelo)
	-Chafariz da Praça da Rainha (Viana do Castelo)
	-Hospital Velho (Viana do Castelo)
	-Antigos Paços do Concelho (Viana do Castelo)
	-Ponte Gustave Eiffel s/ Lima (Viana do Castelo)
	-Núcleo intra-muros (V.N. de Cerveira)

<i>Militares</i>	<i>Religiosos</i>
-Conjunto Fortificado (Caminha)	-Santuário N <sup>a</sup> Sr. <sup>a</sup> Peneda (Arcos de Valdevez)
-Forte de Ínsua (Caminha)	-Igreja da Lapa (Arcos de Valdevez)
-Castelo de Castro Laboreiro (Melgaço)	-Igreja Matriz de Caminha (Caminha)
-Castelo e Fortaleza/Muralhas (Monção)	-Igreja Matriz de Monção (Monção)
-Castelo de Lindoso (Ponte da Barca)	-Mosteiro e Igreja de Longos Vales (Monção)
-Torre S. Paulo/Troço da Muralha (Ponte de Lima)	-Igreja de Bravães (Ponte da Barca)
-Fortaleza/Zona Muralhada (Valença)	-Igreja Matriz de S. João Baptista (Ponte da Barca)
-Forte/Castelo de Santiago da Barra (Viana do Castelo)	-Igreja/Museu dos Terceiros (Ponte de Lima)
-Fortaleza/Castelo/Torre e Portas (V.N. de Cerveira)	-Convento de Ganfei (Valença)
	-Basílica de Santa Luzia (Viana do Castelo)
	-Igreja e Misericórdia (Viana do Castelo)
	-Sé Catedral/Igreja Matriz (Viana do Castelo)
	-Santuário/Igreja N <sup>a</sup> Sr. <sup>a</sup> Agonia (Viana do Castelo)

Fonte: Elaboração própria.

### **Recursos Etnográficos**

Os costumes e as tradições dos minhotos, com as suas festas, romarias, tradições populares, o encanto da arte e do artesanato ainda produzidos com ferramentas rudimentares marcam a diferença de uma cultura que deve ser apreciada. De entre a sua vasta oferta cultural, podemos referir alguns recursos mais relevantes:

*Festas* – as festas e romarias são os eventos que mais se destacam no contexto regional, registando-se festas populares e religiosas em quase todas as freguesias de todos os municípios. Sem dúvida, estes eventos são a expressão da religiosidade e da alegria do povo minhoto, como são exemplos: Vila Praia de Âncora, com Festa da Senhora da Bonança; Melgaço, com a Senhora da Peneda, e Viana do Castelo, com as Festas da Senhora da Agonia, entre outras figuras religiosas intensamente veneradas.

Alguns municípios têm apostado, igualmente, em eventos de carácter mais contemporâneo, como são exemplos os festivais de música de Vilar de Mouros (que tem vivido tempos conturbados, por desentendimentos políticos, tendo sido cancelado neste ano de 2007) e de Paredes de Coura.

*Feiras* – as feiras, uma das mais tradicionais manifestações do Alto Minho e do povo português, pelas múltiplas funções que desempenham nos espaços rurais, perderam a tradicionalidade do passado e hoje, distanciados os produtos locais e regionais da importância de outrora, são invadidas por toda a espécie de utilidades que cumprem as

mesmas funções, mas de origem industrial. As feiras constituem-se como pólos de atracção turística em algumas freguesias, sendo comum a sua ocorrência em especial nas que são sedes concelhias, revelando para o turismo um interesse relativo, considerando a perda de referência aos produtos locais outrora comercializados, visto que os de origem urbana não se constituem como de relevante interesse para este tipo de frequentadores.

*Folclore* – os grupos etnográficos com os seus trajes típicos minhotos, onde se destacam os bordados e as jóias em ouro.

*Artesanato* – o artesanato figura em inúmeras freguesias do Minho-Lima como factor de atracção turística, em especial nas de Caminha, Viana do Castelo e Vila Nova de Cerveira, sem dúvida as que conseguem reunir as condições ideais para a sua concretização como actividade tradicional passível de ser comercializada, como são exemplos, a cerâmica, a tecelagem, a cestaria, os bordados e rendas, os artefactos de madeira e de metal, etc.

*Gastronomia* – também a cozinha minhota é de reconhecido renome e capaz de atrair um elevado número de consumidores. A conservação de pratos típicos é alvo de apreciação por parte de quem os conhece. Esta sub-região apresenta pratos tradicionais como: Arroz de Sarrabulho, Posta Barrosã, Bacalhau, Lampreia, Cabrito do Monte, Truta, Cozido com Feijão e Couves, Papas de Sarrabulho, Sável, etc. Não pode, também, deixar de se fazer referência ao Vinho Verde.

### **5.2.2 Alojamento e restauração**

Após a análise dos recursos turísticos, importa ter presente os aspectos complementares às atracções, que facilitam o consumo. Apesar destes aspectos complementares de um destino não serem, ou não poderem ser, constituídos somente pela oferta de alojamento e restauração, mas sim por uma combinação nesse mesmo espaço de um pacote turístico o mais variado e da melhor qualidade possível, de forma a encorajar um número crescente de pessoas a despender mais tempo e mais dinheiro no território em causa, esta subsecção vai centrar-se na análise desta importante componente da oferta.

#### **Estabelecimentos de alojamento convencional**

Entende-se por oferta hoteleira convencional o conjunto de camas que, quer os hotéis, quer os apartamentos turísticos, as pousadas, as estalagens e as pensões, têm disponíveis



na sub-região. Segundo o INE/RTAM, no final de Julho de 2005, o Minho-Lima dispunha de 66 estabelecimentos hoteleiros, oferecendo 3466 camas. O município onde se concentra este tipo de alojamento é Viana do Castelo, sendo também o único município que dispõe de, pelo menos, um estabelecimento por categoria.

**Quadro 5.11** – Estabelecimentos hoteleiros segundo a categoria, Julho de 2005

Município	Hóteis			Apart. Turísticos	Pousadas	Estalagens	Pensões				Total Geral
	****	***	**				Albergaria	1ª cat.	2ª cat.	3ª cat.	
Arcos Valdevez		2						3		3	5
Caminha	1	1					1	1	3	5	7
Melgaço	1						3			3	4
Monção	1						1	1	2	4	5
Paredes de Coura								1		1	1
Ponte da Barca									2	2	2
Ponte de Lima		2						1	3	4	6
Valença		1			1		1	2	3	6	8
Viana do Castelo	2	1	2	1	1	1	1	2	4	6	13
V.N Cerveira		1		1	1	1		3		3	7
<b>Minho-Lima</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>2</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>2</b>	<b>7</b>	<b>3</b>	<b>15</b>	<b>19</b>	<b>44</b>

Fonte: Elaboração própria a partir do Anuário Estatístico da Região Norte 2005 e RTAM.

Mais significativo do que a quantidade de estabelecimentos é perceber a capacidade instalada por categorias e municípios, procurando perceber como se distribui a oferta de alojamento turístico no Minho-Lima.

**Quadro 5.12** – Capacidade de alojamento segundo a categoria, Julho de 2005

Município	Hóteis			Apart. Turísticos	Pousadas	Estalagens	Pensões				Total Geral
	****	***	**				Albergaria	1ª cat.	2ª cat.	3ª cat.	
Arcos Valdevez		108						166		166	274
Caminha	186	104					56	60	75	191	481
Melgaço	100						136			136	236
Monção	120						23	12	37	72	192
Paredes de Coura								44		44	44
Ponte da Barca									64	64	64
Ponte de Lima		167						51	82	133	300
Valença		70			32		64	150	58	272	374
Viana do Castelo	366	76	160	28	82	25	24	53	244	111	432
V.N Cerveira		130		28	50	38		86		86	332
<b>Minho-Lima</b>	<b>772</b>	<b>655</b>	<b>160</b>	<b>56</b>	<b>164</b>	<b>63</b>	<b>303</b>	<b>97</b>	<b>769</b>	<b>427</b>	<b>1596</b>

Fonte: Elaboração própria a partir do Anuário Estatístico da Região Norte 2005 e RTAM.

Importa realçar a inexistência de qualquer hotel de cinco estrelas na região, bem como o facto da capacidade de alojamento se concentrar maioritariamente em hotéis de 3 e menos estrelas e em pensões. Contudo, importa realçar o reforço de oferta de maior qualidade, designadamente, de hotéis de 4 e 3 estrelas. Ainda assim, as pensões de 2 e 3ª categoria continuam a ter um peso percentual significativo.

Igualmente significativo é o claro desequilíbrio entre o litoral e o interior.

Constatou-se, igualmente, a existência de onze parques de campismo, representando uma importante estrutura de alojamento turístico. Este tipo de alojamento concentra-se em Caminha e Viana do Castelo, denotando a aposta no turismo de sol e mar. Contudo, também os três municípios que integram o Parque Nacional da Peneda-Gerês procuram tirar partido do tipo de turismo de proximidade à natureza que deseja um contacto directo com ela, dispendo de quatro parques de campismo, com capacidade para 1150 pessoas.

Outra oferta de alojamento que encontramos na sub-região é constituída por múltiplas casas particulares para arrendar que, dispersas por todo o território, têm, em conjunto, um significado bastante relevante. Este tipo de oferta de alojamento baseia-se, principalmente, no trato pessoal entre o proprietário e o inquilino, que em muitos casos perdura durante muitos anos. Pela sua própria condição, este tipo de oferta é de muita difícil quantificação em termos absolutos já que, na maioria dos casos, não estão registados como estabelecimentos turísticos. Neste sector, a economia paralela exerce uma forte concorrência à indústria legalmente estabelecida, com os inconvenientes que esta situação provoca.

### **Turismo no espaço rural**

Tal como já referimos, o Minho-Lima, beneficiando das suas paisagens naturais e da ruralidade que caracteriza grande parte do seu território, oferece condições excelentes para o desenvolvimento da modalidade de turismo no espaço rural (TER). Esta variante turística é cada vez mais importante, sobretudo em regiões onde o turismo não é, tradicionalmente, uma actividade com peso significativo na economia das populações locais.

Para melhor percebermos a importância do TER na sub-região, bem como as potencialidades instaladas mas que poderão vir a ter um melhor aproveitamento,

importa analisar alguns dados fornecidos pela Direcção-Geral de Turismo/RTAM, respeitantes a 2005.

Antes de mais, convém referir que os estabelecimentos que integram o TER, e que servem de base para a nossa análise, se distribuem por cinco modalidades: *Turismo de Habitação*, *Turismo Rural*, *Agro-Turismo*, *Hotel-Rural* e *Casas de Campo*. O *Turismo de Aldeia* não foi considerado porque, até à data em que os dados foram recolhidos, não havia indicação de qualquer unidade desta modalidade no Minho-Lima.

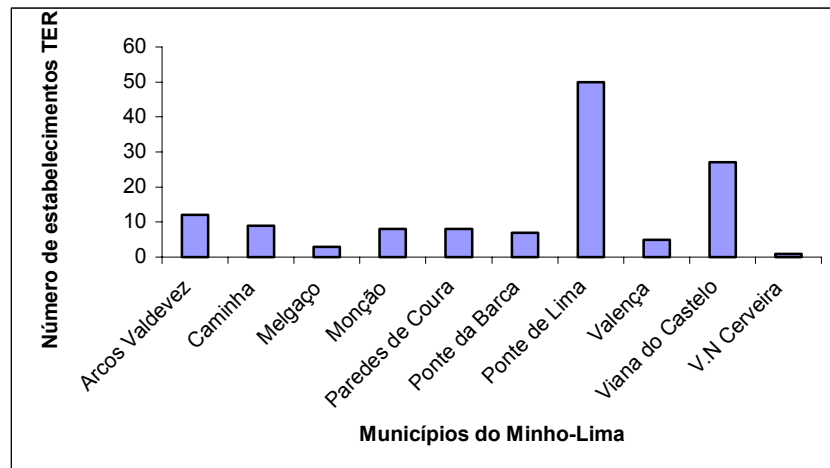
**Quadro 5.13** – Número de estabelecimentos e camas, na modalidade de TER, Julho de 2005

Município	Turismo Habitação		Turismo Rural		Agro-Turismo		Hotel Rural		Casas de Campo		Total	
	Estab.	Camas	Estab.	Camas	Estab.	Camas	Estab.	Camas	Estab.	Camas	Estab.	Camas
Arcos de Valdevez	7	72	3	25	2	19					12	116
Caminha	1	14	7	76			1	30			9	120
Melgaço	1	4					1	16	1	8	3	28
Monção	4	64	4	48							8	112
Paredes de Coura	1	20	6	67					1	12	8	99
Ponte da Barca	3	32			2	12			2	8	7	52
Ponte de Lima	17	179	28	233	4	34			1	6	50	452
Valença	1	12	2	22	2	22					5	56
Viana do Castelo	8	92	12	114	4	52	1	21	2	12	27	291
V.N de Cerveira	1	16									1	16
<b>Minho-Lima</b>	<b>44</b>	<b>505</b>	<b>62</b>	<b>585</b>	<b>14</b>	<b>139</b>	<b>3</b>	<b>67</b>	<b>7</b>	<b>46</b>	<b>130</b>	<b>1342</b>

Fonte: Elaboração própria a partir de dados não publicados da DGT e RTAM.

Através da análise do quadro anterior, verifica-se que no final de Julho de 2005 constavam da base de dados da DGT/RTAM 130 estabelecimentos de TER, no Minho-Lima, aos quais correspondiam 1342 camas. Deste total de estabelecimentos, 44 inserem-se no *Turismo de Habitação*, 62 no *Turismo Rural*, 14 no *Agro-Turismo*, 3 *Hotéis Rurais* e 7 *Casas de Campo*.

Ponte de Lima é o município com maior capacidade de alojamento (452 camas, distribuídos por 50 unidades de alojamento). Apenas na modalidade de *Hotéis Rurais*, na qual não dispõe de qualquer estabelecimento e nas *Casas de Campo*, o município acima referenciado não ocupa a primeira posição na oferta de TER.

**Figura 5.5** – Estabelecimentos de TER, por município, Julho de 2005

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da DGT e da RTAM.

Este papel de relevo assumido por Ponte de Lima, desde o arranque desta modalidade de turismo, deve-se quer às próprias potencialidades do município (é o município do país com mais casas solarengas) quer à constatação por parte dos proprietários que o turismo, para além das compensações económicas que origina, podia ser uma forte ajuda à manutenção e restauro das casas.

Apesar de, desde final dos anos oitenta do século passado, o turismo no espaço rural ter sido alargado a todo o território nacional (começou numa área piloto que veio a ser repartida entre 4 pólos nos Municípios de Ponte de Lima, Vouzela, Castelo de Vide e Vila Viçosa), o Minho-Lima continua a ter um papel de enorme destaque nesta modalidade de turismo.

Tendo presente esta informação, torna-se relevante destacar o peso das unidades de alojamento desta modalidade de turismo na capacidade de alojamento total da região (Quadro 5.14).

**Quadro 5.14** – Número de estabelecimentos e de camas por grandes categorias, Julho de 2005

Município	Estabelecimentos Hoteleiros		TER		Total	
	Nº Estab.	Nº Camas	Nº Estab.	Nº Camas	Nº Estab.	Nº Camas
Arcos de Valdevez	5	274	12	116	17	390
Caminha	7	481	9	120	16	601
Melgaço	4	236	3	28	7	264
Monção	5	192	8	112	13	304
Paredes de Coura	1	44	8	99	9	143

Ponte da Barca	2	64	7	52	9	116
Ponte de Lima	6	300	50	452	56	752
Valença	8	374	5	56	13	430
Viana do Castelo	21	1169	27	291	48	1469
V.N Cerveira	7	332	1	16	8	348
<b>Minho-Lima</b>	<b>66</b>	<b>3466</b>	<b>130</b>	<b>1342</b>	<b>196</b>	<b>4808</b>

Fonte: Elaboração própria a partir de dados do Anuário Estatístico da Região Norte 2005, DGT e RTAM.

O Quadro 5.14 permite constatar a importância que o turismo no espaço rural tem na sub-região em análise, representando cerca de 70% das unidades de alojamento, apesar do número de quartos e camas ser substancialmente maior nos estabelecimentos hoteleiros tradicionais, dada a diferença de dimensões.

Pode-se, igualmente, verificar que a posição de destaque que Viana do Castelo detém em termos de estabelecimentos hoteleiros, não tem correspondência no turismo em espaço rural, sendo neste caso superada por Ponte de Lima.

### **Restauração**

Outro aspecto a destacar dentro da oferta é a denominada oferta de apoio. Considera-se nesta epígrafe todos aqueles estabelecimentos que, sem terem capacidade de acolhimento, satisfazem alguma necessidade relacionada com a actividade turística. Trata-se, portanto e basicamente, dos restaurantes, cafés e lugares de ócio, em geral.

Nesta análise considerámos unicamente os restaurantes, elemento de especial protagonismo no conjunto da oferta turística do território em estudo. Como já tivemos oportunidade de referir, o Minho-Lima é conhecido a nível regional, e inclusive nacional, pela sua riqueza em produtos típicos (arroz de sarrabulho, posta barrosã, lampreia, sável, caldeiradas de peixe, cabrito, vinho, etc.), conferindo a sua gastronomia um grande atractivo. Se a isto se adicionar o crescente interesse, nos últimos tempos, pela boa mesa como manifestação da cultura popular, é fácil adivinhar que a potenciação desta actividade possa ser de grande ajuda para desenvolver a actividade turística nesta zona.

**Quadro 5.15** – Número de restaurantes e respectiva capacidade, 2005

<b>Município</b>	<b>Nº</b>	<b>Capacidade</b>
Arcos de Valdevez	22	2416
Caminha	46	4145
Melgaço	25	2345
Monção	36	3433
Paredes de Coura	12	812
Ponte da Barca	21	3084
Ponte de Lima	59	8513
Valença	33	4677
Viana do Castelo	76	9021
V.N de Cerveira	23	2444
<b>Minho-Lima</b>	<b>353</b>	<b>40890</b>

Fonte: Elaboração própria a partir de dados da RTAM

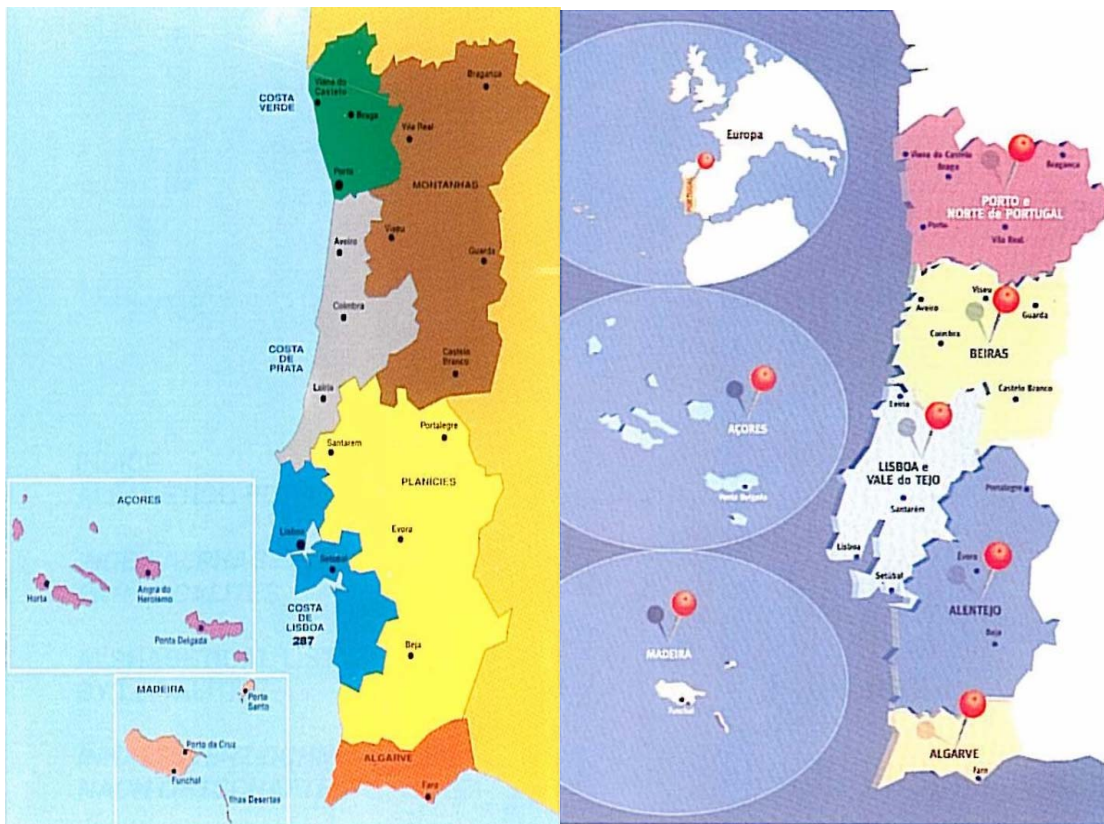
Muitos dos restaurantes são de grande dimensão, orientados para uma clientela da zona ou proximidades. Em geral, esta situação evidencia uma notável falta de restaurantes de maior categoria nos quais se possa apreciar os produtos típicos da zona com um nível de serviço elevado, em consonância com a qualidade e potencial da gastronomia local.

### 5.2.3 Estrutura institucional

Em termos de desenvolvimento turístico, a organização administrativa de um determinado território assume uma importância relevante, uma vez que o planeamento e a gestão desta actividade dependem, para além das políticas nacionais, das vontades e estratégias de âmbito regional e local. Neste sentido, importa enquadrar a sub-região na organização turística regional em Portugal.

Em 1998, em virtude da realidade turística do país impor a reformulação do ordenamento do território, traduzida pela revisão das Áreas Promocionais então em vigor (Costa Verde, Costa de Prata, Costa de Lisboa, Montanhas, Planícies, Algarve, Madeira e Açores, propostas pela DGTurismo, em 1974), surgiram as novas Áreas Promocionais de referência, a saber: Porto e Norte de Portugal, Beiras, Lisboa e Vale do Tejo, Alentejo, Algarve, Madeira e Açores (DGT, 2002).

**Figura 5.6** – Regiões Turístico-Promocionais, DGT (1974) e Áreas Promocionais, ICEP Portugal (1998)



Fonte: DGT (2002).

As Áreas Promocionais definidas aproximam-se dos limites traçados pelo INE para as NUT de nível II, procurando uniformizar-se os critérios de gestão do território.

A par das Áreas Promocionais, foram igualmente identificadas, nalguns casos, subáreas. As subáreas identificadas para o Porto e Norte de Portugal foram: Porto, Minho, Douro e Trás-os-Montes. A cada uma destas subáreas promocionais corresponde a delimitação geográfica que consta do Quadro 5.16.

**Quadro 5.16 – Área e subáreas promocionais do Porto e Norte de Portugal**

<b>Área Promocional</b>	<b>Sub-áreas Promocionais</b>	<b>Delimitação Geográfica <sup>(1)</sup></b>
Porto e Norte de Portugal	Porto	Porto Vila Nova de Gaia Espinho Santa Maria da Feira Matosinhos Póvoa de Varzim Vila do Conde Gondomar Valongo Maia
	Minho	RT Alto Minho RT Verde Minho <sup>(2)</sup> Guimarães Santo Tirso Felgueiras Lousada Paços de Ferreira Paredes Penafiel Vizela Trofa
	Douro	RT do Douro Sul Peso da Régua Vila Nova de Foz Côa
	Trás-os-Montes	RT Serra do Marão RT Alto Tâmega e Barroso RT do Nordeste Transmontano

Fonte: Adaptado de DGT, 2002.

Notas: (1) Regiões de Turismo e concelhos que não se integram em estruturas regionais, fazendo gerir os destinos locais através de Comissões Municipais ou Juntas de Turismo.

(2) Actualmente a Região do Verde Minho integra, também, os municípios de Felgueiras, Lousada, Paços de Ferreira, Paredes, Trofa e Vizela.

O Minho-Lima abrangido pela Área Promocional do Porto e Norte de Portugal, subárea Minho, está integrado na área geográfica da RTAM.

A RTAM é formada pelos 10 municípios da sub-região do Minho-Lima (Arcos de



Valdevez, Caminha, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e Vila Nova de Cerveira) e 3 municípios da NUT III Cávado (Barcelos, Esposende e Terras de Bouro).

A RTAM foi criada com o objectivo de contribuir para a valorização turística da sua área geográfica, visando o aproveitamento equilibrado das potencialidades turísticas do património histórico, cultural e natural, tendo como linhas orientadoras da sua acção as definições estratégicas da política de turismo do Governo e os planos anuais e plurianuais do Estado e dos municípios (Artº 2º do Decreto-Lei nº287/91, de 9 de Agosto).

De acordo com o Decreto-Lei acima citado, ficaram definidas como atribuições das regiões de turismo:

- a) Elaborar os planos de acção turística da região;
- b) Realizar estudos de caracterização das respectivas áreas geográficas sob o ponto de vista turístico e proceder à identificação dos recursos turísticos existentes;
- c) Definir o produto ou produtos turísticos regionais, tendo em conta a desejável cooperação e complementaridade com os de outras regiões;
- d) Promover a oferta turística no mercado interno e colaborar com os órgãos centrais de turismo com vista à sua promoção externa;
- e) Fomentar o artesanato e a animação turística regional;
- f) Colaborar com os órgãos centrais e com as autarquias com vista à consecução dos objectivos da política nacional que for definida para o turismo.

Para responder a estas atribuições, para além da sede (situada em Viana do Castelo), a RTAM (ao abrigo do artigo 5º dos seus estatutos), procedeu à abertura de um total de 14 Delegações de Turismo nos concelhos que a constituem, que se encontram abertas durante todo o ano (uma por concelho, tendo Caminha duas delegações permanentes – Caminha e Vila Praia de Âncora).

Actualmente assiste-se a um debate intenso sobre a reestruturação da organização do turismo, estando prevista a extinção da RTAM.

A caracterização geral da sub-região em estudo, com que se iniciou este capítulo, procurou realizar um retrato socio-económico do Minho-Lima com o intuito de ter uma visão geral da área a estudar. Desta caracterização resultaram as seguintes conclusões:

trata-se de uma sub-região fronteiriça, periférica, com problemas de envelhecimento da sua população, com elevadas taxas de analfabetismo e baixos níveis de escolaridade e qualificação dos seus recursos humanos, e com elevada dependência do sector terciário. Contudo, a análise da sua oferta turística, ainda que feita de forma sucinta, uma vez que será objecto de análise mais detalhada no capítulo seguinte, permitiu constatar que o Minho-Lima é, igualmente, rico em recursos naturais, paisagísticos, património construído, tradições, que a serem explorados convenientemente podem constituir uma forte potencialidade e imagem de marca da sub-região.

O capítulo termina com o enquadramento da sub-região do Minho-Lima na organização turística regional em Portugal.

Após esta caracterização da sub-região, importa agora conhecer, com mais detalhe, os recursos turísticos, as acessibilidades e os equipamentos com que contam cada um dos municípios do Minho-Lima, bem como a sua imagem e promoção, que serão objecto do próximo capítulo.

## 6 Índice do Potencial Turístico e análise da imagem de destino

Reconhecendo-se a importância da análise dos recursos turísticos e, tendo a consciência que o valor real do potencial turístico de um território, como salientado no capítulo 3, não se mede unicamente pelo número de atractivos de que dispõe mas, igualmente, pela qualidade dos mesmos, bem como pelo apetrechamento noutros factores, como as acessibilidades e os equipamentos, procedemos a uma avaliação preliminar do potencial turístico de cada um dos municípios e do conjunto do Minho-Lima, no ponto 6.1.

De seguida, procura-se analisar a imagem e promoção da sub-região enquanto destino turístico, através do estudo das estratégias de promoção desenvolvidas a nível local, regional e nacional, documentadas em folhetos e páginas *web*.

### 6.1 Cálculo do índice de potencial turístico

Os métodos de classificação e inventariação de recursos constituem um primeiro passo na análise deste potencial. Contudo, o valor real do potencial turístico de um território, como salientado no capítulo 3, não se mede unicamente pelo número de atractivos de que dispõe mas, igualmente, pela qualidade dos mesmos, bem como pelo apetrechamento noutros factores, como as acessibilidades e os equipamentos. Esta é a função das técnicas de avaliação que, como instrumentos de planeamento, têm por objectivo estabelecer uma medida do valor sobre que fundamentar a tomada de decisões e o estabelecimento de prioridades num processo de planeamento.

Assim sendo, a avaliação prévia do potencial turístico dos municípios do Minho-Lima visa estabelecer indicadores que possam servir para a tomada de decisões aquando do planeamento das actuações dos sectores privado e público.

Para isso, recorreremos à avaliação do seu Potencial Turístico, fazendo uso do índice proposto por Leno Cerro (1992), introduzindo alguma inovação em relação à proposta daquele autor.

Leno Cerro (1992 e 1993) estabelece a fórmula teórica do Índice do Valor Turístico ou Potencial Turístico de uma determinada zona como uma expressão do tipo:

$$IPT_i = \alpha Fr_i + \beta Fa_i + \delta Fe_i$$

em que,

$IPT_i$  = Índice de Potencialidade Turística do município “i”.

Fr, Fa, Fe = valores dos factores “recursos”, “acessibilidades” e “equipamentos” do município “i”.

$\alpha, \beta, \delta$  = coeficientes de ponderação.

Os coeficientes de ponderação atribuídos a cada um dos elementos na formalização do modelo são justificados pelo facto de nem todos terem igual importância no cálculo do valor turístico.

Importa realçar que, para cada um dos factores, aplicámos uma medida relativa, o quociente de localização, que permitirá destacar/hierarquizar os municípios em função do valor de cada um dos factores e do potencial como um todo.

### 6.1.1 Factor recursos

Do ponto de vista turístico, nem todos os recursos inventariados têm a mesma importância, variando sensivelmente em função da natureza do próprio recurso (natural, histórico-monumental, etnográfico) e segundo as características particulares daquele no que se refere à sua singularidade, disponibilidade, etc.. Portanto, não é suficiente consignar o número de recursos inventariados em cada município. Dever-se-á, também, ter em conta a importância individual de cada um deles. Por outras palavras, deveremos ser capazes de os avaliar. Para isso, como foi dito, optámos pelo método de avaliação de recursos proposto por Leno Cerro (1992 e 1993). Este método determina que o valor turístico do recurso particular é função da sua natureza e singularidade, de acordo com a seguinte equação:

$$Vr_i = Jp_i * \mu_i$$

em que,

$Vr_i$  = valor turístico do recurso “i”

$Jp_i$  = hierarquia primária do recurso “i”

$\mu_i$  = factor de ponderação relativo à natureza do recurso “i”

Deste modo, o valor turístico de um recurso dependerá da hierarquia que ocupe, em termos de importância e/ou singularidade, bem como do factor de ponderação atribuído à categoria a que pertence, tendo em conta a sua natureza. Relativamente a este último

aspecto, além das ponderações resultantes das preferências expressas pelos turistas nos inquéritos que realizámos, à semelhança da metodologia adoptada por Leno Cerro, introduzimos uma análise alternativa, para obtermos a visão do lado da oferta, ou seja, dos agentes responsáveis pela promoção deste território.

A avaliação dos recursos envolve, assim, a existência de três fases sucessivas:

### **Estabelecimento de hierarquias**

No que se refere à avaliação dos recursos, esta implica, como já referimos, o estabelecimento de hierarquias. Estas hierarquias são função da importância e singularidade de cada recurso, podendo este ser classificado como tendo interesse internacional, nacional, regional ou local. Para o cálculo destas hierarquias consideraram-se as várias referências que cada recurso tinha nos materiais promocionais e de informação consultados, quer os que se apresentavam em suporte electrónico quer os disponíveis em papel (páginas *web*, folhetos, roteiros, guias, etc.). A atribuição da hierarquia a cada recurso particular implica, obviamente, uma certa dose de subjectividade, ainda que se tenha tentado reduzir esta ao máximo, tendo como ponto de partida, quando possível, as classificações atribuídas por instituições oficiais e consultando a opinião dos agentes no terreno (nomeadamente, dos funcionários das delegações da RTAM, e aquando das entrevistas, dos agentes institucionais).

Com este procedimento, pontuámos numa escala de 1 a 4 pontos a importância e/ou singularidade de cada um dos recursos, sendo:

Hierarquia 1: interesse local.

Hierarquia 2: interesse regional.

Hierarquia 3: interesse nacional.

Hierarquia 4: interesse internacional.

**Quadro 6.1** – Recursos por categoria e hierarquia, no Minho-Lima

Hierarquia/Categoria	Recursos Naturais	Recursos Histórico-monumentais	Recursos Etnográficos	Total	Total %
<b>Hierarquia 1</b>	56	103	86	<b>245</b>	<b>24,43</b>
<b>Hierarquia 2</b>	79	314	166	<b>559</b>	<b>55,73</b>
<b>Hierarquia 3</b>	21	74	25	<b>120</b>	<b>11,96</b>
<b>Hierarquia 4</b>	15	49	15	<b>79</b>	<b>7,88</b>
<b>Total</b>	<b>171</b>	<b>540</b>	<b>292</b>	<b>1003</b>	<b>100</b>
<b>Total %</b>	<b>17,05</b>	<b>53,84</b>	<b>29,11</b>	<b>100</b>	

Fonte: Elaboração própria com base em Leno Cerro (1993).

### **Coefficientes de ponderação**

Por outro lado, a avaliação de recursos implica a consideração de um factor que pondere a natureza do recurso, uma vez que a hierarquia não indica o valor turístico do recurso mas a importância dentro da própria categoria. O factor de ponderação permitirá transformar aquela hierarquia numa avaliação económica.

É necessário ter presente que o estabelecimento de factores de ponderação é feito não para cada recurso, em particular, mas para grandes conjuntos de recursos agrupados segundo a sua natureza, o que, no nosso caso, corresponderá às três categorias em que se estruturou o inventário.

Com este propósito, recorreu-se a duas metodologias diferenciadas, que a seguir se expõem.

#### **a) Coeficientes baseados na procura**

Os factores de ponderação em função da natureza dos recursos propostos por Leno Cerro (1992) tiveram como base as experiências de outros investigadores, como Var, Beck e Loftus (1977), Ferrario (1980) e Cinelli (1985). Para resolver o problema dos trabalhos que serviram de base à sua proposta se referirem a âmbitos espaciais diferentes, Leno Cerro utilizou para a estimação dos seus coeficientes questionários sobre as motivações dos turistas espanhóis.

De modo semelhante, procurámos obter estas ponderações, questionando os turistas que visitam o Minho-Lima, quanto às suas preferências relativamente ao tipo de recursos que desejariam encontrar no destino específico que seleccionassem. A partir da análise das preferências dos turistas (tratamento dos inquéritos, com explicações mais detalhadas no sub-capítulo 7.3) foi possível estimar as importâncias relativas dos recursos turísticos, por grandes categorias/grupos de recursos (Quadro 6.2) que depois foram reajustados a uma escala de 5 valores, para aproximar à escala em que são expressos os resultados obtidos na análise da oferta (Quadro 6.3), como a seguir se apresentam.

**Quadro 6.2** – Factores de ponderação dos recursos turísticos com base na procura

	Importância relativa	Coefficientes de ponderação
- Recursos Naturais:	49%	5
- Recursos Histórico-Monumentais:	32,4%	3,308
- Recursos Etnográficos:	18,6%	1,897

Fonte: Elaboração própria.

Embora os valores numéricos não coincidam, quer os resultados dos autores acima citados, quer os nossos, têm em comum o facto de assinalarem os recursos naturais como os que despertavam maior interesse na procura turística; muito acima dos restantes.

Uma possível explicação para este facto reside na evolução da própria procura, na alteração na hierarquia das suas motivações, como referido no capítulo 2. De facto, tem-se assistido a uma mudança de valores na sociedade, crescendo a preocupação com o ambiente, com a sua preservação e conservação. Constata-se um aumento da procura e valorização de áreas menos massificadas, onde o contacto com a natureza é mais intenso, onde é possível usufruir das paisagens e belezas naturais.

#### ***b) Coeficientes baseados na oferta***

Para além da opinião dos turistas, na avaliação dos recursos procurámos, também, considerar a dos agentes (públicos e privados) responsáveis pela elaboração do material de promoção do território em análise. Deste modo, pretendíamos obter a visão do destino turístico através dos olhos dos promotores, ou seja, uma abordagem do lado da oferta, e, claro, confrontar as duas visões.

Para o efeito, recorreremos à estimação de uma regressão linear (Anexo 8), com o fim de determinar a importância de cada grupo de recursos, a partir da sua referência nos vários materiais promocionais.

Como variável dependente, usou-se o número de referências nos vários suportes promocionais (páginas *web*, folhetos, guias, roteiros, ...), e como variáveis independentes tomaram-se as que indicamos de seguida; a saber: o número de recursos naturais, o número de recursos histórico-monumentais e o número de recursos etnográficos existentes em cada uma das freguesias dos municípios em estudo.

Os resultados obtidos foram os que se apresentam no quadro abaixo.

**Quadro 6.3** – Factores de ponderação dos recursos turísticos com base na oferta

	Coeficientes de ponderação
- Recursos Naturais:	2,682
- Recursos Histórico-Monumentais:	5,342
- Recursos Etnográficos:	4,493

Fonte: Elaboração própria.

Estes coeficientes revelam a importância que os agentes (públicos e privados), responsáveis pela elaboração do material de promoção, continuam a dar ao património construído, bem como às festas, romarias, gastronomia, etc., considerados imagem de marca deste território.

Todo um passado histórico pode ajudar a entender os resultados obtidos. Como referido no capítulo 2, as primeiras viagens turísticas foram organizadas para visitas a monumentos, como no Egipto, em Roma, etc., existindo uma tradição de valorização destes espaços e recursos, bem como uma disponibilidade de informação, que facilita a sua promoção.

### Resultados da avaliação do factor recursos

Uma vez determinados os parâmetros que definem o valor turístico dos recursos, é possível a avaliação de cada um deles segundo a equação acima apresentada e a sua agregação, para estabelecer o valor deste factor para cada um dos municípios do Minho-Lima. Assim, o resultado do valor do factor recursos (Quadro 6.4) para um município em concreto será dado pela soma das pontuações obtidas pelos  $n$  recursos que possui:

$$Fr_i = \sum V_{r_i}$$

Em anexo (Anexos 9 a 18), apresentam-se os cálculos preliminares e os recursos utilizados, por localização, categoria e hierarquias.

**Quadro 6.4** – Factor recursos, por município

Município	Fr (Procura)	Valor ponderado (Procura)	Fr (Oferta)	Valor ponderado (Oferta)
Arcos de Valdevez	678,74	58,56	1031,07	62,88
Caminha	651,98	56,25	872,66	53,22
Melgaço	451,57	38,96	681,10	41,54
Monção	510,57	44,05	796,71	48,59
Paredes de Coura	480,81	41,48	697,06	42,51
Ponte da Barca	529,51	45,68	774,03	47,21
Ponte de Lima	1034,01	89,21	1564,96	95,44
Valença	592,65	51,13	890,41	54,30
Viana do Castelo	1159,09	100	1639,74	100
V.N. Cerveira	446,01	38,48	578,69	35,29
<b>Minho-Lima</b>	<b>6534,94</b>		<b>9526,43</b>	

Fonte: Elaboração própria.



Para se poder comparar os diferentes factores dentro do índice de potencialidade turística, deveremos homogeneizar os valores, já que se apresentam em diferentes escalas. Assim, optou-se por expressar os resultados numa escala de 0 a 100 pontos, sendo 100 o valor do município que alcança o maior valor na soma dos seus recursos.

Embora os coeficientes de ponderação obtidos usando as duas metodologias expostas (Procura/Oferta) sejam bastante diferentes, é interessante concluir que os resultados finais, em termos de *ranking* turístico dos municípios, são similares.

Assim, os resultados mostram que as posições intermédias são ocupadas por Valença, Caminha, Monção e Ponte da Barca, as posições mais baixas por Paredes de Coura, Melgaço e V.N. Cerveira e os valores máximos correspondem a Viana do Castelo, Ponte de Lima e Arcos de Valdevez.

**Quadro 6.5** – Factor recursos, por categoria de recurso

<b>Categoria do recurso</b>	<b>Vr (Procura)</b>	<b>Valor ponderado (Procura)</b>	<b>Vr (Oferta)</b>	<b>Valor ponderado (Oferta)</b>
<b>Recursos Naturais</b>	1685,00	25,78	903,83	9,49
<b>Recursos Históricos</b>	3800,88	58,16	6138,00	64,43
<b>Recursos Etnográficos</b>	1049,06	16,05	2484,60	26,08
<b>Total</b>	<b>6534,94</b>	<b>100</b>	<b>9526,43</b>	<b>100</b>

Fonte: Elaboração própria.

### 6.1.2 Factor acessibilidades

No factor acessibilidades considera-se, basicamente, as condições que facilitam ou dificultam o deslocamento dos turistas dos mercados emissores para o destino turístico.

Para calcular este factor com rigor seria necessário considerar separadamente a acessibilidade interior e a exterior. A interior estaria relacionada com a distância real, e a ideal, entre os municípios, o que, no nosso caso, se vai limitar a uma consideração qualitativa relativamente às principais infra-estruturas de comunicação e acesso a cada um dos municípios em análise.

Por outro lado, tendo em conta que no conceito de acessibilidade exterior convém ter presente os vectores espaço-distância e espaço-tempo, iremos assumir que toda a área em estudo beneficia das mesmas facilidades de comunicação face ao restante território nacional e europeu, através da rede de auto-estradas, e de distâncias similares aos aeroportos do Porto e de Vigo.

**Figura 6.1** – Plano Rodoviário Nacional (PNR): Portugal



Fonte: PNR 2000, em [www.estradasdeportugal.pt](http://www.estradasdeportugal.pt)

**Figura 6.2** – Plano Rodoviário Nacional: Minho-Lima



Fonte: Adaptado do PNR 2000, em [www.estradasdeportugal.pt](http://www.estradasdeportugal.pt)

Os mapas acima permitem concluir que a área em estudo apresenta facilidades de acesso semelhantes a outros destinos turísticos mais conhecidos e visitados, o que em rigor significa um factor favorável a ser tido presente no planeamento do conjunto da oferta, bem como na promoção da mesma, destacando este factor de proximidade como elemento básico para motivar o deslocamento dos turistas nacionais e europeus.

Centrando-nos na acessibilidade interna, utilizaremos como elemento básico para os cálculos o tipo existente de infra-estruturas rodoviárias de acesso a cada município em análise (Anexo 19), estabelecendo uma estrutura esquemática e simplificada baseada na seguinte pontuação:

- Municípios acedidos exclusivamente por estradas municipais: 1 ponto.
- Municípios acedidos exclusivamente por estradas regionais: 2 pontos.
- Municípios acedidos por estradas nacionais: 3 pontos.
- Municípios acedidos por itinerários complementares: 4 pontos.
- Municípios acedidos por itinerários principais/Auto-estradas: 5 pontos.

**Quadro 6.6** – Factor acessibilidades, por município

Município	Valor Total	Fai
Arcos de Valdevez	4	80
Caminha	4	80
Melgaço	3	60
Monção	3	60
Paredes de Coura	3	60
Ponte da Barca	4	80
Ponte de Lima	5	100
Valença	5	100
Viana do Castelo	5	100
Vila Nova de Cerveira	3	60

Fonte: Elaboração própria.

A análise do Quadro 6.6 permite-nos observar duas situações claramente diferenciadas: por um lado, o eixo Viana do Castelo, Ponte de Lima e Valença servido por auto-estrada; por outro, os municípios de Melgaço, Monção, Paredes de Coura e Vila Nova de Cerveira têm apenas como vias principais de comunicação interna estradas nacionais, o que em termos de acessibilidade supõe uma situação de maiores dificuldades. Estas dificuldades resultarão acentuadas se tivermos em conta o seu défice de sinalização na

rota dos destinos e recursos (marcadores e sinais informativos nas vias de acesso).

### 6.1.3 Factor equipamentos

O factor equipamentos é o mais complexo e o que menor peso específico tem no valor final do IPT (Pardellas *et al.*, 2005). Este factor é definido como um indicador sintético de três elementos básicos: as infra-estruturas turísticas, os equipamentos comerciais e os equipamentos recreativos-desportivos.

$$FE_i = f (It_i, Ic_i, Ird_i)$$

em que,

$FE_i$  = Factor equipamentos do município “i”.

$It_i$  = infra-estruturas turísticas do município “i”.

$Ic_i$  = equipamentos comerciais do município “i”.

$Ird_i$  = equipamentos recreativos-desportivos do município “i”.

#### Infra-estruturas turísticas

No caso das infra-estruturas turísticas, por sua vez, considerámos duas variáveis, alojamento e restauração, ficando o índice definido como segue:

$$It_i = (ac_i + r_i)/2$$

em que,

$ac_i$  = capacidade de alojamento no município “i”.

$r_i$  = restauração no município “i”.

Tal como no caso dos recursos, também o cálculo do valor das infra-estruturas turísticas implicou o estabelecimento de hierarquias, atendendo à categoria do equipamento. Assim, no caso do alojamento, as hierarquias foram estabelecidas de acordo com as classificações oficiais e, quando estas não existiam (por exemplo, no Turismo no Espaço Rural as modalidades existentes não têm uma hierarquia específica), foram consultados responsáveis de agências de viagens (3) e dos postos de turismo dos municípios em análise.

No caso dos restaurantes, não existindo uma classificação oficial, procurou-se atribuir as categorias atendendo à publicitação dos mesmos em diversos materiais (guias de

restaurantes, guias turísticos, páginas de restauração na *Internet*, etc.).

Cada uma destas variáveis foi, depois, expressa numa escala de cinco pontos, embora neste caso possam também tomar o valor zero. Os cálculos preliminares constam dos Anexos 20 e 21.

No quadro 6.7, podemos constatar que os resultados obtidos nestas variáveis reflectem uma carência generalizada de infra-estruturas turísticas, sobretudo nas áreas já referenciadas como “pobres” em termos de acessibilidades.

**Quadro 6.7** – Infra-estruturas turísticas, por município

Município	$I_t = (ac_i + r_i) / 2$			
	$ac_i$	$r_i$	$(ac_i + r_i)$	$I_t$
Arcos de Valdevez	3,09	1,4	4,49	2,245
Caminha	4,45	2,4	6,85	3,425
Melgaço	2,14	1,22	3,36	1,68
Monção	0,74	1,84	2,58	1,29
Paredes de Coura	0,41	0,21	0,62	0,31
Ponte da Barca	1,91	1,75	3,66	1,83
Ponte de Lima	2,15	3,66	5,81	2,905
Valença	0,64	2,05	2,69	1,345
Viana do Castelo	5	5	10	5
V. N. Cerveira	1,22	0,93	2,15	1,075

Fonte: Elaboração própria.

### Equipamento comercial

O equipamento comercial foi calculado a partir de informação da base de dados do *Cadastro Comercial - 2005*, da Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência ([www.dgcc.pt/cgi-bin/](http://www.dgcc.pt/cgi-bin/)), no que se refere ao número de estabelecimentos retalhistas existentes na área em estudo. Para esta variável, utilizou-se, como nas anteriores, um quociente de localização, que se expressa numa escala de 0 a 5 pontos, aplicando a fórmula:

$$Ic_i = (Estc_i * 5) / Estc_m$$

em que,

$Ic_i$  = equipamento comercial no município “i”.

$Estc_i$  = número de estabelecimentos comerciais no município “i”.

$Estc_m$  = número de estabelecimentos comerciais no município que apresenta o número máximo de estabelecimentos comerciais.

**Quadro 6.8** – Equipamentos comerciais, por município

Município	Estc <sub>i</sub>	Ec <sub>i</sub>
Arcos de Valdevez	315	1,23
Caminha	283	1,10
Melgaço	111	0,43
Monção	373	1,46
Paredes de Coura	116	0,45
Ponte da Barca	152	0,59
Ponte de Lima	478	1,87
Valença	428	1,67
Viana do Castelo	1281	5
Vila Nova de Cerveira	108	0,42

Fonte: Elaboração própria.

A análise do Quadro 6.8 permite destacar a forte diferença entre o número de estabelecimentos comerciais de Viana do Castelo (município mais urbano) e os restantes, apresentando este município o valor máximo (5), contra valores que rondam os 0,4 em Vila Nova de Cerveira, Melgaço e Paredes de Coura.

### Equipamento recreativo-desportivo

O cálculo do equipamento recreativo-desportivo baseia-se nas instalações deste tipo de que cada município dispõe, transformando numa escala de 0 a 5 os números referentes a unidades existentes. A inclusão desta variável no IPT justifica-se pelo carácter mais ou menos activo do turista que visita a área em estudo. Analisando os resultados obtidos a partir do trabalho de campo e da informação disponibilizada pelas Câmaras Municipais e pela RTAM, constata-se a escassez deste tipo de infra-estrutura, quer do ponto de vista do turismo, quer considerando o apoio à população local que pode propiciar.

**Quadro 6.9** – Equipamentos recreativos-desportivos, por município

Município	Eqrd <sub>i</sub>	Erd <sub>i</sub>
Arcos de Valdevez	9	2,14
Caminha	21	5
Melgaço	11	2,62
Monção	5	1,19
Paredes de Coura	6	1,43
Ponte da Barca	11	2,62
Ponte de Lima	18	4,29
Valença	16	3,81
Viana do Castelo	20	4,76
Vila Nova de Cerveira	11	2,62

Fonte: Elaboração própria.

Tal como na variável anterior, utilizou-se um quociente de localização, que se expressa numa escala de 0 a 5 pontos, aplicando a fórmula seguinte:

$$\mathbf{Ird}_i = (\mathbf{Eqrd}_i * 5) / \mathbf{Eqrd}_m$$

em que,

$\mathbf{Ird}_i$  = Equipamento desportivo-recreativo no município “i”.

$\mathbf{Eqrd}_i$  = número de estabelecimentos desportivos-recreativo no município “i”.

$\mathbf{Eqrd}_m$  = número de estabelecimentos desportivos-recreativos no município que apresenta o número máximo de estabelecimentos desportivos-recreativos.

As três variáveis analisadas, infra-estrutura turística ( $\mathbf{It}$ ), equipamento comercial ( $\mathbf{Ic}$ ) e equipamento desportivo-recreativo ( $\mathbf{Ird}$ ), sintetizam-se num único factor ( $\mathbf{FE}$ ), que é o terceiro componente do Índice de Potencial Turístico (IPT).

Deste modo, o factor equipamento é o resultado da soma ponderada dos valores obtidos nas componentes individuais. A soma é ponderada pelo diferente peso específico dos valores, sendo a infra-estrutura turística a que melhor reflecte a importância turística do município, ponderada com um coeficiente 2. Assim, o factor equipamento expressa-se como segue:

$$\mathbf{FE}_i = 2\mathbf{It}_i + \mathbf{Ic}_i + \mathbf{Ird}_i$$

em que,

$\mathbf{FE}_i$  = Factor equipamento no município “i”.

$\mathbf{It}_i$  = infra-estrutura turística no município “i”.

$\mathbf{Ic}_i$  = equipamento comercial no município “i”.

$\mathbf{Ird}_i$  = equipamento recreativo-desportivo no município “i”.

Como estas variáveis estão expressas numa escala de 0 a 5 pontos, o limite teórico deste factor estaria entre 0 pontos, para aquele município que não tem nenhum equipamento ou infra-estrutura turística, e 20 pontos, para o município melhor dotado.

Para tornar comparáveis este e os restantes factores analisados, estes resultados iniciais foram transformados numa escala de 0 a 100 pontos ( $\mathbf{FE}_i\text{Pond}$ ).

**Quadro 6.10** – Factor equipamentos, por município

Município	2It <sub>i</sub>	Ic <sub>i</sub>	Ird <sub>i</sub>	FE <sub>i</sub>	FE <sub>i</sub> Pond
Arcos de Valdevez	4,5	1,23	2,14	7,87	39,83
Caminha	6,86	1,10	5	12,96	65,59
Melgaço	3,36	0,43	2,62	6,41	32,44
Monção	2,58	1,46	1,19	5,23	26,47
Paredes de Coura	0,62	0,45	1,43	2,5	12,65
Ponte da Barca	3,66	0,59	2,62	6,87	34,77
Ponte de Lima	5,82	1,87	4,29	11,98	60,63
Valença	2,7	1,67	3,81	8,18	41,4
Viana do Castelo	10	5	4,76	19,76	100
Vila Nova de Cerveira	2,16	0,42	2,62	5,2	26,32

Fonte: Elaboração própria.

#### 6.1.4 Resultado final

Os recursos turísticos, a acessibilidade e os equipamentos, tal como foi referido, são os três factores que determinam, numa alta percentagem, o valor turístico de um determinado território.

Embora se considere difícil medir a percepção que um indivíduo ou um grupo de indivíduos têm de um serviço ou de um território, o que se pretende neste trabalho é avançar um pouco nesse sentido, aplicando ao turismo alguns quadros conceptuais, tal como o fizeram outros (Leno Cerro, 1992 e 1993; Pardellas *et al.*, 2005).

Sendo assim, é necessário ter presente que nem todos os elementos do índice têm a mesma importância no cálculo deste valor, pelo que, na formulação teórica, devemos incluir coeficientes de ponderação para os diferentes elementos. Para a quantificação destes coeficientes, a hipótese fundamental assumida foi a da existência ou não da possibilidade de intervenção humana sobre cada um dos factores. Em consequência, os recursos terão o coeficiente mais elevado, considerando que, se não existirem, será muito difícil criá-los. O factor acessibilidade é o segundo em importância, já que se pode melhorar a qualidade dos acessos, mas é impossível reduzir as distâncias físicas. Por último, os equipamentos constituem o factor menos condicionante, dado que a sua carência é relativamente fácil de resolver. Partindo deste enfoque, o Índice de Potencial Turístico expressar-se-á da seguinte forma:

$$IPT_i = 1,5 Fr_i + 1,25Fa_i + 1,00Fe_i$$



Deste modo, o IPT de um município, em concreto, variará entre um máximo de 375 e 0 pontos. O valor 375 obtém-se a partir do cálculo seguinte:  $1,5 \times 100 + 1,25 \times 100 + 1,00 \times 100$ , onde se utilizam os valores máximos de cada um dos factores. O valor mínimo é próximo de zero, para cada um dos factores.

Para manter a homogeneidade das escalas utilizadas no cálculo deste factor, convertemos o índice numa escala de 0 a 100 pontos ( $IPT_iPond$ ), tomando como base os 375 pontos possíveis. Os resultados obtidos são apresentados na tabela que se segue:

**Quadro 6.11** – Índice de Potencial Turístico, por município

Município	1,5 Fr <sub>i</sub>		1,25Fa <sub>i</sub>	1,00Fe <sub>i</sub>	IPT <sub>i</sub>		IPT <sub>i</sub> Pond	
	Procura	Oferta			Procura	Oferta	Procura	Oferta
Arcos de Valdevez	87,84	94,32	100	39,83	227,67	234,15	60,71	62,44
Caminha	84,38	79,83	100	65,59	249,97	245,42	66,66	65,45
Melgaço	58,44	62,31	75	32,44	165,88	169,75	44,23	45,27
Monção	66,08	72,89	75	26,47	167,55	174,36	44,68	46,50
Paredes de Coura	62,22	63,77	75	12,65	149,87	151,42	39,97	40,38
Ponte da Barca	68,52	70,82	100	34,77	203,29	205,59	54,21	54,82
Ponte de Lima	133,82	143,16	125	60,63	319,45	328,79	85,19	87,68
Valença	76,70	81,45	125	41,4	243,1	247,85	64,83	66,09
Viana do Castelo	150	150	125	100	375	375	100	100
Vila Nova de Cerveira	57,72	52,94	75	26,32	159,04	154,26	42,41	41,14

Fonte: Elaboração própria.

O Índice de Potencial Turístico permite analisar as possibilidades de desenvolvimento deste sector e, por extensão e integração, do conjunto do sector produtivo de um determinado território (Pardellas *et al.*, 2005). No caso concreto do nosso trabalho, obtivemos informação relevante sobre as diferenças existentes entre os municípios da área em análise, o que deverá ser ponto de partida para estabelecer as políticas adequadas a cada situação, de forma a modificar os factores que identificámos como menos favoráveis.

Deste modo, devemos entender estes resultados a partir de duas perspectivas, uma actual, outra futura. A primeira considera as condições e características actuais de cada município em análise, estabelecendo o seu potencial. Assim, emergem grandes disparidades entre os municípios melhor situados e com melhores condições de uso dos

seus recursos e os demais, com menos recursos naturais ou históricos ou em inferiores condições de preservação e menos favorecidos em termos de localização geográfica. Numa segunda perspectiva, importaria a modificação dos parâmetros iniciais, o que significa, em termos estritos, a escolha de alternativas de planeamento em função dos objectivos de melhoria da situação económica e social das áreas com menores possibilidades, apostando-se num cenário de incremento dos índices calculados.

## **6.2 *Análise da imagem***

Depois de apresentados os elementos “ínternos” de um destino, que representam os componentes intrínsecos ou elementos que motivam a deslocação e que foram sintetizados numa série de indicadores do potencial turístico do território, este trabalho pretende acrescentar mais alguns elementos à análise do destino. Esses outros elementos, que fazem parte do destino e que têm uma clara influência no mesmo, são denominados factores externos, e estão relacionados com a imagem do destino.

Na análise dos factores que determinam a imagem, como referido no capítulo 3, os responsáveis pelo planeamento devem ter presente que existem múltiplas variáveis, com diferentes graus de influência. Deste modo, podemos falar de variáveis exógenas e de variáveis endógenas. As variáveis exógenas são aqueles factores da imagem que se relacionam com o consumidor turístico, sobre o qual o responsável pelo planeamento do destino não tem influência ou tem uma influência indirecta.

Por outro lado, temos as variáveis endógenas, relacionadas com os factores em que o responsável pelo planeamento pode ter uma influência mais ou menos directa. Neste conjunto estão a variedade (quantidade) e tipos de fontes de informação relativos ao destino, em cujo desenho/definição deveria estar o responsável pelo planeamento. A partir do estudo das variáveis endógenas pode-se analisar a projecção do destino, já que quanto mais consolidado se ofereça um destino mais referenciado estará nas diversas fontes de informação. Para além disso, a eficácia do planeamento pode ser avaliada através da adequação entre os “recursos endógenos” e a sua utilização e, portanto, a vinculação entre a imagem projectada e a imagem real verificada. A primeira será expressão da informação do destino que se pode veicular, enquanto que a imagem real será o conjunto dos produtos desenhados em função dos recursos existentes.

Deste modo, iremos centrar-nos no estudo deste último tipo de variáveis (as endógenas), analisando as componentes da imagem do território como destino turístico conjunto

através do estudo das estratégias de promoção desenvolvidas a nível local, regional e nacional, documentadas em folhetos e páginas *web*.

No caso que nos ocupa, a análise da imagem tinha um objectivo claro: a verificação da percepção do destino como destino turístico comum/conjunto.

### 6.2.1 Folhetos

Os folhetos, considerados um elemento fundamental na promoção clássica de destinos turísticos, são entendidos como um invólucro turístico que, apesar das diferenças, simula o invólucro de qualquer produto (Muñoz Oñate, 1997).

Muita da informação de um folheto sobre destinos e produtos concretos pode ser considerada pelos consumidores como fundamental, já que a consideram uma base de dados.

Partindo da importância do folheto como material promocional, analisaram-se os folhetos do território em estudo, de modo a estabelecer a situação actual da sua promoção. Os folhetos objecto de análise apresentam-se no Quadro 6.12.

**Quadro 6.12 – Folhetos**

	<b>GERAIS</b>	<b>ESPECÍFICOS</b>
Arcos de Valdevez	2	1 (Roteiro Gastronómico de Arcos de Valdevez) 1 (Barroco Religioso nos Arcos de Valdevez) 2 (Trilhos)
Caminha	1	
Melgaço	1	1 (Complexo Desportivo e de Lazer de Melgaço) 1 (Solar do Alvarinho) 1 (Porta de Lamas do Mouro - Parque Nacional da Peneda-Gerês)
Monção	1	
Paredes de Coura	1	1 (Povoado Fortificado de Cossourado – Paredes de Coura) 1 (Roteiro Arqueológico de Paredes de Coura) 1 (Paisagem Protegida Corno de Bico) 1 ( <i>Território com Alma</i> – Trilhos)
Ponte da Barca	1	
Ponte de Lima	1	1 (Área Protegida das Lagoas – Ponte de Lima) 1 (Parque do Arnado)
Valença	1	
Viana do Castelo	2	1 (Museu Municipal de Viana do Castelo) 5 (Núcleos Museológicos) 2 (Trilhos)
V.N.Cerveira	1	1 (Vila das Artes) 1 (Roteiro Turístico Cultural)
Vale do Lima	1	1 (O Mar, o Rio e a Montanha – Passeios no Vale do Lima) 1 (História, Património e Cultura – Passeios no Vale do Lima) 1 (Cores, Sabores e Tradições – Passeios no Vale do Lima)
Vale Minho	1	

Alto Minho	2	1 (Domingos Gastronómicos) 1 (Românico da Ribeira Minho) 1 (Santiago – Rotas Alto Minho) 1 (Alto Minho em Festa 2005) 1 (Rota do Artesanato) 1 (Centro de Congressos)
------------	---	--

Fonte: Elaboração própria.

A análise dos folhetos foi realizada atendendo às características gráficas e ao conteúdo. Os elementos tidos em conta foram: páginas de rosto, textos, dados de informação geral, mapas e planos, idiomas.

No caso do conteúdo, analisaram-se os textos e o que se denominou dados gerais, já que neste campo se recolhem os dados sobre os serviços existentes e a sua localização espacial. As características gráficas mediram-se através da qualidade das páginas de rosto, mapas e idiomas utilizados.

Cada município dispõe de um folheto generalista, com igual estrutura. Na página de rosto consta uma imagem identificativa do concelho (em geral, um monumento) e o logótipo da RTAM, surgindo no interior o brasão do município, com excepção dos casos de Monção e de Vila Nova de Cerveira.

Os mapas que constam dos folhetos apresentam um plano do município, com os seus principais recursos turísticos, e um outro que situa o concelho no Alto Minho Português, no seu conjunto. Contudo, não há qualquer referência a pontos de interesse relativos aos outros municípios do Minho-Lima ou do outro lado da fronteira (com excepção da indicação da ligação terrestre entre Valença e Tui, no âmbito dos Caminhos de Santiago, que consta de todos os folhetos). Este facto é de realçar já que, tratando-se de uma zona de fronteira em que a experiência real dos visitantes, de ambas as margens do rio, demonstra uma permeabilidade quase total, segundo os dados de inquéritos de visitas realizadas (Pardellas *et al.*, 2002), esta realidade não se reflecte na promoção concretizada actualmente pelos municípios da zona fronteiriça analisada. Constata-se, ainda, que os municípios continuam a ignorar a possibilidade de estabelecerem estratégias de promoção conjunta para este território ou de desenvolverem algum tipo de colaboração turística substantiva. As excepções identificadas foram o folheto da Comunidade Intermunicipal do Vale do Minho (em português e inglês) e os três roteiros editados pela Comunidade Urbana do Vale do Lima (estes últimos, pouco práticos, dado o seu volume, embora bastante completos e, também, em duas línguas, português e inglês), embora os municípios fossem apresentados separadamente. No caso dos

roteiros do Vale do Lima, estando elaborados por temáticas, o esforço de integração é maior, pois para cada tema, eram apresentados os percursos por cada um dos municípios. Outra excepção foi o roteiro turístico-cultural resultante do programa de Cooperação Transfronteiriça V. N. de Cerveira-Baiona, onde encontramos informações diversas relativas às duas localidades. Contudo, em qualquer dos casos, não há referência às localidades portuguesas e galegas mais próximas.

Apesar das fotografias dos folhetos revelarem alguma qualidade (os novos folhetos, que substituíram os por nós analisados, são de pior qualidade, usando apenas duas cores), na maioria das vezes não se identifica o lugar que se fotografa e, noutras situações, as imagens não estão relacionadas com o texto que as acompanha.

Relativamente aos idiomas utilizados, os folhetos são escritos em português e inglês. Curiosamente, não foi encontrado nenhum folheto em espanhol (à excepção do resultante da Cooperação Transfronteiriça acima citada), apesar da proximidade/contiguidade dos territórios.

Tudo isto reforça a ideia da pouca projecção que está a ser dada ao destino, actualmente, e à sua promoção regional e nacional.

Passando à análise do conteúdo dos folhetos, estes deveriam apresentar apenas informação precisa, acompanhada de fotos e mapas. Os folhetos analisados dispõem de uma pequena resenha histórica do município e/ou descrição dos monumentos mais emblemáticos, informações gerais, mapas e fotografias a cores.

No campo da informação geral, destaca-se, sobretudo, a importância dada à mesma em todos os folhetos analisados, onde se pode encontrar uma ampla lista de restaurantes, alojamentos, empresas de entretenimento, etc.. Convém ainda destacar que, entre a informação facilitada, não estão os preços e horas de visita.

Como conclusão, os folhetos que, presentemente, promovem os municípios da área em estudo caracterizam-se por serem essencialmente informativos, com apresentação de informação básica. O seu conteúdo não inclui dados, para podermos considerá-los como invólucros do produto turístico, ou seja, podem considerar-se como meio de apoio à promoção dos municípios, mas não incorporam elementos do produto como preços e marca identificativa do território como destino comum. Os pontos fortes dos folhetos são a qualidade e quantidade de informação útil que oferecem dos municípios, para além da presença de mapas e planos. Os pontos fracos prendem-se, sobretudo, com a ausência de informação relativa aos horários de funcionamento e preços. A escassa

qualidade dos novos folhetos da responsabilidade da RTAM, editados após o início da nossa análise, é também algo a realçar e a corrigir.

### **6.2.2 Páginas web**

Por último, fez-se a análise das **páginas web**, que se converteram num veículo fundamental de promoção junto de diversos tipos de público. Do lado da procura, a evolução da cultura das viagens fez com que cada vez mais haja maior necessidade de informação e, além disso, que esta seja de melhor qualidade, rápida e facilmente obtida. Estas características da procura de informação pelos utilizadores converteram as páginas *web* e, por extensão, a *Internet* em recursos fundamentais. O estudo deste território como destino não podia esquecer este facto e, por isso, analisou-se a utilização deste meio como modo de promoção da sua oferta turística.

A análise das páginas *web* procurava dar resposta a um dos objectivos centrais do nosso estudo: analisar a oferta actual de produtos turísticos e o grau de aproveitamento das potencialidades do território, tendo presente a perspectiva da implementação de uma estratégia de desenvolvimento sustentável e integradora das diferentes actividades presentes na sub-região do Minho-Lima.

Numa primeira aproximação ao território a partir dos diversos motores de busca da *Internet*, podemos destacar, em primeiro lugar, a quantidade de páginas nas quais está mencionada a área, ainda que numa análise posterior pudéssemos comprovar que outros territórios utilizam os diversos *itens* como próprios e os incorporam na sua oferta turística. De facto, na pesquisa efectuada sobre o Minho-Lima no principal motor de busca português, não encontramos qualquer página dos municípios em análise. Tentando com Alto-Minho (que inclui os municípios do Minho-Lima, mais três do Cávado, em termos de organização turística, como já foi referido), por sua vez, a primeira página *web* municipal que surge respeita a um município que não faz parte do Alto Minho (embora esteja numa zona fronteiriça), mas sim a Trás-os-Montes e Alto Douro. As únicas páginas oficiais de municípios do Minho-Lima que surgiram foram Viana do Castelo e Paredes de Coura. Mesmo recorrendo a um outro motor de busca nacional, só é possível aceder às páginas dos restantes municípios através da página da RTAM, ou procurando directamente com o nome do município. De realçar o facto de Ponte da Barca não possuir página na *Internet* e V. N. de Cerveira ter uma página apenas orientada para os munícipes, sem referência ao turismo. Acedendo às páginas,

podemos encontrar guias sobre os municípios dispondo de toda a informação necessária para programar uma viagem turística.

Também as páginas da RTAM e da Comunidade Intermunicipal do Vale do Minho disponibilizavam todo o tipo de informação útil para o turista, bem como mapas da região e imagens bastante sugestivas. Actualmente, o site da Comunidade Intermunicipal deixou de fornecer esta informação, remetendo para as páginas dos municípios que a integram.

Outro aspecto a destacar é o forte aproveitamento que os estabelecimentos de turismo rural e as empresas/associações ligadas a desportos de aventura e de natureza fazem deste meio de informação.

Tal como na análise dos folhetos, uma conclusão a retirar é que o grau de utilização dos recursos turísticos do território em estudo é escasso, sobretudo se atendermos às potencialidades existentes, bem como é reduzida a informação e sistematização dos recursos existentes. É, igualmente, de sublinhar a escassa importância que está a ser dada ao território enquanto destino comum, o que se reflecte na sua promoção.

Neste sexto capítulo analisou-se a situação do Minho-Lima e dos seus municípios relativamente ao desenvolvimento turístico. Deste modo, o valor turístico dos recursos, das acessibilidades e dos equipamentos de cada um dos municípios e a imagem e promoção da sub-região enquanto destino foram, aqui, objecto de estudo.

Importa, agora, conhecer o envolvimento e empenho dos actores locais no que ao turismo diz respeito, bem como a opinião dos turistas quanto aos recursos turísticos que privilegiam, temas desenvolvidos no capítulo que se segue.





## **7 Auscultação dos actores envolvidos e dos turistas**

Tendo presente que o desenvolvimento competitivo e sustentável do turismo está associado ao interesse, empenho e atitude dos diferentes actores (públicos e privados) face a esta actividade, pretende-se com este capítulo analisar em que medida os vários actores envolvidos estão comprometidos com o desenvolvimento turístico na sub-região do Minho-Lima.

Para a identificação da situação existente, na óptica dos agentes económicos e dos turistas, procedeu-se à realização de entrevistas a um painel de agentes institucionais [Câmaras Municipais (9), Região de Turismo do Alto Minho (1), Associações Comerciais e Industriais (5), Representantes do Sector – Hotelaria, Restauração e TER (3), Comunidade Intermunicipal do Vale do Minho (1) e Comunidade Urbana do Vale do Lima (1)] e de inquéritos a operadores turísticos (restaurantes) e aos turistas, completando a visão global das potencialidades e debilidades da área em estudo, no que concerne ao turismo. Deste trabalho resultou um conjunto de ideias que serão posteriormente enunciadas.

### **7.1 Agentes institucionais**

Para analisar o envolvimento dos agentes institucionais no desenvolvimento do turismo na sub-região, realizaram-se entrevistas a um conjunto vasto de agentes: câmaras municipais, associações de municípios, região de turismo, associações comerciais e industriais e representantes do sector.

Com efeito, a actividade turística envolve múltiplos actores e são importantes as interacções entre eles para haver sucesso no desenvolvimento da actividade.

Neste sub-capítulo do trabalho, a análise qualitativa que está subjacente às entrevistas não tem por objectivo fazer generalizações para todos os intervenientes. As inferências e as interpretações retiradas pretendem constituir uma ajuda para atingir os objectivos definidos e contribuir para o avanço do conhecimento.

Os resultados da análise das entrevistas efectuadas são apresentados atendendo às categorias previamente definidas na metodologia.

#### ***A - Região e Turismo***

No presente estudo considerou-se importante saber, na opinião dos entrevistados, qual o

papel do turismo para o desenvolvimento da sub-região.

A maioria afirmou que o turismo tem um papel “muito importante” ou “importante” para o desenvolvimento, embora apresentassem, sobretudo, uma visão local, apontando-o como uma aposta do concelho ou área que representavam.

A importância atribuída ao turismo pode ser substanciada pelas acções que têm desenvolvido nesse sentido (investimentos no fornecimento de água, no saneamento, no tratamento de águas e resíduos sólidos, na regulação do trânsito, na conservação e restauro do património monumental e cultural, nomeadamente, na recuperação de centros históricos, na preservação de espaços naturais, na aposta e incentivos às actividades de animação, etc.).

Apesar disto, chamaram a atenção para problemas que podem condicionar este papel, sobretudo, relacionados com a falta de cooperação intermunicipal, o subaproveitamento dos recursos e uma relativa ausência de investimentos de qualidade.

Dos que mostraram alguma relutância quanto ao papel do turismo, não lhe atribuindo uma relevância presente, salienta-se que se tratam, maioritariamente, de autarquias onde a imagem turística é menos consistente.

### ***B - Recursos e entidades turísticas***

Quando o desenvolvimento do turismo constitui um objectivo de um território, é necessário que este avalie cuidadosamente com que recursos, infra-estruturas e serviços conta para a actividade, já que estes factores vão condicionar o tipo de actividades e o próprio desenvolvimento (OMT, 1998). Neste sentido, procurou-se saber se havia uma preocupação específica em dispor de informação e dados relevantes em termos de recursos e entidades ligadas ao turismo existentes em cada município, de forma a assegurar a sua boa gestão, bem como a sua disponibilização a um conjunto vasto de agentes, quando solicitada.

Mais de dois terços dos entrevistados afirmaram não possuir qualquer inventário, nem de recursos nem de entidades ligadas ao turismo. Quanto às Associações, têm apenas listagens de associados.

Para além da RTAM, que pelas funções que desempenha tem “obrigação” de dispor desta informação, são as Câmaras Municipais que possuem folhetos e brochuras próprias que afirmaram deter este tipo de informação.

***C - Recursos humanos envolvidos***

Tendo presente que a disponibilidade de recursos humanos qualificados nesta área são de extrema importância no planeamento do desenvolvimento turístico, procurou-se saber a opinião dos entrevistados, questionando-os sobre a existência de técnicos de turismo ou pessoas a trabalharem especificamente nesta área, nas suas instituições.

Pudemos constatar que mais de metade dos organismos contactados não dispõe de técnicos especializados na área do turismo. Esta situação pode denotar algum “amadorismo” quanto a tratamento de questões ligadas a este sector. Dos que afirmaram dispor de pessoas a trabalhar na área do turismo, estão cerca de metade das autarquias contactadas, sendo estas as que mais têm apostado no desenvolvimento turístico a nível municipal.

***D - Integração com demais sectores produtivos locais***

Uma das características de uma estratégia turística a nível local é a vinculação com o território e a integração das restantes actividades produtivas locais. Neste sentido, procurou-se saber, pela experiência dos entrevistados, se esta integração é ou não uma realidade na região em análise.

Os entrevistados defendem que o turismo tem arrastado/impulsionado outros sectores produtivos locais (ou, tem-no feito, pelo menos, parcialmente, em alguns nichos de mercado), sobretudo decorrente da aposta na qualidade dos produtos endógenos (com certificação de alguns deles), proporcionando uma oportunidade de recuperar e revigorar produções agrícolas e artesanais que, de outro modo, tenderiam a desaparecer. Os entrevistados que se mostraram mais “pessimistas” referem que é, ainda, escassa a aposta nestes produtos locais e que a integração se revela difícil pela inexistência de uma entidade que a promova, salientando que constatarem que os principais beneficiados continuam a ser os estabelecimentos de alojamento e restauração e, nalguns casos, o comércio.

***E - Criação de parcerias e cooperação***

Um dos aspectos identificados na literatura para o sucesso do desenvolvimento turístico tem a ver com o esforço de consenso e cooperação entre os agentes envolvidos. Consequentemente, procurou-se saber se, na opinião dos entrevistados, havia ou não, no território em análise, abertura à cooperação e ao trabalho em parceria.

Apesar da maioria dos entrevistados afirmarem que já participaram ou participam em parcerias, admitem, contudo, que ainda há muito trabalho a fazer neste campo. Em termos formais, apesar destas parcerias existirem, na prática, o trabalho continua a ser muito individualizado. Constatou-se, da análise das entrevistas, que os municípios do Vale do Lima cooperam com os municípios do Vale Lima e os do Vale do Minho com os do Vale do Minho e, mais facilmente, com o outro lado da fronteira do que com os municípios portugueses vizinhos da parte Sul.

A nível empresarial esta situação ainda é mais difícil pois a mentalidade não está aberta à colaboração e ao esforço conjunto e não havendo “imposição legal” ou entidade que promova esta união de esforços, cada um continua “remetido ao seu espaço”.

#### ***F - Cooperação territorial (territórios limítrofes e Galiza)***

Tratando-se de um território fronteiriço, com fortes ligações à outra margem do Rio Minho, importava saber a opinião dos entrevistados sobre como são vistos os actores do outro lado da fronteira.

Um número muito significativo dos entrevistados defende a existência ou estabelecimento de parcerias transfronteiriças. Contudo, reconhecem, na sua maioria, que ainda muito tem de ser feito a este nível, sendo a promoção turística, com a aposta na imagem de um destino, dois países, um ponto de interesse e atenção.

A opinião mais centrada na visão empresarial, do sector privado, reconhece que, se as dificuldades, ao nível da cooperação, são grandes em termos de proximidade, estas aumentam com as distâncias e o menor conhecimento das realidades.

#### ***G - Promoção***

Da análise às entrevistas ficou clara a percepção das falhas na promoção, sendo apontada a falta de coordenação das estratégias de organização e promoção, resultante da confusão de competências, ao nível das autarquias, associações de municípios (Vale do Minho e Valimar) e região de turismo, como factor principal que contribui para esta situação. Em consequência, desencadeiam-se iniciativas individuais que, para além de “esvaziarem” funcional e financeiramente a RTAM (que é constituída, em grande parte, pelos municípios em análise, que canalizam parte dos seus fundos para brochuras próprias e promoção individual, participando, nalguns casos, em feiras do turismo de forma autónoma), se revelam pouco eficazes, por insuficiente escala/dimensão.

As soluções apontadas passam, no caso de alguns entrevistados, pela fusão das regiões

de turismo (Alto e Verde Minho), criando-se uma grande região do Minho, apoiada por estruturas municipais mas que centralize a organização e promoção e, noutros casos, em que se denota uma clara ruptura com o órgão turístico regional – RTAM, pela atribuição de um papel mais interventivo às associações de municípios, não ficando claro o papel que caberia às regiões de turismo, neste caso.

Detectámos uma escassa união de vontades entre os municípios e os outros organismos com responsabilidades na área do turismo. Os localismos municipais exacerbados (Pereiro Pérez e Conde, 2005) travam a coordenação de uma oferta turística bem planeada e dificultam, em muito, a dinamização turística.

### *H - Factores de sucesso e dificuldades*

Ao finalizar as entrevistas foi pedido, ainda, que ordenassem, a partir de uma listagem fornecida (Anexo2), alguns factores de sucesso e de dificuldade no desenvolvimento turístico, na sub-região em estudo, do mais ao menos importante.

**Quadro 7.1** – Factores de êxito e de dificuldades no desenvolvimento turístico no Minho-Lima

Factores de Êxito	1 <sup>a</sup>		2 <sup>a</sup>		3 <sup>a</sup>		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Recuperação e dinamização dos centros históricos	5	26	7	37	5	26	17	30
Aposta numa disciplina urbanística e ambiental	1	5	-	-	2	11	3	5
Gastronomia	4	21	6	32	3	16	13	23
Experiência ao nível TER	2	11	1	5	-	-	3	5
Corredores culturais e ambientais (nomeadamente, com ligações à Galiza)	-	-	-	-	2	11	2	4
Melhorias nas acessibilidades	7	37	3	16	6	32	16	28
Parcerias entre municípios dos Vales do Minho e Lima e congéneres galegos	-	-	2	11	1	5	3	5
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>
Factores de Dificuldade	1 <sup>a</sup>		2 <sup>a</sup>		3 <sup>a</sup>		Total	
	Nº	%	Nº	%	Nº	%	Nº	%
Falta de cultura empresarial	3	16	2	11	4	21	9	16
Falta de cultura de cooperação, a nível institucional e empresarial	3	16	10	53	2	11	15	26

Falta de alojamento de qualidade	1	5	2	11	2	11	5	9
Falta de actividades complementares ao alojamento (nomeadamente, empresas de animação turística)	-	-	1	5	2	11	3	5
Falhas na promoção	10	53	4	21	3	16	17	30
Confusão/indefinição ao nível das competências de cada um	2	11	-	-	4	21	6	11
Défice de formação profissional	-	-	-	-	2	11	2	4
<b>Total</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>19</b>	<b>100</b>	<b>57</b>	<b>100</b>

Fonte: Elaboração própria.

A análise às respostas permite identificar os três factores de sucesso considerados mais importantes, por ordem decrescente: recuperação e dinamização de centros históricos, as melhorias nas acessibilidades e a gastronomia. Quanto às principais dificuldades apontadas, por ordem de importância decrescente: as falhas na promoção, a falta de cooperação, a nível institucional e empresarial, e a falta de cultura empresarial.

Estas respostas traduzem, em termos de factores de sucesso, a ideia da aposta nos recursos endógenos, bem como na importância de os tornar acessíveis aos turistas.

Quanto às dificuldades, tal como tinha ficado expresso ao longo das entrevistas, são as deficiências na promoção e no estabelecimento de esforços de cooperação que são apontadas como bloqueadores do desenvolvimento turístico da sub-região.

## **7.2 Operadores turísticos: a restauração**

Atendendo à importância que a gastronomia assume na imagem do Minho-Lima, considerou-se relevante ouvir os intervenientes deste ramo de actividade, utilizando-se um inquérito que foi aplicado a 105 restaurantes da sub-região, tendo obtido resposta de 88.

Neste sub-capítulo iremos analisar os dados recolhidos através destes inquéritos aos proprietários de restaurantes no Minho-Lima, sendo a análise subdividida segundo os blocos definidos na metodologia.

No primeiro subconjunto de questões foram identificados os seguintes parâmetros: sexo, idade e naturalidade do(s) proprietário(s), tipo de propriedade, período de funcionamento, pertença a grupo de restauração/hoteleiro e ajudas para instalação do estabelecimento.

Começando com os dados gerais dos restaurantes e dos seus proprietários, importa destacar que 60,2% dos proprietários dos restaurantes contactados são empresários individuais. Dos 35 restaurantes que funcionam sobre a forma de sociedade, 85,7% são sociedades familiares (formadas, maioritariamente, por casais, existindo alguns casos de pais e filhos). Os proprietários são maioritariamente do sexo masculino (73%), sendo 61,4% dos restaurantes contactados geridos apenas por homens, contra 10,2% geridos apenas por mulheres.

Do número total de proprietários, 12,8% tem menos de 35 anos, 37,6% tem entre 36 e 50 anos e 49,6% tem mais de 50 anos.

Quanto à naturalidade dos proprietários, 70,1% dos restaurantes pertenciam a pessoas do concelho, subindo esta percentagem para cerca de 75%, se considerássemos as sociedades em que, pelo menos, um dos sócios era do concelho. Em 11,5% dos restaurantes, os proprietários eram de concelhos vizinhos (pertencentes à sub-região Minho-Lima) e em 10,3% eram geridos por indivíduos de fora da sub-região.

No que respeita ao período de funcionamento, foi possível constatar que cerca de 47,1% dos restaurantes contactados iniciaram a sua actividade à menos de 10 anos (embora 43,9% destes tenham apenas mudado de gerência), enquanto 31% se encontram em funcionamento à mais de 20 anos.

O aumento da oferta, nos últimos anos, deve-se, de acordo com os proprietários, não apenas ao aumento dos visitantes e às expectativas criadas face ao papel que o turismo poderá desempenhar na região, mas também à procura e ao novo consumo dos locais (como iremos ver mais à frente, quando abordarmos o tipo de cliente).

Quanto a ajudas/subsídios para a instalação ou remodelação do estabelecimento, 79,5% dos restaurantes contactados afirmaram não ter tido qualquer tipo de ajuda (embora alguns, ainda que em reduzido número, tenham apresentado candidaturas).

Isto poderá ajudar a justificar a reduzida percentagem de restaurantes que procederam a uma remodelação dos estabelecimentos (26,1%) nos últimos 5 anos.

Num outro subconjunto de questões, abordaram-se alguns aspectos laborais: número de trabalhadores, sexo, idade, naturalidade e tipo de contrato.

O emprego directo gerado pelos restaurantes contactados pode ser definido em dois tipos: por um lado, o emprego familiar (44,7%) e, por outro lado, o emprego não familiar (do qual 9,1% corresponde a trabalhadores sem vínculo efectivo). De realçar que apenas alguns restaurantes admitiam contratar trabalhadores sazonalmente, não

concretizando, no entanto, o número preciso.

Os funcionários são na sua maioria (78,6%) naturais do concelho onde está instalado o restaurante, representando uma percentagem de 88,5%, se considerarmos toda a sub-região do Minho-Lima, constatando-se uma baixa qualificação dos trabalhadores, com excepção de alguns restaurantes de maior qualidade.

Apesar do impacte directo do emprego ao nível da restauração nos índices de emprego da sub-região poder parecer pouco significativo, importa ter presente que estes restaurantes actuam como dinamizadores e catalizadores de outros sectores económicos, o que demonstra a sua potencialidade indirecta. Podemos constatar este facto se analisarmos o papel dos restaurantes como elementos de dinamização e divulgação dos produtos locais. Os restaurantes contactados utilizam na sua grande maioria (89,8%) produtos locais, dinamizando a economia local e possibilitando uma oferta de maior qualidade.

Contudo referem a dificuldade em obter estes produtos pois, muitas vezes, não existe uma estrutura que faça a ligação entre os produtores locais e os restaurantes.

Os restaurantes, quando associados ao serviço hoteleiro, funcionam como um complemento importante do funcionamento da empresa quando se fazem sentir os efeitos da sazonalidade. Na verdade, a restauração não sofre as oscilações da procura da mesma forma e tem a possibilidade de oferecer os seus serviços ao conjunto dos habitantes locais e das áreas vizinhas.

De facto, atendendo à capacidade dos restaurantes, cerca de 66% têm mais de 60 lugares, sendo que 24,1% têm mais de 100 lugares (oscilam entre os 110 e os 500), o que permite alargar a oferta para casamentos, comunhões, outras cerimónias, reuniões empresariais, etc., diversificando a oferta na conquista de diferentes públicos-alvo.

Quando questionados sobre o tipo de clientes, 52,3% dos restaurantes responderam que o público é, normalmente, diversificado, predominando os locais e gente de passagem durante a semana, e turistas ou excursionistas, durante o fim-de-semana. Os residentes são os clientes habituais para 19,8% dos restaurantes contactados e 18,6% responderam que os turistas nacionais são a sua maioria de clientes.

Os turistas estrangeiros têm, ainda, pouco peso na clientela dos restaurantes contactados, embora cerca de 8,1% tenham afirmado que os seus clientes são, sobretudo, espanhóis.

No que se refere ao trabalho ao nível da promoção turística, apesar da maioria dos



restaurantes contactados (61,4%) participarem nas iniciativas levadas a cabo pelas autarquias em que se inserem, mais de 45% classificaram de fraco ou muito fraco o trabalho dos municípios a este nível. As principais queixas prendiam-se com a escassez de eventos, os problemas/falhas na divulgação e promoção dos mesmos e dificuldades na coordenação com municípios vizinhos. A crítica às falhas na promoção estende-se, também, à Região de Turismo, a quem acusam de fazer pouco pela restauração, uma vez que entendem que o trabalho deste organismo no que respeita à resolução dos problemas que se prendem com a época baixa não tem tido muita eficácia. De facto, apesar de mais de 80% dos restaurantes contactados participarem no evento *Domingos Gastronómicos*, a maioria encara este evento como um feito isolado, e com poucas repercussões para além do período em que decorre o mesmo. Os entrevistados demonstraram desconhecer outras medidas ou planos que, quer autarquias quer a RTAM, pudessem estar a implementar.

Em termos individuais, a promoção é um aspecto sobre o qual os restaurantes contactados demonstraram pouco interesse/prestar pouca atenção. Como instrumentos de auto-promoção, alguns restaurantes dispõem, apenas, de placas identificativas à entrada do local e cartões personalizados. Não dispõem de páginas *web* próprias e, nalguns casos, desconheciam que apareciam identificados nas páginas *web* da RTAM e das câmaras municipais que dispõem de página na *Internet*.

A promoção em rádios e jornais locais foram os meios mais referidos pelos entrevistados, tendo poucos admitido a participação em páginas *web* especializadas e a realização de iniciativas individuais dedicadas a um produto específico (normalmente da época), que funciona como forma de auto-promoção.

Foi possível constatar ao longo das entrevistas, apesar de algumas excepções, pouca cooperação e escassa união de vontades entre os restaurantes e as entidades que, em teoria, promovem ou deveriam promover conjuntamente com estes.

Por outro lado, existe, também, pouca predisposição para realizar actividades em conjunto com outros restaurantes, optando por actuar independentemente e de acordo com critérios próprios. Assim, apesar de 81,8% dos restaurantes fazerem parte de associações de empresários e comerciantes que representam os interesses do sector, não têm experiência de actividades concertadas, à excepção dos “Domingos Gastronómicos”, tendo 87,5% admitido que não tinham qualquer relacionamento com empresários da região e 9,1% referiam que o faziam apenas de modo informal.

De igual modo, apesar da proximidade com a Galiza, 72,7% dos entrevistados responderam não conhecer ou conhecer pouco a oferta turística do outro lado da fronteira, não existindo praticamente nenhum relacionamento com empresários galegos (95,5% responderam não ter qualquer relacionamento com empresários galegos).

Quando questionados sobre os motivos que levam os turistas a visitarem os municípios em que se encontram instalados, 20% dos entrevistados colocaram o património natural em primeiro lugar, seguido do património construído (13,8%), representando a gastronomia o motivo principal para 9,2% dos inquiridos e as festividades para 6,2%. Contudo, a maioria dos entrevistados (44,6%) referiam que era o conjunto dos recursos anteriormente citados que motivavam os turistas.

### **7.3 Turistas**

Os operadores turísticos e decisores públicos associados a um certo destino turístico estão interessados em conhecer a contribuição de cada um dos recursos turísticos (atributos) e respectivos níveis para o sucesso desse destino, tal qual resulta das preferências expressas pelos actuais ou potenciais consumidores (turistas). Com esse conhecimento podem avaliar a consistência da estratégia de aproveitamento desses recursos, bem como tomar decisões mais informadas em termos de promoção dos produtos e serviços do destino turístico, tomando por base a carteira de recursos que estão disponíveis.

Assim, a consciência da importância que tem a opinião dos turistas para uma correcta formação de um novo destino, ou para a consolidação ou melhoria de um já existente, motivou a utilização da *Análise Conjunta*, enquanto técnica de preferências declaradas. Esta técnica foi aplicada como meio de identificação das preferências dos turistas nacionais e estrangeiros no que respeita aos recursos turísticos que a sub-região do Minho-Lima, como destino de férias, deve oferecer.

Para esta análise, a principal fonte de dados resultou do inquérito realizado a 350 turistas, 74 estrangeiros e 276 nacionais.

Neste inquérito era pedido aos turistas que, perante uma sequência de 12 perfis de destino turístico, os ordenassem segundo uma hierarquia de 1 (mais preferido) a 12 (menos preferido).

A análise dos dados resultantes destes inquéritos foi realizada em termos totais (todos os dados conjuntamente) e em termos de nacionalidade dos turistas (nacionais e

estrangeiros).

Relativamente aos dados pessoais dos inquiridos, como já foi referido, num total de 350 turistas, 74 são estrangeiros (21,1%) e 276 portugueses (78,9%).

Quanto às faixas etárias, verifica-se que 77,7% dos inquiridos têm entre 18-30 anos, 15,1% entre 31-40 anos, 4% entre 41-50 e 3,1% mais de 50 anos.

No que respeita ao estado civil dos inquiridos, 75,1% são solteiros, 22% casados, 2,6% divorciados e 0,3% viúvos.

Relativamente às habilitações literárias, 54,9% dos turistas dispõem de formação de nível superior. Os restantes (45,1%) encontram-se repartidos da seguinte forma: ensino secundário (43,4%), ensino básico 3º ciclo (0,9%), ensino básico 2º ciclo (0,6%) e ensino básico 1º ciclo (0,3%).

No que se refere às características dos destinos, quanto à presença de recursos turísticos, os resultados obtidos são os seguintes:

**Quadro 7.2** – Utilidades estimadas e importância dos atributos (total dos inquiridos)

Atributo	Nível	Utilidade	Importância
Recursos Naturais-Água	Praias Oceânicas	1,768	31,790
	Praias Fluviais	-0,407	
	Rios e Ribeiros	-1,361	
Recursos Naturais-Terra	Serras e Montes	-0,020	17,205
	Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	0,057	
	Parques Naturais de Recreio e Lazer	-0,037	
Recursos Etnográficos	Festas	0,191	18,591
	Artesanato	-0,284	
	Gastronomia	0,093	
Recursos Históricos	Património Arqueológico	0,938	32,415
	Património Religioso	-0,649	
	Património Militar	-0,399	
	Património Civil	0,110	
Constante		6,500	
<i>Pearson's R</i>		0,996	
<i>Kendall's tau</i>		0,970	

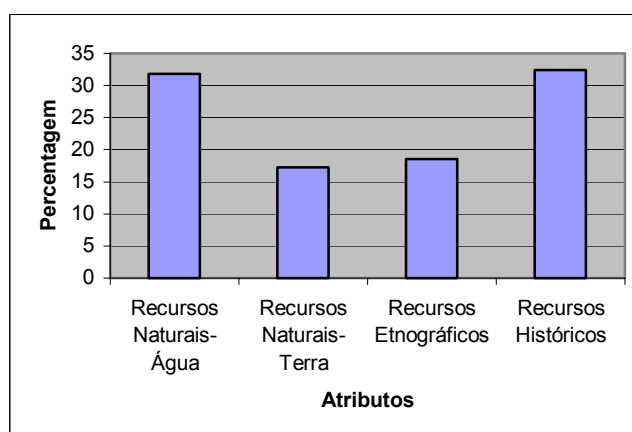
Fonte: Elaboração própria.

Relativamente à qualidade do ajustamento, ela foi feita mediante o cálculo do

coeficiente de correlação entre as classificações manifestadas pelos turistas que compõem a amostra e as previstas pelo modelo, recorrendo aos métodos *tau de Kendall* e coeficiente de correlação de *Pearson*. Tendo em conta os valores destes indicadores (*tau de Kendall*: 0,970; e R de *Pearson*: 0,996), a qualidade do ajustamento verificou-se ser elevada.

A partir do Quadro 7.2, podemos constatar que os recursos turísticos mais valorizados pelos turistas são os Recursos Históricos, com 32,4%, seguidos dos Recursos Naturais-Água, com 31,8% de importância. O atributo menos valorizado é o que aparece definido como Recursos Naturais-Terra, com 17,2%. Contudo, se agregarmos os Recursos Naturais (Água e Terra), estes atingem uma importância de 49%.

**Figura 7.1 – Importância dos atributos**



A partir dos resultados anteriores (Quadro 7.2), podemos assumir que o perfil de destino que os turistas que visitam o Minho-Lima preferem tem as seguintes características:

**Quadro 7.3 – Perfil/Alternativa de escolha preferida**

<b>Destino</b>	Recursos Naturais-Água	Praias Oceânicas
	Recursos Naturais-Terra	Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida
	Recursos Etnográficos	Festas
	Recursos Históricos	Património Arqueológico

A preferência relativamente a um produto ou serviço pode ser representada pelo valor total da sua utilidade. No nosso caso, a utilidade total reportada ao perfil anterior pode

ser obtida somando as utilidades parciais associadas aos níveis dos atributos que compõem o mesmo:

$$\text{Utilidade Total Perfil Preferido} = \text{Constante} + \text{Utilidade (Praias Oceânicas)} + \text{Utilidade (Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida)} + \text{Utilidade (Festas)} + \text{Utilidade (Património Arqueológico)}$$

$$\text{Utilidade Total Perfil Preferido} = 9,45$$

Em contraste, o perfil de destino com menos interesse para os turistas tem as seguintes características:

**Quadro 7.4** – Perfil/Alternativa de escolha menos preferida

<b>Destino</b>	Recursos Naturais-Água	Rios e Ribeiros
	Recursos Naturais-Terra	Parques Naturais de Recreio e Lazer
	Recursos Etnográficos	Artesanato
	Recursos Históricos	Património Religioso

$$\text{Utilidade Total Perfil Menos Preferido} = \text{Constante} + \text{Utilidade (Rios e Ribeiros)} + \text{Utilidade (Parques Naturais de Recreio e Lazer)} + \text{Utilidade (Artesanato)} + \text{Utilidade (Património Religioso)}$$

$$\text{Utilidade Total Perfil Menos Preferido} = 4,17$$

Se analisarmos os resultados em função da nacionalidade dos entrevistados, obtemos percentagens de importância dos atributos semelhantes aos apresentados anteriormente.

**Quadro 7.5** – Utilidades estimadas e importância dos atributos (estrangeiros)

Atributo	Nível	Utilidade	Importância
Recursos Naturais-Água	Praias Oceânicas	1,641	27,908
	Praias Fluviais	-0,316	
	Rios e Ribeiros	-1,325	
Recursos Naturais-Terra	Serras e Montes	0,293	16,503
	Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	-0,355	
	Parques Naturais de Recreio e Lazer	0,062	
Recursos Etnográficos	Festas	0,702	18,731
	Artesanato	-0,330	
	Gastronomia	-0,372	

Recursos Históricos	Património Arqueológico	0,995	36,858
	Património Religioso	-1,405	
	Património Militar	-0,243	
	Património Civil	0,653	
Constante		6,500	
<i>Pearson's R</i>		0,999	
<i>Kendall's tau</i>		1,000	

Fonte: Elaboração própria.

É possível constatar, no que respeita aos Recursos Naturais-Água, que quer nacionais quer estrangeiros preferem as *Praias Oceânicas* e, nos Recursos Históricos, a preferência vai claramente para o *Património Arqueológico*.

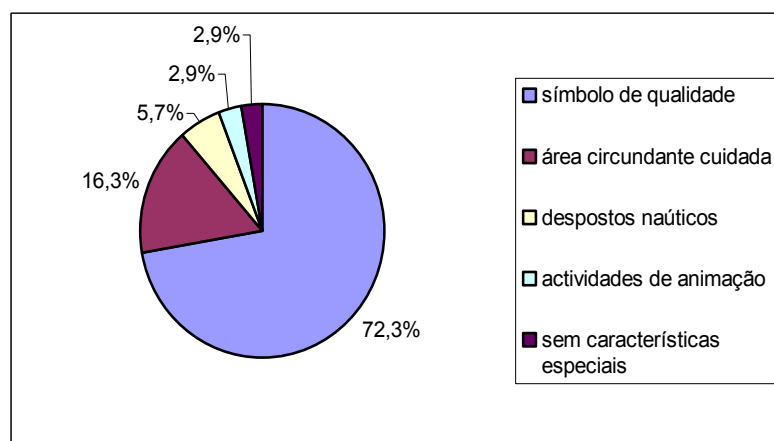
Contudo, podemos observar algumas diferenças quanto aos perfis preferidos: os turistas nacionais preferem os *Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida*, enquanto os turistas estrangeiros valorizam mais as *Serras e Montes* e, no caso dos Recursos Etnográficos, os nacionais atribuem maior importância à *Gastronomia* enquanto os estrangeiros às *Festas*.

A última secção dos questionários consistiu numa série de características específicas de um conjunto de recursos turísticos que os entrevistados teriam de ordenar numa escala de 1 (mais importante) a 5 (menos importante).

Os recursos seleccionados foram: *Praias, Rios, Áreas Naturais, Património Histórico, Artesanato, Festas e Gastronomia*.

No que respeita às *Praias*, os turistas atribuíram maior importância ao símbolo de qualidade (72,3%) e ao cuidado com a área circundante (16,3%), o que representa 310 turistas, número bastante significativo.

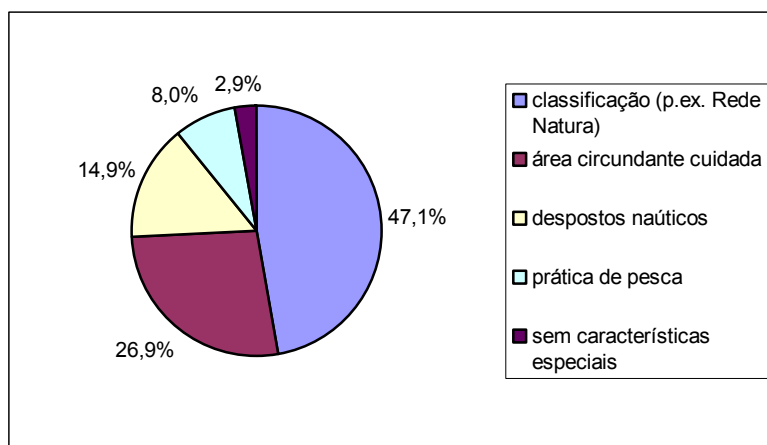
**Figura 7.2 – Características do recurso *Praias***



Fonte: Elaboração própria.

Quanto aos *Rios*, a preocupação com a classificação (47,1%) e com a área circundante (26,9%) reúnem, também, o maior consenso, seguida da possibilidade de praticarem desportos náuticos, com uma percentagem, igualmente, acima dos dois dígitos (14,9%).

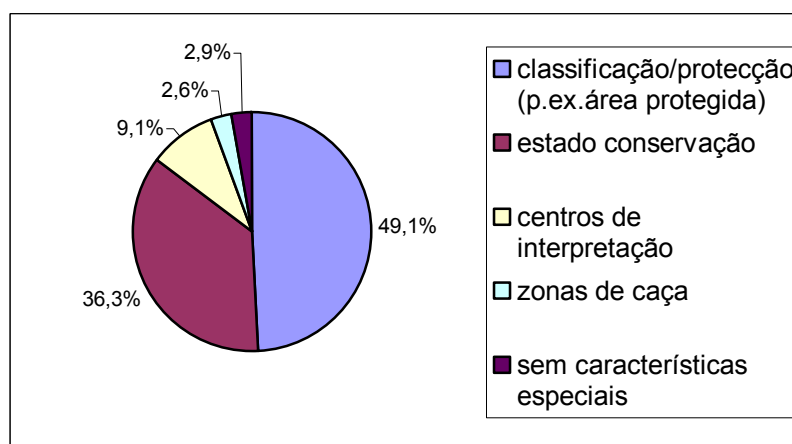
**Figura 7.3 – Características do recurso *Rios***



Fonte: Elaboração própria.

Ao nível das *Áreas Naturais*, o interesse pela classificação/protecção das mesmas (49,1%) e o seu estado de conservação (36,3%) reuniram a maior preferência.

**Figura 7.4 – Características do recurso *Áreas Naturais***



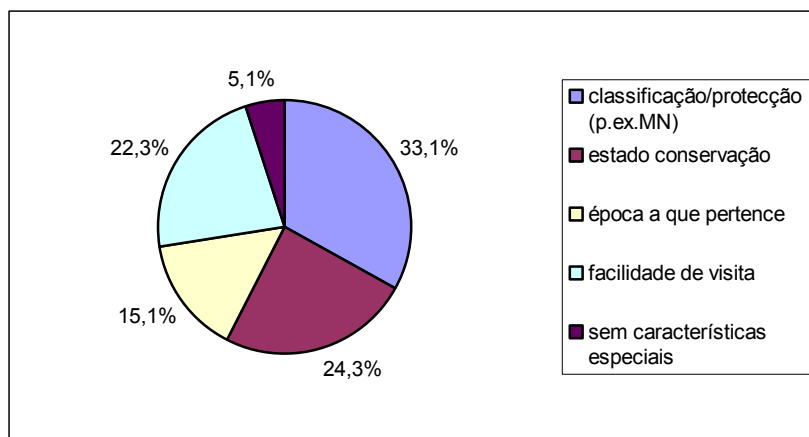
Fonte: Elaboração própria.

Deste modo, é possível constatar que, relativamente aos recursos naturais, as principais preocupações dos turistas prendem-se com o estado de conservação e preservação

destes recursos.

A classificação/protecção (33,1%) detida pelo *Património Histórico* é a característica deste recurso que os turistas mais valorizam, seguida do estado de conservação (24,3%) e da facilidade de visita (22,3%).

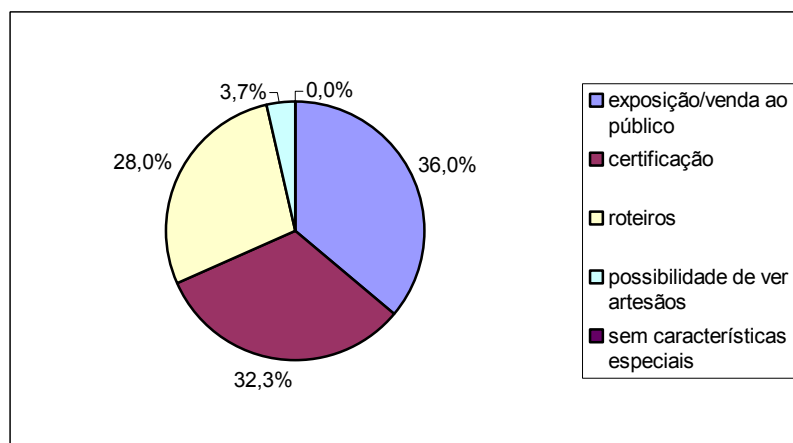
**Figura 7.5 – Características do recurso *Património Histórico***



Fonte: Elaboração própria.

Quanto aos recursos etnográficos, o *Artesanato* e as *Festas* apresentam uma maior distribuição das escolhas. No caso do *Artesanato*, 36% dos turistas valorizam, preferencialmente, a existência de exposições/venda ao público, 32,3% a certificação e 28% os roteiros.

**Figura 7.6 – Características do recurso *Artesanato***

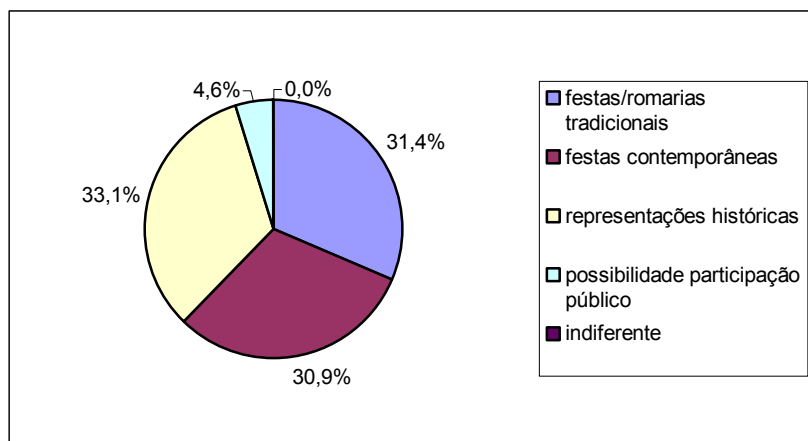


Fonte: Elaboração própria.



Quanto às *Festas*, 33,1% gostariam de assistir a representações históricas, 31,4% a festas e romarias tradicionais e 30,9% a festas contemporâneas.

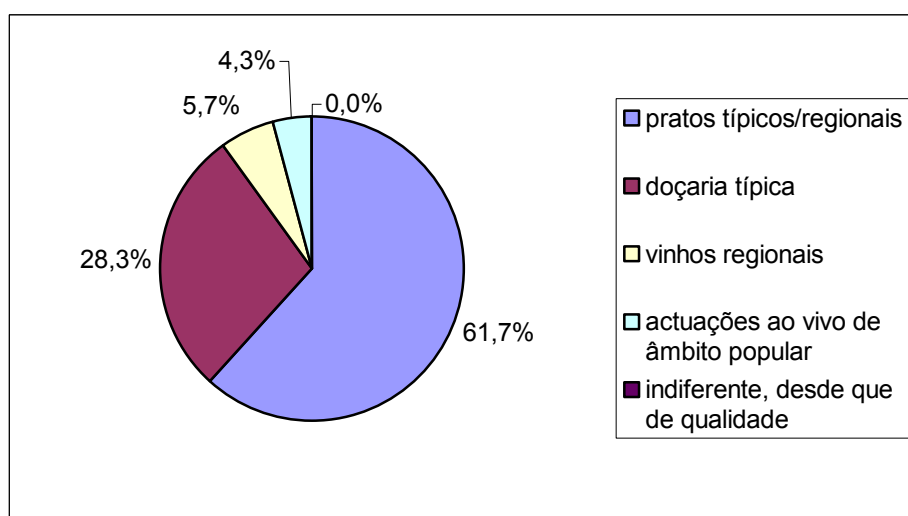
**Figura 7.7 – Características do recurso *Festas***



Fonte: Elaboração própria.

Na *Gastronomia*, os pratos típicos/regionais reúnem o consenso da maioria dos turistas inquiridos (61,7%), seguida da doçaria típica (28,3%), representando estas características as preferências de 315 turistas.

**Figura 7.8 – Características do recurso *Gastronomia***



Fonte: Elaboração própria.

Neste capítulo analisou-se a importância do envolvimento dos diferentes agentes no desenvolvimento do turismo no Minho-Lima pois o desenvolvimento turístico competitivo e sustentável depende do interesse, empenho, e atitude dos diferentes agentes (públicos e privados) face ao turismo.

Assim, procurou-se auscultar diversos actores institucionais (câmaras municipais, associações de municípios, associações empresariais e representantes do sector, região do turismo), bem como proprietários da restauração para conhecer as suas sensibilidades relativamente ao sector do turismo, as suas principais preocupações, problemas, objectivos, expectativas e acções desenvolvidas neste âmbito.

Quanto aos turistas, procurámos avaliar as suas preferências em termos de recursos turísticos e as características destes que eles mais valorizam.

Tendo presente a informação recolhida, será possível identificar as principais insuficiências e potencialidades com que a actividade turística se confronta no território em análise, bem como apontar algumas propostas de actuação com vista ao seu desenvolvimento e de todas as actividades que com ela interagem, contribuindo para um novo impulso no turismo do Minho-Lima. Daremos conta disso no próximo capítulo.

## **8 Contributos de estratégia para o desenvolvimento turístico da sub-região**

Da análise do potencial turístico e das entrevistas e inquéritos realizados foi possível constatar a existência de um importante potencial turístico na sub-região em estudo em resultado da variedade e singularidade dos seus recursos, da melhoria registada nas acessibilidades, embora ainda se tenham detectado algumas falhas quer a este nível quer nas infra-estruturas de qualidade, que começam agora a ser colmatadas, bem como ao nível da cooperação e coordenação entre os diversos agentes envolvidos.

Assim, o Minho-Lima apresenta um conjunto de potencialidades turísticas, nomeadamente condições naturais e patrimoniais, alicerçadas no património natural, histórico e cultural, na gastronomia e vinhos e nas festas e romarias, que conferem à sua oferta um carácter diversificado e plural, potencialmente capaz de contribuir para a fidelização dos turistas que visitam a sub-região.

Apesar disto, o turismo no Minho-Lima enfrenta um conjunto de problemas que condicionam o seu desenvolvimento e que justificam a adopção de um conjunto de medidas que visem a sua resolução, aproveitando sinergias e recursos de todo o território, e que serão objecto de análise nos pontos que se seguem.

### **8.1 Diagnóstico/Análise das debilidades e potencialidades**

Pese embora as potencialidades que lhe são reconhecidas, o sector do turismo no Minho-Lima apresenta um peso relativamente baixo na economia regional, se comparado com outras regiões do país, e atendendo ao seu potencial. Esta situação está relacionada com diversos problemas que importa reportar e ultrapassar, de forma a dar um impulso no turismo da sub-região.

Neste contexto, iremos, de seguida, identificar, de forma sistematizada, as principais debilidades e ameaças, bem como as forças e oportunidades com que se depara o Minho-Lima no âmbito do turismo.

#### **8.1.1 Debilidades e ameaças**

- **ausência de uma cuidada organização e administração dos recursos turísticos** – face ao perigo de abandono, desvalorização e deterioração de parte do património

histórico-monumental e natural e à escassa utilização deste último e da maioria do património etnográfico como recurso turístico, impõe-se uma prospecção adequada dos recursos turísticos, procurando antecipar as necessidades de preservação e organização dos mesmos. À excepção da RTAM e de alguns municípios, muito poucos, não existe esta preocupação por parte dos agentes envolvidos e, como consequência, muitos dos recursos não estão preparados para serem visitados, estão em más condições de conservação e não dispõem de sinalização adequada.

- **escassa ou nula oferta de alojamento e de restauração de qualidade/alto nível** – no caso das infra-estruturas turísticas não existe nenhum hotel de 5 estrelas e predominam os estabelecimentos de alojamento e restauração de menor categoria. Esta situação dá origem a um desajustamento entre a oferta real e a promoção do destino, e implica ignorar ou renunciar a um segmento da procura que apresenta uma maior capacidade de gasto e, habitualmente, com maiores preocupações em termos ambientais, interessado em destinos turísticos com variedade de recursos, especialmente os históricos. Este problema assume maior gravidade nos municípios, já por si, com outro tipo de carências ao nível das acessibilidades e outros equipamentos.

- **algumas fragilidades ao nível das acessibilidades** – verifica-se um desajustamento entre as boas comunicações para aceder ao Minho-Lima a partir do exterior da sub-região e os difíceis movimentos no seu interior e, especialmente, a dificuldade de acesso a recursos específicos. Entendendo-se a acessibilidade de forma alargada, incluem-se aqui problemas com uma rede local de transportes públicos inadequada para os deslocamentos turísticos dentro de cada município e em toda a sub-região, estradas secundárias/locais a necessitar de melhoramentos, sobretudo nos municípios interiores, deficiente e, nalguns casos, má informação e sinalização dos lugares e recursos turísticos e escassa ou nula coordenação municipal para melhorá-la.

- **eventos e actividades de animação insuficientes** - existe uma escassa ou nula oferta de actividades/produtos turísticos com base no património histórico e poucos, muito singularizados, como é o caso das festas e romarias, dos roteiros pedestres e actividades radicais, que aproveitam os patrimónios natural e etnográfico. Contudo, tendo em conta a riqueza dos recursos do Minho-Lima e a procura cada vez menos contemplativa,

revelam-se insuficientes.

- **falta de recursos humanos qualificados** – em consonância com a realidade da sub-região em termos de escolaridade e de qualificação dos seus recursos humanos, assiste-se a uma baixa formação profissional dos activos do sector, espelhada nas reduzidas habilitações literárias, nas falhas na higiene no local de trabalho e dos próprios estabelecimentos, na falta de conhecimento de línguas estrangeiras, nos escassos conhecimentos sobre a oferta turística da região, entre outras.

- **inexistência de uma cultura empresarial propensa ao associativismo e à cooperação** – o facto dos estabelecimentos de alojamento e restauração do Minho-Lima serem, maioritariamente, de propriedade familiar, com escassa formação em gestão empresarial, ajuda, de algum modo, a explicar este comportamento, quer entre empresários do ramo quer com demais agentes do sector.

Não existem, portanto, relações fortes de cooperação entre os agentes, nem vontade de as estabelecer, muitas vezes. Assiste-se a uma descoordenação e fragmentação de iniciativas públicas e privadas, a uma escassa e nem sempre cordial relação entre as empresas do sector e as entidades públicas, e a um relacionamento pouco consistente entre o sector turístico e outras actividades, nomeadamente de cariz tradicional, bem como uma ausência de consciência dos benefícios por se tratar de uma zona de fronteira.

- **lacunas graves na promoção turística** – são apontadas falhas a este nível, que não são imputadas apenas ao sector público mas também ao sector privado, relacionadas não só com a existência de várias marcas, dispersão de recursos e escasso aproveitamento de sinergias mas com a fraca utilização das novas tecnologias como meio de promoção e comercialização.

- **ausência de uma imagem consolidada de destino** – relativamente à imagem de destino, subsiste a impressão negativa sobre a existência de várias marcas promocionais, que conduzem à dispersão de recursos financeiros, humanos e à perda de sinergias.

De facto, da análise efectuada aos dados recolhidos nas entrevistas aos agentes institucionais e nos inquéritos aos proprietários dos restaurantes, pode concluir-se que o

destino Minho-Lima, como território real, não existe na consciência dos seus actores. A ideia de destino comum no Minho-Lima, de beneficiarem por estarem numa região fronteiriça, e de cooperação na sub-região e com o outro lado da fronteira não existe numa parte significativa dos actores da região. Não existe uma definição clara da sub-região como destino turístico, o que pode, também, ser constatado quer na elaboração das ofertas, quer na promoção, realizada, em muitos casos, de forma individualizada por cada município. Tratando-se de um destino pouco conhecido e periférico, esta situação revela-se de maior gravidade, na medida em que se justificaria uma cuidada promoção exterior, pois os desentendimentos dentro da sub-região dão espaço para a notoriedade do Porto na área promocional do Porto e Norte de Portugal.

- **indefinições na organização institucional** do turismo – em resultado da indefinição relativamente às competências das diversas entidades no sector turístico (órgãos nacionais do turismo, regiões de turismo, câmaras municipais, associações de municípios, associações representativas do sector, etc.) que permita a definição conjunta da estratégia a desenvolver, constata-se uma notável descoordenação entre os agentes envolvidos/administrações locais para estruturar e completar a configuração da sub-região como destino turístico, diferenciado e singular.

### 8.1.2 Forças e oportunidades

- **potencial turístico de especial relevância** – este potencial sustenta-se na variedade e singularidade dos seus recursos, quer naturais quer histórico-monumentais e etnográficos. Em termos naturais, a sub-região apresenta uma diversidade de habitat, integrando mar, rios e montes, o que lhe confere a possibilidade de definir uma singular combinação de produtos turísticos de natureza.

Existe, igualmente, um importante e vasto património histórico-monumental e etnográfico, conferido na forte densidade de património classificado que se encontra em toda a sub-região, mas sobre o qual nem sempre existe o reconhecimento por parte da população local da sua importância, requisito fundamental para o seu uso turístico.

- **lugares de interesse turístico particular** – a existência de relevantes factores de localização no Minho-Lima, como o Parque Nacional da Peneda-Gerês, as Áreas Protegidas do Corno do Bico e Bertandos, os centros históricos e as casas de TER

espalhadas por toda a sub-região, permitem-lhe uma boa identificação como destino turístico.

- **boas acessibilidades inter-regionais** – este território apresenta boas facilidades de acesso a partir do exterior e proximidade face aos aeroportos do Porto e de Vigo e a outros destinos mais consolidados, o que poderá motivar as deslocações dos turistas. Importa, neste âmbito, destacar a complementaridade com as cidades de Braga, Guimarães e Porto, podendo a sub-região, dada a sua acessibilidade comparativa e amplos recursos, funcionar como complemento da motivação principal da viagem dos turistas que visitam aquelas cidades, com a deslocação destes ao Minho-Lima. De forma complementar à anterior, a deslocação a partir do Minho-Lima àquelas cidades, apresentando a consistência de um destino encadeado, revela-se perfeitamente viável. De igual forma, as cidades galegas de Vigo, Pontevedra e Ourense, podem ser entrada ou saída da sub-região.

- **carácter fronteiriço da sub-região** – a situação fronteiriça pode funcionar como um importante atractivo turístico, já que o Minho-Lima aparece ligado, em muitos aspectos, à Galiza, em termos de cultura, etnografia e recursos naturais comuns.

- **mudanças nos padrões de consumo e nas motivações da procura** – assiste-se a uma crescente valorização de zonas menos massificadas e com maiores níveis de qualidade ambiental e autenticidade, do contacto com a natureza, da descoberta do desconhecido e da diferenciação dos produtos, o que pode beneficiar destinos turísticos como o Minho-Lima.

- **centros de formação turística** – para além das diversas escolas profissionais e dos cursos ao nível do Ensino Superior, existe um novo pólo do Instituto Nacional de Formação Turística, a funcionar em Viana do Castelo, que proporcionarão as condições ideais para uma correcta formação de novos técnicos, bem como a necessária actualização de conhecimentos por parte dos actuais trabalhadores.

- **alternativa de desenvolvimento económico** – existe o reconhecimento por parte dos agentes locais que o turismo pode constituir-se como um factor estratégico alternativo, e

nalguns casos complementar, para estimular o desenvolvimento económico dos municípios e do Minho-Lima. Face à alteração na estrutura económica da sub-região, com a redução crescente do peso dos sectores primário e secundário, o baixo poder aquisitivo da sua população, e os problemas com o desemprego, o turismo afigura-se como uma solução com elevado potencial e interesse, sobretudo porque os municípios dispõem da “matéria-prima” necessária para o desenvolver, sendo preciso organizarem-se, planearem e promoverem aquilo que já existe.

## **8.2 Estratégia proposta**

Face à situação exposta, é imprescindível que os diversos actores com responsabilidades na área do turismo tomem consciência que as atitudes individualistas e as estratégias avulsas adoptadas até agora em nada têm contribuído para o crescimento e desenvolvimento sustentado do turismo no seu território. Assim, é necessário o envolvimento dos diferentes actores locais na concretização de medidas que podem ser agrupadas em cinco grandes vertentes, atendendo à estrutura das políticas de desenvolvimento endógeno proposta por Vázquez Barquero (apresentada nas pp. 14-16):

### **i) Recursos e infra-estruturas**

Da análise do factor recursos do Índice de Potencial Turístico (secção 6.1.1), é possível constatar que a sub-região, sobretudo Viana do Castelo e Ponte de Lima, dispõe de uma singular dotação de recursos naturais e uma riqueza ao nível do património histórico e etnográfico que importa sublinhar, desenvolvendo ofertas distintivas (centros históricos, áreas naturais, gastronomia e vinho verde, festas e romarias) e factores de qualificação (autenticidade, diversidade, tradição, hospitalidade), de acordo com a vocação natural de cada município e da sub-região como um todo. A diferenciação será a característica fundamental para que o Minho-Lima, enquanto destino turístico, reúna as condições de originalidade e se distinga dos demais.

Contudo, apesar do território ser dotado de excelentes recursos naturais (integra mar, rios e montes), constata-se a pouca importância atribuída a este tipo de recursos, por parte dos responsáveis pela elaboração do material de promoção deste território. Assim, atendendo à qualidade destes recursos, podem ser identificados uma combinação de produtos turísticos de natureza, dando-se especial relevância ao Parque Nacional da



Peneda-Gerês, às Áreas Protegidas, ao Turismo no Espaço Rural e ao Turismo Activo. Também ao nível do importante património histórico e etnográfico, nem sempre percebido pela comunidade local, deve ser reconhecido e sublinhado de modo a ser correctamente utilizado para fins turísticos.

A situação geográfica do Minho-Lima, constituindo um território fronteiro, deverá ser aproveitada de forma adequada, através de um planeamento dos recursos comuns. Sobretudo, importa orientar a oferta às características da procura.

Por outro lado, para que os recursos turísticos possam ser consumidos e comercializados por quem os procura é necessário um conjunto de infra-estruturas e serviços que ajudam a satisfazer a experiência turística. Neste sentido, importa proceder a melhorias nas acessibilidades intra-regionais, na sinalização e informação turística, promover a criação de uma oferta hoteleira e de restauração de elevada qualidade, bem como a requalificação da existente, renovando os hotéis e outros estabelecimentos e aumentando, quantitativa e qualitativamente, os serviços prestados.

A correcção das deficiências identificadas ao nível das acessibilidades e infra-estruturas, através dos factores acessibilidades e equipamentos do IPT, é um factor crucial para a melhoria da posição turística e económica das áreas menos favorecidas.

## **ii) Actividades de animação e eventos**

A animação é crucial para o desenvolvimento local e turístico de um território ao integrar e reter os visitantes, sendo importante conhecer a sua opinião para o sucesso das actividades a implementar. Assim, o apoio a actividades culturais e desportivas passíveis de serem usufruídas por turistas, a qualificação dos actuais espaços museológicos, a conservação do património construído e a possibilidade de o tornar acessível ao turista para visita, a criação de percursos pedestres e outras actividades com maior contacto com a natureza, serão actividades a privilegiar. Importa, igualmente, melhorar o calendário de eventos e, sobretudo, desenvolver uma maior coordenação para evitar actividades realizadas em simultâneo em municípios distintos. As actividades e eventos realizados em períodos alargados visarão, igualmente, atenuar o problema da sazonalidade de que sofre o turismo nesta sub-região.

## **iii) Actores e respectiva coordenação**

O sucesso da implementação da estratégia passará pelo reconhecimento por parte dos

empresários da estratégia como sendo sua, o que pressupõe o seu envolvimento e maior preponderância nas decisões. Para isso, importará, também, impulsionar as relações em rede entre os diversos actores públicos e privados e entre as empresas e intensificar as formas de cooperação. De facto, as relações em rede contribuirão para a partilha de informações, saberes-fazer e de experiências e para o aumento e melhoria da cooperação e parcerias entre os agentes, estimulando a integração horizontal de empresas e a interacção do turismo com os sistemas produtivos locais.

Ainda ao nível dos actores, revela-se fundamental elevar os níveis de formação profissional e de capacidade de gestão dos intervenientes nesta actividade, procurando aproveitar os centros de formação turística média e superior de qualidade existentes na sub-região (Escolas Profissionais, Escola de Hotelaria de Viana do Castelo – INFTUR, curso de Turismo da Escola Superior de Tecnologia e Gestão do IPVC, curso de Desporto e Lazer da Escola Superior de Educação do IPVC). Estas estruturas deverão ser aproveitadas para uma correcta formação dos novos técnicos, bem como para a necessária actualização de conhecimentos por parte dos actuais trabalhadores, criando-se um ambiente propício ao desenvolvimento de um turismo de qualidade.

#### **iv) Imagem de destino e promoção**

Urge definir, de forma clara, o modelo turístico do Minho-Lima, criando-se uma imagem identificativa comum e desenvolvendo-se um plano de promoção institucional conjunto. A este nível, importa ter presente o enquadramento do território na estratégia de desenvolvimento turístico da NUT II Norte e do país, de forma a implementar um desenvolvimento sustentado associado a iniciativas que consigam promover a sub-região enquanto destino turístico com base na qualidade e diversidade da sua oferta.

Embora, em termos nacionais e do mercado de proximidade (nomeadamente a Galiza), se admita a promoção em termos individualizados do Minho-Lima, ao nível dos mercados internacionais, advoga-se uma promoção feita de forma coordenada e articulada com a oferta turística de toda a NUT II Norte de Portugal.

Por outro lado, revelar-se-á de especial relevância rever as estratégias de promoção em vigor, no que respeita aos recursos e produtos envolvidos, tendo em conta os resultados dos inquéritos aos turistas que apontam para uma maior importância conferida aos recursos naturais, nomeadamente as Praias Oceânicas e os Parques Naturais ou de Paisagem Protegida, em detrimento do Património Religioso e do Artesanato. A esta

luz, numa perspectiva promocional, não estando os municípios do litoral, que integram o nosso objecto de análise, inseridos no Parque Nacional da Peneda-Gêres, teriam toda a vantagem em referir que este se encontra enquadrado na sub-região a que pertencem. Do mesmo modo, os municípios que fazem parte deste Parque Nacional, deveriam referir que se encontram a  $x$  km do litoral e, por essa via, de algum modo, incluir esse recurso na sua carteira de oferta.

Já no caso do Património Religioso e do Artesanato, considerados os mesmos resultados, dada a importância menor que lhes é conferida pelos turistas nacionais e estrangeiros, seria de rever o destaque que lhes vem sendo dado nas estratégias de promoção. Partindo da perspectiva que será desejável que um destino turístico disponha de uma carteira de produtos alargada, ao invés de estreita, parece fazer sentido que sejam tomados como recursos complementares, alternativamente à política actual dos apresentar como dois cartazes de visita do Minho-Lima.

Igualmente importante, a este nível, será o incremento do uso das novas tecnologias. Para além do aproveitamento individual destas, por parte dos empresários, como meio de promoção e comercialização, deve procurar-se desenvolver um portal conjunto, em resultado de parcerias público/privados, onde os turistas possam obter informação detalhada sobre a oferta turística do Minho-Lima. Este portal deverá ser objecto de actualizações constantes, com toda a informação necessária, incluindo preços e horários, podendo funcionar como elo de ligação com a informação de cada estabelecimento turístico, que poderá dispor, como referido acima, de sítio próprio com dados mais pormenorizados sobre os seus produtos e serviços. A intensificação da comunicação entre as empresas e os outros actores institucionais e associativos através das TIC's facilitará, igualmente, a partilha de informação e de conhecimentos e encurtará as distâncias.

#### **v) Organização institucional**

Justifica-se, em virtude da indefinição actual, um esclarecimento de competências das diversas entidades no sector turístico (órgãos nacionais do turismo, regiões de turismo, câmaras municipais, associações de municípios, associações representativas do sector, etc.), que permita a definição conjunta da estratégia a desenvolver.

Face à intenção do governo em reestruturar as regiões de turismo, assumindo-se o Norte de Portugal como uma Região Turística que compreende quatro sub-áreas turísticas:

Porto, Minho, Trás-os-Montes e Douro, extinguindo-se as actuais regiões de turismo, ganha consistência a criação de uma estrutura de gestão e coordenação turística sub-regional onde estejam representados actores públicos e privados locais, com uma participação concreta de todos, com preocupações ao nível da promoção e da comercialização mas, também, da qualificação do turismo. De facto, os agentes locais deverão estar preparados para fazer face aos novos desafios que se avizinham. Ao tomarem a iniciativa procurar-se-á regionalizar as actividades de planeamento, uma vez que serão os actores locais que, dispondo das ferramentas necessárias, melhor conhecerão o seu território e os seus recursos e traçarão os melhores caminhos a percorrer no sentido do desenvolvimento turístico da sub-região. É evidente que tudo isto implicará, a nível local, uma maior colaboração e coordenação público/privado e a existência de massa crítica de técnicos e de serviços que operacionalizem e monitorizem o(s) plano(s).

Em conclusão, estas são, em nossa opinião, os principais obstáculos e potencialidades, bem como algumas recomendações que devem merecer o cuidado dos agentes envolvidos no desenvolvimento turístico do território em apreço. Considera-se que a adopção das medidas propostas contribuirá para o desenvolvimento sustentado do turismo nesta sub-região, com o sector público e o sector privado a assumirem as respectivas responsabilidades e a adoptarem a necessária postura de colaboração.

Contudo, importa ter presente que o modelo de organização turística que se prevê implementar, de acordo com a proposta de decreto-lei para o sector, fazendo coincidir os destinos turísticos com as áreas político-administrativas, poderá pôr em causa a estratégia que se advoga de aposta nos recursos endógenos bem como algumas das medidas propostas.

## Conclusão

A evidência empírica mostra que o turismo pode dar uma contribuição real para o desenvolvimento do mundo rural e, no caso de certas regiões mais remotas e deprimidas, é um dos sectores melhor colocados para alcançar esse objectivo, sendo necessário desconcentrar-se e diversificar-se, aproveitando o potencial endógeno desses territórios.

O estudo que aqui se desenvolveu pretendeu contribuir para clarificar o papel do turismo no desenvolvimento de um território eminentemente rural, o Minho-Lima, analisando o seu potencial turístico assente nos recursos endógenos da sub-região, bem como compreender o comportamento dos diversos actores do território na dinâmica do desenvolvimento turístico desta área.

Do estudo realizado depreende-se que o Minho-Lima é uma sub-região periférica, fronteira, que obedece à tendência generalizada para o território português, de forte litoralização, de diminuição do saldo natural e de agravamento do fenómeno do envelhecimento demográfico, com elevadas taxas de analfabetismo e baixos níveis de escolaridade e qualificação os seus recursos humanos, com elevada dependência do sector terciário, com tendência a intensificar esta dependência.

Todavia, o Minho-Lima é, igualmente, rico em recursos naturais, paisagísticos, património construído, tradições (festas e romarias, gastronomia, folclore, ...), que a serem explorados convenientemente poderiam constituir uma forte potencialidade e uma forte imagem de marca da sub-região.

A análise do Índice de Potencial Turístico permitiu concluir que a sub-região em estudo apresenta, como foi sublinhado, um potencial turístico de especial relevância, sustentado na notável variedade e singularidade dos seus recursos, quer naturais quer histórico-monumentais e etnográficos, que permitiriam a elaboração de uma extensa gama de produtos turísticos. Destaca-se os elevados valores do factor recursos nos municípios de Viana do Castelo e de Ponte de Lima. No primeiro caso, este valor resulta da sua singular dotação de recursos naturais (dispõe de mar, rio e monte) e da riqueza do seu património histórico e etnográfico. No caso de Ponte de Lima, este potencial resulta do importante património construído, não só civil mas, também, religioso, bem como dos recursos etnográficos relevantes de que dispõe.

Contudo, apesar do território ser dotado de excelentes recursos naturais, constata-se a

pouca importância atribuída a este tipo de recursos, por parte dos responsáveis pela elaboração do material de promoção deste território.

Como referido aquando do cálculo do Índice, o valor real do potencial turístico de uma área depende, não apenas da quantidade e qualidade dos seus recursos, mas também do seu apetrechamento noutros factores, como as acessibilidades e os equipamentos.

Ao nível das acessibilidades, este território apresenta facilidades de acesso a partir do exterior e, como factor positivo adicional, proximidade a outros destinos mais consolidados, que poderão motivar as deslocações dos turistas.

Apesar disto, no que se reporta às acessibilidades internas e às infra-estruturas turísticas constata-se algumas debilidades, sobretudo, em termos qualitativos, e nos municípios mais interiores. Claramente, em razão das diferenças constatadas entre os diversos municípios em análise, estamos perante a necessidade de políticas públicas que, por um lado, combatam a tendência para o crescimento assimétrico do território e, por outro lado, reforcem a atractividade, como um todo.

A partir dos dados obtidos na análise da imagem (folhetos e páginas *web*), pode sublinhar-se que o grau de utilização dos recursos turísticos do território em estudo é reduzido, atendendo às potencialidades existentes, bem como é escassa a importância que está a ser dada ao território enquanto destino comum, o que se reflecte na sua promoção.

De facto, os municípios (e os agentes privados) continuam a ignorar a possibilidade de desenvolverem estratégias conjuntas e de colaborarem na promoção turística, destacando-se uma promoção exterior com uma confusa imagem do destino turístico, quer em termos do suporte físico em papel, quer nas páginas informativas na *Internet*. A imagem de destino não é consistente, apresentando-se, em muitos casos, de forma individualizada e sem qualquer coordenação.

Constata-se, assim, um claro desconhecimento da estrutura e funcionamento da imagem e sua coordenação com os instrumentos de ordenamento e planeamento da actividade turística, assim como da configuração do território como destino turístico.

Quanto ao envolvimento dos diferentes agentes no desenvolvimento do turismo na sub-região, constata-se que os diversos actores institucionais (câmaras municipais, associações de municípios, associações empresariais e representantes do sector, região do turismo), demonstram uma forte sensibilidade para o sector do turismo, embora não exista uma posição concertada sobre o papel que este sector pode desempenhar na sub-

região, com as consequências que isto tem em termos estratégicos. Os problemas com a promoção e a coordenação de esforços constituem as suas principais preocupações.

Relativamente aos operadores turísticos, mais concretamente, no caso da restauração, não se constata ligações horizontais de empresas, sendo perceptível uma cultura adversa a associações e parcerias. É claro o descontentamento com a promoção turística desenvolvida, pese embora o desconhecimento quanto à organização do sector e competências nesta área atribuídas aos diferentes agentes.

Ao nível dos turistas, os resultados que obtivemos na nossa aplicação empírica permitem-nos concluir que os recursos a que atribuem mais importância são as Praias Oceânicas e os Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida, em detrimento do Património Religioso e do Artesanato, o que terá como consequência a necessária revisão das estratégias de promoção em vigor.

Os resultados acabados de enunciar sugerem algumas propostas de actuação com vista ao desenvolvimento desta actividade económica e de todas quantas com ela interagem, de forma a dar um novo impulso no turismo da sub-região.

Ao nível dos recursos turísticos e infra-estruturas, salienta-se, relativamente aos primeiros, a necessária monitorização, qualificação e correcto aproveitamento para fins turísticos. No segundo caso, importa proceder a melhorias nas acessibilidades, na sinalização e informação turística, bem como à criação de uma oferta hoteleira e de restauração de qualidade e requalificação da existente.

O apoio ao desenvolvimento de actividades de animação turística e à melhoria e coordenação do calendário de eventos, de forma a satisfazer as necessidades e a reter por mais tempo os turistas, é outro conjunto de medidas que importa implementar.

Torna-se necessário, igualmente, envolver e dar maior capacidade de decisão aos empresários, impulsionar as relações em rede entre os diversos actores públicos e privados e entre as empresas, bem como intensificar as formas de cooperação. Ainda ao nível dos actores, revela-se fundamental elevar os níveis de formação profissional e de capacidade de gestão dos recursos humanos do sector.

A criação de uma imagem identificativa comum e o desenvolvimento de um plano de promoção institucional conjunto, tendo presente a opinião dos turistas, devem, também, merecer a atenção dos responsáveis pelo turismo da sub-região.

Para finalizar este conjunto de propostas, defende-se a criação de uma estrutura de gestão e coordenação turística sub-regional, onde estejam representados actores

públicos e privados locais, capaz de promover e comercializar o turismo da sub-região, mas, também, organizar, planear e qualificar o mesmo.

Não constituindo o desenvolvimento do turismo, por si só, a única e, nem sequer, a principal solução para os problemas demográficos e socio-económicos no meio rural, será fundamental que as estratégias a adoptar se encaminhem para a utilização do potencial endógeno do território, integrando-o num processo de desenvolvimento conjunto para que este signifique riqueza para todos os sectores e para todos os habitantes.

Assim, para que o Minho-Lima se consolide como destino turístico será necessário que todos os agentes, públicos e privados, desenvolvam acções no sentido de uma utilização mais eficiente dos recursos endógenos, bem como definam e, conseqüentemente, promovam uma imagem da sub-região como destino turístico comum.

Apesar das lacunas que a presente investigação visou suprir, ficaram por abordar várias temáticas que se oferecem de interesse para investigações futuras.

Assim, na sequência do trabalho desenvolvido, sugere-se imprescindível proceder a uma revisão do Índice de Potencial Turístico, com a recalibração dos coeficientes de ponderação atribuídos às suas componentes (recursos, acessibilidades e equipamentos), à semelhança da análise feita aos factores de ponderação relativos à natureza dos diferentes tipos de recursos.

A um outro nível, seria interessante considerar a atitude/opinião de outros operadores turísticos, bem como da comunidade local, no que ao turismo se reporta. Nomeadamente, no caso destes últimos, seria importante considerar as crenças e valores que atribuem ao papel que o turismo pode desempenhar no bem-estar da população, permitindo avaliar, desta forma, a utilidade que atribuem às actividades relacionadas com o turismo.



## Bibliografia

- ADAMOWICZ, W. *et al.* (1998), “Stated preference approaches for measuring passive use values: choice experiments and contingent valuation”, *American Journal of Agricultural Economics*, Vol. 80, Nº 1, pp. 65-75.
- AHMED, Z. (1991), “The influence of the component of a state’s tourism image on product positioning strategy”, *Tourism Management*, Vol. 12, Nº 4, pp. 331-340.
- AHMED, Z. (1996), “The need for the identification of the constituents of a destination’s tourist image a promotional segmentation perspective”, *Revue du Tourisme*, Vol. 51, Nº 2, pp. 44-57.
- ALTÉS, C. (1995), *Marketing y turismo*, Síntesis, Madrid.
- AMARAL FILHO, J. (1996), “Desenvolvimento regional endógeno em um ambiente federalista”, *Planejamento e Políticas Públicas*, Nº 14, Dezembro, pp. 35-70.
- AMARAL FILHO, J. (2001), “A endogeneização no desenvolvimento econômico regional e local”, *Planejamento e Políticas Públicas*, Nº 23, Junho, pp. 261-286.
- ANTÓN CLAVÉ, S. (2000), “Actividades y espacios turísticos: hacia la sociedad postindustrial”, em LÓPEZ PALOMEQUE, F. (Coord.) [2000], *Geografía de Europa*, Ed. Ariel, Barcelona, pp. 357-377.
- AROCENA, J. (1995), *El desarrollo local: un desafío contemporáneo*, Editorial Nueva Sociedad, Caracas.
- ASHWORTH, G. (1991), “Products, places and promotion: destination images in the analyses of the tourism industry”, em SINCLAIR, T. e STABLER, M. (Eds.) [1991], *The tourism industry: an international analyses*, CAB International, Wallingford.
- ASHWORTH, G. e DIETVORST, A. (Eds.) [1995], *Tourism and spatial transformations*, CAB International, Oxon.
- BALOGLU, S. (1997), “The relationship between destination images and

- sociodemographic and trip characteristics of international travelers”, *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 3, Nº 3, pp. 221-233.
- BALOGLU, S. e BRINBERG, D. (1997), “Affective images of tourism destination”, *Journal of Travel Research*, Vol. 35, Nº 4, pp. 11-15.
  - BALOGLU, S. e MCCLEARY, K. (1999), “A model of destination image formation”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, Nº 4, pp.868-897.
  - BAPTISTA, M. (1990), *O turismo na economia – uma abordagem técnica, económica, social e cultural*, Instituto Nacional de Formação Turística, Lisboa.
  - BAPTISTA, M. (2003), *Turismo – gestão estratégica*, Editorial Verbo, Lisboa.
  - BARRETO, M. (1995), *Manual de iniciação ao estudo do turismo*, Papirus, Campinas, São Paulo.
  - BASTOS, H. e FREITAS, M. (Eds.) [2004], *História das freguesias e concelhos de Portugal*, Vols. 2, 5, 10, 11, 13, 14, 18, 19, QuidNovi – Edição e Conteúdos, Matosinhos.
  - BECATTINI, G. (1979), “Dal settore industrial al distretto industriale: alcune considerazioni sull’unitati di indagine del economia industriale”, *Rivista di Economia e Politica Industriale*, Nº 1, pp. 1-11.
  - BECATTINI, G. (1992), “O distrito marshalliano: uma noção socioeconómica”, em BENKO, G. e LIPIETZ, A. (Org.) [1992], *Les régions qui gagnent – districts et réseaux: les nouveaux paradigmes de la géographie économique*, P.U.F., Paris (tradução portuguesa de 1994, *As regiões ganhadoras – distritos e redes: os novos paradigmas da geografia económica*, Celta Editora, Oeiras), pp. 19-31.
  - BECATTINI, G. (1997), “Totalità e cambiamento: il paradigma dei distretti industriali”, *Sviluppo Locale*, Vol. IV, Nº 6, pp. 5-24.
  - BEERLI, A. e MARTÍN, J. (2004), “Factores que influyen en la imagen de los destinos”, *Annals of Tourism Research en Español*, Vol. 6, Nº 2, pp. 357-384.
  - BENAVIDES GONZÁLEZ, C. (2001), “Detección de los factores endógenos de

- competitividad y declive”, em RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ, F. (Ed.) [2001], *Manual de desarrollo local*, Ediciones Trea, Gijón, pp. 225-244.
- BENI, M. (2003), *Análise estrutural do turismo*, Editora Senac, São Paulo.
  - BENKO, G. e LIPIETZ, A. (Org.) [1994], *As regiões ganhadoras – distritos e redes: os novos paradigmas da geografia económica*, Celta Editora, Oeiras.
  - BERCIAL, R. e TIMÓN, D. (2005), “Nuevas tendencias en el desarrollo de destinos turísticos: marcos conceptuales y operativos para su planificación y gestión”, *Cuadernos de Turismo*, Vol. 15, pp. 27-43.
  - BONIFACE, B. e COOPER, C. (1994), *The geography of travel and tourism*, Heinemann, London.
  - BOTE GÓMEZ, V. (1997), *Planificación económica del turismo: de una estrategia masiva a una estrategia artesanal*, Ed. Trillas, México.
  - BOTE GÓMEZ, V. (2001), *Turismo en espacio rural. Rehabilitación del patrimonio sociocultural y de la economía local*, Ed. Popular, Madrid.
  - BOULLÓN, R. (1997), *Planificación del espacio turístico*, Ed. Trillas, México.
  - BOULLÓN, R. (2000), *Ecoturismo – Sistemas naturales y urbanos*, Librerías y Distribuidora Turísticas, Buenos Aires.
  - BRAMWELL, B. e RAWDING, L. (1996), “Tourism marketing images of industrial cities”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 23, N° 1, pp. 201-221.
  - BRAZELL, J. *et al.* (1999), “The effect of attribute variation on consumer choice consistency”, *Marketing Letters*, Vol. 10, N° 2, pp. 139-147.
  - BROISIER, S. (2001), “Crecimiento y desarrollo territorial endógeno. Observaciones al caso chileno”, *Seminario Internacional - Desarrollo endógeno en territorios excluidos*, 27 de Noviembre de 2001, Araucanía, Chile.
  - BULL, A. (1992), *The economics of travel and tourism*, Wiley Halsted Press, Melbourne.

- 
- BULL, A. (1994), *La economía del sector turístico*, Alianza Editorial, Madrid.
  - BURKART, A. e MEDLIK, S. (1990), *Historical development of tourism*, Centre des Hautes Etudes Touristique, Aix-en-Provence.
  - CADIMA RIBEIRO, J. (1991), “Turismo no espaço rural em Portugal: um apontamento introdutório”, *Documento de trabalho*, Outubro de 1991, Universidade do Minho, Braga.
  - CADIMA RIBEIRO, J. *et al.* (2001), “Turismo no espaço rural: uma digressão pelo tema a pretexto da situação e evolução do fenómeno em Portugal”, *Desenvolvimento e Ruralidades no Espaço Europeu – Actas do VIII Encontro Nacional da APDR*, Ed. APDR, Coimbra, pp. 329-341.
  - CADIMA RIBEIRO, J. e FREITAS SANTOS, J. (2003), “Redes, investimento directo estrangeiro e desenvolvimento regional”, *Demografia e Desenvolvimento Regional Europeu – Actas do X Encontro Nacional da APDR (CD-ROM)*, Ed. APDR, Coimbra, pp. 1-19.
  - CADIMA RIBEIRO, J. e FREITAS SANTOS, J. (2005), “No trilho de uma nova política regional”, *Documento de trabalho NIPE N°15/2005*, Universidade do Minho, Braga.
  - CADIMA RIBEIRO, J. e FREITAS SANTOS, J. (2006), “Produtos do território e desenvolvimento local”, *Documento de trabalho NIPE 2006*, Universidade do Minho, Braga.
  - CALANTONE, R. *et al.* (1989), “Multiple multinational tourism positioning using correspondence analysis”, *Journal of Travel Research*, Vol. 28, N° 2, pp. 25-32.
  - CAMPESINO, A. (2002), “Centros patrimoniales y turismo: una experiencia de colaboración entre Extremadura y Portugal”, em PARDELLAS, X. (Dir.) [2002], *Estratexias turísticas urbanas*, Universidade de Vigo, Vigo.
  - CÂNDIDO, G. *et al.* (2000), “Metodologia para formação de redes de inovação entre pequenas e médias empresas”, *Simpósio de Gestão da Inovação Tecnológica 21*, Universidade de São Paulo, São Paulo.

- 
- CAPELLO, R. (2007), *Regional economics*, Routledge, Oxon.
  - CHON, K. (1990), "The role of destination image in tourism: a review and discussion", *Revue du Tourisme*, Vol. 47, N° 2, pp. 2-9.
  - CHON, K. (1992), "The role of destination image modification process – marketing implications", *Tourism Management*, Vol. 12, N° 1, pp. 68-72.
  - CINELLI, A. (1985), "Il potenziale turistico", em CORNA PELLEGRINI, G. e FRIGERIO, A. (Eds.) [1985], *Turismo come e perché. Modello di ricerca geografica e psicologica. Il territorio Varesino*, ASK Edizioni, Varese, pp. 201-274.
  - COFFEY, W. e POLÈSE, M. (1984), "The concept of local development: a stages model of endogenous regional growth", *Papers in Regional Science*, Vol. 55, N°1, pp. 1-12.
  - COFFEY, W. e POLÈSE, M. (1985), "Local development: conceptual bases and policy implications", *Regional Studies*, Vol. 19, N° 2, pp. 85-93.
  - CORNA PELLEGRINI, G. (1973), "Studi e recherche sulla regione turistica. I lidi ferraresi", em CORNA PELLEGRINI (Ed.), *La ricerca geografica urbana. Contributi per una metodologia*, Vita e Pensiero, Milán, pp. 191-317.
  - COURLET, C. e PECQUEUR, B. (1991), "Systèmes locaux d'Entreprises et Externalités : Essai de Typologie", *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3/4, pp. 391-406.
  - CREVOISIER, O. (1993), *Transformation des espaces économiques et émergence de milieux innovateurs : le cas de l'Arc Jurassien entre 1960 et 1990*, IRER - Université de Neuchâtel, Neuchâtel.
  - CROMPTON, J. (1979), "An assessment of the image of Mexico as a vacation destination and the influence of geographical location upon the image", *Journal of Travel Research*, Vol. 18, N° 4, pp. 18-23.
  - CROMPTON, J. *et al.* (1992), "Positioning: the example of the Lower Rio Grande Valley in the winter long stay destination market", *Journal of Travel Research*, Vol.

- 31, Nº 2, pp. 20-26.
- CROUCH, G. e RITCHIE, J. (1995), “Destination competitiveness and the role of the tourism enterprise”, *Proceedings of the Fourth Annual World Business Congress*, 13-16 July, Istanbul, Turkey, pp. 43-48.
  - CUNHA, L. (1997), *Economia e política do turismo*, McGraw-Hill, Lisboa.
  - DANN, G. (1996), “Tourist images of a destination: an alternative analysis”, *Journal of Travel and Tourism Marketing*, Vol.5, Nº 1/2, pp. 41-55.
  - DEFERT, P. (1966), *La localisation touristique: problèmes théoriques et pratiques*, Gurten, Berna.
  - DGCC (2005), *Cadastro comercial 2005*, Direcção-Geral do Comércio e da Concorrência, (<http://www.dgcc.pt>).
  - DGT (1999), *Inventário de recursos turísticos*, Sistema de Informação e Gestão de Recursos Turísticos, 2ª Edição, Direcção-Geral de Turismo, Lisboa.
  - DGT (2002), *Turismo em Portugal – política, estratégia e instrumentos de intervenção*, Direcção-Geral de Turismo, Lisboa.
  - DIAS, J. (1998), “Progresso técnico e crescimento económico: algumas considerações teóricas”, *Prospectiva e Planeamento*, Nº 3/4, pp. 73-94.
  - DIN, K. (1992), “The ‘involvement stage’ in the evolution of a tourist destination”, *Tourism Recreation Research*, Vol. 17, Nº 1, pp. 10-20.
  - DINIZ, F. (2006), *Crescimento e desenvolvimento económico – modelos e agentes do processo*, Edições Sílabo, Lisboa.
  - DIRECÇÃO-GERAL da AGRICULTURA da COMISSÃO EUROPEIA (s.d.), “A realização do projecto de desenvolvimento local: a experiência do LEADER I” (<http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-en/biblio/metho/contents.htm>, acedido em 20/03/2005).

- 
- DIRECÇÃO-GERAL da AGRICULTURA da COMISSÃO EUROPEIA (1995), “Marketing quality rural tourism”, *Leader Technical Dossier* (<http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-en/biblio/touris/contents.htm>, acedido em 20/03/2005).
  - DIRECÇÃO-GERAL da AGRICULTURA da COMISSÃO EUROPEIA. (1996), “Os desafios para os territórios rurais”, *Leader Magazine*, Nº12 (<http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-en/biblio/defis/contents.htm>, acedido em 20/03/2005).
  - DONAIRE, J. (1998), “La geografía del turismo después del fordismo: turistas en las fábricas, turistas en los centros comerciales”, *Sociedade e Território – Revista de Estudos Urbanos e Regionais*, Nº 28, pp. 55-68.
  - DOWLING, R. (1993), “An environmentally-based planning model for regional tourism development”, *Journal of Sustainable Tourism*, Vol. 1, Nº 1, pp. 17-37.
  - DREDGE, D. (1999), “Destination place planning and design”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 26, Nº 4, pp. 772-791.
  - DREDGE, D. e MOORE, S. (1992), “A methodology for the integration of tourism in town planning”, *Journal of Tourism Studies*, Vol. 11, Nº 3, pp. 8-21.
  - ECHTNER, C. e RITCHIE, B. (1991), “The meaning and measurement of destination image”, *Journal of Tourism Studies*, Vol. 2, Nº 2, pp. 2-12.
  - ECHTNER, C. e RITCHIE, B. (1993), “The measurement of destination image: an empirical assessment”, *Journal of Travel Research*, Vol. 31, Nº 4, pp. 3-13.
  - EMBACHER, J. e BUTTLE, F. (1989), “A repertory grid analysis of Austria’s image as a summer vacation destination”, *Journal of Travel Research*, Vol. 28, Nº 3, pp. 3-23.
  - FAGANCE, M. (1995), *Changing paradigms of orthodoxy: the case of spatial models in tourism planning*, Les Caters du Tourisme, Centre Des Hautes Études Touristiques, Aix-en-Provence.
  - FAKEYE, P. e CROMPTON, J. (1991), “Image differences between prospective, first-time, and repeat visitors to the Lower Rio Grande Valley”, *Journal of Travel Research*,

Vol. 30, Nº 2, pp.10-16.

- FARRELL, G. *et al.* (1999), “Competitividade territorial – conceber uma estratégia de desenvolvimento territorial à luz da experiência LEADER”, *Inovação em meio rural*, Caderno nº 6, Fascículo 1, Observatório Europeu Leader (<http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-pt/biblio/compet/contents.htm>, acessado em 20/03/2005).
- FARRELL, G. e THIRION, S. (2000), “Competitividade económica – conceber uma estratégia de desenvolvimento territorial à luz da experiência LEADER”, *Inovação em meio rural*, Caderno nº 6, Fascículo 4, Observatório Europeu Leader (<http://europa.eu.int/comm/archives/leader2/rural-pt/biblio/com-eco/contents.htm>, acessado em 20/03/2005).
- FAULKNER, B. (2001), “Towards a framework for tourism disaster management”, *Tourism Management*, Vol. 22, Nº 2, pp. 135-147.
- FAYOS-SOLÁ, E. (1994), “Competitividad y calidad en la nueva era del turismo”, *Estudios Turísticos*, Nº 123, pp. 5-10.
- FERRARIO, F. (1980), *An evaluation of the tourist resources of South Africa*, Col. Etudes et Mémoires (44), Centre de Hautes Etudes Touristiques, Aix-en Provence.
- FIGUEIREDO, A. *et al.* (2005), *Crescimento económico*, Escolar Editora, Lisboa.
- FIGUEROLA, M. (1985), *Teoría económica del turismo*, Alianza, Madrid.
- FIGUEROLA, M. (2000), *Introducción al estudio económico del turismo*, Civitas Ediciones, Madrid.
- FYALL, A. e GARROD, B. (1998), “Sustainability and rural heritage: a question of price?”, *Rural tourism management, sustainable options Conference Proceedings*, 9-12 September, The Scottish Agricultural College, Scotland.
- GALLARZA, M. *et al.* (2002), “Destination image – towards a conceptual framework”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 29, Nº 1, pp. 56-78.
- GAROFOLI, G. (1984), “Diffuse industrialization and small firms: the italian pattern in the 70s”, em HUDSON, R. (Ed.) [1984], *Small firms and regional development*,



- Publication N° 39, Institute for Transport, Tourism and Regional Economy, Copenhagen School of Economics and Business Administration, Copenhagen.
- GAROFOLI, G. (1987), “Il modello territoriale di sviluppo degli anni’70-80”, *Note Economiche*, Vol. 17, N° 1, pp. 156-176.
  - GAROFOLI, G. (Ed.) [1992], *Endogenous development and Southern Europe*, Avebury, Aldershot.
  - GAROFOLI, G. (1994), “Os sistemas de pequenas empresas”, em BENKO, G. e LIPIETZ, A. (Org.) [1994], *As regiões ganhadoras – distritos e redes: os novos paradigmas da geografia económica*, Celta Editora, Oeiras, pp. 33-47.
  - GARTNER, W. (1989), “Tourism image: attribute measurement of state tourism products using multidimensional techniques”, *Journal of Travel Research*, Vol. 28, N° 2, pp. 16-20.
  - GARTNER, W. (1996), *Tourism development: principles and policies*, Van Nostrand Reinhold, New York.
  - GEE, C. e FAYOS-SOLÁ, E. (Eds.) [1999], *International tourism: a global perspective*, World Tourism Organization, Madrid.
  - GETZ, D. (1986), “Models in tourism planning - towards integration of theory and practice”, *Tourism Management*, Vol. 7, N° 1, pp. 21-32.
  - GETZ, D. (1991), *Festivals, special events, and tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York.
  - GETZ, D. (1992), “Tourism planning and destination life cycle”, *Annals of Tourist Research*, Vol. 19, N° 4, pp. 752-770.
  - GILLY, J. e PECQUEUR, B. (1998), “Regolazione dei territori e dinamiche istituzionali di prossimità”, *L’Industria*, Vol.3, pp.501-525.
  - GOODALL, B. (1995), “How tourists choose their holidays: an analytical framework” em GOODALL, B. e ASHWORTH, G. (Eds.) [1995], *Marketing in the tourism*

- 
- industry: the promotion of destination regions*, Routledge, London, pp. 1-17.
- GOODALL, B. e ASHWORTH, G. (Eds.) [1995], *Marketing in the tourism industry: the promotion of destination regions*, Routledge, London.
  - GOODRICH, J. (1978), “A new approach to image analysis through multidimensional scaling”, *Journal of Travel Research*, Vol. 17, N° 2, pp. 2-7.
  - GREEN, P. e SRINIVASAN, V. (1978), “Conjoint analysis in consumer research: issues and outlook”, *Journal of Consumer Research*, Vol. 5, N° 2, pp. 103-123.
  - GREEN, P. e SRINIVASAN, V. (1990), “Conjoint analysis in marketing: new development with implications for research and practice”, *Journal of Marketing*, Vol. 54, N° 4, pp. 3-19.
  - GUNN, C. (1972), *Vacationscape: designing tourist regions*, Van Nostrand Reinhold, New York.
  - GUNN, C. (1988), *Tourism planning*, Taylor & Francis, New York.
  - GUNN, C. (1993), *Tourism planning: basics, concepts, cases*, Taylor & Francis, Washington.
  - GUNN, C. (1994), “Emergence of effective tourism planning and development”, em SEATON, A. (Ed.) [1994], *Tourism - the state of the art*, John Wiley & Sons, Chichester.
  - GUNN, C. (2002), *Tourism planning: basics, concepts, cases*, Routledge, New York.
  - GUTHRIE, J. e GALE, P. (1991), “Positioning ski areas”, em *New Horizons Conference Proceedings*, University of Calgary, Calgary, Canada, pp. 551-569.
  - HAIDER, W. (2002), “Stated preference & choice models – a versatile alternative to traditional recreation research”, em AMBERGER *et al.* (Eds.) [2002], *Monitoring and Management of Visitor Flows in Recreational and Protected Areas – Conference Proceedings*, Vienna, pp. 115-121.
  - HAKANSSON, H. e JOHANSON, J. (1993), “The network as a governance structure. Interfirm cooperation beyond markets and hierarchies”, em GRABHER, G. (Ed.)

- [1993], *The embedded firm. On the socioeconomics of industrial networks*, Routledge, London.
- HAMEL, G. e PRAHALAD, C. (1994), *Competing for the future*, Harvard University Press, Boston.
  - HELFER, J. e ORSINI, J. (1996), *Marketing*, Edições Sílabo, Lisboa.
  - HENRIQUES, J. (1990), *Municípios e Desenvolvimento*, Escher, Lisboa.
  - HENRIQUES, J. e NEVES, A. (1986), “Castanheira de Pêra: uma via para o desenvolvimento regional endógeno?”, *Sociedade e Território – Revista de Estudos Urbanos e Regionais*, pp. 116-125.
  - HILHORST, J. (1969), “La théorie du développement régional: Un essai de synthèse”, *Aspects multidisciplinaires du développement régional*, Centre de Développement de L’Organisation de Coopération de Développement Économique, Montpellier, pp. 21-35.
  - HOLBROOK, M. (1978), “Beyond attitude structure: toward the informational determinants of attitude”, *Journal of Marketing Research*, Vol. 15, Nº 4, pp. 545-556.
  - IGNARRA, L. (2003), *Fundamentos do turismo*, Thomson, São Paulo.
  - INE (1991), *Censos 1991*, Instituto Nacional de Estatística, (<http://www.ine.pt>).
  - INE (2001), *Censos 2001*, Instituto Nacional de Estatística, (<http://www.ine.pt>).
  - INE (2005), *Estudo sobre o poder de compra concelhio*, Nº V, Instituto Nacional de Estatística, (<http://www.ine.pt>).
  - INE (2006), *Anuário Estatístico da Região Norte 2005*, Instituto Nacional de Estatística, (<http://www.ine.pt>).
  - INSKEEP, E. (1987), “Environmental planning for tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 14, Nº 1, pp. 118-135.
  - INSKEEP, E. (1991), *Tourism planning – an integrated and sustainable development*

---

*approach*, John Wiley & Sons, New York.

- ISO-AHOLA, S. (1982), “Toward a social psychological theory of tourism motivation: a rejoinder”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 9, N° 2, pp. 256-262.
- JAEGER, S. *et al.* (2001), “Methodological issues in conjoint analysis: a case study”, *European Journal of Marketing*, Vol. 35, N° 11, pp. 1217-1239.
- JAFARI, J. (2000), *Enciclopedia del turismo*, Síntesis, Madrid.
- JANSEN-VERBEKE, M. (1992), “Urban recreation and tourism: physical planning issues”, *Tourism Recreation Research*, Vol. 15, N° 2, pp. 33-45.
- JENKINS, O. (1999), “Understanding and measuring tourist destination images”, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 1, N° 1, pp. 1-15.
- KAY, J. (1995), *Foundations of corporate success. How business strategies add value*, Oxford University Press, New York.
- KOTLER, P. e BROWN, J. (1998), *Marketing for hospitality and tourism*, Prentice-Hall, New Jersey.
- LARREA, M. (2003), “Clusters y territorio: retos del desarrollo local en la Comunidad Autónoma del País Vasco”, *Ekonomiaz*, n° 53, pp. 138-159.
- LAWS, E. (1995), *Tourist destination management: issues, analysis and policies*, Routledge, London.
- LEIPER, N. (1979), “The framework of tourism”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 6, N° 1, pp. 390-407.
- LEIPER, N. (1981), “Towards a cohesive curriculum in tourism: the case for a distinct discipline”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 8, N° 1, pp. 69-84.
- LEIPER, N. (1990), “Tourist attraction systems”, *Annals of Tourism Research*, Vol.17, N° 3, pp. 367-383.
- LEIPER, N. (1995), *Tourism management*, RMIT Press, Melbourne.

- 
- LENO CERRO, F. (1992), “La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: el Canal de Castilla”, *Estudios Turísticos*, Nº 116, pp. 49-85.
  - LENO CERRO, F. (1993), *Técnicas de evaluación del potencial turístico*, Centro de Publicaciones, Ministerio de Industria, Comercio i Turismo, Madrid.
  - LOUVIERE, J. e TIMMERMANS, H. (1990), “Stated preference and choice models applied to recreation research: a review”, *Leisure Sciences*, Vol. 12, Nº 1, pp. 9-32.
  - LOUVIERE, J. *et al.*, 2000, *Stated choice methods – analysis and application*, Cambridge University Press, Cambridge.
  - LUCAS, R. (1988), “On the mechanics of economic development”, *Journal of Monetary Economics*, Vol. 22, Nº 1, pp. 3-42.
  - LUCE, R. e TUKEY (1964), “Simultaneous conjoint measurement: a new type of fundamental measurement”, *Journal of Mathematical Psychology*, Nº 1, pp. 1-27.
  - LUE, C. *et al.* (1993), “Conceptualization of multi-destination pleasure trips”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 20, Nº 2, pp. 289-301.
  - LUNDGREN, J. (1982), “The tourist frontier of Nouveau Quebec: functions and regional linkages”, *Tourist Review*, Vol. 37, Nº 2, pp. 10-16.
  - MACKAY, N. e FESENMAIER, D. (1997), “Pictorial element of destination in image formation”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 24, Nº 3, pp. 537-565.
  - MAILLAT, D. (1995), “Territorial dynamic, innovative milieus and regional policy”, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol.7, Nº 2, pp. 157-165.
  - MANNING, T. (1999), “Indicators of tourism sustainability”, *Tourism Management*, Vol. 20, Nº 2, pp. 179-181.
  - MATHIESON, A. e WALL, G. (1982), *Tourism: economic, physical and social impacts*, Longman, London.
  - MAZANEC, J. (1994), “Images measurements with self-organizing maps: a tentative application to Austrian tour operators”, *Revue du Tourisme*, Vol. 49, Nº 3, pp. 9-18.

- 
- MCINTOSH, R. *et al.* (1995), *Tourism, principles, practices, philosophies*, John Wiley & Sons, Chichester.
  - MERCER, D. (1971), “The role of perception in the recreation experience: a review and discussion”, *Journal of Leisure Research*, Vol. 3, Nº 4, pp. 261-276.
  - MERINO-CASTELLÓ, A. (2003), “Eliciting consumers preferences using stated preference discrete choice models: contingent ranking versus choice experiment”, *UPF Economics and Business Working Paper No. 705* (<http://www.econ.upf.es/docs/papers/downloads/705.pdf>, acedido em 15/04/2006).
  - MIDDLETON, V. (1989), “Tourism product”, em WITT, S. e MOUTINHO, L. (Eds.) [1989], *Tourism marketing and management handbook*, Prentice Hall, Hempel Hempstead, pp. 573-576.
  - MILANI, C. (2002), *Desenvolvimento local e turismo em Tarrafal (Cabo Verde)*, UNESCO, França.
  - MILL, R. e MORRISON, A. (1992), *The tourism system: an introductory text*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
  - MITROFF, I. e ANAGNOS, G. (2001), *Managing crises before they happen: what every executive and manager needs to know about crisis management*, Amacon, New York.
  - MONSTED, M. (1995), “Processes and structures of networks: reflections on methodology”, *Entrepreneurship & Regional Development*, Vol. 7, Nº 3, pp.193-213.
  - MOUTINHO, L. (1987), “Consumer behavior in tourism”, *European Journal of Marketing*, Vol. 21, Nº 10, pp. 5-44.
  - MUÑOZ OÑATE, F. (1997), *Marketing turístico*, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
  - OMT (1995), *Concepts, definitions and classifications for tourism statistics*, OMT, Madrid.

- 
- OMT (1996), *El desarrollo sustentable del turismo: papel del municipio*, OMT, Habana.
  - OMT (1998), *Apuntes de metodología de la investigación del turismo*, OMT, Madrid.
  - OPPERMANN, M. (1996), “Convention destination images analysis of association meeting planners’ perceptions”, *Tourism Management*, Vol. 17, Nº 3, pp. 175-182.
  - OPPEWAL, H. e VRIENS, M. (2000), “Measuring perceived service quality using conjoint experiments”, *International Journal of Banking*, Vol. 18, Nº 4, pp. 154-169.
  - OTTO, J. e RITCHIE, J. (1996), “The service experience in tourism”, *Tourism Management*, Vol. 17, Nº 3, pp. 165-174.
  - PADÍN, C. (2004), *El desarrollo endógeno local. Estudio de la actividad turística como forma de aprovechamiento de los recursos: aplicación al caso del Baixo Miño*, Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Vigo, Tese de Doutoramento não publicada.
  - PARDELLAS, X. *et al.* (2002), *Aproximación á actividade turística nas cidades do Eixo Atlântico*, Ed. Eixo Atlântico, Vigo.
  - PARDELLAS, X. *et al.* (2003), “Turismo termal e desenvolvemento local: uma análise comparada do Ribeiro (Galiza) e do Alto Tâmega (Portugal)”, *Nova Economia e Desenvolvimento Regional - Actas do IX Encontro Nacional da APDR*, Ed. APDR, Coimbra, pp.713-727.
  - PARDELLAS, X. *et al.* (2005), “Competitividade e innovación no sector turístico: unha nova oportunidade de avaliación dos recursos endóxeos”, em SOUTO, X. *et al.* (coord.) [2005], *II Estudos Estratégicos do Eixo Atlântico – Libro IV*, Eixo Atlântico, Ourense.
  - PARDELLAS, X. e PADÍN, C. (2001), “El patrimonio etnográfico y el desarrollo local: el Baixo Miño como destino turístico en Galicia”, *IV Congreso de Turismo, Universidad y Empresa*, Abril, Castellón.
  - PARDELLAS, X. e PADÍN, C. (2004a), “Una propuesta de turismo sostenible para el

- municipio de Caldas de Reis (Pontevedra)”, *Cuadernos de Turismo*, Nº 13, pp. 107-125.
- PARDELLAS, X. e PADÍN, C. (2004b), “La formación de la imagen de un nuevo destino”, *ESADE - XIII Simposio Internacional de Turismo y Ocio*, 21 e 22 de Abril de 2004, Barcelona.
  - PEARCE, D. (1989), *Tourism development*, Longman Scientific & Technical, Essex.
  - PEARCE, D. (1995), *Tourism today: a geographical analysis*, Longman Scientific & Technical, Essex.
  - PEREIRA, A. (1999), *Guia prático de utilização do SPSS – análise de dados para ciências sociais e psicologia*, Edições Sílabo, Lisboa.
  - PEREIRO PÉREZ, X. (2002), “Itinerários turístico-culturais: análise de uma experiência na cidade de Chaves”, em *Actas do III Congresso de Trás-os-Montes*, 26-28 Setembro de 2002, Bragança.
  - PEREIRO PÉREZ, X. (2003), “Patrimonialização e transformação das identidades culturais”, em PORTELA, J. e CASTRO CALDAS, J. (coords.) [2003], *Portugal Chão*, Celta Editora, Oeiras, pp.231-247.
  - PEREIRO PÉREZ, X. e CONDE, S. (2005), “Turismo e oferta gastronómica na comarca de Ulloa (Galiza): análise de uma experiência de desenvolvimento local”, *Pasos –Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 3, Nº1, pp. 109-123.
  - PERRIN, J. (1990), “Organisation industrielle: la composante territoriale”, *Revue d’Économie Industrielle*, Vol. 21, pp. 276-303.
  - PESTANA, M. e GAGEIRO, J. (2005), *Descobrimo a regressão com a complementaridade do SPSS*, Edições Sílabo, Lisboa.
  - PESTANA, M. e GAGEIRO, J. (2005), *Análise de dados para ciências sociais – a complementaridade do SPSS*, Edições Sílabo, Lisboa.
  - PIORE, M. e SABEL, C. (1984), *The second industrial divide: possibility and prosperity*, Basic Books, New York.



- 
- PIZAM, A. e MANSFELD, Y. (Eds.) [1999], *Consumer Behavior en Travel and Tourism*, The Haworth Hospitality Press, New York
  - PLANQUE, B. (1991), Note sur la notion de réseau d'innovation – réseaux contractuels et réseaux conventionnels, *Revue d'Economie Régionale et Urbaine*, n°3/4, pp. 295-320.
  - POLÈSE, M. (1998a), *Economia Regional e Urbana – Lógica Espacial das Transformações Económicas*, Associação Portuguesa de Desenvolvimento Regional, Coimbra.
  - POLÈSE, M. (1998b), “From regional development to local development: on the life, death and rebirth of regional science as a policy relevant science”, em *Actas do V Encontro Nacional da APDR – Emprego e Desenvolvimento e Regional*, Coimbra, Vol. I, pp. 59-70.
  - PYKE, F. e SENGENBERGER, W. (1993), *Los distritos industriales e las pequeñas empresas. Distritos industriales e renegociación económica local*, Ministerio de Trabajo y Seguridad Social, Madrid.
  - RAMÍREZ HURTADO, J. *et al.* (2004), “Determinación del perfil de docencia preferido por los alumnos de matemáticas de LADE”, *XII Jornadas de ASEPUMA*, 16-17 Septiembre de 2004, Murcia.
  - RITCHIE, J. (1993), “Crafting a destination vision: putting the concept of resident responsive tourism into practice”, *Tourism Management*, Vol. 14, N° 5, pp. 379-389.
  - RITCHIE, J. e CROUCH, G. (1993), “Competitiveness in international tourism: a framework for understanding and analysis”, *Proceedings of the 43<sup>rd</sup> Congress of the International Association of Scientific Experts in Tourism*, 17-23 October, San Carlos de Bariloche, Argentina.
  - RITCHIE, J. e CROUCH, G. (2005), *The competitive destination: a sustainable tourism perspective*, CABI Publishing, Oxon.
  - RITCHIE, R. e RITCHIE, J. (2002), “A framework for an industry supported destination marketing information system”, *Tourism Management*, Vol. 23, N° 5, pp.

439-454.

- RODRÍGUEZ, M. e GONZÁLEZ, C. (2002), “Métodos de preferencias declaradas y cambios en la salud. Análisis de consistencia interna”, *V Encuentro de Economía Aplicada*, 6-8 de Junio de 2002, Oviedo.
- RODRÍGUEZ CARRO, C. (2006), “A eurorexión como destino de natureza: unha visión perspectiva”, em PARDELLAS, X. (Dir.) [2006], *Turismo e natureza na eurorexión Galicia e Norte de Portugal*, Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo, Vigo.
- ROMER, P. (1986), “Increasing returns and long-run growth”, *Journal of Political Economy*, Vol. 94, Nº 5, pp. 1002-1037.
- ROMER, P. (1994), “The origins of endogenous growth”, *Journal of Economic Perspectives*, Vol. 8, Nº 1, pp. 3-22.
- ROSADO, M. (1997), *Desenvolvimento regional. Contribuição para o seu estudo e planeamento*, Comissão de Coordenação da Região do Alentejo, Évora.
- RTAM (2001), *Boletim da Região de Turismo do Alto Minho*, Julho-Setembro de 2001, GAI/RTAM, Viana do Castelo.
- RTAM (2004a), *Boletim da Região de Turismo do Alto Minho*, Janeiro de 2004, RTAM, Viana do Castelo.
- RTAM (2004b), “Procura turística do Alto Minho”, *Boletim da Região de Turismo do Alto Minho*, Julho de 2004, pp. 2-11.
- RYAN, C. (1999), “Issues of sustainability in tourism”, *Tourism Management*, Vol. 20, Nº 2, pp. 189-192.
- SALVÁ, P. et al. (1994), *El turismo en el desarrollo regional: aportaciones y riesgos*, Fondo Europeo de Desarrollo Regional, Madrid.
- SALVÁ-TOMÀS, P. (1990), *The environmental impacts of the touristic leisure activities and it's consequences on territory and seaside*, Universitat de les Illes Balears, Palma de Mallorca.

- 
- SALVAT, J. *et al.* (1997), “Evaluación del potencial turístico: las montañas de Prades”, em OLIVARES, J. e ANTON, S. (Eds.) [1997], *Turismo y planificación del territorio en la España de fin de siglo*, Universitat Rovira i Virgili, Tarragona, pp. 107-115.
  - SÁNCHEZ, B. (2001), “El plan de formación”, em RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ, F. (Ed.) [2001], *Manual de desarrollo local*, Ediciones Trea, Gijón, pp. 361-382.
  - SÁNCHEZ GARCÍA, M. e PÉREZ y PÉREZ, L. (2000), “Análisis conjunto y gestión pública de espacios protegidos: una aplicación al Parque Natural de Gorbea”, *Hacienda Pública Española*, N° 153, pp. 117-130.
  - SAVIOTTI, P. (2000), “Networks, national innovation systems and self-organisation, 4<sup>th</sup> International Conference on Technology Policy and Innovation, August 28-31, Curitiba.
  - SELBY, M. e MORGAN, N. (1996), “Reconstructing place image: a case study of its role in destination market research”, *Tourism Management*, Vol. 17, N° 4, pp. 287-294.
  - SILVA, J. e PERNA, F. (2002), “Turismo e desenvolvimento auto-sustentado”, em COSTA, J. (Coord.) [2002], *Compêndio de economia regional*, Coleção APDR, Coimbra, pp.431-474.
  - SILVEIRA, R. (2002), “Repensando a região: o planejamento estratégico e participativo no Vale do rio Prado – RS”, *Redes*, Vol. 7, N° 22, pp. 167-196.
  - SIMÕES, C. (2007), “O Norte de Portugal e as regiões turístico-promocionais”, em PARDELLAS, X. (Dir.) [2007], *Turismo de interior en áreas fronteirizas: recursos e ofertas*, Servizo de Publicacións da Universidade de Vigo, Vigo, pp. 137-151.
  - SIMÕES LOPES, A. (1983a), “Teoria e política do desenvolvimento regional”, *Estudos de Economia*, Vol. 3, N° 4, pp. 449-463.
  - SIMÕES LOPES, A. (1983b), “Desenvolvimento regional: o “estado da arte” em Portugal ou a política da ausência de política”, *Estudos de Economia*, Vol. 3, N°2, pp.

231-235.

- SIMÕES LOPES, A. (1997), “Regionalização e desenvolvimento”, *Regionalização e desenvolvimento: Fórum 2000, renovar a administração*, Instituto Superior de Ciências Sociais e Políticas, Universidade Técnica de Lisboa, Lisboa, pp. 125-131.
- SINCLAIR, M. e STABLER, M. (1997), *The economics of tourism*, Routledge, London.
- STABLER, M. (1995), “The image of destination regions: theoretical and empirical aspects”, em GOODALL, B. e ASHWORTH (Eds.) [1995], *Marketing in tourism industry: the promotion of destination regions*, Routledge, London, pp. 133- 161.
- STÖHR, W. (1981), “Development from below: the bottom-up and periphery-inward development paradigm”, em STÖHR, W. e TAYLOR, D. (Eds.) [1981], *Development from above or below? The dialectics of regional planning in developing countries*, John Wiley & Sons, Chichester, pp. 39-72.
- STÖHR, W. (1985), “Selective self-reliance and endogenous regional development”, em NOHLEN, D. e SCHULTZE, R. (Eds.) [1985], *Ungleiche entwicklung and regionalpolitik in Südeuropa*, Studienverlag Dr. N. Brockmeyer, Bochum, pp. 229-249.
- STÖHR, W. (1986a), “Regional innovation complexes”, *Papers of the Regional Science Association*, Vol. 59, Nº 1, pp. 29-44.
- STÖHR, W. (1986b), “Cambios estructurales en la industria y estrategias de desarrollo regional. Aproximaciones a un marco conceptual”, *Estudios Territoriales*, Nº 20, pp. 179-201.
- SWAIT, J. e ADAMOWICZ, W. (1997), “Perceptions versus Objective Measures of Environmental Quality in Combined Revealed and Stated Preference Models of Environmental Valuation”, *Journal of Environmental Economics and Management*, Vol. 32, Nº 1, pp. 65-84.
- SWARBROOKE, J. (1999), *Sustainable tourism management*, CAB International, Oxon, United Kingdom.

- 
- SWARBROOKE, J. e HORNER, S. (1999), *Consumer behaviour in tourism*, Butterworth Heinemann, Oxford.
  - TELISMAN-KOSUTA, N. (1989), “Tourism destination image”, em WILL, S. e MOUTINHO, L. (Eds.) [1989], *Tourism marketing and management handbook*, Prentice Hall, Cambridge.
  - TORRES, E. (2003), “Una aproximación a la sostenibilidad económica en los procesos de desarrollo turístico”, em VALDÉS, L. e PÉREZ, J. M. (Dir.) [2003], *Experiencias públicas y privadas en el desarrollo de un modelo de turismo sostenible*, Fundación Universidad de Oviedo, Oviedo.
  - TRINDADE, A. e ROTONDARO (2004), “Modificação da escala de classificação por postos utilizada em análise conjunta para aprimorar o modelo obtido por regressão com variáveis *dummy*”, *XXIV Encontro Nacional de Engenharia de Produção*, 3-5 de Novembro de 2004, Florianópolis.
  - UM, S. (1993), “Pleasure travel destination choice”, em KLAN, M. *et al.* (Eds.) [1993], *Encyclopedia of hospitality and tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, pp. 811-821.
  - UM, S. e CROMPTON, J. (1990), “Attitude determinants in tourism destination choice”, *Annals of Tourism Research*, Vol. 17, Nº 3, pp.432-448.
  - UYSAL, M. e HAGAN, L. (1993), “Motivation of pleasure travel and tourism”, em KLAN, M. *et al.* (Eds.) [1993], *Encyclopedia of hospitality and tourism*, Van Nostrand Reinhold, New York, pp.798-810.
  - VALDÉS, L. e RUIZ, A. (Coord.) [1996], *Turismo y promoción de destinos turísticos: implicaciones empresariales*, Servic. Publicaciones, Universidad de Oviedo.
  - VALLS, J. (2003), *Las claves del mercado turístico*, Ediciones Deusto, Bilbao.
  - VAR, T. *et al.* (1977), “Determination of tourist attractiveness of the tourist areas in British Columbia”, *Journal of Travel Research*, Vol. 15, Nº3, pp. 23-29.
  - VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1988), *Desarrollo local. Una estrategia de creación de*

---

*empleo*, Ed. Pirámide, Madrid.

- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1995), “A evolução recente da política regional. A experiência europeia”, *Notas Económicas*, Revista da Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra, Nº 6, Dezembro, pp. 24-39.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (1999), *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*, Ed. Pirámide, Madrid.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2001), “La política de desarrollo económico local en Europa”, em RODRÍGUEZ GUTIÉRREZ, F. (Ed.) [2001], *Manual de desarrollo local*, Ediciones Trea, Gijón, pp. 42-60.
- VÁZQUEZ BARQUERO, A. (2005), *Las nuevas fuerzas del desarrollo*, Antoni Bosh, Barcelona.
- VEAL, A. (2002), *Leisure and tourism policy and planning*, 2ª ed., CABI Publishing. Oxon.
- VERA, F. (Coord.) (1997), *Análisis territorial del turismo*, Ariel, Barcelona.
- VERA, F. (2002), “Estrategias de diversificación y diferenciación en destinos turísticos litorales”, em PARDELLAS, X. (Coord.) [2002], *Estrategias turísticas urbanas*, AEER, Vigo.
- VOGELER RUIZ, C. e HERNÁNDEZ ARMAND, E. (1997), *Estructura, y organización del mercado turístico*, Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, Madrid.
- WALMSLEY, D. e JENKINS, J. (1993), “Appraisive images of tourist areas: application of personal construct”, *Australian Geographer*, Vol. 24, Nº 2, pp. 1-13.
- WEAVER, P. *et al.* (1994), “The relationship of destination selection attributes to psychological, behavioural and demographic variables”, *Journal of Hospitality and Leisure Marketing*, Vol. 2, Nº 2, pp. 93-109.
- WOODSIDE, A. e LYSONSKI, S. (1989), “A general model of traveller destination choice”, *Journal of Travel Research*, Vol. 27, Nº 4, pp. 8-14.

- WORLD TOURISM ORGANIZATION (WTO) (1999), *National and regional tourism planning*, International Thomson Business Press, London.
- ZIMMER, P. e GRASSMANN, S. (1996), *Evaluating a territory's touristic potential*, Leader European Observatory, Brussels.
- ZIMMERMANN, E. (1933), *World resources and industries*, Harper and Brothers, New York.

Sítios:

- [www.dgcc.pt](http://www.dgcc.pt)
- [www.dgempresa.min-economia.pt](http://www.dgempresa.min-economia.pt)
- [www.estradasdeportugal.pt](http://www.estradasdeportugal.pt)
- [www.gep-mpptc.pt](http://www.gep-mpptc.pt)
- [www.icn.pt](http://www.icn.pt)
- [www.igeoe.pt](http://www.igeoe.pt)
- [www.ine.pt](http://www.ine.pt)
- [www.rtam.pt](http://www.rtam.pt)





# **Anexos**



## **Anexo 1 – Guião das entrevistas aos actores institucionais**

### **I – Introdução**

- a) Agradecimento
- b) Apresentação e objectivos do trabalho

### **II – Recolha de dados**

- a) Papel do turismo para a região (nível de interesse; expectativas)
- b) Estrutura organizativa, nesta área
- c) Competências do organismo e campos de actividade
- d) Inventário de recursos e de entidades directa ou indirectamente ligadas ao turismo
- e) Integração com demais sectores produtivos locais
- f) Possibilidade de parcerias, cooperação com outros organismos
- g) Abertura à cooperação territorial (territórios limítrofes e Galiza)
- h) Estratégia de promoção e comercialização
- i) Factores de êxito/insucesso da estratégia de desenvolvimento turístico na região.

### **III – Conclusões**

- a) Comentários adicionais (algo que o entrevistado gostaria de ver abordado)
- b) Opinião sobre o índice turístico

### **IV – Identificação do entrevistado e função desempenhada**

### **V – Agradecimento**

## **Anexo 2** – Listagem de alguns factores de sucesso e dificuldades no desenvolvimento turístico no Minho-Lima

Ordene, de 1 (mais importante) a 7 (menos importante), os seguintes factores de sucesso e dificuldades existentes no desenvolvimento turístico na região:

Factores de Sucesso:

- recuperação e dinamização dos centros históricos
- aposta numa disciplina urbanística e ambiental
- gastronomia
- experiência ao nível do TER
- corredores culturais e ambientais (nomeadamente, com ligações à Galiza)
- melhorias nas acessibilidades
- parcerias entre municípios dos Vales do Minho e Lima com congéneres galegos

Dificuldades existentes:

- falta de cultura empresarial
- falta de cultura de cooperação, a nível institucional e empresarial
- falta de alojamento de qualidade
- falta de actividades complementares ao alojamento (nomeadamente, empresas de animação turística)
- falhas na promoção
- confusão/indefinição ao nível das competências de cada um (agentes públicos e privados)
- défice de formação profissional

Entidade:

**Muito Obrigada!**

## Anexo 3 – Inquérito aos restaurantes

### Inquérito aos Restaurantes

#### Minho-Lima

##### 1. Dados do Proprietário

- Identificação: .....
- Idade: .....
- Naturalidade: .....

##### 2. Tipo de Propriedade

- É empresário/a individual?.....
- Há quanto tempo se encontra em funcionamento?.....
- Faz parte de algum grupo de restauração/hoteleiro?.....
- Teve ajudas/subsídios para instalar o estabelecimento?.....
- De que entidade? Local/ Central/ UE.....

##### 3. Tipo de Gestão

- Quem é responsável pela contabilidade: A própria gerência, Gestor próprio, Gabinete contratado?.....
- Capacidade?.....
- O negócio foi ampliado/remodelado nos últimos 5 anos?.....
- Dispõe de menu com pratos regionais?.....
- Tipo de clientes?.....

##### 4. Aspectos Laborais

- N° de trabalhadores?.....
- Sexo e idade?.....
- Familiares?.....
- Naturalidade?.....
- Tipo de contrato.....

## 5. Relacionamento com a Comunidade

- Costuma utilizar produtos locais no seu estabelecimento?.....  
.....  
.....
- Onde é que normalmente faz compras para o seu estabelecimento?.....  
.....  
.....
- Faz parte de alguma associação ou grupo de empresas similares?.....  
.....
- Participa na promoção feita pela autarquia?.....  
.....
- Que opinião tem sobre o trabalho da autarquia ao nível da promoção turística?.....  
.....  
.....
- Tem à disposição meios de promoção/informação para os turistas?.....  
.....
- Conhece a oferta turística galega? .....
- Tem algum relacionamento com empresários galegos? .....
- Tem algum relacionamento com empresários da região?.....  
.....
- Motivações dos turistas? .....
- .....

**Muito Obrigada!**

## Anexo 4 – Inquérito aos turistas

# Universidade do Minho

## Doutoramento em Ciências Económicas

### Turismo e Desenvolvimento Regional no Minho-Lima

Ficarei muito grata se responder a este pequeno inquérito. As respostas são confidenciais sendo um contributo fundamental para o meu projecto académico de doutoramento.

#### 1. Dados Pessoais

Naturalidade (Concelho)/Residência (Concelho) \_\_\_\_\_

Sexo:  Feminino  Masculino

Idade \_\_\_\_\_

Estado Civil \_\_\_\_\_

Nível de Formação:

4ª Classe	
6º Ano	
9º Ano	
12º Ano	
Ensino Superior	
Mestrado	
Doutoramento	

2. Hierarquize o destino no qual desejaria passar férias, caso optasse pelo Minho-Lima (segundo os cartões fornecidos – pág. 3)

1º \_\_\_\_\_

7º \_\_\_\_\_

2º \_\_\_\_\_

8º \_\_\_\_\_

3º \_\_\_\_\_

9º \_\_\_\_\_

4º \_\_\_\_\_

10º \_\_\_\_\_

5º \_\_\_\_\_

11º \_\_\_\_\_

6º \_\_\_\_\_

12º \_\_\_\_\_

3. Ordene de **1** (*mais importante*) a **5** (*menos importante*) as características que gostaria que os recursos tivessem?

<b>Praias</b>	. c/ símbolo de qualidade (p.ex. bandeira azul)	
	. área circundante cuidada	
	. c/ desportos náuticos	
	. c/ actividades de animação	
	. sem características especiais	

<b>Rios</b>	. c/ classificação (p.ex. Rede Natura 2000)	
	. área circundante cuidada	
	. c/ desportos náuticos	
	. c/ prática de pesca	
	. sem características especiais	

<b>Áreas Naturais</b>	. c/ classificação/protecção (p.ex. área protegida)	
	. estado de conservação	
	. c/ centros de interpretação	
	. c/ zonas de caça	
	. sem características especiais	

<b>Património Histórico</b>	. c/ classificação/protecção (p.ex. MN)	
	. estado de conservação	
	. época a que pertence	
	. facilidade de visita	
	. sem características especiais	

<b>Artesanato</b>	. c/ exposição/venda ao público	
	. c/ certificação	
	. c/ roteiros	
	. c/ possibilidade de ver os artesãos a trabalhar	
	. sem características especiais	

<b>Festas</b>	. festas/romarias tradicionais	
	. festas contemporâneas (p.ex. festivais de música; bienal de arte)	
	. representações históricas	
	. c/ possibilidade de participação do público	
	. indiferente	

<b>Gastronomia</b>	. pratos típicos/regionais	
	. doçaria típica	
	. vinhos regionais	
	. c/ actuações ao vivo de âmbito popular (ex: fado; ranchos)	
	. indiferente, desde que de boa qualidade	

**Obrigada!**



## Destinos de férias no Minho-Lima

(Arcos de Valdevez, Caminha, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e V. N. de Cerveira)

. Praias Fluviais	
. Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	
. Artesanato	
. Património Arqueológico	<b>1</b>

. Praias Fluviais	
. Parques Naturais de Recreio e Lazer	
. Festas	
. Património Militar (p.ex: Fortalezas/Muralhas)	<b>7</b>

. Rios ou Ribeiros	
. Parques Naturais de Recreio e Lazer	
. Gastronomia	
. Património Arqueológico	<b>2</b>

. Rios ou Ribeiros	
. Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	
. Artesanato	
. Património Militar (p.ex: Fortalezas/Muralhas)	<b>8</b>

. Praias Oceânicas	
. Serras ou Montes	
. Festas	
. Património Arqueológico	<b>3</b>

. Praias Oceânicas	
. Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	
. Gastronomia	
. Património Militar (p.ex: Fortalezas/Muralhas)	<b>9</b>

. Praias Fluviais	
. Serras ou Montes	
. Gastronomia	
. Património Religioso	<b>4</b>

. Praias Fluviais	
. Parques Nacionais ou de Paisagem Protegida	
. Festas	
. Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)	<b>10</b>

. Rios ou Ribeiros	
. Serras ou Montes	
. Festas	
. Património Religioso	<b>5</b>

. Rios ou Ribeiros	
. Parques Naturais de Recreio e Lazer	
. Artesanato	
. Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)	<b>11</b>

. Praias Oceânicas	
. Parques Naturais de Recreio e Lazer	
. Artesanato	
. Património Religioso	<b>6</b>

. Praias Oceânicas	
. Serras ou Montes	
. Gastronomia	
. Património Civil (p.ex: Edifícios Históricos)	<b>12</b>



## Anexo 5 – Survey to tourists

# University of Minho

## PhD in Economics Science

### Tourism and Regional Development in the Minho-Lima

I will be very thankful if you answer this small survey. The answers are confidential, being a fundamental contribution for my PhD project.

#### 1. Personal data

Nationality \_\_\_\_\_

Sex:  Feminine  Masculine

Age \_\_\_\_\_

Civil State \_\_\_\_\_

Level of Education:

Basic education	
Medium education	
Higher education	
PhD	

2. Please rank the destination in which you would like to go on vacations, in case of choosing the Minho-Lima (according to the supplied cards - p. 3).

1° \_\_\_\_\_

7° \_\_\_\_\_

2° \_\_\_\_\_

8° \_\_\_\_\_

3° \_\_\_\_\_

9° \_\_\_\_\_

4° \_\_\_\_\_

10° \_\_\_\_\_

5° \_\_\_\_\_

11° \_\_\_\_\_

6° \_\_\_\_\_

12° \_\_\_\_\_

3. Please order from 1 (more important) to 5 (less important) the characteristics that you would like that the resources had.

<b>Beaches</b>	. with quality symbol (ex. blue flag)	
	. taken care surrounding area	
	. with nautical sports	
	. with animation activities	
	. without special characteristics	
<b>Rivers</b>	. with official classification / protection (ex. Net Natura 2000)	
	. taken care surrounding area	
	. with nautical sports	
	. with fishing practice	
	. without special characteristics	
<b>Natural Areas</b>	. with official classification / protection (ex. protected area)	
	. conservation state	
	. with interpretation centers	
	. with hunt zones	
	. without special characteristics	
<b>Historical Heritage</b>	. with official classification / protection (ex. National Monument)	
	. conservation state	
	. period that belongs	
	. visit easiness	
	. without special characteristics	
<b>Handicraft</b>	. with craft exhibition and sale	
	. with certification	
	. with routes	
	. with the possibility to see artisans working	
	. without special characteristics	
<b>Festivities</b>	. traditional festivities / pilgrimages	
	. contemporary festivities (ex. music festivals; biennial of art)	
	. historical representations	
	. with the possibility of participation of the public	
	. indifferent	
<b>Gastronomy</b>	. typical/ regional cuisine	
	. typical desserts	
	. regional wines	
	. with ethnographic groups playing at the same time	
	. indifferent, since of good quality	

**Thank you!**

## Tourist Destinations in the Minho-Lima

(Arcos de Valdevez, Caminha, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e V. N. de Cerveira)

<ul style="list-style-type: none"> <li>. Fluvial Beaches</li> <li>. National Parks or Protected Landscape</li> <li>. Handicraft</li> <li>. Archaeological Patrimony <span style="float: right;"><b>1</b></span></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Fluvial Beaches</li> <li>. Recreational and Leisure Natural Parks</li> <li>. Festivities</li> <li>. Military Patrimony (vg: Fortress) <span style="float: right;"><b>7</b></span></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Rivers</li> <li>. Recreational and Leisure Natural Parks</li> <li>. Gastronomy</li> <li>. Archaeological Patrimony <span style="float: right;"><b>2</b></span></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Rivers</li> <li>. National Parks or Protected Landscapes</li> <li>. Handicraft</li> <li>. Military Patrimony (vg: Fortress) <span style="float: right;"><b>8</b></span></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Oceanic Beaches</li> <li>. Mountains or Hills</li> <li>. Festivities</li> <li>. Archaeological Patrimony <span style="float: right;"><b>3</b></span></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Oceanic Beaches</li> <li>. National Parks or Protected Landscape</li> <li>. Gastronomy</li> <li>. Military Patrimony (vg: Fortress) <span style="float: right;"><b>9</b></span></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Fluvial Beaches</li> <li>. Mountains or Hills</li> <li>. Gastronomy</li> <li>. Religious Patrimony <span style="float: right;"><b>4</b></span></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Fluvial Beaches</li> <li>. National Parks or Protected Landscape</li> <li>. Festivities</li> <li>. Civil Patrimony (vg: Historical Buildings) <b>10</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Rivers</li> <li>. Mountains or Hills</li> <li>. Festivities</li> <li>. Religious Patrimony <span style="float: right;"><b>5</b></span></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Rivers</li> <li>. Recreational and Leisure Natural Parks</li> <li>. Handicraft</li> <li>. Civil Patrimony (vg: Historical Buildings) <b>11</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Oceanic Beaches</li> <li>. Recreational and Leisure Natural Parks</li> <li>. Handicraft</li> <li>. Religious Patrimony <span style="float: right;"><b>6</b></span></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Oceanic Beaches</li> <li>. Mountains or Hills</li> <li>. Gastronomy</li> <li>. Civil Patrimony (vg: Historical Buildings) <b>12</b></li> </ul>



## Anexo 6 – Encuesta a los turistas

# Universidade do Minho

## Doctorado en Ciencias Económicas

### Turismo e Desenvolvemento Regional en el Minho-Lima

Fichare mucho grata se responder a esta pequena encuesta. Las respuestas serán confidenciais sendo una ayuda fundamental para el mi proyecto académico de doctorado.

#### 1. Datos Personales

Nacionalidad \_\_\_\_\_

Sexo:  Mujer  Hombre

Edad \_\_\_\_\_

Estado Civil \_\_\_\_\_

Nivel de Estudios:

Estudios primarios	
Estudios secundarios	
Estudios universitarios	
Otros	

2. Jerarquice el destino en el cual gustaría pasar vacaciones, caso optase pelo Minho-Lima (segundo las fichas fornecidas – Pág. 3)

1° \_\_\_\_\_

7° \_\_\_\_\_

2° \_\_\_\_\_

8° \_\_\_\_\_

3° \_\_\_\_\_

9° \_\_\_\_\_

4° \_\_\_\_\_

10° \_\_\_\_\_

5° \_\_\_\_\_

11° \_\_\_\_\_

6° \_\_\_\_\_

12° \_\_\_\_\_

3. Ordenad las características que los recursos deberían tener, por orden de importancia, según sean sus preferencias (1 el más valorado a 5 el menos valorado)

<b>Playas</b>	. c/ símbolo de calidad (ex. bandera azul)	
	. área circundante cuidada	
	. c/ deportes náuticos	
	. c/ actividades de animación	
	. sien características especiales	
<b>Ríos</b>	. c/ clasificación (ex. Rede Natura 2000)	
	. área circundante cuidada	
	. c/ deportes náuticos	
	. c/ práctica de pesca	
	. sien características especiales	
<b>Áreas Naturales</b>	. c/ clasificación/protección (ex. área protegida)	
	. estado de conservación	
	. c/ centros de interpretación	
	. c/ zonas de caza	
	. sien características especiales	
<b>Patrimonio Histórico</b>	. c/ clasificación/protección (ex. Monumento Nacional)	
	. estado de conservación	
	. época a que pertenece	
	. facilidad de visita	
	. sien características especiales	
<b>Artesanía</b>	. c/ exposición/venda al turista	
	. c/ certificación	
	. c/ rutas	
	. c/ posibilidad de ver os artesanos a trabajar	
	. sien características especiales	
<b>Fiestas</b>	. fiestas / romerías tradicionales	
	. fiestas contemporáneas (ex. festivales de música; bienal de arte)	
	. representaciones históricas	
	. c/ posibilidad de participación del turista	
	. indiferente	
<b>Gastronomía</b>	. platos típicos/regionales	
	. dulces típicos	
	. vinos regionales	
	. c/ actuaciones al vivo de ámbito popular	
	. indiferente, desde que de boa calidad	

**Muchas Gracias!**



## Destinos de vacaciones en el Minho-Lima

(Arcos de Valdevez, Caminha, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e V. N. de Cerveira)

<ul style="list-style-type: none"> <li>. Playas Fluviales</li> <li>. Parques Nacionales o de Paisaje Protegida</li> <li>. Artesanía</li> <li>. Patrimonio Arqueológico <b>1</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Playas Fluviales</li> <li>. Parques Naturales de Recreo e Ocio</li> <li>. Fiestas</li> <li>. Patrimonio Militar (ex: Fortalezas/Murallas) <b>7</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Ríos o Ribeiros</li> <li>. Parques Naturales de Recreo e Ocio</li> <li>. Gastronomía</li> <li>. Patrimonio Arqueológico <b>2</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Ríos o Ribeiros</li> <li>. Parques Nacionales o de Paisaje Protegida</li> <li>. Artesanía</li> <li>. Patrimonio Militar (ex: Fortalezas/Murallas) <b>8</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Playas Oceánicas</li> <li>. Sierras o Montes</li> <li>. Fiestas</li> <li>. Patrimonio Arqueológico <b>3</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Playas Oceánicas</li> <li>. Parques Nacionales o de Paisaje Protegida</li> <li>. Gastronomía</li> <li>. Patrimonio Militar (ex: Fortalezas/Murallas) <b>9</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Playas Fluviales</li> <li>. Sierras o Montes</li> <li>. Gastronomía</li> <li>. Patrimonio Religioso <b>4</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Playas Fluviales</li> <li>. Parques Nacionales o de Paisaje Protegida</li> <li>. Fiestas</li> <li>. Patrimonio Civil (ex: Edificios Históricos) <b>10</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Ríos o Ribeiros</li> <li>. Sierras o Montes</li> <li>. Fiestas</li> <li>. Patrimonio Religioso <b>5</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Ríos o Ribeiros</li> <li>. Parques Naturales de Recreo e Ocio</li> <li>. Artesanía</li> <li>. Patrimonio Civil (ex: Edificios Históricos) <b>11</b></li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>. Playas Oceánicas</li> <li>. Parques Naturales de Recreo e Ocio</li> <li>. Artesanía</li> <li>. Patrimonio Religioso <b>6</b></li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>. Playas Oceánicas</li> <li>. Sierras o Montes</li> <li>. Gastronomía</li> <li>. Patrimonio Civil (ex: Edificios Históricos) <b>12</b></li> </ul>



## Anexo 7 – Questionnaire aux touristes

# Université du Minho

## Doctorat en Sciences Economiques

### Tourisme et Développement Régional du Minho-Lima

Je serais très honoré que vous répondiez à ce questionnaire. Les réponses sont confidentielles et seraient d'un apport essentiel à mon projet de doctorat.

#### 1. Données Personnelles

Nationalité \_\_\_\_\_

Sexe:  Féminin  Masculin

Age \_\_\_\_\_

Etat Civil \_\_\_\_\_

Niveau de Formation:

Primaire	
Collège	
Lycée	
Licence	
Maîtrise	
Doctorat	

2. Hiérarchisez le lieu où vous passeriez vos vacances dans le cas où vous souhaiteriez les passer à Minho-Lima (d'après les formulaires fournies – p. 3)

1° \_\_\_\_\_

7° \_\_\_\_\_

2° \_\_\_\_\_

8° \_\_\_\_\_

3° \_\_\_\_\_

9° \_\_\_\_\_

4° \_\_\_\_\_

10° \_\_\_\_\_

5° \_\_\_\_\_

11° \_\_\_\_\_

6° \_\_\_\_\_

12° \_\_\_\_\_

3. Listez de **1** (plus *important*) à **5** (moins *important*) les caractéristiques qui vous semble les plus importants dans les items suivants:

<b>Plages</b>	. avec des symboles de qualités (ex. drapeau)	
	. aires surveillées	
	. avec des activités sportives nautiques	
	. avec des activités occupationnelles	
	. sans caractéristiques spéciales	

<b>Fleuves</b>	. renommés (ex. Rede Natura 2000)	
	. aires surveillées	
	. avec des activités sportives nautiques	
	. avec des activités de pêche	
	. sans caractéristiques spéciales	

<b>Aires Naturelles</b>	. classifiés / protégées (ex. aire protégée)	
	. état de conservation	
	. avec centre de interprétation	
	. avec des zones de chasses	
	. sans caractéristiques spéciales	

<b>Patrimoine Historique</b>	. classifiés / protégées (ex. Monument Nationale)	
	. état de conservation	
	. époque historique	
	. facilité de visite	
	. sans caractéristiques spéciales	

<b>Artisanat</b>	. avec des expositions des ventes au public	
	. avec certificat de conformité	
	. avec routes	
	. avec possibilité de voir l'artisan travailler	
	. sans caractéristiques spéciales	

<b>Fêtes/Festivités</b>	. fêtes/festivités traditionnelles	
	. fêtes contemporaines (ex. festival de musiques; biennal de art)	
	. représentations historiques	
	. avec possibilité de participation du public	
	. indifférente	

<b>Gastronomie</b>	. plats typiques/régionaux	
	. douceurs typiques	
	. vins régionaux	
	. avec possibilité de vivre dans l'ambiance	
	. indifférente, si c'est de bonne qualité	

**Merci beaucoup !**

## Destinations de vacances à Minho-Lima

(Arcos de Valdevez, Caminha, Melgaço, Monção, Paredes de Coura, Ponte da Barca, Ponte de Lima, Valença, Viana do Castelo e V. N. de Cerveira)

<ul style="list-style-type: none"><li>. Plages Fluviales</li><li>. Parques Nationaux ou de Paysage Protégés</li><li>. Artisanat</li><li>. Patrimoine Archéologique</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>1</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Plages Fluviales</li><li>. Parques Naturels de Récréation e Loisir</li><li>. Fêtes</li><li>. Patrimoine Militaire (ex: Forteresse/Murailles)</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>7</b></p>
<ul style="list-style-type: none"><li>. Fleuves ou Rivière</li><li>. Parques Naturels de Récréation e Loisir</li><li>. Gastronomie</li><li>. Patrimoine Archéologique</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>2</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Fleuves ou Rivière</li><li>. Parques Nationaux ou de Paysage Protégés</li><li>. Artisanat</li><li>. Patrimoine Militaire (ex: Forteresse/Murailles)</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>8</b></p>
<ul style="list-style-type: none"><li>. Plages Maritimes</li><li>. Monts ou Collines</li><li>. Fêtes</li><li>. Patrimoine Archéologique</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>3</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Plages Maritimes</li><li>. Parques Nationaux ou de Paysage Protégés</li><li>. Gastronomie</li><li>. Patrimoine Militaire (ex: Forteresse/Murailles)</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>9</b></p>
<ul style="list-style-type: none"><li>. Plages Fluviales</li><li>. Monts ou Collines</li><li>. Gastronomie</li><li>. Patrimoine Religieux</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>4</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Plages Fluviales</li><li>. Parques Nationaux ou de Paysage Protégés</li><li>. Fêtes</li><li>. Patrimoine Civil (ex: Edifices Historiques)</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>10</b></p>
<ul style="list-style-type: none"><li>. Fleuves ou Rivière</li><li>. Monts ou Collines</li><li>. Fêtes</li><li>. Patrimoine Religieux</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>5</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Fleuves ou Rivière</li><li>. Parques Naturels de Récréation e Loisir</li><li>. Artisanat</li><li>. Patrimoine Civil (ex: Edifices Historiques)</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>11</b></p>
<ul style="list-style-type: none"><li>. Plages Maritimes</li><li>. Parques Naturels de Récréation e Loisir</li><li>. Artisanat</li><li>. Patrimoine Religieux</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>6</b></p>	<ul style="list-style-type: none"><li>. Plages Maritimes</li><li>. Monts ou Collines</li><li>. Gastronomie</li><li>. Patrimoine Civil (ex: Edifices Historiques)</li></ul> <p style="text-align: right;"><b>12</b></p>



**Anexo 8** – Regressão linear para estimar os factores de ponderação do factor recursos, atendendo à sua natureza

Var. Ind.	Var. Dep. NRef
RN	2,682 (7,243)***
RH	5,342 (40,400)***
RE	4,493 (17,272)***
Constante	- 1,394 (-2,822)**
R <sup>2</sup>	0,965
R <sup>2</sup> Ajustado	0,965
F	2093,805
N	228

Notas: \*p<0,05; \*\*p<0,01; \*\*\*p<0,001. Os valores entre parêntesis são estatísticas t.





## Anexo 9 – Recursos turísticos dos Arcos de Valdevez

	Coefficiente Oferta	Coefficiente Procura	Hierarquia	Oferta	Procura
Albufeira da Barragem do Touvedo	2,682	5	1		
Albufeira/Barragem do Soajo/Lindoso	2,682	5	2		
Praia fluvial de Presa das Choças	2,682	5	1		
Praia fluvial de Pontelhão de Pogido	2,682	5	1		
Praia fluvial do Carregadouro	2,682	5	1		
Praia fluvial da Valeta – Tourim	2,682	5	1		
Praia fluvial da Valeta – Salvador	2,682	5	2		
Quedas de Água do Couto	2,682	5	1		
Quedas de Água da Portela	2,682	5	1		
Rio Cabrão	2,682	5	1		
Rio Lima	2,682	5	2		
Rio Padornelo	2,682	5	1		
Rio Vez	2,682	5	4		
Zona de pesca turística de Sistelo	2,682	5	1		
<b>Subtotal Património Natural – Água (PNA)</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>20</b>	<b>53,64</b>	<b>100</b>
Monte de Vilar (c/ vestígios de castro luso-romano)	2,682	5	1		
Monte do Castelo	2,682	5	1		
Parque Nacional da Peneda-Gerês	2,682	5	4		
Serra do Soajo	2,682	5	3		
Serra da Peneda	2,682	5	2		
Serra Amarela	2,682	5	1		
Zona de caça turística de Sistelo	2,682	5	1		
<b>Subtotal Património Natural – Monte (PNM)</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>13</b>	<b>34,866</b>	<b>65</b>
<b>Total Património Natural (PN)</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>33</b>	<b>88,506</b>	<b>165</b>
Antas da Serra do Soajo/ Núcleo Megalítico do Mezio	5,342	3,308	4		
Estação arqueológica do Gião / Complexo Arqueológico do Gião	5,342	3,308	2		
Castro de Ázere	5,342	3,308	2		
Castro de Cendufe	5,342	3,308	2		
Povoado castrejo de Álvora	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal Património Histórico Arqueológico (PHA)</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>12</b>	<b>64,104</b>	<b>39,696</b>
Capela N <sup>a</sup> Sr. <sup>a</sup> Conceição/Capela da Praça	5,342	3,308	3		
Capela da Misericórdia	5,342	3,308	2		
Capela de S. Bento do Cando e Albergue de Peregrinos	5,342	3,308	2		
Capela de St. António	5,342	3,308	2		
Capela S. João Baptista da Comenda de Távora	5,342	3,308	2		
Ermida de N. Sra. dos Aflitos	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz de Arcos Valdevez ou Igreja do Salvador	5,342	3,308	3		

Igreja da Misericórdia de Arcos de Valdevez	5,342	3,308	2		
Igreja do Espírito Santo	5,342	3,308	3		
Igreja da Lapa	5,342	3,308	4		
Igreja de S. Bento	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de S. Paio e Escadaria	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de S. Bartolomeu de Monte Redondo	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de S. Salvador de Sabadim	5,342	3,308	2		
Igreja de Santar	5,342	3,308	2		
Mosteiro de Ázere	5,342	3,308	2		
Mosteiro de Ermelo	5,342	3,308	3		
Mosteiro de Sta Maria de Miranda	5,342	3,308	2		
Santuário de N <sup>ra</sup> Sr <sup>a</sup> da Peneda	5,342	3,308	4		
<b>Subtotal Património Histórico Religioso (PHR)</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>46</b>	<b>245,732</b>	<b>152,168</b>
Castelo de Santa Cruz	5,342	3,308	2		
Forte da Pereira	5,342	3,308	2		
Forte de Bragandelo	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal Património Histórico Militar (PHM)</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>6</b>	<b>32,052</b>	<b>19,848</b>
Casa Torre Aguiã (c/ capela de Sta. Barbara)	5,342	3,308	3		
Casa do Terreiro/Casa das Artes	5,342	3,308	3		
Casa de Valverde	5,342	3,308	3		
Casa da Andorinha	5,342	3,308	2		
Casa da Ponte	5,342	3,308	2		
Casa da Coutada e jardim	5,342	3,308	2		
Casa/Solar de Requeijo e Capela	5,342	3,308	2		
Casa do Castelo de Sistelo	5,342	3,308	2		
Fonte da Misericórdia	5,342	3,308	1		
Fonte do Piolho	5,342	3,308	2		
Monumento ao Torneio de Valdevez	5,342	3,308	2		
Paço Giela e Capela Sta. Apolónia	5,342	3,308	3		
Paço da Glória	5,342	3,308	2		
Pelourinho de Arcos de Valdevez	5,342	3,308	3		
Pelourinho do Soajo	5,342	3,308	3		
Ponte medieval de Ázere	5,342	3,308	2		
Ponte medieval de Cabreiro	5,342	3,308	2		
Ponte medieval de Vilela	5,342	3,308	2		
Portal de Gondoriz	5,342	3,308	2		
Torre de Grade ou de Faro	5,342	3,308	3		
<b>Subtotal Património Histórico Civil (PHC)</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>46</b>	<b>245,732</b>	<b>152,168</b>
<b>Total Património Histórico (PH)</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>110</b>	<b>587,62</b>	<b>363,880</b>
Festas e Feiras Francas – Festas do concelho	4,493	1,897	3		
Feira do Fumeiro e Artesanato/Carnaval	4,493	1,897	2		
Festa de S. Bento	4,493	1,897	3		
Festa Sr <sup>a</sup> Peneda	4,493	1,897	3		

Cabrito do Soajo	4,493	1,897	2		
Cozido à Minhota	4,493	1,897	2		
Costela Barrosã (raça autóctone)	4,493	1,897	2		
Charutos de ovos moles	4,493	1,897	2		
Rebuçados dos Arcos	4,493	1,897	2		
Lenda da Moira Encantada de Giela	4,493	1,897	2		
Lenda da Veiga da Matança	4,493	1,897	2		
Lenda do Juiz de Soajo	4,493	1,897	2		
<b>Subtotal Património Etnográfico Imaterial (PEI)</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>27</b>	<b>121,311</b>	<b>51,219</b>
Alminhas da Gavieira	4,493	1,897	2		
Alminhas do Outeiro	4,493	1,897	1		
Aglomerado Rural de Bustelinhos e de Carralcova	4,493	1,897	2		
Roussas	4,493	1,897	4		
Adrão	4,493	1,897	2		
Aglomerado Rural de Gavieira, Tibo	4,493	1,897	2		
Aglomerado da Várzea, Assureira, Soajo	4,493	1,897	2		
Aglomerado Rural de Sistelo	4,493	1,897	2		
Cestaria	4,493	1,897	2		
Monelhas ou Molhelhas de Arcos de Valdevez	4,493	1,897	1		
Trabalhos em Pedra	4,493	1,897	1		
Bordados e Bainhas Abertas	4,493	1,897	1		
Espigueiros	4,493	1,897	2		
Branda e Cruzeiro de S. Bento do Cando	4,493	1,897	2		
Branda de Mosqueiros	4,493	1,897	2		
Brandas de Bousgalhinhas, de Junqueira, de Grovela	4,493	1,897	2		
Cruzeiro anexo à fachada norte da Misericórdia	4,493	1,897	2		
Cruzeiro do Sr. dos Milagres	4,493	1,897	2		
Cruzeiro do Sr. dos Perdidos de S. Paio	4,493	1,897	2		
Cruzeiro da Misericórdia	4,493	1,897	2		
Cruzeiro Nª Sra. Piedade/Cruzeiro de Gondoriz	4,493	1,897	2		
Cruzeiro de Bicudo	4,493	1,897	2		
Cruzeiro de Bicudo/Cruzeiro da Meia de Baixo	4,493	1,897	2		
Cruzeiro e Alminhas de Sistelo	4,493	1,897	1		
Espigueiros de Soajo	4,493	1,897	4		
Jazigo do Visconde de Sistelo	4,493	1,897	2		
Moinhos de Água de Portela	4,493	1,897	1		
<b>Subtotal Património Etnográfico Material (PEM)</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>52</b>	<b>233,636</b>	<b>98,644</b>
<b>Total Património Etnográfico (PE)</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>79</b>	<b>354,947</b>	<b>149,86</b>
<b>Valor Recursos</b>				<b>1031,07</b>	<b>678,74</b>



## Anexo 10 – Recursos turísticos de Caminha

	Coefficiente Oferta	Coefficiente Procura	Hierarquia	Oferta	Procura
Estuário do Rio Minho	2,682	5	4		
Praia Fluvial de Lanhelas	2,682	5	2		
Praia Fluvial das Pedras Ruivas	2,682	5	2		
Praia Fluvial de Foz Minho	2,682	5	2		
Praia Fluvial de Vilar de Mouros	2,682	5	2		
Praia Marítima de Gelfa / Praia do Forte do Cão	2,682	5	3		
Praia Marítima do Camarido	2,682	5	3		
Praia Marítima de Moledo	2,682	5	4		
Praia Marítima de V.P.Âncora	2,682	5	3		
Praia Marítima de Ínsua	2,682	5	2		
Rio Coura	2,682	5	4		
Rio Âncora	2,682	5	3		
<b>Subtotal PNA</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>34</b>	<b>91,188</b>	<b>170</b>
Monte de Cristelo	2,682	5	1		
Monte do Sino dos Mouros	2,682	5	1		
Monte do Calvário	2,682	5	2		
Pinhal Camarido	2,682	5	3		
Pinhal/Mata da Gelfa	2,682	5	3		
Serra d'Arga	2,682	5	4		
<b>Subtotal PNM</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>14</b>	<b>37,548</b>	<b>70</b>
<b>Total PN</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>48</b>	<b>128,736</b>	<b>240</b>
Anta da Barrosa/Lapa dos Mouros/Dólmen da Barrosa	5,342	3,308	2		
Cividade de Âncora	5,342	3,308	2		
Dólmen de Vile/Dólmen do Santo de Vile	5,342	3,308	2		
Estação Arqueol. do Alto do Coto da Pena	5,342	3,308	2		
Laje das Fogaças, na Chã das Castanheiras	5,342	3,308	2		
Mamoia de Aspra / Cova da Moura	5,342	3,308	1		
<b>Subtotal PHA</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>11</b>	<b>58,762</b>	<b>36,388</b>
Capela de Sta. Luzia	5,342	3,308	1		
Capela de S. João	5,342	3,308	2		
Capela de N. Sra. da Agonia	5,342	3,308	2		
Capela de S. Sebastião	5,342	3,308	1		
Capela da N. Sra. da Ajuda	5,342	3,308	1		
Capela de S. Bento	5,342	3,308	1		
Capela de N. Sra. da Bonança	5,342	3,308	1		
Capela/Gruta de N. Sra. de Lourdes	5,342	3,308	1		
Capela de S. Brás	5,342	3,308	1		
Capela de S. Sebastião	5,342	3,308	1		

Capela de Sta. Luzia	5,342	3,308	1		
Capela do Sr. dos Passos/Igreja Nova	5,342	3,308	1		
Capela/Igreja de S. Pedro de Varais	5,342	3,308	3		
Igreja Matriz de Caminha / Igreja de N. Sra. Assunção	5,342	3,308	4		
Igreja da Misericórdia de Caminha	5,342	3,308	2		
Igreja de Sta. Clara	5,342	3,308	2		
Igreja de St. António	5,342	3,308	1		
Igreja Paroquial de Vilar Mouros/Igreja de Sta. Eulália	5,342	3,308	3		
Mosteiro e Capela de S. João d'Arga	5,342	3,308	2		
Santuário de S. João d'Arga	5,342	3,308	3		
Santuário da Sra. das Neves	5,342	3,308	2		
Via Sacra e Capela do Sr. do Calvário	5,342	3,308	1		
<b>Subtotal PHR</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>37</b>	<b>197,654</b>	<b>122,396</b>
Conjunto Fortificado	5,342	3,308	4		
Forte do Cão ou Gelfa	5,342	3,308	2		
Forte de Ínsua	5,342	3,308	4		
Forte da Lagarteira ou Forte de V.P. Âncora	5,342	3,308	3		
<b>Subtotal PHM</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>13</b>	<b>69,446</b>	<b>43,004</b>
Casa dos Pitas	5,342	3,308	4		
Casa da Anta	5,342	3,308	1		
Casa da Torre, ou "Torre de Lanhelas	5,342	3,308	2		
Casa da Avenida 5 de Outubro, n°s 76, 78 e 80	5,342	3,308	1		
Chafariz da Praça Municipal	5,342	3,308	4		
Coreto de Venade	5,342	3,308	1		
Fonte Centenária	5,342	3,308	1		
Paços do Concelho	5,342	3,308	4		
Ponte de Abadim	5,342	3,308	2		
Ponte Metálica do Caminho-de-Ferro s/ o Rio Coura	5,342	3,308	1		
Ponte Vilar de Mouros	5,342	3,308	3		
Praça do Conselheiro Silva Torres	5,342	3,308	4		
Torre do Relógio	5,342	3,308	4		
<b>Subtotal PHM</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>32</b>	<b>170,944</b>	<b>105,856</b>
<b>Total PH</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>93</b>	<b>496,806</b>	<b>307,644</b>
Festa de Nossa Senhora da Bonança	4,493	1,897	3		
Festa do Corpo de Deus	4,493	1,897	2		
Festa de Santa Rita de Cássia (Festas do Concelho)	4,493	1,897	4		
Festa de São João d'Arga	4,493	1,897	3		
Festival Vilar de Mouros	4,493	1,897	3		
Caldeirada à Pescador	4,493	1,897	2		
Cabrito à Serra de Arga	4,493	1,897	2		
Arroz de Marisco	4,493	1,897	2		
Sável	4,493	1,897	1		
Cozido à Minhota	4,493	1,897	2		

Solha Seca Frita	4,493	1,897	2		
<b>Subtotal PEI</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>26</b>	<b>116,818</b>	<b>49,322</b>
Alminhas de St. Isidoro	4,493	1,897	1		
Alminhas da Lagarteira	4,493	1,897	1		
Alminhas da Rampa do Calvário	4,493	1,897	1		
Alminhas do Sr. das Necessidades	4,493	1,897	1		
Bordados de Dem (trajes folclore)	4,493	1,897	2		
Carocho	4,493	1,897	2		
Cobres Artísticos	4,493	1,897	4		
Confecção de Flores	4,493	1,897	2		
Palmitos	4,493	1,897	1		
Pirotecnia	4,493	1,897	1		
Trabalhos em Linho	4,493	1,897	1		
Olaria e Azulejaria	4,493	1,897	1		
Cruzeiros Paroquial, dos Currais, das Afonsas, Quinta do Paço, de Aspra, Gelfa (Âncora)	4,493	1,897	1		
Cruzeiro da Independência	4,493	1,897	1		
Cruzeiro Paroquial de Moledo	4,493	1,897	1		
Cruzeiro de Venade	4,493	1,897	1		
Cruzeiro do Sr. Aflitos/Cruzeiro da Escola	4,493	1,897	1		
Cruzeiro do Senhor do Amparo	4,493	1,897	1		
Cruzeiro da Piedade	4,493	1,897	1		
Espigueiros	4,493	1,897	1		
Moinhos	4,493	1,897	1		
Oratório do Sr. dos Passos	4,493	1,897	1		
Oratório do Sr. dos Aflitos	4,493	1,897	1		
<b>Subtotal PEM</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>29</b>	<b>130,297</b>	<b>55,013</b>
<b>Total PE</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>55</b>	<b>247,115</b>	<b>104,335</b>
<b>Valor Recursos</b>				<b>872,66</b>	<b>651,98</b>





## Anexo 11 – Recursos turísticos de Melgaço

	Coefficiente Oferta	Coefficiente Procura	Hierarquia	Oferta	Procura
Rio Minho	2,682	5	3		
Rio Laboreiro	2,682	5	1		
Rio Mouro	2,682	5	1		
Rio Trancoso	2,682	5	2		
Pesca fluvial da lampreia	2,682	5	1		
<b>Subtotal PNA</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>21,456</b>	<b>40</b>
Monte do Facho	2,682	5	1		
Parque Nacional da Peneda-Gerês (Castro Laboreiro)	2,682	5	4		
Parque Nacional da Peneda-Gerês (Lamas de Mouro)	2,682	5	2		
Serra da Peneda	2,682	5	2		
Serra do Soajo	2,682	5	2		
<b>Subtotal PNM</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>29,502</b>	<b>55</b>
<b>Total PN</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>19</b>	<b>50,958</b>	<b>95</b>
Castro de Melgaço/Castro da Cividade de Paderne	5,342	3,308	2		
Gravuras Rupestres do Fieiral	5,342	3,308	1		
Necrópole Megalítica do Planalto de Castro Laboreiro	5,342	3,308	2		
Mamoia 2 do Alto da Portela do Pau	5,342	3,308	1		
Mamoia do Batateiro	5,342	3,308	1		
Mamoia da Mina da Mota	5,342	3,308	1		
<b>Subtotal PHA</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>8</b>	<b>42,736</b>	<b>26,464</b>
Capela de S. Brás	5,342	3,308	1		
Capela da Sra. do Alívio	5,342	3,308	1		
Capela Sr. <sup>a</sup> Orada	5,342	3,308	3		
Capela S. Julião	5,342	3,308	3		
Capela da Sra. da Graça	5,342	3,308	1		
Capela da Sra. da Pastoriza	5,342	3,308	1		
Capela de St. António	5,342	3,308	1		
Capela de St. Cristo	5,342	3,308	2		
Capela da Sra. da Vista	5,342	3,308	1		
Convento de Paderne	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz/Igreja de Sta. Maria da Visitação	5,342	3,308	2		
Igreja do Mosteiro de Fiães /Igreja de St. André	5,342	3,308	3		
Igreja Paroquial de Lamas de Mouro/Igreja de S. João Baptista	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz dedicada a Sta. Maria da Porta	5,342	3,308	2		
Igreja da Misericórdia de Melgaço	5,342	3,308	2		
Igreja do Convento das Carvalhiças/N <sup>a</sup> Sra. Conceição	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Chaviães/Santa M <sup>a</sup> Madalena	5,342	3,308	2		

Igreja de Paderne / Igreja do Divino Salvador	5,342	3,308	3		
<b>Subtotal PHR</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>34</b>	<b>181,63</b>	<b>112,47</b>
Castelo de Castro Laboreiro ou Laboredo	5,342	3,308	4		
Castelo Melgaço	5,342	3,308	3		
Fosso Medieval	5,342	3,308	2		
Muralha Melgaço	5,342	3,308	3		
<b>Subtotal PHM</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>12</b>	<b>64,104</b>	<b>39,696</b>
Aqueduto de Pontes	5,342	3,308	1		
Casa/Quinta da Calçada	5,342	3,308	3		
Fonte de S. João	5,342	3,308	2		
Fonte da Vila	5,342	3,308	2		
Padieira da Assureira	5,342	3,308	1		
Pelourinho de Castro Laboreiro	5,342	3,308	2		
Ponte Nova / Cava Velha	5,342	3,308	3		
Ponte das Cainheiras	5,342	3,308	2		
Ponte da Dorna	5,342	3,308	2		
Ponte de Varziela	5,342	3,308	2		
Ponte da Veiga	5,342	3,308	1		
Ponte / Moinhos da Assureira	5,342	3,308	2		
Ponte Velha de Castro Laboreiro	5,342	3,308	1		
Ponte Internacional de Peso/Arbo	5,342	3,308	2		
Quinta de Eiró	5,342	3,308	1		
Solar do Alvarinho/Antigos Paços do Concelho	5,342	3,308	3		
Torre de Menagem	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHC</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>32</b>	<b>170,94</b>	<b>105,86</b>
<b>Total PH</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>86</b>	<b>459,41</b>	<b>284,49</b>
Festa da Cultura - Festas do concelho	4,493	1,897	3		
Festa do Fumeiro e do Alvarinho	4,493	1,897	1		
Lampreia	4,493	1,897	2		
Presunto e enchidos	4,493	1,897	2		
Carne de cabrito	4,493	1,897	2		
Vinho Alvarinho	4,493	1,897	3		
A Lenda de Inês Negra	4,493	1,897	2		
<b>Subtotal PEI</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>15</b>	<b>67,395</b>	<b>28,455</b>
Azenhas e verandas/brandas da Aveleira e do Covelo	4,493	1,897	2		
Brandas da Serra da Peneda	4,493	1,897	1		
Casas tradicionais/Brandas e Inverneiras em Castro Laboreiro	4,493	1,897	4		
Cruzeiro da Quingosta / Cruzeiro de Portos	4,493	1,897	1		
Cruzeiro de Cousso	4,493	1,897	1		
Cruzeiro S. Gregório	4,493	1,897	3		
Cruzeiro do Sr. Aflitos	4,493	1,897	1		
Cruzeiro de S. Julião	4,493	1,897	2		

Cruzeiro de Santo Cristo	4,493	1,897	1		
Cruzeiro do Sr. da Oliveira	4,493	1,897	1		
Cultura do linho	4,493	1,897	1		
Rota do Vinho Verde	4,493	1,897	2		
Moinhos de Castro Laboreiro	4,493	1,897	1		
Pesqueiras no rio Minho	4,493	1,897	1		
Relógios de Sol	4,493	1,897	1		
<b>Subtotal PEM</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>23</b>	<b>103,34</b>	<b>43,631</b>
<b>Total PE</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>38</b>	<b>170,73</b>	<b>72,086</b>
<i>Valor Recursos</i>				<i>681,10</i>	<i>451,57</i>



## Anexo 12 – Recursos turísticos de Monção

	Coefficiente Oferta	Coefficiente Procura	Hierarquia	Oferta	Procura
Praia fluvial	2,682	5	1		
Ribeiro de Lara	2,682	5	1		
Rio Gadanha (Anhões)	2,682	5	2		
Rio Gadanha (Barrocas)	2,682	5	1		
Rio Gadanha (Trute)	2,682	5	1		
Rio Mouro	2,682	5	2		
Rio Vez	2,682	5	1		
Rio Minho	2,682	5	3		
<b>Subtotal PNA</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>12</b>	<b>32,184</b>	<b>60</b>
Alto de St. António de Vale de Poldros	2,682	5	2		
Mata da freguesia de Anhões / Serra da Anta	2,682	5	1		
Monte da Sra. Boa Nova	2,682	5	1		
Monte da Sra. Graça	2,682	5	1		
Monte da Sra. da Vista	2,682	5	1		
Monte da Sra. da Abadia	2,682	5	1		
Monte da Assunção	2,682	5	1		
<b>Subtotal PNM</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>8</b>	<b>21,456</b>	<b>40</b>
<b>Total PN</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>20</b>	<b>53,64</b>	<b>100</b>
Castro da Sra. Assunção/Citânia do Monte da Assunção	5,342	3,308	2		
Castro/Citânia de São Caetano	5,342	3,308	2		
Penedo da Teixogueira	5,342	3,308	1		
Penedo da Toca	5,342	3,308	1		
<b>Subtotal PHA</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>6</b>	<b>32,052</b>	<b>19,848</b>
Capela de N. Sra. da Graça	5,342	3,308	1		
Capela da N <sup>a</sup> Sra. Assunção	5,342	3,308	2		
Capela de Santiago	5,342	3,308	2		
Capela de S. Félix	5,342	3,308	1		
Capela/Santuário da Sra. dos Milagres	5,342	3,308	1		
Capela do Sr. da Boa Morte	5,342	3,308	1		
Capela da Misericórdia	5,342	3,308	2		
Capela S. Sebastião	5,342	3,308	3		
Capela de S. Francisco (Anexa ao Convento dos Capuchos) / Capela dos Capuchos	5,342	3,308	2		
Convento e Igreja de Merufe (Convento das Irmãs Bentas)	5,342	3,308	2		
Convento de S. António Capuchos	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial Barbeita/Igreja Divino Salvador	5,342	3,308	1		

Igreja Paroquial Messegães/Igreja de São Miguel	5,342	3,308	1		
Capela de S. António Capuchos	5,342	3,308	3		
Igreja Matriz	5,342	3,308	4		
Igreja e Casa do Consistório da Misericórdia de Monção	5,342	3,308	3		
Igreja de Valadares	5,342	3,308	3		
Igreja Paroquial de Sá/Igreja de S. João Baptista	5,342	3,308	1		
Igreja da Misericórdia de Valadares	5,342	3,308	1		
Mosteiro e Igreja de Longos Vales (Capela Mor)	5,342	3,308	4		
Santuário da Sra. da Cabeça	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHR</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>42</b>	<b>224,364</b>	<b>138,94</b>
Castelo e Fortaleza / Muralhas de Monção	5,342	3,308	4		
Torre da Lapela	5,342	3,308	3		
<b>Subtotal PHM</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>7</b>	<b>37,394</b>	<b>23,156</b>
Antiga Cadeia de Valadares	5,342	3,308	1		
Casa do Curro	5,342	3,308	2		
Casa das Rodas	5,342	3,308	3		
Casa/Quinta da Amiosa	5,342	3,308	3		
Estatua de Danaide/Chafariz da Danaide	5,342	3,308	2		
Fonte no Lugar de Ponte de Mouro	5,342	3,308	1		
Fonte da Vila	5,342	3,308	2		
Palácio da Brejoeira	5,342	3,308	4		
Ponte de Mouro/Ponte da Barbeita	5,342	3,308	3		
Ponte Internacional Monção-Salvaterra	5,342	3,308	2		
Ponte Romana	5,342	3,308	2		
Ponte da Veiga	5,342	3,308	2		
Ponte de Tangil	5,342	3,308	1		
Ponte Romana s/ rio Gadanha	5,342	3,308	1		
Praça de Deu-la-Deu / "Terreiro do Curro"	5,342	3,308	4		
Termas/Caldas de Monção	5,342	3,308	4		
<b>Subtotal PHC</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>37</b>	<b>197,654</b>	<b>122,4</b>
<b>Total PH</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>92</b>	<b>491,464</b>	<b>304,34</b>
Grupo Folclórico das Lavradeiras de S. Pedro de Merufe	4,493	1,897	1		
Festa da Coca (Dia de Corpo de Deus)	4,493	1,897	4		
Festa da Sra. das Dores - Festas do concelho	4,493	1,897	3		
Festival Internacional de Folclore	4,493	1,897	3		
Festival Internacional de Folclore	4,493	1,897	3		
Festa do Linho	4,493	1,897	1		
Lampreia	4,493	1,897	2		
Sável	4,493	1,897	2		
Salmão	4,493	1,897	2		
Cabrito assado	4,493	1,897	2		

Doçaria: Barrigas de freira; mexidos; rosquilhas e papudos	4,493	1,897	2		
Vinho Alvarinho	4,493	1,897	4		
Lenda da Coca	4,493	1,897	2		
Lenda de Deu-la-Deu Martins	4,493	1,897	4		
<b>Subtotal PEI</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>35</b>	<b>157,255</b>	<b>66,395</b>
Alminhas do adro da Capela do Sr. Boa Morte	4,493	1,897	1		
Tecelagem e bordados	4,493	1,897	1		
Associação de Artesãos de Monção	4,493	1,897	2		
Rota dos Vinhos Verdes	4,493	1,897	2		
Branda (Cardenas) St. António de Vale Poldros	4,493	1,897	2		
Cruzeiros do Carregal	4,493	1,897	1		
Cruzeiros do Sr. dos Aflitos	4,493	1,897	1		
Cruzeiro de S. Caetano	4,493	1,897	1		
Cruzeiro de St. Isidro/ Cruzeiro de S. Sidro	4,493	1,897	1		
Cruzeiros Sr. Aflitos e junto à Igreja	4,493	1,897	1		
Cruzeiro da Sra. da Piedade	4,493	1,897	1		
Cruzeiro de Tangil	4,493	1,897	1		
Cruzeiro do Sr. Aflitos	4,493	1,897	1		
Moinhos (rio Gadanha)	4,493	1,897	1		
Moinhos na ribeira de Lara	4,493	1,897	1		
Oratório de Santo Cristo/Oratório do Senhor da Boa Morte	4,493	1,897	1		
Oratório do Senhor dos Passos	4,493	1,897	1		
Pesqueiras de Pedra Antiga (rio Minho)	4,493	1,897	1		
<b>Subtotal PEM</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>21</b>	<b>94,353</b>	<b>39,837</b>
<b>Total PE</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>56</b>	<b>251,608</b>	<b>106,23</b>
<i>Valor Recursos</i>				<i>796,71</i>	<i>510,57</i>





## Anexo 13 – Recursos turísticos de Paredes de Coura

	Coefficiente Oferta	Coefficiente Procura	Hierarquia	Oferta	Procura
Praia fluvial do Taboão	2,682	5	2		
Praia fluvial nas margens do Coura	2,682	5	1		
Queda de Água das Lages	2,682	5	1		
Rio Rieiro ou Agualonga	2,682	5	1		
Rio Coura (Paredes de Coura)	2,682	5	3		
Rio Coura (Cristelo)	2,682	5	1		
Rio Coura (Parada)	2,682	5	1		
<b>Subtotal PNA</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>26,82</b>	<b>50</b>
Monte de Castro	2,682	5	1		
Monte da Sra. Pena	2,682	5	1		
Paisagem/Área Protegida do Corno do Bico (Bico)	2,682	5	3		
Paisagem/Área Protegida do Corno do Bico (Castanheira)	2,682	5	1		
Paisagem/Área Protegida do Corno do Bico (Cristelo)	2,682	5	1		
Paisagem/Área Protegida do Corno do Bico (Parada)	2,682	5	1		
Paisagem/Área Protegida do Corno do Bico (Vascões)	2,682	5	1		
Serra da Boalhosa	2,682	5	1		
Veiga de Agualonga	2,682	5	2		
Zona Caça Turística de Paredes de Coura	2,682	2	2		
<b>Subtotal PNM</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>14</b>	<b>37,548</b>	<b>70</b>
<b>Total PN</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>24</b>	<b>64,368</b>	<b>120</b>
Antas (nomeadamente da Cruz Vermelha)	5,342	3,308	3		
Castro da Cidade em Cossourado	5,342	3,308	2		
Castro de Cristelo	5,342	3,308	2		
Castro de Buzendes	5,342	3,308	1		
Castro do Coto de Ouro/Castro de Romarigães	5,342	3,308	3		
Núcleo Megalítico de Vascões	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHA</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>13</b>	<b>69,446</b>	<b>43,004</b>
Capela de S. Bento da Porta Aberta	5,342	3,308	1		
Capela da Sra. do Amparo	5,342	3,308	2		
Capela de N <sup>a</sup> Sra. Conceição (integrada na Casa do Anjo)	5,342	3,308	2		
Capela da Sra. Pena	5,342	3,308	2		
Capela do Divino Espírito Santo	5,342	3,308	2		

Capela de N. Sra. Conceição	5,342	3,308	1		
Igreja de S. Paio	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de S. Pedro	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Santa Maria	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Ferreira/Igreja S. Mamede	5,342	3,308	1		
Igreja da N <sup>a</sup> Sra. Purificação	5,342	3,308	3		
Igreja de São Bento da Porta Aberta	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Santa Marinha de Linhares	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de S. Paio	5,342	3,308	2		
Igreja de Santa Marinha	5,342	3,308	2		
Igreja/Capela de Ecce-Homo em Tojais	5,342	3,308	3		
Igreja Matriz de S. Pedro	5,342	3,308	2		
Igreja de S. Bartolomeu de Antas	5,342	3,308	2		
Igreja Românica (paroquial) S. Pedro Rubiães	5,342	3,308	3		
<b>Subtotal PHR</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>38</b>	<b>202,996</b>	<b>125,704</b>
Antiga Cadeia	5,342	3,308	1		
Antiga Fábrica de Lacticínios de Mantelães	5,342	3,308	1		
Casa do Outeiro	5,342	3,308	2		
Casa de Santa Ana da Seara	5,342	3,308	2		
Casa Paço d'Afe	5,342	3,308	1		
Casa Grande/Casa dos Pereiras da Cunha	5,342	3,308	2		
Casa Grande de Romarigães	5,342	3,308	3		
Escola Primária de Rubiães	5,342	3,308	1		
Marcos Miliários romanos de Fonte de Olho e do Lugar de Barreiros	5,342	3,308	2		
Marco Miliário ainda não inventariado, embutido na parede do alpendre da capela de S. Bartolomeu	5,342	3,308	2		
Paços do Concelho	5,342	3,308	2		
Palacete Miguel Dantas	5,342	3,308	2		
Pelourinho de Paredes de Coura	5,342	3,308	3		
Ponte Medieval /Ponte de Coura	5,342	3,308	1		
Ponte de Mantelães	5,342	3,308	1		
Ponte de Feteira	5,342	3,308	1		
Ponte Nova do Crasto	5,342	3,308	2		
Ponte de Rubiães	5,342	3,308	3		
Solar das Antas	5,342	3,308	3		
IV Via Romana Braga/Tui (12 dos 14 marcos miliários pertencem ao concelho)	5,342	3,308	3		
<b>Subtotal PHC</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>38</b>	<b>202,996</b>	<b>125,704</b>
<b>Total PH</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>89</b>	<b>475,438</b>	<b>294,412</b>
Festival de Música Moderna de Paredes de Coura	4,493	1,897	3		

Festas de Santo António/Sra. das Dores – Festas do concelho	4,493	1,897	3		
Feira de Produtos Regionais do Alto Minho	4,493	1,897	3		
Cabrito montanês	4,493	1,897	2		
Trutas assadas no forno	4,493	1,897	2		
Papinhas de Coura	4,493	1,897	2		
Lenda do Lagarto	4,493	1,897	2		
<b>Subtotal PEI</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>17</b>	<b>76,381</b>	<b>32,249</b>
Alminhas da Rua Coronel Cunha Brandão	4,493	1,897	2		
Alminhas da Ponte de Feteira	4,493	1,897	1		
Pecene	4,493	1,897	2		
Outeiro	4,493	1,897	2		
Trabalhos em linho e lã	4,493	1,897	1		
Cruzeiro da Cidade	4,493	1,897	1		
Eiras comunitárias e espigueiros	4,493	1,897	2		
Engenhos de serrar a madeira	4,493	1,897	1		
Moinhos de Água (Cabanas)	4,493	1,897	2		
Moinhos e Açudes	4,493	1,897	2		
Viveiro das Trutas	4,493	1,897	2		
<b>Subtotal PEM</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>18</b>	<b>80,874</b>	<b>34,146</b>
<b>Total PE</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>35</b>	<b>157,255</b>	<b>66,395</b>
<i>Valor Recursos</i>				<i>697,06</i>	<i>480,81</i>



## Anexo 14 – Recursos turísticos de Ponte da Barca

	Coefficiente Oferta	Coefficiente Procura	Hierarquia	Oferta	Procura
Cascata de Fervença	2,682	5	2		
Cascata do Rio da Escada em Lindoso	2,682	5	2		
Barragem/Albufeira do Alto Lindoso	2,682	5	2		
Barragem/Albufeira de Touvedo	2,682	5	2		
Rio Lima	2,682	5	4		
Rio Castro Laboreiro	2,682	5	2		
Rio Vade	2,682	5	1		
<b>Subtotal PNA</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>40,23</b>	<b>75</b>
Lugar do Barral	2,682	5	1		
Parque Nacional da Peneda-Gerês	2,682	5	3		
Serra do Oural	2,682	5	1		
Serra Amarela	2,682	5	2		
Serra do Soajo	2,682	5	4		
Serra da Peneda	2,682	5	4		
Zona de caça	2,682	5	2		
<b>Subtotal PNM</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>17</b>	<b>45,594</b>	<b>85</b>
<b>Total PN</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>32</b>	<b>85,824</b>	<b>160</b>
Castro e Mamoas em Boivães	5,342	3,308	1		
Citânia de Bilhares	5,342	3,308	1		
Citânia Romana / Castro de Cidadelhe	5,342	3,308	2		
Dolmén da Lapa da Moura	5,342	3,308	2		
Gravuras Rupestres da Chã do Vale Coelheira	5,342	3,308	2		
Santuário Rupestre da Chã da Rapada	5,342	3,308	2		
Gravuras Rupestres da Bouça do Colado	5,342	3,308	2		
Gravuras Rupestres de Porto Chão	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHA</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>14</b>	<b>74,788</b>	<b>46,312</b>
Capelas de Nª Sra. Lapa	5,342	3,308	2		
Capelas de Stº António	5,342	3,308	2		
Capelas de São Bartolomeu	5,342	3,308	2		
Igreja de Bravães	5,342	3,308	4		
Igreja S. Martinho de Crasto (Antigo Mosteiro de Crasto)	5,342	3,308	3		
Igreja Paroquial de S. Miguel	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz S. João Baptista	5,342	3,308	4		
Igreja da Misericórdia de Ponte da Barca	5,342	3,308	2		
Igreja e Torre do Antigo Mosteiro	5,342	3,308	3		
<b>Subtotal PHR</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>24</b>	<b>128,208</b>	<b>79,392</b>
Castelo do Lindoso	5,342	3,308	4		

Ruínas do Castelo da Nóbrega	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHM</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>6</b>	<b>32,052</b>	<b>19,848</b>
Aqueduto de Vila Chã	5,342	3,308	2		
Fonte de S. João	5,342	3,308	2		
Mercado Pombalino / Antigo Mercado	5,342	3,308	4		
Paço Vedro/ Solar dos Abreus Limas	5,342	3,308	3		
Paços do Concelho	5,342	3,308	2		
Pelourinho de Ponte da Barca	5,342	3,308	4		
Ponte romana sobre o Rio Vade	5,342	3,308	3		
Ponte romana sobre o Tamente	5,342	3,308	2		
Ponte romana de Parada/Ponte de Santiago	5,342	3,308	2		
Ponte medieval sobre o Lima	5,342	3,308	4		
Ponte Nova	5,342	3,308	1		
Torre de Vila Verde/ Torre de D. Elvira	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHC</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>31</b>	<b>165,602</b>	<b>102,548</b>
<b>Total PH</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>75</b>	<b>400,65</b>	<b>248,1</b>
Aglomerado Rural de Ermida	4,493	1,897	2		
Aglomerado Rural da Paradela	4,493	1,897	2		
Aglomerado rural de Cidadelhe	4,493	1,897	2		
Pirotecnia	4,493	1,897	1		
Centro de Exposição e Venda de Produtos Regionais	4,493	1,897	2		
Festas S. Bartolomeu / Festas do concelho / Feira do Linho	4,493	1,897	3		
Desfolhadas Minhotas	4,493	1,897	3		
Gaita-de-Foles de Ponte da Barca	4,493	1,897	2		
Posta Barrosã	4,493	1,897	2		
Papas de Sarrabulho	4,493	1,897	2		
Chanfana de Cabra	4,493	1,897	2		
Cabrito da Serra Amarela	4,493	1,897	2		
Lampreia	4,493	1,897	2		
Vinho branco e tinto Terras da Nóbrega	4,493	1,897	3		
<b>Subtotal PEI</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>30</b>	<b>134,79</b>	<b>56,91</b>
Branda de Bilhares	4,493	1,897	2		
Branda Porto-Chão / Pardieiros de Porto Chão	4,493	1,897	2		
Cruzeiro S. Miguel de Entre-Ambos-os Rios	4,493	1,897	2		
Cruzeiro do Senhor da Paz	4,493	1,897	1		
Cruzeiro do Curro	4,493	1,897	2		
Cruzeiro Pena/Cruzeiro de São Pedro de Vade	4,493	1,897	2		
Cruzeiro de Vila Chã (S. João)	4,493	1,897	2		
Cruzeiro de Vila Nova de Muía	4,493	1,897	2		
Conjunto de Espigueiros do Lindoso e respectivo local onde se implantam	4,493	1,897	4		

Espigueiros de Cidadelhe	4,493	1,897	2		
Espigueiros de Parada na Eira do Tapado	4,493	1,897	2		
Espigueiros de Parada na Portela da Leija	4,493	1,897	2		
Espigueiro de Seixinho	4,493	1,897	2		
Moinhos de Boivães	4,493	1,897	2		
Moinhos do Lindoso	4,493	1,897	2		
Pesqueiras no Rio Lima (pesca da lampreia)	4,493	1,897	2		
Relógios de Sol	4,493	1,897	1		
<b>Subtotal PEM</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>34</b>	<b>152,762</b>	<b>64,498</b>
<b>Total PE</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>64</b>	<b>287,552</b>	<b>121,408</b>
<i>Valor Recursos</i>				<i>774,03</i>	<i>529,51</i>





## Anexo 15 – Recursos turísticos de Ponte de Lima

	Coefficiente Oferta	Coefficiente Procura	Hierarquia	Oferta	Procura
Praia fluvial do Arnado	2,682	5	2		
Praia fluvial de S. Martinho da Gandra	2,682	5	1		
Praia da Ponte de Sta. Marinha	2,682	5	1		
Praia fluvial em Correlhã	2,682	5	1		
Praia fluvial de Vitorino das Donas	2,682	5	1		
Praia fluvial do Rio Estorãos	2,682	5	2		
Rio Lima	2,682	5	3		
Rio Labruja	2,682	5	2		
Rio Neiva	2,682	5	1		
Rio Trovela (Boalhosa)	2,682	5	2		
Rio Trovela (Feitosa)	2,682	5	2		
Rio de Estorãos	2,682	5	2		
<b>Subtotal PNA</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>20</b>	<b>53,64</b>	<b>100</b>
Alto da Serra de Arga	2,682	5	2		
Monte e Miradouro de Santa Madalena	2,682	5	2		
Monte/Miradouro de Santo Ovídio	2,682	5	2		
Monte/Serra da Nó (onde está Santuário N <sup>a</sup> Sra. Boa Morte) / Parque N <sup>a</sup> Sra. Boa Morte	2,682	5	2		
Monte de S. Cristóvão	2,682	5	2		
Paisagem Protegida Lagoas de Bertandos e S. Pedro d'Arcos	2,682	5	2		
Planalto da Boalhosa	2,682	5	2		
Veigas de Bertandos	2,682	5	2		
Veigas da Correlhã	2,682	5	2		
<b>Subtotal PNM</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>48,276</b>	<b>90</b>
<b>Total PN</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>38</b>	<b>101,916</b>	<b>190</b>
Castro de Genso	5,342	3,308	2		
Castro de Santo Estêvão da Facha (monte do Sr. do Socorro)	5,342	3,308	2		
Castro de Trás de Cidades	5,342	3,308	2		
Castro do Cresto	5,342	3,308	2		
Castro do Alto das Valadas	5,342	3,308	2		
Pedra do Cavalinho	5,342	3,308	2		
Penedo de São Simão	5,342	3,308	2		
Ruínas existentes na Bouça do Monte do Crasto	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHA</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>16</b>	<b>85,472</b>	<b>52,928</b>

Capela Anjo da Guarda	5,342	3,308	3		
Capela Sto. Abdão	5,342	3,308	2		
Capelinha da Sra. das Neves	5,342	3,308	2		
Capela/Ermida de Santa M <sup>a</sup> Madalena	5,342	3,308	2		
Capela Espírito Santo / Capela de Moreira do Lima	5,342	3,308	2		
Capela N <sup>a</sup> Sra. da Misericórdia das Pereiras / Capela das Pereira	5,342	3,308	2		
Capela Sra. Penha de França	5,342	3,308	3		
Capela Sta. Eulália	5,342	3,308	2		
Antigo Convento dos Cónegos Regrantes de Sto. Agostinho / Mosteiro de Refóios do Lima	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz de Anais	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Arcos	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Arcozelo/Sta. Marinha	5,342	3,308	2		
Igreja Sto. António da Torre Velha/Capela de São Gonçalo	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Cabração	5,342	3,308	2		
Santuário/Igreja N. Sra. Boa Morte	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz/Paroquial	5,342	3,308	2		
Igreja de Estorões	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Fontão	5,342	3,308	2		
Igreja de S. Martinho	5,342	3,308	2		
Igreja de Gaifar	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Gemieira	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz de Mato	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz de Ponte de Lima	5,342	3,308	2		
Igreja Misericórdia	5,342	3,308	2		
Igreja/Capela N. Sra. da Guia	5,342	3,308	2		
Igreja da Lapa	5,342	3,308	2		
Igreja S. João Baptista / Igreja Paroquial de Queijada	5,342	3,308	2		
Igreja Conventual/Matriz de Refóios Lima	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de S. João da Ribeira	5,342	3,308	2		
Igreja S. Salvador de Rebordões	5,342	3,308	2		
Matriz de Vilar das Almas	5,342	3,308	2		
Igreja do antigo convento Benedito de Vitorino das Donas	5,342	3,308	2		
Santuário do Sr. do Socorro	5,342	3,308	3		
Igreja/Museu dos Terceiros (2 igrejas): conjunto monumental constituído	5,342	3,308	4		

<b>Subtotal PHR</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>75</b>	<b>400,65</b>	<b>248,1</b>
Torre de São Paulo/Torre da Cadeia Velha/Troço da Muralha	5,342	3,308	4		
<b>Subtotal PHM</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>4</b>	<b>21,368</b>	<b>13,232</b>
Albergaria S. João de Deus	5,342	3,308	3		
Casa do Cruzeiro / Capela / Portão	5,342	3,308	2		
Casa e Quinta da Lage	5,342	3,308	2		
Casa de Pomarchão	5,342	3,308	2		
Casa de Faldejães	5,342	3,308	2		
Casa da Freiria	5,342	3,308	2		
Casa de Sabadão	5,342	3,308	2		
Cas do Outeiro (c/ capela, terreiros, portão, cruzeiro e aqueduto)	5,342	3,308	2		
Casa / Paço do Cardido	5,342	3,308	2		
Casa de Mereces	5,342	3,308	2		
Quinta de Pousada	5,342	3,308	2		
Casa das Torres	5,342	3,308	2		
Casa de S. Bento	5,342	3,308	2		
Casa do Barreiro	5,342	3,308	2		
Casa dos Calistos/Casa das Pachecas	5,342	3,308	2		
Casa das Pereiras	5,342	3,308	2		
Casa da Garrida	5,342	3,308	2		
Casa Torreada Barbosa Aranhas	5,342	3,308	3		
Casa Nº Sra. Aurora / Casa do Arrabalde	5,342	3,308	2		
Casa da Boavista em Ponte de Lima	5,342	3,308	2		
Casa Grande / Casa de Sá	5,342	3,308	2		
Casa da Carcaveira	5,342	3,308	2		
Casa da Quinta do Mosteiro	5,342	3,308	2		
Casa do Barco	5,342	3,308	2		
Casa da Fonte da Bouça	5,342	3,308	2		
Chafariz do Largo de Camões	5,342	3,308	2		
Casa do Paço da Beiral (casa torre)/Casa Torre de Beiral	5,342	3,308	2		
Fonte da Vila	5,342	3,308	2		
Fonte de Neptuno	5,342	3,308	2		
Fonte de S. João	5,342	3,308	2		
Paço de Calheiros	5,342	3,308	2		
Paço do Corutelo	5,342	3,308	2		
Paço de Sequeiros	5,342	3,308	2		
Paço do Marquês	5,342	3,308	4		
Paço de Vitorino	5,342	3,308	2		
Pelourinho de Anais	5,342	3,308	1		
Pelourinho de Bertianos	5,342	3,308	2		

Pelourinho de Brumeiral	5,342	3,308	1		
Pelourinho de Ponte de Lima	5,342	3,308	2		
Ponte romana sobre o rio Labruja/Ponte Arco da Jeia	5,342	3,308	2		
Ponte do Arquinho	5,342	3,308	2		
Ponte do Arco	5,342	3,308	2		
Ponte romana de Estorãos	5,342	3,308	2		
Ponte sobre o Lima	5,342	3,308	4		
Ponte medieval de Anhel	5,342	3,308	2		
Portão da Casa das Torres das Donas	5,342	3,308	2		
Solar de Vermil	5,342	3,308	2		
Solar de Bertandos	5,342	3,308	2		
Torre de Malheiros/Torre de Refóios	5,342	3,308	2		
Via Romana Braga/Tui (Bertiandos)	5,342	3,308	3		
Via Romana Braga/Tui (Calvelo)	5,342	3,308	3		
Via Romana Braga/Tui (Labruja)	5,342	3,308	3		
Via Romana Braga/Tui (Ponte de Lima)	5,342	3,308	3		
Via Romana Braga/Tui (Souto Rebordões)	5,342	3,308	3		
Via Romana Braga/Tui (Arcozelo)	5,342	3,308	3		
<b>Subtotal PHC</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>120</b>	<b>641,04</b>	<b>396,96</b>
<b>Total PH</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>215</b>	<b>1148,53</b>	<b>711,22</b>
Feiras Novas – Festas do concelho	4,493	1,897	4		
Festa – A Vaca das Cordas	4,493	1,897	4		
Feira quinzenal originária da Idade Média	4,493	1,897	3		
Rancho das Lavradeiras de S. Martinho da Gandra	4,493	1,897	2		
Arroz de Sarrabulho	4,493	1,897	2		
Lampreia	4,493	1,897	2		
Papas de Sarrabulho	4,493	1,897	2		
Vinho Verde Branco e Tinto	4,493	1,897	4		
“Caminho Português de Santiago”	4,493	1,897	2		
<b>Subtotal PEI</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>25</b>	<b>112,325</b>	<b>47,425</b>
Alminhas de S. Bento	4,493	1,897	1		
Alminhas da Ponte	4,493	1,897	2		
Alminhas da Ribeira	4,493	1,897	1		
Aldeias de Montanha em Fornelos (casas de xisto e espigueiros)	4,493	1,897	2		
Aldeia de Boalhosa	4,493	1,897	2		
Lapa e Vacariça (lugares)	4,493	1,897	2		
ARVAL – Artesãos Reunidos do Vale do Lima (tecelagem e bordados)	4,493	1,897	2		
Cantaria Artística – Carvalho Mouco	4,493	1,897	2		
Latoaria	4,493	1,897	2		

Tamancaria	4,493	1,897	2		
Tanoeiros	4,493	1,897	2		
Azenhas e Levadas	4,493	1,897	2		
Conjunto de casas nobilitadas ou solarengas: Beiral do Lima	4,493	1,897	2		
Conjunto de casas nobilitadas ou solarengas: S. Martinho da Gandra	4,493	1,897	2		
Cruzeiros de Carvalhinho, lugar da Igreja	4,493	1,897	1		
Cruzeiro de S. Pedro	4,493	1,897	2		
Cruzeiro da Sra. da Luz	4,493	1,897	2		
Cruzeiro de Cárcua	4,493	1,897	1		
Cruzeiro da Pedrosa	4,493	1,897	2		
Cruzeiro do Sr. Aflitos	4,493	1,897	2		
Cruzeiro de Moreira do Lima/Sr. Roubão	4,493	1,897	1		
Cruzeiro do Sr. da Paz	4,493	1,897	2		
Espigueiros – São Mamede	4,493	1,897	2		
Moinhos de Água	4,493	1,897	2		
Oratório do Sr. Pessegueiro/Sr. Bonfim	4,493	1,897	2		
<b>Subtotal PEM</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>45</b>	<b>202,185</b>	<b>85,365</b>
<b>Total PE</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>70</b>	<b>314,51</b>	<b>132,79</b>
<i>Valor Recursos</i>				<i>1564,96</i>	<i>1034,01</i>



## Anexo 16 – Recursos turísticos de Valença

	Coefficiente Oferta	Coefficiente Procura	Hierarquia	Oferta	Procura
Cais do Rio Minho	2,682	5	2		
Praia fluvial do rio Furna	2,682	5	2		
Praia fluvial de Ganfei	2,682	5	2		
Rio Minho	2,682	5	4		
<b>Subtotal PNA</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>26,82</b>	<b>50</b>
Ínsua do Crasto	2,682	5	2		
Ínsua do Conguêdo	2,682	5	2		
Monte dos Fortes	2,682	5	2		
Monte de Santo Ovídio	2,682	5	2		
Pântanos da Veiga da Mira	2,682	5	2		
Parque da Senhora da Cabeça	2,682	5	2		
Parque Monte do Faro	2,682	5	4		
Veiga de Verdoejo	2,682	2	2		
<b>Subtotal PNM</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>18</b>	<b>48,276</b>	<b>90</b>
<b>Total PN</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>28</b>	<b>75,096</b>	<b>140</b>
Gravuras Rupestres da Tapada de Ozão	5,342	3,308	2		
Gravuras Rupestres do Monte da Lage	5,342	3,308	2		
Gravuras Rupestres do Monte de Fortes	5,342	3,308	2		
Gravuras Rupestres da Barreira	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHA</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>8</b>	<b>42,736</b>	<b>26,464</b>
Capela N <sup>a</sup> Sra. Carmo	5,342	3,308	2		
Capela N <sup>a</sup> Sra. Faro	5,342	3,308	2		
Capela São Teotónio	5,342	3,308	2		
Capela Militar do Bom Jesus	5,342	3,308	2		
Capela de N <sup>a</sup> Sra. do Pranto	5,342	3,308	2		
Capela da Misericórdia	5,342	3,308	2		
Capela Sr. do Encontro/Capela S. Sebastião	5,342	3,308	2		
Convento de N. Sra. do Mosteiro	5,342	3,308	2		
Convento de Ganfei/Convento do Salvador (Claustro)	5,342	3,308	4		
Convento e Igreja de São Fins de Friestas	5,342	3,308	3		
Igreja Paroquial de Arão	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz	5,342	3,308	1		
Igreja do Divino Salvador	5,342	3,308	3		
Igreja Paroquial de Silva/Igreja de Santa Maria	5,342	3,308	1		
Igreja Matriz de Valença/Igreja de Santa Maria dos Anjos	5,342	3,308	2		

Igreja da Colegiada ou de São Estevão	5,342	3,308	2		
Igreja da Misericórdia de Valença	5,342	3,308	1		
<b>Subtotal PHR</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>35</b>	<b>186,97</b>	<b>115,78</b>
Castelo Natural de Fraião	5,342	3,308	2		
Cortina de S. Francisco (Sala de Armas da Fortaleza)	5,342	3,308	2		
Fortaleza/Zona Muralhada	5,342	3,308	4		
Forte de S. Francisco	5,342	3,308	1		
Forte de Tuído	5,342	3,308	1		
Forte de S. Luiz Gonzaga	5,342	3,308	1		
Paiol do Açougue	5,342	3,308	2		
Paiol de Marte	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHM</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>15</b>	<b>80,13</b>	<b>49,62</b>
Antigo Asilo Fonseca / Colégio Português / Escola Municipal de Instrução Secundária	5,342	3,308	1		
Casa Torre da Silva	5,342	3,308	2		
Conjunto Arquitectónico e Ambiental constituído pela "Quinta Pinto da Mota"	5,342	3,308	1		
Coreto do Jardim Público de Valença	5,342	3,308	1		
Domus Municipalis	5,342	3,308	2		
Estátua de S. Teotónio	5,342	3,308	2		
Fonte da Vila	5,342	3,308	2		
Fonte de Sá	5,342	3,308	1		
Marco Miliário	5,342	3,308	2		
Núcleo intra-muros da Praça de Valença	5,342	3,308	1		
Palácio do Governador Militar	5,342	3,308	2		
Pelourinho de Telheira	5,342	3,308	3		
Pelourinho de Valença	5,342	3,308	3		
Portal da Quinta do Crasto	5,342	3,308	3		
Portas da Coroada	5,342	3,308	4		
Ponte medieval da Pedreira	5,342	3,308	2		
Ponte medieval de Gondomil	5,342	3,308	2		
Ponte da Veiga da Mira	5,342	3,308	1		
Ponte Velha/Ponte Romana	5,342	3,308	3		
Velha ponte secular modelo Eiffel/Ponte metálica sobre o Rio Minho	5,342	3,308	4		
Via Romana Braga/Tui	5,342	3,308	3		
<b>Subtotal PHC</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>45</b>	<b>240,39</b>	<b>148,86</b>
<b>Total PH</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>103</b>	<b>550,226</b>	<b>340,72</b>
Festa de São Teotónio	4,493	1,897	3		
Festas do Concelho	4,493	1,897	3		
Festa da Sra. Cabeça e Lanço da Cruz	4,493	1,897	2		
Feira dos Santos	4,493	1,897	3		



“Os Camponeses Minhotos” – Grupo Cultural e Recreativo	4,493	1,897	2		
Grupo Folclórico de Ganfei	4,493	1,897	2		
Rancho Folclórico de S. Julião	4,493	1,897	2		
Anho e Cabrito Assados no Forno	4,493	1,897	3		
Bacalhau à São Teotónio	4,493	1,897	2		
Borrachinhos de Valença	4,493	1,897	2		
Lampreia à Minhota	4,493	1,897	2		
Sopa Seca	4,493	1,897	2		
Lenda da Porta do Sol	4,493	1,897	2		
“Caminho Português de Santiago”	4,493	1,897	4		
<b>Subtotal PEI</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>34</b>	<b>152,762</b>	<b>64,498</b>
Cruzeiro Sr. Aflitos	4,493	1,897	2		
Cruzeiro Paroquial	4,493	1,897	2		
Cruzeiro Calvário	4,493	1,897	2		
Cruzeiro do Adro Velho	4,493	1,897	2		
Cruzeiro Senhor da Boa Morte	4,493	1,897	2		
Cruzeiros Sr. Verdeal, Sr. Socorro, Sr. Passos, Sr. da Piedade, Sr. Bonfim	4,493	1,897	2		
Passos da Misericórdia de Valença	4,493	1,897	1		
Pesqueiras S. Pedro da Torre	4,493	1,897	2		
Pesqueiras Cristelo Covo	4,493	1,897	2		
Pesqueiras Ganfei	4,493	1,897	2		
Pesqueiras Friestas	4,493	1,897	2		
Pesqueiras Verdoejo	4,493	1,897	2		
Relógios de Sol	4,493	1,897	2		
<b>Subtotal PEM</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>25</b>	<b>112,325</b>	<b>47,425</b>
<b>Total PE</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>59</b>	<b>265,087</b>	<b>111,92</b>
<b>Valor Recursos</b>				<b>890,41</b>	<b>592,65</b>



## Anexo 17 – Recursos turísticos de Viana do Castelo

	Coefficiente Oferta	Coefficiente Procura	Hierarquia	Oferta	Procura
Praia fluvial de Argaçosa (rio Lima)	2,682	5	2		
Praia fluvial do Barco do Porto	2,682	5	2		
Praia da Ínsua	2,682	5	3		
Praia de Afife	2,682	5	3		
Praia da Arda	2,682	5	3		
Praia do Rodanho	2,682	5	2		
Praia Norte	2,682	5	2		
Praia de Paçô	2,682	5	3		
Praia de Carreço	2,682	5	3		
Praia do Canto Marinho	2,682	5	2		
Praia de Castelo de Neiva	2,682	5	3		
Praia da Amorosa	2,682	5	3		
Praia do Cabedelo	2,682	5	4		
Queda de água do Pincho	2,682	5	1		
Ribeira de S. Simão e lagoas	2,682	5	2		
Rio Neiva	2,682	5	2		
Rio Âncora	2,682	5	2		
Rio Lima	2,682	5	4		
<b>Subtotal PNA</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>46</b>	<b>123,372</b>	<b>230</b>
Monte do Castelo / Monte da Guilheta	2,682	5	2		
Monte Galeão	2,682	5	2		
Monte Crasto	2,682	5	1		
Monte de Sta. Barbara	2,682	5	1		
Monte de Sabariz / Monte Sto. Amaro	2,682	5	2		
Serra d'Arga	2,682	5	2		
Serra / Monte de Santa Luzia	2,682	5	4		
<b>Subtotal PNM</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>14</b>	<b>37,548</b>	<b>70</b>
<b>Total PN</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>60</b>	<b>160,92</b>	<b>300</b>
Castro de Sto. António	5,342	3,308	2		
Castro de S. Silvestre	5,342	3,308	2		
Castro do Santinho/Ruínas da Citânia do Monte do Santinho/Roques	5,342	3,308	2		
Castro de Sabariz	5,342	3,308	2		
Citânia de Sta. Luzia/Ruínas da Cidade Velha de Sta. Luzia (Areosa)	5,342	3,308	3		
Citânia de Sta. Luzia/Ruínas da Cidade Velha de Sta. Luzia (Sta. Maria Maior)	5,342	3,308	3		

Cidade de Afife/Castro ou Morro dos Mouros/Cidade ou Monte da Suvidade	5,342	3,308	2		
Gravuras Rupestres de Montedor	5,342	3,308	2		
Gravuras Rupestres no Penedo da Moura	5,342	3,308	1		
Mamoas de Afife / Mamoas da Eireira	5,342	3,308	2		
Mamoas do Chão da Pica	5,342	3,308	2		
Monte do Castelo do Neiva ou Castro de Moldes	5,342	3,308	2		
Mosteiro Rupestre de Sabariz	5,342	3,308	1		
Necrópole de Lordelo	5,342	3,308	2		
Pias Salineiras da Praia de Fornelos	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHA</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>30</b>	<b>160,26</b>	<b>99,24</b>
Antigo Convento de Sant'Ana/Igreja da Caridade	5,342	3,308	2		
Basilica de Sta. Luzia/Santuário do Sagrado Coração de Jesus	5,342	3,308	4		
Capela de N. Sra. Bom Sucesso	5,342	3,308	2		
Capela do Sr. do Bonfim	5,342	3,308	2		
Capela de S. Lourenço	5,342	3,308	2		
Capela de N. Sra. Esperança	5,342	3,308	1		
Capela do Sr. das Necessidades	5,342	3,308	2		
Capelas da Sra. Ajuda	5,342	3,308	2		
Capelas da N. Sra. Consolação	5,342	3,308	2		
Capelas de Santo Amaro	5,342	3,308	2		
Capelas de S. Vicente	5,342	3,308	2		
Capela da N. Sra. Candeias	5,342	3,308	2		
Capela Sta. Catarina	5,342	3,308	2		
Capela S. Roque	5,342	3,308	2		
Capela do Sr. Calvário/Capela de N. Sra. Conceição da Rocha	5,342	3,308	1		
Capela do Recolhimento de Santiago	5,342	3,308	2		
Capela de N. Sra. Carmo em Montaria	5,342	3,308	2		
Capela de N. Sra. Carmo em Neiva	5,342	3,308	1		
Capela de N. Sra. Conceição da Rocha	5,342	3,308	2		
Capela do Sr. Passos	5,342	3,308	2		
Capela da Sagrada Família e Portal da Quinta dos Espregueira	5,342	3,308	2		
Capela das Almas/Matriz Velha de Viana	5,342	3,308	2		
Capela de N. Sra. do Resgate	5,342	3,308	2		
Capela de S. Brás	5,342	3,308	2		
Capela de N. Sra. Socorro	5,342	3,308	1		
Convento de S. João de Cabanas	5,342	3,308	2		
Convento de S. Francisco do Monte	5,342	3,308	2		

Convento e Igreja de Sto. António	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Sta. Leocádia	5,342	3,308	2		
Igreja de São Nicolau de Mazarefes	5,342	3,308	1		
Igreja Paroquial da Meadela	5,342	3,308	2		
Igreja de Sta. Cruz / S. Domingos	5,342	3,308	3		
Igreja Paroquial São Lourenço da Montaria	5,342	3,308	2		
Igreja, cruzeiro e restos do Convento de S. Romão de Neiva	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Nogueira / Igreja de S. João Baptista	5,342	3,308	2		
Igreja / Capela S. Cláudio	5,342	3,308	3		
Igreja/Capela de N. Sra. das Dores	5,342	3,308	2		
Igreja e Misericórdia V. do Castelo	5,342	3,308	4		
Igreja Matriz/Sé Catedral	5,342	3,308	4		
Igreja e Convento de N. Sra. do Carmo	5,342	3,308	2		
Igreja da Ordem Terceira de S. Francisco	5,342	3,308	2		
Igreja de S. Bento	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Sta. Marta de Portuzelo	5,342	3,308	1		
Igreja Paroquial de S. Martinho	5,342	3,308	1		
Santuário/Igreja de N. Sra. da Agonia	5,342	3,308	4		
<b>Subtotal PHR</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>93</b>	<b>496,806</b>	<b>307,644</b>
Castelo de Portuzelo	5,342	3,308	2		
Forte do Paçô ou Fortim de Montedor	5,342	3,308	3		
Forte ou Castelo de Santiago da Barra	5,342	3,308	4		
Fortim da Vinha ou Fortim da Areosa	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHM</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>11</b>	<b>58,762</b>	<b>36,388</b>
Casa de Sto. António de Vessadas	5,342	3,308	2		
Casas do Ameal	5,342	3,308	2		
Casa Grande da Meadela	5,342	3,308	2		
Casa dos Alpuim /Casa dos Agorretas	5,342	3,308	2		
Casa dos Melo Alvim/Solar Camarido	5,342	3,308	2		
Casa da Praça / Casa da Capela das Malheiras	5,342	3,308	4		
Casa de João Velho ou dos Arcos	5,342	3,308	4		
Casa dos Medalhões ou Casa dos Lunas ou Casa Miguel Vasconcelos	5,342	3,308	4		
Casa dos Sá Sottomaior	5,342	3,308	4		
Casa dos Cunha Sotto Mayor	5,342	3,308	2		
Casa do Werneck	5,342	3,308	2		
Casa Torre das Neves	5,342	3,308	2		
Chafariz de Mercúrio	5,342	3,308	2		
Chafariz de S. João Baptista	5,342	3,308	2		
Chafariz de Viana	5,342	3,308	2		

Chafariz Praça da Rainha/República	5,342	3,308	4		
Coreto da Beira Rio	5,342	3,308	1		
Coreto do Jardim de D. Fernando	5,342	3,308	1		
Edifício do Lar de N. Sra. Piedade	5,342	3,308	2		
Fachada Ed. Manuelino / Casa dos Costa Barros	5,342	3,308	4		
Fonte da Sra. Agonia	5,342	3,308	1		
Fonte de Mergulho da Abelheira	5,342	3,308	2		
Hospital Velho	5,342	3,308	4		
Paço de Lanheses	5,342	3,308	2		
Paço d' Anha	5,342	3,308	2		
Antigos Paços Concelho	5,342	3,308	4		
Palácio/Casa dos Viscondes de Carreira ou dos Távara	5,342	3,308	4		
Pelourinho de Geraz do Lima	5,342	3,308	1		
Pelourinho de Feira/Pelourinho de Lanheses	5,342	3,308	2		
Pontão da Naia	5,342	3,308	2		
Ponte de Tourim	5,342	3,308	2		
Ponte de Barroelas	5,342	3,308	2		
Ponte de Gustave Eiffel sobre o Lima	5,342	3,308	4		
Portal de Mexia Galvão	5,342	3,308	2		
Quinta de Sta. Maria da Vinha / Quinta da Boa Viagem	5,342	3,308	1		
Solar de Cortegaça	5,342	3,308	2		
Torre de Paredes ou Solar das Bezerras	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHC</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>89</b>	<b>475,438</b>	<b>294,412</b>
<b>Total PH</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>223</b>	<b>1191,27</b>	<b>737,684</b>
Festas das Rosas ou dos Cestos Floridos	4,493	1,897	4		
Festival de Jazz	4,493	1,897	2		
Festival Internacional de Blues	4,493	1,897	2		
Expo-Feira do Livro	4,493	1,897	2		
Arraial Minhoto – Quinta de Santoinho	4,493	1,897	2		
Romaria Sra. Agonia – Festas do concelho	4,493	1,897	4		
Grupo Etnográfico da Areosa	4,493	1,897	1		
Bacalhau (diversos pratos)	4,493	1,897	2		
Lampreia	4,493	1,897	2		
Meias Luas	4,493	1,897	1		
<b>Subtotal PEI</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>22</b>	<b>98,846</b>	<b>41,734</b>
Azenha de Dom Prior	4,493	1,897	2		
Louça Regional/Louça de Viana	4,493	1,897	2		
Bordados de Viana	4,493	1,897	2		
Filigrana	4,493	1,897	2		
Palmitos e arranjos florais	4,493	1,897	1		

Fatos à Lavradeira/Traje à Vianesa	4,493	1,897	2		
Croças e capuchos confeccionados em junco	4,493	1,897	1		
Linho	4,493	1,897	2		
Cruz Adro Convento S. Francisco do Monte	4,493	1,897	2		
Cruzeiro Sr. Esquecidos/Cruzeiro da Areosa	4,493	1,897	2		
Cruzeiro de Carreço	4,493	1,897	2		
Cruzeiro e alminhas Freixieiro de Soutelo	4,493	1,897	1		
Cruzeiro da Quinta das Preladas	4,493	1,897	2		
Cruzeiro Paroquial de Nogueira	4,493	1,897	2		
Cruzeiro de Sta. Marta/Cruzeiro de Granito	4,493	1,897	2		
Cruzeiro do Sr. Passos	4,493	1,897	2		
Cruzeiro do Adro do Convento de S. Francisco do Monte	4,493	1,897	2		
Fornos Telheiros de Alvarães	4,493	1,897	2		
Moinhos do Petisco	4,493	1,897	2		
Moinhos de Vento de Montedor/Moinho do Marinheiro e Moinho de Cima	4,493	1,897	2		
Moinhos de Água S. Lourenço da Montaria	4,493	1,897	2		
Moinhos de vento	4,493	1,897	2		
Oratório Sr. Aflitos	4,493	1,897	1		
<b>Subtotal PEM</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>42</b>	<b>188,706</b>	<b>79,674</b>
<b>Total PE</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>64</b>	<b>287,552</b>	<b>121,408</b>
<i>Valor Recursos</i>				<i>1639,74</i>	<i>1159,09</i>





## Anexo 18 – Recursos turísticos de Vila Nova de Cerveira

	Coefficiente Oferta	Coefficiente Procura	Hierarquia	Oferta	Procura
Piscinas Naturais na desembocadura do Ribeiro de S. João	2,682	5	2		
Praia Fluvial de Covas (rio Coura) / Barragem de Covas	2,682	5	2		
Praia Fluvial da Mota	2,682	5	1		
Praia Fluvial da Lenta (rio Minho)	2,682	5	2		
Praia Fluvial de Montorres	2,682	5	1		
Queda de Água de Pagade	2,682	5	2		
Rio Minho	2,682	5	3		
Rio Coura	2,682	5	2		
<b>Subtotal PNA</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>15</b>	<b>40,23</b>	<b>75</b>
Ilha dos Amores e da Boega	2,682	5	2		
Monte S. Paio	2,682	5	2		
Monte de Goios	2,682	5	2		
Monte da Pena	2,682	5	2		
Monte Senhora Encarnação	2,682	5	2		
Monte do Espírito Santo	2,682	5	2		
Serra d'Arga	2,682	5	2		
Serra de Gávea	2,682	5	2		
Serra/Monte de Salgosa	2,682	5	2		
Serra de Covas	2,682	5	2		
<b>Subtotal PNM</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>20</b>	<b>53,64</b>	<b>100</b>
<b>Subtotal PN</b>	<b>2,682</b>	<b>5</b>	<b>35</b>	<b>93,87</b>	<b>175</b>
Castros de Covas	5,342	3,308	1		
Castros de Gondarém	5,342	3,308	1		
Castros de Lovelhe	5,342	3,308	1		
Castros de Mentrestido	5,342	3,308	1		
Castro agrícola e Quinta da Agua Branca	5,342	3,308	1		
Castros da Sr <sup>a</sup> da Guia e do Cossourado	5,342	3,308	1		
Estação Arqueológica de Lovelhe / Villa Romana	5,342	3,308	2		
Vestígios arqueológicos da Idade do Ferro e da época romana	5,342	3,308	1		
<b>Subtotal PHA</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>9</b>	<b>48,078</b>	<b>29,772</b>
Capela de Santa Luzia	5,342	3,308	3		
Capela de S. Gregório	5,342	3,308	1		
Capela da N <sup>a</sup> Sr <sup>a</sup> Ajuda	5,342	3,308	1		
Capela de São Brás	5,342	3,308	1		

Capela da Nª Srª Ajuda	5,342	3,308	2		
Capela de S. Roque	5,342	3,308	2		
Capela de S. Sebastião	5,342	3,308	2		
Convento de São Paio	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial de Candemil	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz de Gondar/Igreja Sta. Eulália	5,342	3,308	2		
Igreja Paroquial Gondarém/Igreja S. Pedro	5,342	3,308	1		
Igreja Paroquial de Reboreda/Igreja de São João Baptista	5,342	3,308	2		
Igreja Matriz de V.N. Cerveira/Igreja de S. Cipriano	5,342	3,308	2		
Igreja da Misericórdia de V.N. Cerveira	5,342	3,308	2		
<b>Subtotal PHR</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>25</b>	<b>133,55</b>	<b>82,7</b>
Atalaia de Lovelhe/Bateria da Mata	5,342	3,308	2		
Forte de Lovelhe/Forte de S. Francisco	5,342	3,308	2		
Fortaleza/Castelo/Torre e Portas de Vila Nova de Cerveira	5,342	3,308	4		
<b>Subtotal PHM</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>8</b>	<b>42,736</b>	<b>26,464</b>
Antiga Forca de V.N. Cerveira	5,342	3,308	2		
Casa de Carboal ou Casa de Covas	5,342	3,308	2		
Complexo Mineiro da época romana do Couço do Monte Furado	5,342	3,308	1		
Fonte da Vila	5,342	3,308	2		
Núcleo intra-muros de V. N. Cerveira/Zona do pelourinho e casas	5,342	3,308	4		
Pelourinho de Nogueira	5,342	3,308	3		
Pelourinho de V.N. Cerveira	5,342	3,308	3		
Solar dos Castros	5,342	3,308	3		
Torre de Penafiel/Torre de Reboreda	5,342	3,308	1		
<b>Subtotal PHC</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>21</b>	<b>112,182</b>	<b>69,468</b>
<b>Subtotal PH</b>	<b>5,342</b>	<b>3,308</b>	<b>63</b>	<b>336,546</b>	<b>208,404</b>
Festas Concelhias em Honra de S. Sebastião	4,493	1,897	3		
Bienal Internacional de Arte	4,493	1,897	3		
Arroz de lampreia	4,493	1,897	2		
Biscoitos de Milho	4,493	1,897	2		
Cabrito do Monte Assado no Forno	4,493	1,897	2		
Sável	4,493	1,897	2		
Trutas	4,493	1,897	1		
Lenda do Cervo Rei	4,493	1,897	2		
<b>Subtotal PEI</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>17</b>	<b>76,381</b>	<b>32,249</b>
Alminhas de Pedroselo / Alminhas do Mirante	4,493	1,897	1		
Miniaturas em madeira e pedra	4,493	1,897	1		

Cestaria	4,493	1,897	1		
Linho e Tecelagem	4,493	1,897	1		
Cruzeiro do Anjo da Guarda	4,493	1,897	1		
Cruzeiro das Faias	4,493	1,897	1		
Cruzeiro da Sra. da Ajuda	4,493	1,897	1		
Cruzeiro de Sapardos/Cruzeiro de Gandra	4,493	1,897	1		
Cruzeiro da Sra. da Piedade	4,493	1,897	1		
Cruzeiro de S. Roque	4,493	1,897	2		
Cruzeiro de Cortes/Cruzeiro do Ecce Homo	4,493	1,897	2		
Oratório do Sr. da Prisão	4,493	1,897	1		
Passos de Via-sacra em V.N. Cerveira	4,493	1,897	1		
Pesqueiros de Ligo e o da Mota	4,493	1,897	1		
<b>Subtotal PEM</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>16</b>	<b>71,888</b>	<b>30,352</b>
<b>Subtotal PE</b>	<b>4,493</b>	<b>1,897</b>	<b>33</b>	<b>148,269</b>	<b>62,601</b>
<i>Valor Recursos</i>				<i>578,69</i>	<i>446,01</i>



## Anexo 19 – Infra-estruturas rodoviárias no Minho-Lima

<b>Classificação</b>	<b>Designação</b>	<b>Pontos extremos e intermédios</b>
<b>IP 1</b>	Valença - Castro Marim	Valença - Braga - Porto - Aveiro - Coimbra - Leiria - Santarém - Lisboa - Montijo - Setúbal - Aljustrel - Faro - Castro Marim
<b>IP 9</b>	Viana do Castelo - Vila Real	Viana do Castelo - Ponte de Lima - Braga - Guimarães - Amarante - Vila Real
<b>IP 9</b>	Viana do Castelo (IC 1) - Ponte de Lima	
<b>IC 1</b>	Valença - Guia	Valença - Viana do Castelo - Póvoa de Varzim - Porto - Espinho - Ovar - Aveiro - Figueira da Foz - Leiria - Caldas da Rainha - Torres Vedras - Lisboa - Marateca - Alcácer do Sal - Grândola - Ourique - Guia (IC 4)
<b>IC 28</b>	Viana do Castelo - Lindoso	Viana do Castelo (IC1) - Ponte de Lima - Lindoso
<b>EN 13</b>	S. Pedro da Torre - Valença	S. Pedro da Torre (IC 1) - Valença
<b>EN 101</b>	Valença - Amarante	Valença - Monção - Arcos de Valdevez - Ponte da Barca - Vila Verde - Braga - Guimarães - Felgueiras - Lixa - Amarante
<b>EN 201</b>	S. Pedro da Torre - Braga	S. Pedro da Torre (entroncamento da EN 13) - S. Bento da Porta Aberta - Ponte de Lima - Ponte Nova - Prado - Braga
<b>EN 202</b>	Monção - S. Gregório	Monção - Melgaço - S. Gregório
<b>EN 302</b>	Vila Nova de Cerveira - Candemil	Vila Nova de Cerveira - Candemil (entroncamento da EN 303)
<b>EN 303</b>	Candemil - Arcos de Valdevez	Candemil (entroncamento da EN 302) - S. Bento da Porta Aberta - Paredes de Coura - Arcos de Valdevez
<b>EN 306</b>	Ponte de Lima - Paredes de Coura	Ponte de Lima - Paredes de Coura (entroncamento da EN 303)
<b>ER 13</b>	Viana do Castelo – V. P. Âncora	Viana do Castelo - Vila Praia de Âncora
<b>ER 203</b>	Viana do Castelo - Ponte da Barca	Viana do Castelo (IC 1) - Ponte de Lima - Ponte da Barca (IC 28)
<b>ER 204</b>	Ponte de Lima - Barcelos	Ponte de Lima (entroncamento da ER 203) - Barcelos
<b>ER 301</b>	Paredes de Coura - S. Roque	Paredes de Coura - S. Roque (entroncamento da EN 201)
<b>ER 308</b>	Viana do Castelo - EN 201	Viana do Castelo - EN 201

Fonte: Instituto de Estradas de Portugal ([www.estradasdeportugal.pt](http://www.estradasdeportugal.pt))



**Anexo 20** – Valor das infra-estruturas turísticas (alojamento), por município

Município	Infra-estruturas turísticas					CETi	Aci = (CETi*5)/CETm
	EH	TER	TN	MCAT	PC		
Arcos de Valdevez	0,94	1,61	5	0	1,28	8,83	3,09
Caminha	2,2	1,14	0	5	4,36	12,7	4,45
Melgaço	1,14	0,19	3,33	0	1,44	6,1	2,14
Monção	0,92	1,18	0	0	0	2,1	0,74
Paredes de Coura	0,16	1	0	0	0	1,16	0,41
Ponte da Barca	0,16	0,59	3,33	0,09	1,28	5,45	1,91
Ponte de Lima	1,15	5	0	0	0	6,15	2,15
Valença	1,29	0,54	0	0	0	1,83	0,64
Viana do Castelo	5	3,42	0	0,86	5	14,28	5
V. N. Cerveira	1,51	0,18	0	0,83	0,96	3,48	1,22
<b>Minho-Lima</b>	14,47	14,85	11,66	6,78	14,32	62,08	

Fonte: Elaboração própria.

EH – Capacidade de alojamento em estabelecimentos hoteleiros ponderado por categorias.

TER – Capacidade de alojamento em estabelecimentos TER ponderado por categorias.

TN – Capacidade de alojamento em estabelecimentos de turismo de natureza ponderado por categorias.

MCAT – Capacidade de alojamento extra-hoteleiro ponderado por categorias.

PC – Capacidade dos parques de campismo ponderado por categorias.

CETi – Capacidade das infra-estruturas turísticas ponderado por categorias.

CETm – Valor do município com maior CETi.

Aci – Capacidade de alojamento do município “i”.





## Anexo 21 – Valor dos restaurantes, por município

<b>Município</b>	<b>Capacidade</b>	<b>CRi</b>	<b>Ri = (CRi*5)/CRm</b>
Arcos de Valdevez	2416	6383	1,40
Caminha	4145	10 931	2,40
Melgaço	2095	5533	1,22
Monção	3126	8367	1,84
Paredes de Coura	337	941	0,21
Ponte da Barca	2795	7960	1,75
Ponte de Lima	5794	16 654	3,66
Valença	3361	9356	2,05
Viana do Castelo	7796	22 767	5
Vila Nova de Cerveira	1444	4226	0,93
<b>Minho-Lima</b>	<b>33 309</b>		

Fonte: Elaboração própria.

CRi – Capacidade dos restaurantes no município “i” ponderado por categorias.

CRm – Valor do município com maior CRi.

Ri – Valor dos restaurantes no município “i”.