



MESTRADO EM TURISMO

ESPECIALIZAÇÃO EM PLANEAMENTO E GESTÃO
EM TURISMO DE NATUREZA E AVENTURA

TURISMO ACTIVO NO CONCELHO DE TORRES VEDRAS

Contributo para o Plano Estratégico

PAULO MANUEL SILVEIRA MENDES SERRA

Dezembro de 2009

Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril

Turismo Activo no concelho de Torres Vedras

Contributo para o Plano Estratégico

Paulo Manuel Silveira Mendes Serra

Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril para a obtenção do grau de Mestre em Turismo, Especialização em Planeamento e Gestão em Turismo de Natureza e Aventura.

Orientação

Professora Doutora Maria do Céu Almeida

Co-orientação

Mestre Francisco Silva

Dezembro de 2009

Aos meus pais, à Nani e à Vitória

AGRADECIMENTOS

A realização desta dissertação contou com a colaboração de diversas pessoas e entidades, a quem expresso os meus sinceros agradecimentos.

À Professora Doutora Maria do Céu Almeida e ao Mestre Francisco Silva pela disponibilidade, simpatia e amizade.

À Camara Municipal de Torres Vedras, nomeadamente ao Dr. Carlos Miguel, Dr. Rodrigo Ramalho e Dr. César Costa pelo interesse e amizade.

Ao Bruno Melo, Francisco Rodrigues, Gonçalo Alves, João Carlos, João Paulo Santos, Joaquim Moedas Duarte, Maria Amador, Nuno Mota e Sérgio Simões, pela partilha.

Aos meus amigos, por o serem.

Aos meus pais, por tudo.

À Nani, pelo amor e compreensão.

À Vitória pela alegria.

RESUMO

TURISMO ACTIVO NO CONCELHO DE TORRES VEDRAS

Contributo para o Plano Estratégico

Apesar de uma situação geográfica privilegiada, o concelho de Torres Vedras é um destino com um desenvolvimento turístico muito aquém do seu potencial. Esta dissertação visa contribuir para o fomento da competitividade do concelho de Torres Vedras, pela sua valorização como destino turístico, através da proposta de um plano estratégico para o segmento de turismo activo.

Inicialmente, é analisada tanto a relevância do sector no desenvolvimento nacional, tal como a necessidade de promover um processo de planeamento turístico que prossiga a sustentabilidade económica, social e ambiental dos destinos e dê resposta às necessidades do “novo turista”, mais activo e interessado na descoberta da identidade dos locais.

O desenvolvimento de uma abordagem estratégica ao turismo activo no concelho de Torres Vedras inclui a caracterização geral do território em estudo, o levantamento, a inventariação e a avaliação das potencialidades dos recursos do concelho para o desenvolvimento de produtos turísticos baseados em desportos na natureza, complementados pela fruição do património cultural e natural. Os resultados da avaliação revelam um território bastante versátil para a prática de variadas modalidades, reunindo potencial para se tornar num destino competitivo de turismo activo.

A partir da aplicação de uma abordagem TOWS são definidas orientações estratégicas e desenvolvida uma proposta de plano estratégico, incluindo uma metodologia de desenvolvimento do turismo activo no concelho de Torres Vedras. Deste modo, apresenta-se um contributo para que o sector se possa diferenciar como uma actividade qualificada e sustentável.

Palavras-chave: Desporto na natureza, Plano estratégico, Torres Vedras, Turismo activo

ABSTRACT

ACTIVE TOURISM IN TORRES VEDRAS

Contribution to the Strategic Plan

Despite the privileged geographical location, Torres Vedras region presents a level of tourism development considerably lower than its potential. This dissertation aims to contribute to increasing the competitiveness of the region of Torres Vedras as a tourism destination, by proposing a strategic plan for the active tourism segment.

Initially, an overall analysis is carried out both on the importance of the tourism sector in national terms, and on the need to promote tourism planning processes to pursue the economic, social and environmental sustainability. Additionally, the planning process has to consider the needs of the “new tourists”, more active and interested in discovering the cultural identity of sites.

The development of a strategic approach for the Torres Vedras region, in terms of active tourism, incorporates a general characterization of the area under study, and the execution of a survey, followed by an inventory and an assessment of the regional resources with potential for development of nature based products, namely nature sports, complemented by enjoyment of the cultural and natural heritage. The results of the assessment enhance a versatility of the area for the practice of various nature activities, revealing potential to become a competitive destination for active tourism.

Through the application of a TOWS approach, the main strategic orientations are defined and a strategic plan is proposed including a methodology to develop active tourism in the region of Torres Vedras. Thus, it is expected to create conditions for the sector to earn position and recognition as a qualified and sustainable tourist destination, allowing the region to positioning itself within the national context.

Keywords: Active Tourism, Nature sports, Strategic plan, Torres Vedras

LISTA DE ABREVIATURAS

AML	Associação de Municípios de Lisboa
AMO	Associação de Municípios do Oeste
BTT	Bicicleta Todo o Terreno
CMTV	Câmara Municipal de Torres Vedras
CST	Contas Satélites do Turismo
CVPT	Ciclo de Vida do Produto Turístico
DGT	Direcção Geral do Turismo
DL	Decreto Lei
EAT	Empresas de Animação Turística
ESHTE	Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril
GR	Grande Rota (percursos pedestres)
INE	Instituto Nacional de Estatística
NUTS	Nomenclatura Comum das Unidades Territoriais Estatísticas
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
OMT	Organização Mundial do Turismo
ONU	Organização das Nações Unidas
PDM	Planos Directores Municipais (PDM)
PDTO	Pólo de Desenvolvimento Turístico do Oeste
PENT	Plano Estratégico Nacional do Turismo
PETATV	Plano Estratégico para o Turismo Activo no Concelho de Torres Vedras
PIB	Produto Interno Bruto
PMOT	Planos Municipais de Ordenamento do Território
POOC	Plano de Ordenamento da Orla Costeira
PNPOT	Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território
PNTN	Programa Nacional de Turismo de Natureza
PR	Pequena Rota (percursos pedestres)
PROT	Plano Regional de Ordenamento do Território
PROT OVT	Plano Regional de Ordenamento do Território do Oeste e Vale do Tejo
QREN	Quadro de Referência Estratégico Nacional
RNAAT	Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística
RNAP	Rede Nacional de Áreas Protegidas
SIG	Sistema de Informação Geográfica
SIGRT	Sistema de Informação de Gestão de Recursos Turísticos
SWOT	<i>Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats</i>
TER	Turismo em Espaço Rural
TOWS	<i>Threats, Opportunities, Weaknesses and Strengths</i>
VAB	Valor Acrescentado Bruto
WTTC	<i>World Travel and Tourism Council</i>

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS	iv
RESUMO	v
ABSTRACT	vi
LISTA DE ABREVIATURAS.....	vii
ÍNDICE GERAL.....	viii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	x
ÍNDICE DE QUADROS.....	xi
1 INTRODUÇÃO	1
1.1 Enquadramento Geral	1
1.2 Problemática da investigação.....	3
1.3 Objectivos.....	5
1.3.1 Objectivo geral.....	5
1.3.2 Objectivos específicos.....	5
1.4 Abordagem metodológica e estrutura da dissertação	5
2 TURISMO E TURISMO ACTIVO	8
2.1 Introdução.....	8
2.2 História e conceitos.....	8
2.2.1 Breve abordagem histórica.....	8
2.2.2 Conceitos.....	9
2.3 A importância económica do turismo.....	11
2.3.1 No Mundo	11
2.3.2 Em Portugal.....	13
2.4 O planeamento do desenvolvimento turístico.....	16
2.4.1 Caracterização do processo de planeamento turístico	16
2.4.2 Ciclo de Vida do Produto Turístico	19
2.4.3 Conceito de imagem do destino.....	20
2.4.4 Os passos do planeamento turístico.....	22
2.4.5 Políticas e instrumentos do planeamento turístico em Portugal	23
2.4.6 Outros instrumentos de planeamento relevantes.....	24
2.5 O desenvolvimento do turismo sustentável.....	25
2.6 Do turismo de massas ao turismo alternativo.....	26
2.7 Síntese.....	31
3 O CONCELHO DE TORRES VEDRAS.....	32
3.1 Introdução.....	32
3.2 Geografia e acessibilidades.....	32
3.3 Povoamento e demografia	36
3.4 Economia.....	38
3.5 O turismo no concelho de Torres Vedras.....	39

3.5.1	A actividade turística	39
3.5.2	Património natural e cultural	42
3.5.3	Caracterização da oferta de animação turística.....	48
3.6	Síntese.....	51
4	ANÁLISE DA SITUAÇÃO DE REFERÊNCIA	52
4.1	Introdução.....	52
4.2	Abordagem metodológica geral.....	52
4.3	Inventário de recursos para Turismo Activo e produção de ferramenta de consulta	54
4.4	Avaliação dos recursos específicos para Turismo Activo	57
4.4.1	Pertinência da avaliação dos recursos	57
4.4.2	Metodologia específica.....	58
4.4.3	Análise de resultados da avaliação dos recursos.....	60
4.5	Entrevistas aos <i>stakeholders</i>	66
4.5.1	Relevância da consulta aos <i>stakeholders</i>	66
4.5.2	Metodologia específica.....	66
4.5.3	Tratamento e análise da informação recolhida	67
4.6	Análise SWOT.....	74
4.6.1	Caracterização do instrumento "Análise SWOT"	74
4.6.2	Análise SWOT do concelho de Torres Vedras para o segmento de turismo activo	76
4.7	Síntese.....	77
5	Propostas para o Plano Estratégico para o Turismo Activo no concelho de Torres Vedras	79
5.1	Introdução.....	79
5.2	Síntese interpretativa do diagnóstico	79
5.3	Conceito estratégico para o destino.....	82
5.4	Objectivos do PETATV.....	87
5.4.1	Objectivos gerais.....	87
5.4.2	Objectivos específicos.....	87
5.5	Plano de Acção.....	88
5.5.1	Organização da imagem e do produto global.....	88
5.5.2	Eixos estratégicos de actuação	92
5.5.3	Programas de intervenção e acções exemplares	93
5.5.4	Programa de implementação	98
5.5.5	Sistema de gestão e monitorização do plano	100
5.6	Síntese.....	102
6	CONCLUSÃO.....	103
6.1	Considerações finais.....	103
6.2	Propostas de desenvolvimento futuro.....	106
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	109
	ANEXO I – Inventário de recursos para Turismo Activo	118
	ANEXO II – Matrizes para especialistas (avaliação dos recursos)	119
	ANEXO III – Guião de entrevista semi-estruturada (<i>stakeholders</i>).....	123
	ANEXO IV – Cronograma de execução das acções exemplares do PETATV	126

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Estrutura da dissertação.....	6
Figura 2: Chegadas de turistas internacionais, 1950-2020 (OMT, 2008b).....	12
Figura 3: Quota de receitas por países de origem em 2008 (INE, 2009a)	15
Figura 4: Quota de hóspedes por mercado estrangeiro em 2008 (Turismo de Portugal, 2009c).....	15
Figura 5: Quota de dormidas por mercado estrangeiro em 2008 (Turismo de Portugal, 2009c).....	15
Figura 6: Grandes objectivos e metas do desenvolvimento turístico (Vieira, 2007).....	17
Figura 7: Componentes do planeamento turístico (OMT, 2003)	18
Figura 8: Ciclo de vida do produto turístico (Butler, 1980, op. cit. OMT, 2003).	20
Figura 9: Teoria de Gunn das sete fases da formação da imagem (Cortés, 2007)	21
Figura 10: Enquadramento do Turismo Activo	27
Figura 11: Posição geográfica do concelho de Torres Vedras (CMTV, 2006)	33
Figura 12: Mapa das freguesias do concelho de Torres Vedras (CMTV, 2006).....	33
Figura 13: Temperatura média mensal no concelho de Torres Vedras, 1964-1990 (CMTV, 2007) ..	35
Figura 14: Precipitação mensal no concelho de Torres Vedras, 1964-1990 (CMTV, 2007)	35
Figura 15: Densidade populacional por freguesia em 2001 (CMTV, 2006).....	37
Figura 16: Superfície de solo para uso de turismo dos concelhos da Região Oeste, prevista nos Planos Directores Municipais em 2007 (INE, 2009b).....	40
Figura 17: Pontos de Eointeresse no litoral de Torres Vedras (Belenus, 2009).....	47
Figura 18: Metodologia utilizada na análise da situação de referência	54
Figura 19: Exemplo da apresentação dos recursos na base de dados.....	55
Figura 20: Exemplo da representação dos recursos na aplicação Google Earth	56
Figura 21: Mapa esquematizado dos recursos para Turismo Activo no concelho de Torres Vedras	65
Figura 22: Relacionamento entre as motivações turísticas no concelho de Torres Vedras.....	83
Figura 23: Conceito estratégico para o desenvolvimento do turismo activo em Torres Vedras.....	85
Figura 24: Proposta de organização da imagem e do produto global.....	92
Figura 25: Faseamento da implementação do Plano de Acção.....	100

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1: Chegadas, receitas e despesas do turismo internacional (OMT, 2008b)	13
Quadro 2: Âmbito geográfico e actores do planeamento turístico (OMT, 2003 e Vieira, 2007)	18
Quadro 3: Fases do Ciclo de Vida do Produto Turístico (Vieira, 2007)	20
Quadro 4: Fases do processo do planeamento turístico (Vareiro, 2008)	22
Quadro 5: Eixos de actuação do PENT (MEI, 2007)	23
Quadro 6: Principais desportos e actividades na natureza.....	29
Quadro 7: Contrastes internos no concelho de Torres Vedras (CMTV, 2006).....	37
Quadro 8: Áreas de desenvolvimento turístico e áreas de aptidão turística no PDM de Torres Vedras (CMTV, 2006).....	40
Quadro 9: Número e classificação das unidades de alojamento no concelho de Torres Vedras em 2009 (CMTV, 2009a e CMTV, 2009b).....	41
Quadro 10: Áreas de interesse paisagístico e natural (Farinha et al., 2007)	44
Quadro 11: Caracterização preliminar da oferta de produtos de actividades na natureza no.....	50
Quadro 12: Itens de identificação utilizados no inventário dos recursos.....	55
Quadro 13: Caracterização dos especialistas em cada área desportiva	59
Quadro 14: Escalas de classificação dos recursos	59
Quadro 15: Recursos, potencialidades e serviços de desporto na natureza.....	61
Quadro 16: Stakeholders de Torres Vedras contactados para a realização de entrevistas.....	67
Quadro 17: Elementos da análise SWOT	75
Quadro 18: Análise SWOT do turismo activo no concelho de Torres Vedras.....	76
Quadro 19: Medidas conceptuais resultantes da Matriz TOWS (Dyson, 2003 e Weihrich, 1982)	80
Quadro 20: Matriz TOWS – oportunidades versus pontos fortes.....	81
Quadro 21: Matriz TOWS – oportunidades versus pontos fracos	81
Quadro 22: Matriz TOWS – ameaças versus pontos fortes.....	81
Quadro 23: Matriz TOWS – ameaças versus pontos fracos	82
Quadro 24: Motivações turísticas para o concelho de Torres Vedras	82
Quadro 25: Objectivos gerais do PETATV.....	87
Quadro 26: Características necessárias à identidade turística do destino Torres Vedras.....	89
Quadro 27: Eixos estratégicos de actuação do PETATV.....	93
Quadro 28: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo I.....	94
Quadro 29: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo II	95
Quadro 30: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo III	97
Quadro 31: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo IV.....	98
Quadro 32: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo V	98

1 INTRODUÇÃO

1.1 Enquadramento Geral

O sector turístico em Portugal tem vindo a registar um aumento significativo e continuado nas últimas décadas. De acordo com Lopes (2005), a tendência deste sector é no sentido de se afirmar como um dos pilares de desenvolvimento a nível nacional num futuro próximo, pelo seu potencial de emprego, pelo seu papel de transformador de comportamentos sociais relevantes para a economia e pelo potencial de geração de receitas.

Estas expectativas traduzem-se no Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT), que enfatiza a oportunidade do sector turístico para gerar um forte desenvolvimento a nível qualitativo e quantitativo, embora condicionado à existência de modelos de actuação adequados para orientação dos agentes do sector (MEI, 2007).

Definidos os objectivos e linhas estratégicas para o sector a nível nacional e regional, importa saber quais as principais potencialidades turísticas e qual o modelo turístico a implementar a nível local. Assim, cada região deve capitalizar as suas potencialidades e, se possível, apostar em factores distintivos, de forma a ganhar vantagens competitivas e estabelecer uma diferenciação na sua oferta.

Uma questão determinante prende-se com a sustentabilidade do modelo turístico. Os autores consultados são unânimes em afirmar que uma estratégia turística deve ter em conta a tradição e hábitos locais e o património natural e histórico (Burnay, 2006; Cavaco, 2006; Cunha, 2003; Farinha et al., 2007; OMT, 2003; Swarbrooke et al., 2003; Zaoual, 2008). A atractividade de um território assenta cada vez mais nas características únicas e exclusivas dos locais, sendo o “Mosaico Paisagístico” (Farinha et al., 2007) um recurso turístico basilar.

A aposta deve seguir o vector do turismo sustentável¹, nas suas vertentes económica, social e ambiental. Só através da incorporação no planeamento de princípios de ordenamento territorial e ambiental, de preservação e consolidação da tradição e cultura inerentes aos destinos, se atingirá a sustentabilidade turística, factor cada vez mais decisivo na competitividade entre estes (Cunha, 2003).

¹ “Turismo sustentável, em termos gerais, significa que os recursos naturais, históricos e culturais para o turismo sejam preservados para o uso contínuo no futuro, bem como no presente” (OMT, 2003).

De acordo com Cavaco (2006), a competitividade no turismo assentará cada vez mais na diferenciação dos produtos e na desmassificação dos mercados. Ao turismo massificado deve opor-se o turismo alternativo onde impera a descoberta de atracções naturais, das paisagens, produto cultural e não meramente natural, inventadas e desenvolvidas como recursos turísticos.

Estamos perante um aumento da procura por territórios que mantenham um património cultural e natural singular em detrimento do turismo de massas de carácter mais intensivo. A nova vaga de turistas interessa-se pela descoberta da identidade do local.

Neste contexto, Almeida (2004) refere que a animação turística emerge no turismo pelo despertar do novo turista, mais exigente e mais activo, que impõe a prática de actividades de animação e lazer dentro do espaço, criando um novo conceito de turismo activo. O autor adianta que este factor pode ser a chave da diferença, por via da rentabilização dos recursos disponíveis, reinventando-os.

Assim, como pode uma região como a de Torres Vedras aproveitar esta oportunidade e projectar as suas potencialidades turísticas? A estratégia passará por uma aposta na especialização turística de Torres Vedras na oferta de produtos característicos do turismo activo como parte integrante das estratégias acima referidas?

O concelho de Torres Vedras está incluído no Pólo de Desenvolvimento Turístico do Oeste que, segundo o PENT, deverá tornar-se a prazo num destino interessante de Resorts Integrados e Turismo Residencial na Europa, dotado de uma oferta hoteleira e de serviços de qualidade assentes no potencial da região, mas sem massificação (MEI, 2007). Neste documento estabelecem-se os produtos prioritários para o pólo: Resorts Integrados e Turismo Residencial, Golfe e Touring.

Contudo, para além destes produtos há que dotar a região de oferta complementar que dê resposta a uma procura diversificada assente nas características do novo turista².

Assim, o destino Torres Vedras, actualmente baseado quase exclusivamente na prática balnear (praias de Santa Cruz) e, por consequência, sujeito a sazonalidade acentuada,

² Na sua investigação, Almeida (2004) conclui que os clientes de golfe da Região Oeste querem mais actividades de animação como outras modalidades desportivas e visitas culturais. Os acompanhantes dos jogadores de golfe também são alvo de alguma insatisfação, especialmente no Inverno, pois a praia não oferece as condições climáticas mais ideais e o seu nível de jogo não permite a sua entrada no campo.

deve ser reinventado no sentido de inverter qualquer tendência regressiva, atendendo às novas características da procura turística e, portanto, fomentar o crescimento do sector.

Aproveitando as excelentes características naturais e histórico-culturais existentes, e tendo em conta as tendências do turista actual e os produtos a potenciar para cada região definidos no PENT (MEI, 2007), as ofertas na vertente de Turismo Activo poderão ser alternativas válidas ou complementares para o visitante que não procura só o Sol e Mar, o Golfe ou tranquilidade num Resort, mas pretende “participar” mais activamente na exploração do ambiente e da identidade do local.

Urge, então, actuar com celeridade de modo a aproveitar esta oportunidade de desenvolvimento num futuro próximo em termos de inovação, de atracção de capitais e de geração de riqueza

“ É preciso andar muito depressa só para se conseguir ficar no mesmo sítio”

(Lopes, 2005)

1.2 Problemática da investigação

O Oeste é considerado uma das regiões do país com maior potencial de desenvolvimento nos próximos anos (MEI, 2007). O sector do turismo poderá ter um papel essencial nesse processo, contribuindo para o desenvolvimento à escala regional.

De facto, um estudo desenvolvido pela Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa (Farinha et al., 2007) conclui que, apesar de o concelho de Torres Vedras reunir um conjunto de valores naturais e culturais de enorme valia, que podem potenciar diversas actividades turísticas de elevada qualidade, estas não têm sido devidamente aproveitadas pelo sistema sócio-económico.

Assim, reconhece-se a existência de condições para a promoção do turismo em várias vertentes, como a cultural, desportiva, de lazer, ecológica e terapêutica. Estas especificidades naturais e culturais da zona podem ser potenciadas, protegendo-as e valorizando-as, adoptando para isso processos de planeamento e de gestão adequados, prosseguindo numa via de sustentabilidade em todas as vertentes.

Esses processos deverão passar pela assunção de uma visão de um território contínuo e com abrangência estratégica. Neste sentido, Carvalho (2006) chama a atenção para o facto de que a qualidade do destino turístico não depende exclusivamente da actividade das empresas que nele operam, mas muito complementarmente depende da forma como são oferecidos os bens e o espaço público. Adaptando o entendimento de

Lopes (2005) do nível nacional para o local, para que esta potencialidade turística seja explorada, será necessário garantir a coordenação centralizada numa entidade que assuma o objectivo central, constituído pela programação e oferta não só de um destino turístico, mas também de trajectos e programas, que considerem todo o território referido como uma “unidade turística” do ponto de vista da oferta que é colocada nos mercados nacionais e internacionais. O mesmo autor acrescenta que a iniciativa pública de uniformização da estratégica turística, será a que consegue obter uma posição privilegiada para articular todas as actividades relacionadas com o sector. Nesta perspectiva, investimentos pontuais, podem ser de pequeno volume e, apesar disso, a sua articulação em rede pode formar uma base de oferta de turismo muito elevada.

Esta iniciativa poderá e deverá partir da entidade pública com a função de coordenar e facilitar o desenvolvimento turístico do concelho: a Câmara Municipal de Torres Vedras (CMTV).

Tendo em conta as reflexões anteriores, importa estabelecer quais as bases para a identificação das características que devem ser desenvolvidas para assegurar a complementaridade da oferta turística, a fim de reforçar a competitividade no que diz respeito ao destino, no seu conjunto, e às empresas do sector, de modo particular.

Por outro lado, o desenvolvimento de uma estratégia deverá ter em conta as três vertentes de sustentabilidade do desenvolvimento turístico, propostos pela Organização Mundial do Turismo: económica, sociocultural e ambiental (UNEP e OMT, 2005).

Neste estudo pretende-se contribuir para a melhoria da qualidade, ampliação e diversificação da estratégia turística do concelho, assente na promoção de produtos de turismo activo no sentido lato, enquadrando-os nas orientações estratégicas nacionais e nunca abdicando da sua vocação balnear.

Estas questões devem ser analisadas através de um processo de planeamento para o destino, que permita identificar quais as suas principais potencialidades turísticas. Deste modo poderão traçar-se as linhas estratégicas de um modelo turístico a implementar, de modo a obter os benefícios socioeconómicos para a sociedade, sem deixar de manter a sustentabilidade do sector.

Importa salientar que a formulação de estratégias vocacionadas para a complementaridade da oferta turística, não tem como objectivo esgotar a discussão sobre o tema, no sentido de apontar todas as estratégias necessárias e possíveis, mas sim de identificar eixos de actuação importantes.

1.3 Objectivos

1.3.1 Objectivo geral

Com este trabalho, tendo em conta o valor reconhecido que o sector do turismo tem no desenvolvimento económico das regiões, pretende-se contribuir para que a actividade turística sustentada e diferenciadora assuma um peso cada vez maior na economia local, tornando-se num dos seus motores de desenvolvimento. Deste modo, o objectivo geral desta dissertação é contribuir para a elaboração de um plano estratégico de desenvolvimento do turismo activo no concelho de Torres Vedras.

1.3.2 Objectivos específicos

Os objectivos específicos definidos são os seguintes:

- Identificar e categorizar os recursos específicos existentes para a elaboração de produtos no segmento do turismo activo.
- Avaliar o potencial de desenvolvimento do turismo activo no concelho de Torres Vedras.
- Delinear uma metodologia de desenvolvimento de um modelo de complementaridade da oferta turística e aplicá-la ao concelho de Torres Vedras.
- Contribuir para a qualificação e diversificação da oferta no segmento do turismo activo no concelho, identificando:
 - a) um conjunto coerente de possíveis projectos inter-sectoriais, públicos e privados, que aproveitem e potenciem a oferta turística do concelho;
 - b) acções exemplares de promoção do concelho de Torres Vedras no contexto turístico nacional, de modo a posicionar-se como referência no turismo activo;
 - c) ferramentas que facilitem a comunicação e cooperação entre os agentes do sector;
 - d) ferramentas de diagnóstico, monitorização e avaliação das actividades envolvidas.

1.4 Abordagem metodológica e estrutura da dissertação

O planeamento turístico, para ser eficaz, deve ser feito de acordo com um processo sistemático de passos sequenciais (OMT, 2003). Desta forma, a abordagem metodológica adoptada está expressa na sequência desta dissertação estruturada em seis capítulos (figura 1). A metodologia utilizada especificamente em cada fase encontra-se descrita nos capítulos respectivos.

O primeiro capítulo diz respeito à introdução, contendo o enquadramento geral do tema, a pertinência específica do estudo, os objectivos e a abordagem metodológica.

No segundo capítulo apresenta-se o suporte teórico para este trabalho de investigação, incluindo os principais conceitos para o mesmo, a caracterização do sector do turismo, na generalidade, e dos segmentos do turismo alternativo e turismo activo, mais especificamente. Abordam-se igualmente os processos e componentes de um planeamento turístico ao nível local.

O terceiro capítulo é dedicado à caracterização do concelho de aplicação do estudo: Torres Vedras. A primeira parte deste capítulo inclui uma breve caracterização geográfica, sócio-económica e cultural. Na segunda parte é feita uma abordagem ao sector do turismo no concelho apresentando-se a situação de referência actual, nomeadamente ao nível da procura e da oferta, da animação turística no âmbito do turismo activo e das infra-estruturas de apoio.

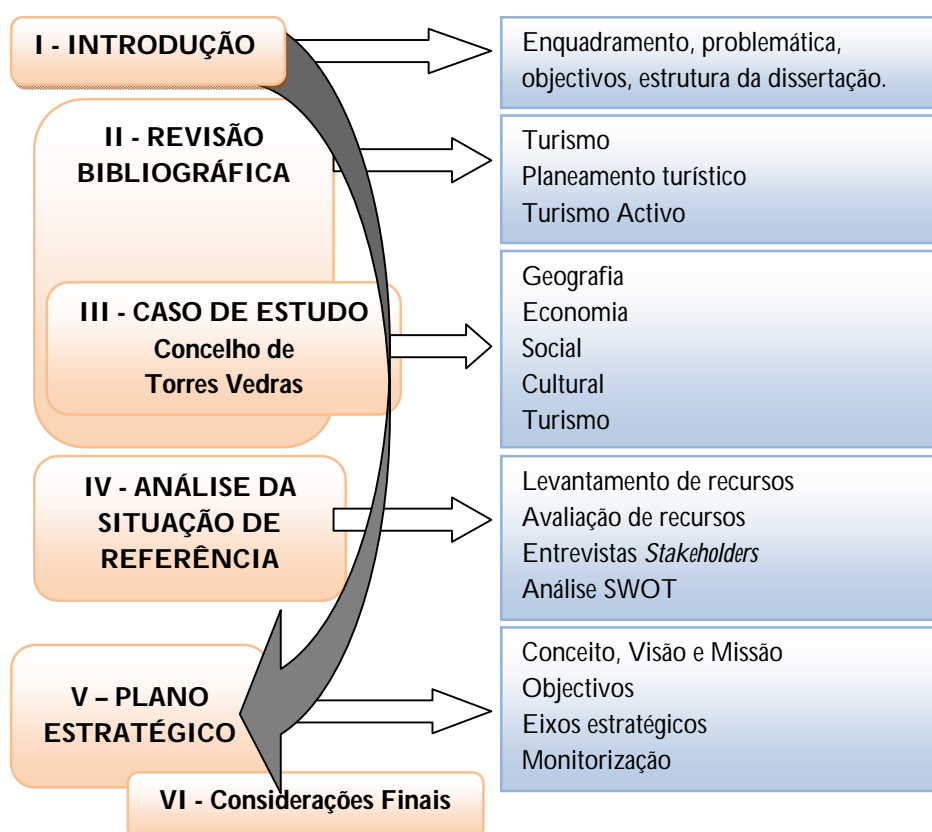


Figura 1: Estrutura da dissertação

O quarto capítulo inclui o diagnóstico da situação de referência, tal como a metodologia adoptada para o efeito. Aqui é feita uma análise crítica da informação recolhida, desde o levantamento e avaliação dos recursos existentes às entrevistas

efectuadas aos *stakeholders* do concelho. Através de uma matriz de análise SWOT, sintetizam-se os principais resultados da avaliação das potencialidades do concelho de Torres Vedras no que diz respeito ao segmento de oferta do turismo activo.

No quinto capítulo, atendendo aos recursos e às potencialidades apontadas anteriormente, sugerem-se propostas para um plano estratégico de desenvolvimento da oferta turística complementar, nomeadamente, traçam-se objectivos e definem-se eixos e programas de intervenção. Também se aborda o sistema de gestão e monitorização do plano a adoptar.

No sexto e último capítulo, apresentam-se as conclusões e as propostas de desenvolvimento futuro.

2 TURISMO E TURISMO ACTIVO

2.1 Introdução

Neste capítulo apresenta-se uma caracterização síntese do sector económico do turismo com enfoque nos aspectos que se entende serem relevantes para o presente trabalho. Sendo um fenómeno complexo e abrangente, importa necessariamente definir os contornos desta actividade e os conceitos a ela inerentes.

Numa primeira parte é feita uma breve abordagem da evolução histórica do sector, as várias definições do turismo e qual a sua relevância para a economia mundial e nacional. Seguidamente, apresenta-se uma caracterização geral do processo de planeamento turístico, e identificam-se os instrumentos fundamentais de planeamento em vigor em Portugal.

Finalmente, no contexto do conceito de sustentabilidade e da evolução das tendências do turismo, será justificado o surgimento do segmento de turismo activo.

2.2 História e conceitos

2.2.1 Breve abordagem histórica

Segundo Cunha (2007), a palavra turista generalizou-se no início do século XIX, atribuída aos que realizavam a *Grand Tour*³ (*tourists*). A actividade a que deram origem passou a designar-se por turismo (*tourism*).

Em 1840, Thomas Cook, empresário inglês considerado o pai do turismo moderno, promove a primeira viagem organizada da história. Mesmo tendo sido um fracasso comercial é considerado como um grande sucesso em termos da organização do primeiro pacote turístico, constatando-se as enormes possibilidades económicas que este negócio poderia chegar a ter como actividade comercial. Assim, em 1851, é criada a Agência de Viagens "*Thomas Cook and Son*".

Desde então, esta actividade foi evoluindo gradualmente, beneficiando dos avanços e generalização dos meios de transporte rodoviários e ferroviários. Mais tarde o sector da aviação também veio potenciar a capacidade de mobilidade da população.

À medida que as viagens se foram tornando mais fáceis e acessíveis a cada vez mais camadas da população, associado ao alargamento do tempo de lazer⁴, foram-se

³ A *Grand Tour* consistia nas viagens que os ingleses se habituaram a realizar no continente europeu, para complemento da sua educação, sobretudo a partir de finais do século XVII (Cunha, 2007).

multiplicando os motivos de viagem, tornando o turismo numa actividade económica e um fenómeno social de grande relevo. Foi após a Segunda Grande Guerra (1950) que se verificou um crescimento significativo da actividade turística. De acordo com a OMT (2008b) as chegadas dos turistas internacionais a nível mundial, passaram de cerca de 25,3 milhões, em 1950, para cerca de 903 milhões, em 2007, atingindo um crescimento anual médio de 6,5%.

Neste período, verificou-se igualmente um forte crescimento do turismo interno que, embora por vezes menosprezado, nos países desenvolvidos apresenta maior expressão que o turismo internacional. A OMT (2001) estima que o turismo doméstico seja 10 vezes superior e cresça a um ritmo mais acentuado que o turismo internacional.

2.2.2 Conceitos

A importância da definição não é uma mera discussão académica porque é ela que permite distinguir as actividades turísticas das que não são (Cunha, 2007). As definições de alguns conceitos aplicados ao turismo têm evoluído ao longo do século XX e início deste século. A dificuldade na definição resulta da complexidade do próprio fenómeno turístico e no facto de este estar em constante evolução. Na tentativa de encontrar algum consenso, na Conferência Internacional das Viagens e do Turismo de Roma, em 1963, foi recomendada uma definição de visitante, turista e excursionista. A partir de 1980, assistiu-se a uma sensibilização crescente da importância do turismo e da sua interdependência com outras actividades económicas e sociais. Desta forma houve uma necessidade de iniciar uma revisão das classificações usadas nas estatísticas do sector (OMT, 2008a).

Na sequência da Conferência Internacional sobre Viagens e Estatísticas do Turismo, realizada em Otava (Canadá), em 1991, com base nas experiências dos diversos países, foi editado um documento pela Organização das Nações Unidas (ONU), em 1994, onde consta o primeiro conjunto internacional de recomendações para determinar as bases do sistema turístico em termos de conceitos, definições, classificações e indicadores (OMT, 2008a). A partir desta publicação, diversos países iniciaram ou adaptaram as suas Contas Satélites do Turismo (CST) e outras recomendações foram sendo materializadas. Contudo, ao longo das últimas décadas, o sector foi evoluindo, alterando os seus limites e

⁴ O lazer, segundo Dumazedier (1979), é um conjunto de ocupações a que o indivíduo se pode entregar de livre vontade, quer para repousar, quer para se divertir, quer para desenvolver a sua informação ou a sua formação desinteressada, a sua participação social voluntária ou a sua livre capacidade criadora depois de se ter liberto das obrigações profissionais, familiares e sociais.

enquadramentos económicos, sociais e culturais. Assim, para superar algumas objecções e dificuldades apontadas na aplicação das CST foi necessário rever as recomendações de 1994.

Este processo de revisão, iniciado em 2004, culminou com a publicação do *International Recommendations for Tourism Statistics 2008*, com o objectivo declarado de assegurar uma melhor informação de base de análise do turismo e das suas contribuições económicas. Segundo a OMT (2008a), estas recomendações devem ser vistas como uma referência para uma coordenação, reconciliação e interpretação da informação da área do turismo. Algumas das principais alterações em relação ao documento de 1994 são a introdução da definição de viagem de turismo e visita, a clarificação da definição de visitante, a modificação da definição das diferentes formas de turismo, revisão da classificação dos motivos das viagens de turismo, entre outros.

Neste âmbito, para a OMT (2008a), o termo visitante é o conceito fundamental de todo o sistema turístico. Para esta entidade, visitante é um viajante que se desloca a um local fora do seu ambiente habitual, com a duração inferior a um ano, com outro motivo principal que não o de exercer uma actividade remunerada por uma entidade desse local. Assim, o turismo é referido como a actividade desses visitantes em função das suas deslocações, sendo um fenómeno social, cultural e económico. Neste documento refere-se também que um turista é o visitante que na sua viagem inclua pelo menos uma noite num alojamento no local visitado. Se o visitante não passar a noite no local visitado já é denominado visitante do dia ou excursionista.

Mais completa é a definição apresentada por Goeldner, Ritchie e McIntosh, (2000, op. cit. Vieira, 2007) para quem o turismo é a soma dos fenómenos e relações que resultam da interacção dos turistas, dos prestadores de serviços, do governo do país de acolhimento e das comunidades de acolhimento no processo de atrair e acolher turistas e outros visitantes, com três objectivos: maximizar a experiência psicológica dos turistas; maximizar os lucros das empresas prestadoras de bens e serviços aos turistas; maximizar os seus efeitos numa comunidade ou região.

Assim, no conceito de turismo incluem-se sempre os turistas, os serviços a eles prestados e as relações humanas com a comunidade de acolhimento. Neste âmbito, Vieira (2007) entende que o que define essencialmente o turismo são as pessoas e não os recursos, só existindo turismo se houver essa vivência emocional e pessoal no local onde ela se pode viver. O autor concretiza, definindo o turismo como a vivência das emoções proporcionadas pelas características dos recursos existentes fora do local de residência

habitual do turista e o conjunto de actividades socioeconómicas indispensáveis para que essa vivência se realize.

2.3 A importância económica do turismo

2.3.1 No Mundo

O turismo pode contribuir significativamente para a prosperidade e para o desenvolvimento económico dos destinos turísticos⁵. Esta contribuição faz-se, segundo Lopes (2005), como uma oportunidade de inovação empresarial, de investimento e de atracção de capitais, mas também proporcionando a existência de infra-estruturas sociais e colectivas e gerando mais conhecimento.

Contudo, foi apenas a partir de metade do séc. XX que o turismo emergiu como um dos principais sectores socioeconómicos mundiais. Segundo a OMT (2003), a combinação do turismo doméstico com o turismo internacional representa o maior sector do mundo. Segundo os dados desta organização, até 1995, o turismo global tinha gerado um rendimento bruto estimado em mais de 3,4 trilhões de dólares, contribuindo com cerca de 11% no Produto Interno Bruto (PIB) mundial, empregando 212 milhões de pessoas e produzindo 637 bilhões em impostos. Cunha (2003) refere que, apesar dos períodos de grandes dificuldades políticas ocorridas nos últimos 50 anos, incluindo várias crises económicas e financeiras e perturbações e incertezas de carácter social no mundo, o turismo cresceu sempre, só diminuindo no ano de 1982 mas apenas -0.38%.

Mesmo com as potenciais crises económicas as expectativas são de continuação do crescimento. De facto, a Organização Mundial do Turismo (OMT) reforça esta tendência na publicação *Turismo: Visão 2020* (OMT, 2001) onde apresenta as previsões quantitativas para os anos de 2010 e 2020, tendo o ano de 1995 como referência. Apesar de ter uma evolução algo irregular, e atendendo à crise económica-financeira mundial, a organização mantém as suas previsões de crescimento (figura 2).

Actualmente só 7% da população mundial participa no turismo internacional, o que indica um enorme potencial de crescimento (Cunha, 2003). As previsões para o turismo da

⁵ Por destino turístico entende-se o espaço físico em que o visitante efectua uma visita incluindo os produtos, serviços, atracções e recursos nele existentes (OMT, 2004). Em 2008, a OMT vem clarificar o termo visita turística, referindo-se a uma paragem num local, não necessariamente incluindo uma pernoita. No entanto, supõe-se que há uma paragem na viagem. Entrar numa zona geográfica sem efectuar uma paragem, não é classificada como uma visita. (OMT, 2008a).

OMT (2001), confirmadas em 2008 (OMT, 2008b), apontam para um aumento do número de turistas internacionais, até 2020, com uma média anual de 45 milhões, estimando-se chegar a cerca de 1600 milhões em 2020.

O ritmo de crescimento das receitas do turismo internacional tem acompanhado o do número de turistas. Para muitos destinos, o gasto dos turistas em alojamento, alimentação, transporte local, entretenimento, compras, etc., são factores importantes nas suas economias, o que gera oportunidades de emprego e de desenvolvimento local. Em termos de rendimento global gerado para este sector, prevê-se um crescimento anual de 6.7%, valor substancialmente superior ao crescimento previsto do PIB mundial que é de 3% (OMT, 2001).

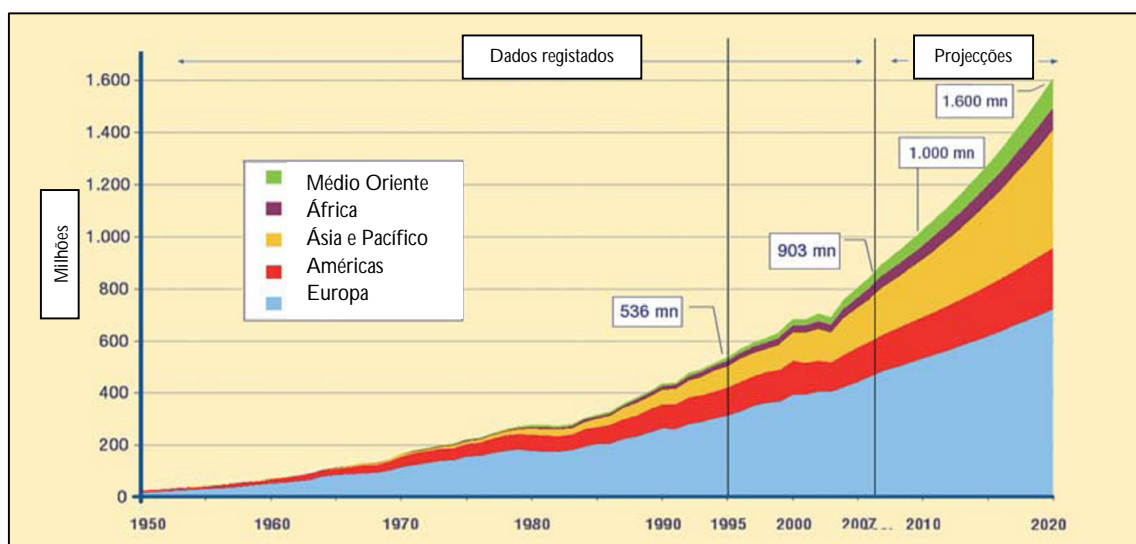


Figura 2: Chegadas de turistas internacionais, 1950-2020 (OMT, 2008b)

Outro dado a ter em conta é que se em 1950, os 15 primeiros destinos turísticos representavam 88% das chegadas internacionais, em 1970 essa percentagem caiu para 75% em 1975 e para 57% em 2007, o que reflecte o surgimento de novos destinos, muitos deles em países em desenvolvimento (OMT, 2008b). Verifica-se uma tendência para a globalização do turismo, contudo, em termos de receitas, é de salientar que os 10 primeiros países somam em 2007, metade do total mundial (625 mil milhões de euros). Nos últimos anos, a China tem vindo a subir de uma forma impressionante na tabela dos países receptores, com taxas de crescimento a rondar os 10% anuais, correspondendo a 55 milhões de chegadas internacionais, em 2007 (OMT, 2008b). No que diz respeito aos mercados emissores de turistas, o turismo internacional tende a concentrar-se nos países industrializados da Europa, América, Ásia e Pacífico. Destaca-se novamente a China, país que continua a subir na classificação dos países com maior despesa no turismo

internacional, com taxas de crescimento de 22,5% (OMT, 2008b), tornando-se num mercado bastante aliciante. Estes dados estão resumidos no quadro 1.

Segundo a OMT (2008b), em 2007, mais de metade das chegadas internacionais tiveram como motivação principal dos viajantes o lazer e a recreação. Seguiram-se os negócios e outros motivos profissionais. Outras motivações, como visitas a amigos e parentes, razões religiosas, tratamentos de saúde, etc. contribuíram com 27% do total.

Quadro 1: Chegadas, receitas e despesas do turismo internacional (OMT, 2008b)

Chegadas de turistas internacionais (2007)			Receitas do turismo internacional (2007)			Despesas do turismo internacional (2007)			
Classificação	Milhões		Classificação	Milhares de milhões (euros)		Classificação	Milhares de Milhões (dólares)	Gasto per capita (dólares)	
1	França	81.9	1	EUA	70.6	1	Alemanha	82.9	1008
2	Espanha	59.2	2	Espanha	42,2	2	EUA	76.2	252
3	EUA	56.0	3	França	39.6	3	R. Unido	72.3	1189
4	China	54.7	4	Itália	31.2	4	França	36.7	595
5	Itália	43.7	5	China	30.6	5	China	29.8	23
6	Reino Unido	30.7	6	Reino Unido	27.4	6	Itália	27.3	464
7	Alemanha	24.4	7	Alemanha	26.3	7	Japão	26.5	207
8	Ucrânia	23.1	8	Austrália	16.2	8	Canadá	24.8	755
9	Turquia	22.2	9	Áustria	13.8	9	Rússia	22.3	157
10	México	21.4	10	Turquia	13.5	10	R.Corea	20.9	431
20	Portugal	12.3	23	Portugal	7.4				

2.3.2 Em Portugal

Portugal está inserido na maior e mais madura região de destino, a Europa. Em 2008, a Europa representou 53% das chegadas internacionais e 51% das receitas do turismo internacional a nível mundial. Por sub-regiões, verifica-se que o Sul da Europa e o Mediterrâneo (178,9 milhões de visitantes), juntamente com a Europa Ocidental (153,2 milhões de visitantes) se destacaram como as zonas do globo com os maiores volumes de chegadas de turistas (INE, 2009a), embora no último ano o crescimento tenha sido bastante modesto de 0,6% e -1,1%, respectivamente.

O turismo é considerado, em Portugal, um sector de relevância estratégica para o desenvolvimento nacional, tendo o seu peso na economia vindo a crescer nos últimos anos,

sobretudo em 2007, ano em que a actividade turística no país registou os seus melhores resultados de sempre.

Em 2007, o Valor Acrescentado gerado pelo turismo, ultrapassou os 7 mil milhões de euros, contribuindo com cerca de 5,1% para o VAB⁶ da economia, mais 0,3 pontos percentuais que em 2006. Em 2006, o emprego no turismo representou 8,1% do total de emprego da economia, mais 0,1 p.p. que em 2005, situando-se em cerca de 416 mil indivíduos. Mais de metade deste emprego concentrou-se nos “Restaurantes e similares” (55,7%), seguindo-se os “Hotéis e similares” (14,5%) (INE, 2009a).

Em 2008, o sector do turismo em Portugal ressentiu-se com a conjuntura económica internacional e diminuiu o ritmo de crescimento observado nos últimos anos. As receitas atingiram os 7 440 milhões de Euros, o que traduz um ligeiro acréscimo homólogo de 0,5%. As despesas turísticas apresentaram um aumento homólogo mais moderado face a anos anteriores (+2,4%) a que correspondeu um montante de 2 939 milhões de Euros. Deste modo, o saldo da balança turística de 2008 cifrou-se em 4 501 milhões de Euros, o equivalente a menos 0,7% do que em 2007. Comparativamente com a maioria dos países europeus, Portugal apresenta um perfil claramente exportador de serviços turísticos consubstanciado pelo sexto valor mais elevado em termos de saldo da balança turística (INE, 2009a).

Para Portugal, o principal mercado externo, em termos de receitas geradas, é o Reino Unido, seguindo-se a França, a Espanha e só depois a Alemanha. O sector turístico português está muito dependente destes quatro mercados. Em conjunto, perfazem 57% das receitas geradas pelo turismo internacional. Se compararmos com o ano de 2005 em que este valor era de 67% (MEI, 2007), poderá haver uma tendência para a diversificação de mercados emissores, como é um dos objectivos do PENT. Se compararmos as quotas das receitas (figura 3) com as do número de hóspedes (figura 4), a Espanha assume a segunda posição, não se reflectindo porém depois no número de dormidas (figura 5), reflexo da proximidade geográfica.

⁶ VAB (Valor Acrescentado Bruto): Diferença entre o valor da produção e o valor dos consumos em bens e serviços necessários para essa produção.

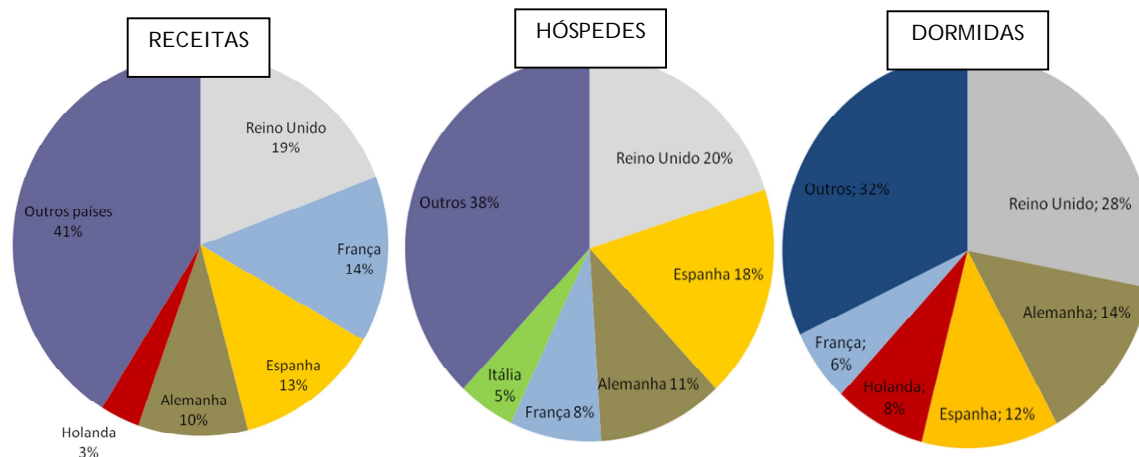


Figura 3: Quota de receitas por países de origem em 2008 (INE, 2009a)

Figura 4: Quota de hóspedes por mercado estrangeiro em 2008 (Turismo de Portugal, 2009c)

Figura 5: Quota de dormidas por mercado estrangeiro em 2008 (Turismo de Portugal, 2009c)

O sector turístico em Portugal encontra-se muito concentrado em três regiões (Algarve, Lisboa e Madeira), sendo afectado por uma elevada sazonalidade e por uma oferta essencialmente de gama média-baixa (MEI, 2007). Os dados estatísticos do Turismo de Portugal (2009c) confirmam esta situação: em 2008, as regiões do Algarve, Lisboa e Madeira representaram 73,6% do número global de dormidas em estabelecimentos hoteleiros, ou seja, 28,8 milhões de dormidas (29,4 milhões em 2007). Quanto à sazonalidade da procura, Portugal apresenta um pico mais marcado nos meses de Verão, mais especificamente em Agosto, em que a quota de procura externa atinge os 13% e a quota de procura nacional os 16%. No entanto, embora os picos de sazonalidade de ambos os mercados sejam em Agosto, a procura externa desenvolve-se de uma forma mais equilibrada entre Abril e Outubro (quotas entre 9% e 10%), com quotas superiores à procura nacional. Os meses de menor procura são os de Inverno (Novembro a Março), para ambos os mercados, com quotas de procura, neste caso, superiores para os fluxos nacionais.

Em 2009, Portugal posicionou-se, pelo segundo ano consecutivo, no top 20 dos destinos mais competitivos do mundo para a atracção de investimento nos sectores do Turismo e Viagens (Turismo de Portugal, 2009b). Segundo o Índice de Competitividade Viagens e Turismo (*Travel & Tourism Competitiveness Index*), elaborado pelo *World Economic Forum*, Portugal ocupa a 17.^a posição a nível mundial, quando em 2008 se posicionava em 15.^o As primeiras posições são ocupadas pela Suíça, Áustria e Alemanha. Contudo, Portugal manteve a posição que tinha em 2008 (2.^o lugar) na comparação com destinos nossos

concorrentes na Bacia do Mediterrâneo, somente atrás da Espanha. Estes dados indicam o potencial de desenvolvimento do sector do turismo em Portugal.

2.4 O planeamento do desenvolvimento turístico

2.4.1 Caracterização do processo de planeamento turístico

Embora, de forma simplista, planear é simplesmente organizar o futuro de forma a atingir certos objectivos (OMT, 2003). O processo de planeamento pode ser entendido como um procedimento que geralmente exige uma reflexão sobre o futuro, antecipa as consequências e aponta diferentes cursos alternativos de acção, definindo os objectivos para o desenvolvimento de uma área-destino (Mill e Morrison, 1992).

Vareiro (2008) concretiza o conceito: “planear significa decidir com antecipação o que é necessário fazer (objectivos), quem o vai fazer (agentes e destinatários), como (meios para alcançar os objectivos), onde (localização espacial), quando (cronograma) e quanto (recursos financeiros, materiais e humanos)”. As respostas a estas questões constituem o conteúdo de um processo de planeamento.

O objectivo central do planeamento sustentável no turismo é trazer determinados benefícios socioeconómicos para a sociedade, sem deixar de manter a sustentabilidade do sector turístico através da protecção da natureza e da cultura local (OMT, 2003). Neste sentido, o planeamento em turismo assume grande importância, uma vez que pretende minimizar os impactos negativos provocados pelo desenvolvimento turístico, maximizando ao mesmo tempo os efeitos positivos, mantendo assim a sua sustentabilidade (Breda, 2004; Department for Communities and Local Government, 2006; Toledo e Silva, 2008). Gunn (2002) e Vareiro (2008) afirmam mesmo que o planeamento representa o único caminho que permite usufruir das vantagens da actividade turística.

O pensamento, o planeamento e a gestão estratégica⁷, são os pilares do processo de desenvolvimento turístico (Vieira, 2007). Este desenvolvimento deverá, segundo o mesmo autor, ser focalizado na melhoria da qualidade de vida da população local suportada pelo desenvolvimento económico e pelo bem-estar físico e social. Na figura 6, apresenta-se a hierarquia proposta pelo autor entre os grandes objectivos e as missões do desenvolvimento turístico. A optimização da satisfação dos visitantes: adaptação às

⁷ Segundo Vieira, 2007, o planeamento estratégico é “um processo sistemático para gerir a mudança e criar o melhor futuro possível. Trata-se de um processo criativo de identificação e acompanhamento das acções mais importantes, tendo em atenção as forças e fraquezas, bem como as ameaças e oportunidades.

expectativas do mercado alvo, optimização da experiência global, resolução e prevenção de problemas (Gunn, 2002), será também um objectivo do desenvolvimento turístico pois, caso não seja perseguido e alcançado, o processo estará comprometido.

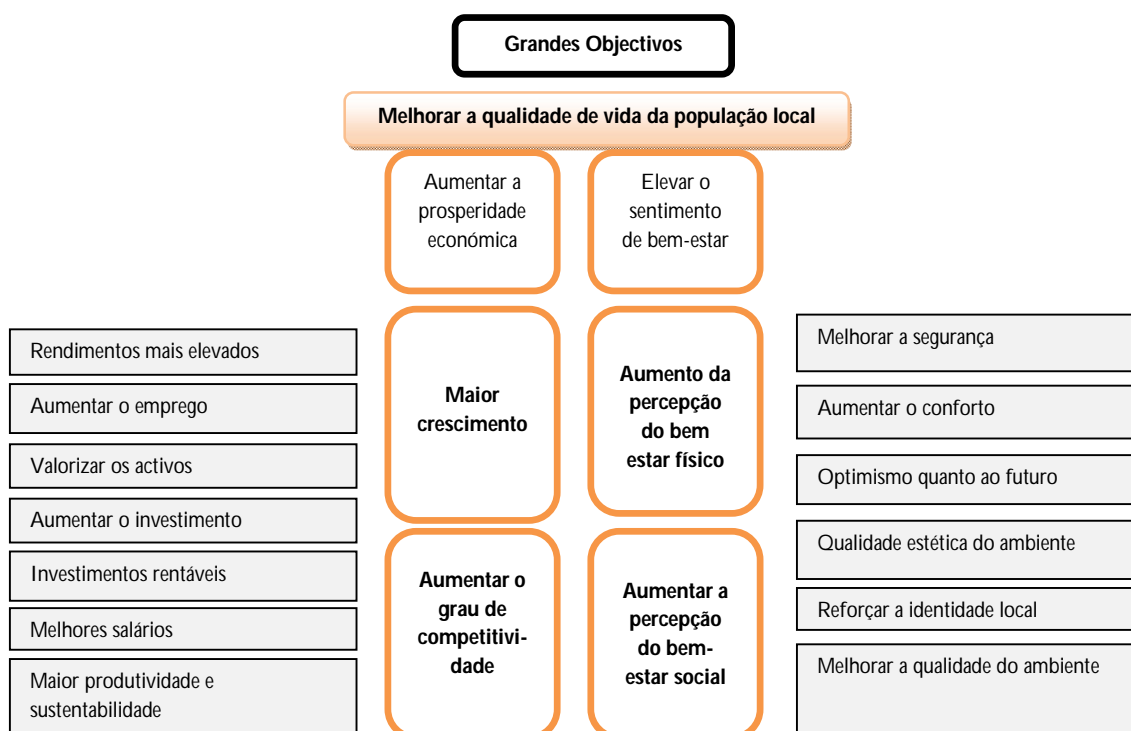


Figura 6: Grandes objectivos e metas do desenvolvimento turístico (Vieira, 2007)

O fenómeno turístico é multi-dimensional e transversal a quase todos os sectores de actividade. Nesta lógica, Carvalho (2006) entende que desenvolver o turismo, não é mais do que organizar a maior parte das actividades económicas geograficamente concentradas nos limites dessa área-destino, de forma integrada e complementar. Assim, o planeamento turístico deve ser alargado, ou integrado num planeamento mais geral que englobe outras dimensões da sociedade como as infra-estruturas sociais, os meios de transporte, o sistema educativo, o saneamento básico, entre outros. Estes componentes precisam de ser estudados e planeados de forma integrada, para que o turismo se desenvolva com benefícios para a comunidade de acolhimento. A figura 7 demonstra, segundo a OMT (2003), como esses componentes estão organizados.

O planeamento turístico deve também subordinar-se aos níveis de planeamento hierarquicamente superiores. Esta compatibilização deve ser respeitada de acordo com os diferentes níveis de decisão e intervenção esquematizados no quadro 2.

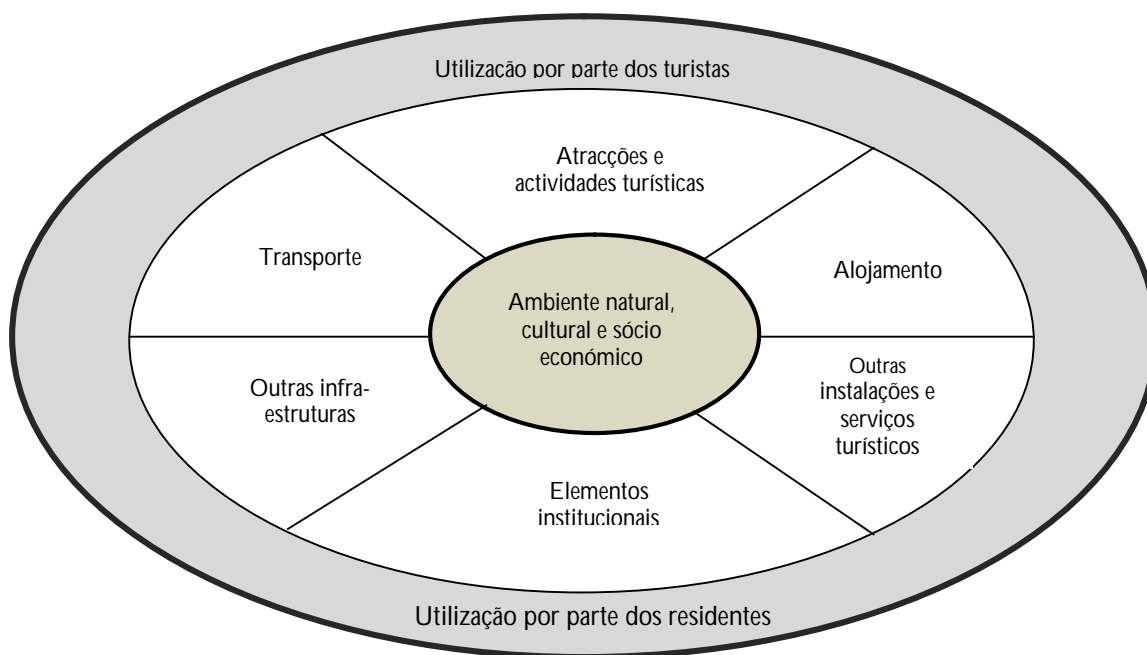


Figura 7: Componentes do planeamento turístico (OMT, 2003)

Quadro 2: Âmbito geográfico e actores do planeamento turístico (OMT, 2003 e Vieira, 2007)

Âmbito geográfico e níveis de intervenção	Actores do poder público	Actores privados
Internacional	OMT, EU, WTTC, OCDE, etc.	<ul style="list-style-type: none"> • Organizações turísticas internacionais • Empresas de transportes internacionais • Grandes grupos privados
Nacional	Governo central Grandes empresas públicas	<ul style="list-style-type: none"> • Grandes empresas de transporte aéreo, ferroviário e rodoviário • Grandes grupos hoteleiros, agências de viagem e operadores turísticos • Organizadores de grandes eventos • Associações empresariais e profissionais nacionais
Regional	Governo regional Comissões de coordenação e desenvolvimento regional	<ul style="list-style-type: none"> • Empresas de transportes regionais • Organizadores de eventos desportivos, religiosos, etc. • Associações empresariais regionais
Local	População local Câmaras municipais Empresas municipais	<ul style="list-style-type: none"> • População local • Hoteleiros autónomos • Restauração • Agentes de viagens independentes • Empresas de animação turística • Organizadores de eventos locais • Grupos de protecção ambiental • Associações locais

O planeamento turístico realizado nestes diferentes níveis de decisão tem, cada um, o seu nível de especificidade. A nível internacional são tratadas as questões mais amplas,

enquanto que o planeamento local é direccionado para lugares e pontos mais específicos. Segundo a OMT (2003), programas turísticos especiais, como o ecoturismo, turismo rural ou animação turística, são executados a nível local.

De um modo geral, o planeamento tem sido uma preocupação quase exclusiva da hotelaria, dos transportes e dos promotores turísticos, sendo caracterizado pela ausência de um processo integrado (Gunn, 2002). Porém, o estado, através das autoridades centrais, regionais ou locais, é a entidade que deve assumir o papel principal na busca de uma cooperação entre todos os parceiros, de forma a enquadrar a iniciativa privada e permitir uma mais eficiente utilização dos recursos disponíveis, garantindo a sustentabilidade (OMT, 2003; Toledo e Silva, 2008; Vieira, 2007), sobretudo quando a iniciativa privada não está desperta para um determinado sector ou quando, deixada livre na sua actuação, acaba por pôr em causa o bem comum (Vieira, 2007). O turismo é assim, por excelência, um negócio onde a parceria público-privado se torna imprescindível.

2.4.2 Ciclo de Vida do Produto Turístico

O planeamento pode ser relativo à criação de um novo produto ou destino ou à sua reestruturação. Neste contexto, o estudo do Ciclo de Vida do Produto Turístico (CVPT), desenvolvido por Butler (1980, op. cit. Vieira, 2007), é um importante instrumento no planeamento do desenvolvimento turístico. Este ciclo permite identificar e caracterizar a evolução histórica do produto turístico e, após a definição da fase do ciclo da sua vida em que se encontra, prospectar o seu futuro e determinar as acções necessárias para o atingir. As fases mais comuns do CVPT estão caracterizadas no quadro 3 e esquematizadas na figura 8.

Segundo Vareiro (2008) uma das principais mensagens que resulta deste modelo, 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. Mill e Morrison (1992) sustentam que o destino poderá, ao invés de reagir às mudanças depois delas ocorrerem, 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. Este plano dinâmico passará por uma constante reconversão da imagem do destino através do lançamento constante de produtos turísticos adaptados às tendências dos mercados, procurando novos fluxos de turistas (Vieira, 2007).

Quadro 3: Fases do Ciclo de Vida do Produto Turístico (Vieira, 2007)

Exploração	Fase de descoberta pelos turistas mais aventureiros. Pequeno nº de turistas. Destino sem acessibilidade e sem estruturas turísticas.
Envolvimento	Fase em que se iniciam as pressões para o desenvolvimento de infra-estruturas que conduzem ao primeiro envolvimento das autoridades locais.
Desenvolvimento	Fase de grande crescimento com o apoio local e de operadores turísticos que se caracteriza por uma oferta forte e uma procura compatível.
Consolidação	Fase em que o desenvolvimento atinge o limite e a oferta começa a ultrapassar a procura reduzindo a ocupação hoteleira e a receita média por dormida. A pressão da procura aproxima-se do limiar da capacidade física e social. A atractividade do destino começa a declinar.
Estagnação	Nesta fase atinge-se o ponto máximo em termos de procura que se caracteriza por baixo poder de compra individual.
Pós-estagnação	Nesta fase podem seguir-se três caminhos: a estabilização da situação de estagnação, o rejuvenescimento ou o declínio absoluto.

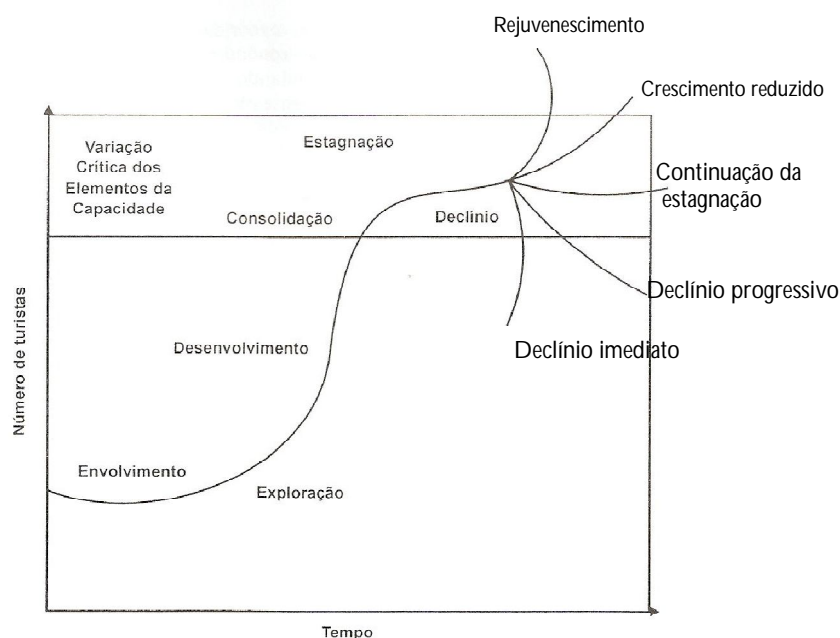


Figura 8: Ciclo de vida do produto turístico (Butler, 1980, op. cit. OMT, 2003).

2.4.3 Conceito de imagem do destino

O conceito de “imagem do destino”⁸ tem também um papel crucial na elaboração do planeamento do desenvolvimento turístico. Segundo Cortés (2007), a imagem do destino forma parte integrante de todo o processo do acto de consumo: antes (escolha do destino), durante (aumento do valor de consumo) e depois (papel reconstrutivo - regresso).

⁸ Por imagem de um destino turístico entende-se o resultado da intersecção do conjunto de experiências, crenças, sentimentos, conhecimentos e impressões que cada indivíduo mantém sobre um destino concreto (Cortés, 2007).

O autor refere que a selecção dos aspectos de um destino específico para competir no mercado e ser eleito pelos turistas depende de duas questões: a identificação das vantagens mais significativas do destino; e conhecer e compreender como os potenciais visitantes podem ser atraídos para o destino. Assim, resulta necessário conhecer a imagem que um destino gera da mente dos visitantes, tal como os mecanismos de actuação para poder trabalhar sobre a dita imagem e adequá-la aos interesses dos responsáveis pelo planeamento. A figura 9 ilustra a formação desta imagem mental, através da teoria das sete fases de Gunn (1972, op. cit. Cortés, 2007).

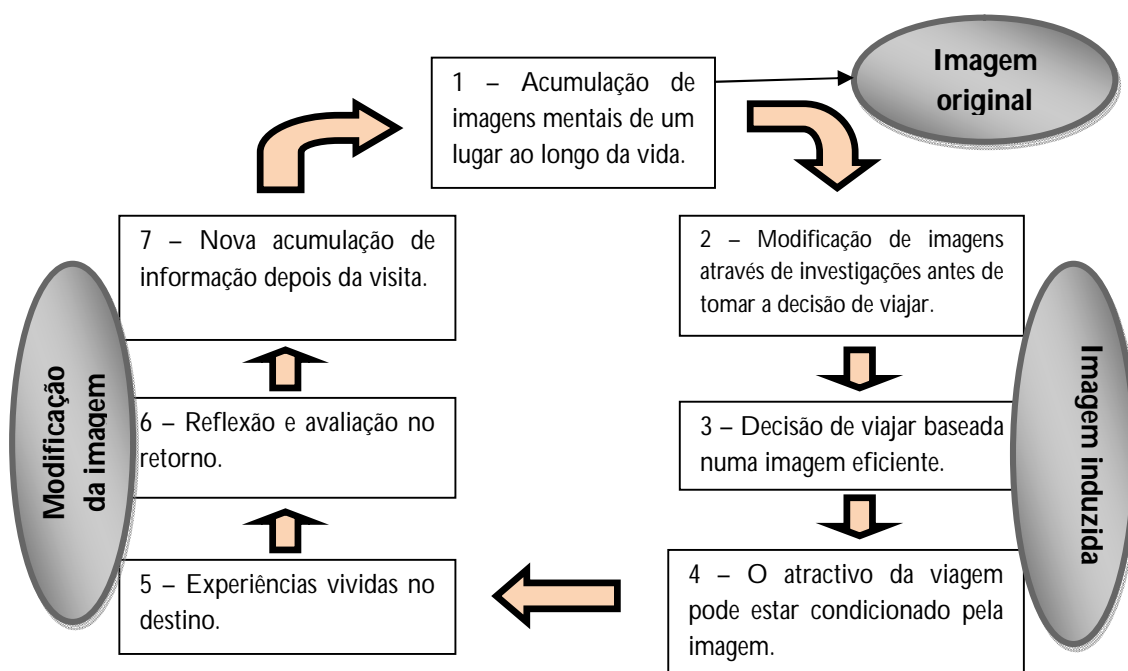


Figura 9: Teoria de Gunn das sete fases da formação da imagem (Cortés, 2007)

Deste modo, a integração de técnicas de *marketing* num processo de planeamento estratégico apresenta diversas vantagens. O *marketing* é uma ferramenta de gestão, que tem como uma das prioridades auxiliar o planeamento estratégico na constituição de uma imagem eficaz do destino, de modo a que se torne mais apelativa para os alvos pretendidos (Fonseca e Ramos, 2007). No domínio territorial, os produtos não são colocados junto dos consumidores, mas estes é que se deslocam em busca dos seus atractivos. Neste quadro, e de acordo com os autores, o papel do *marketing* consiste em projectar, através dos meios mais adequados, uma imagem persuasiva e inovadora dos recursos locais. Na retaguarda da promoção, há o trabalho de estudo de mercado e de análise dos recursos territoriais, pelo que o papel do *marketing* vai muito além da simples promoção.

2.4.4 Os passos do planeamento turístico

Para ser eficaz, o planeamento turístico deve ser executado de acordo com um processo sistemático (OMT, 2003). Este processo aplicado à elaboração de qualquer tipo de plano pode ser representado de diversas formas (Mill e Morrison, 1992; OMT, 2003; Vareiro, 2008), sendo contudo a abordagem conceptual muito similar, resumida no quadro 4.

Este não deve ser um processo estático mas sim dinâmico, flexível e contínuo. A constante e cada vez mais rápida evolução das tendências do sector, implica uma permanente avaliação, revisão e reimplantação do plano, de forma a acompanhar as características dos mercados pretendidos para o destino em causa. Porém, Gunn (2002) e Cunha (2003) entendem que o turismo não deve ser excessivamente planeado, dando espaço à inovação, espontaneidade e criatividade do sector, correspondendo à necessidade de liberdade do turista.

Quadro 4: Fases do processo do planeamento turístico (Vareiro, 2008)

Preparação do estudo	Definição de escala de planeamento, área, mercado, carácter e propósito. Termos de referência. Estudo de pré-viabilidade (existência de recursos).
Definição dos objectivos	Gerais e específicos. Definidos em coordenação com a comunidade e restantes actores do sector.
Levantamentos e avaliações	Recolha de informação relevante para o desenvolvimento do plano: caracterização da procura, recursos e atracções, serviços e infra-estruturas, concorrência, etc.
Análise e interpretação dos dados	Análise resumida do potencial de uma área para o desenvolvimento turístico (SWOT ⁹). Conjunto de conclusões e recomendações para a realização de um plano preliminar.
Elaboração, análise e revisão preliminar do plano	Acções e projectos a realizar. Considerações sobre os aspectos económicos, ambientais e socioculturais. Avaliação de alternativas. Aprovação das partes envolvidas.
Elaboração do plano final	Documento que norteia a implementação do plano. Inclui todos os detalhes necessários para orientar os agentes envolvidos. Possível abertura a discussão pública, envolvendo a população local.
Implementação e monitorização	Realização das acções previstas e avaliação contínua da implementação do plano. Ajustes permanentes à trajectória inicialmente prevista e aos próprios objectivos, em caso de alteração da conjuntura.

⁹ *Strengths* (Pontos fortes), *Weaknesses* (Pontos fracos), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças).

2.4.5 Políticas e instrumentos do planeamento turístico em Portugal

Atendendo à importância económica do turismo para as contas nacionais, Vieira (2007) indica que é imperioso implementar um processo de planeamento estratégico do seu desenvolvimento com vista a potenciar a sua contribuição para o desenvolvimento nacional sustentável. A este nível, o Ministério da Economia e da Inovação organizou, em 2007, o Plano Estratégico Nacional do Turismo (PENT) (MEI, 2007). Este documento define as acções para o crescimento sustentado do turismo nacional até 2015, estabelecendo como metas, o aumento da contribuição para o PIB nacional, o aumento do emprego qualificado e o aceleramento do crescimento do turismo interno. O PENT foi organizado em cinco eixos apresentados sumariamente no quadro 5.

Quadro 5: Eixos de actuação do PENT (MEI, 2007)

EIXO I Território, destinos e produtos	Novos pólos de atração turística.	Alqueva, Litoral Alentejano, Oeste, Douro, Serra da Estrela, Porto Santo e Açores
	Aposta em 10 produtos, consoante os destinos.	Gastronomia e Vinho, Touring cultural e paisagístico, Saúde e bem-estar, Turismo de Natureza, MICE, Turismo residencial, City short breaks, Golfe, Turismo náutico e Sol & Mar.
EIXO II Marcas e mercados	Afirmar a marca Portugal.	
	Consolidar Mercados.	
EIXO III Qualificação de recursos	Qualificar serviços e destinos.	
	Qualificar os recursos Humanos.	
EIXO IV Distribuição e comercialização	Ajustar as empresas e os destinos aos novos modelos de negócio.	
EIXO V Inovação e conhecimento	Gerar conhecimento para a decisão.	
	Desenvolvimento de ferramentas avançadas de gestão do território.	

Com a reorganização das entidades públicas regionais com responsabilidades na área do turismo, decorrente da publicação do Decreto-Lei n.º 67/2008 de 10 de Abril, foram criadas cinco áreas regionais e seis pólos de desenvolvimento turístico. Segundo este documento, às entidades mencionadas incumbe a valorização turística das respectivas áreas, visando o aproveitamento sustentado dos recursos turísticos, no quadro das orientações e directrizes da política de turismo definida pelo Governo e nos planos plurianuais das administrações central e local. Nesta sequência, os estatutos do Pólo de Desenvolvimento Turístico do Oeste (PDTO), ao qual pertence o concelho de Torres Vedras, atribuem, entre outras competências, a definição e implementação de uma estratégia turística para a região, coerente com o PENT, concretizadas num Plano Regional de Turismo do Oeste. Em entrevista concedida à revista Turismo de Lisboa (2009), António Carneiro, presidente do PDTO, garante estar em fase de preparação o referido plano estratégico.

2.4.6 Outros instrumentos de planeamento relevantes

Como já foi referido, o processo de planeamento de um destino deve ser integrado nas estruturas de planeamento existentes, ou seja, integrando o turismo na estrutura de planeamento físico ou territorial. O desenvolvimento turístico implica sempre alterações no ecossistema turístico, isto é, nas características físicas e socioculturais de um destino, nomeadamente no território, nos recursos e na vida das pessoas (Vieira, 2007). Desta forma, existem instrumentos normativos de ordenamento do território que estabelecem um modelo de organização espacial, ao qual o planeamento turístico tem de estar interligado e respeitar.

O Programa Nacional da Política de Ordenamento do Território¹⁰ (PNPOT) é o instrumento de desenvolvimento territorial de natureza estratégica que estabelece as grandes opções com relevância para a organização do território nacional. Os princípios, objectivos e orientações consagrados no PNPOT são desenvolvidos nos vários Planos Regionais de Ordenamento do Território (PROT) que, por sua vez, constituem um quadro de referência estratégico para os Planos Intermunicipais, Planos Directores Municipais (PDM) ou Planos Municipais de Ordenamento do Território (PMOT). O Plano Regional de Ordenamento do Território do Oeste e Vale do Tejo¹¹ (PROT-OVT), no qual é abrangido o concelho em estudo, visa a espacialização de estratégias de desenvolvimento territorial nos territórios das NUTS III do Oeste, Médio Tejo e Lezíria do Tejo. O PROT-OVT foi publicado em Diário da República a 6 de Agosto de 2009, entrando em vigor a 1 de Novembro do mesmo ano.

Existem outros instrumentos estratégicos de âmbito nacional que deverão ser articulados entre si, nomeadamente os que são mencionados no PNPOT:

- Estratégia Nacional de Desenvolvimento Sustentável (ENDS);
- Programa Nacional para as Alterações Climáticas (PNAC);
- Estratégia Nacional para a Energia;
- Plano Nacional da Água;
- Plano Nacional de Acção para o Crescimento e o Emprego (PNACE);
- Plano Nacional de Emprego;
- Plano Estratégico Nacional para o Desenvolvimento Rural 2007-2013;

¹⁰ Lei nº58/2007 de 4 de Setembro

¹¹ Resolução do Conselho de Ministros n.º 64-A/2009

- Estratégia Nacional para as Florestas;
- Programa de Acção Nacional de Combate à Desertificação (PANCD);

2.5 O desenvolvimento do turismo sustentável

Weaver (2006) argumenta que, com o desenvolvimento do turismo nas últimas décadas, qualquer local no mundo é um potencial destino turístico. A qualidade desse destino recai sobre os seus recursos naturais e culturais. Ora, uma exploração sem limite e sem respeito destes recursos, impulsiona irremediavelmente um esgotamento e, conseqüentemente, uma repulsa da procura, logo, de investimentos. Zaoual (2008) afirma que a procura da rentabilidade máxima destrói, a longo prazo, as bases dessa mesma rentabilidade. Assim, torna-se relevante o princípio da sustentabilidade.

A OMT adoptou o conceito de sustentabilidade através da *Agenda 21 for the Travel and Tourism Industry*, publicada em 1993: “o desenvolvimento turístico sustentável é definido como sendo aquele que satisfaz as necessidades dos turistas e das regiões de acolhimento ao mesmo tempo que protege e potencia novas oportunidades para o futuro. Os recursos devem ser geridos de maneira a que as necessidades económicas, sociais e estéticas devem ser satisfeitas mantendo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas de suporte vitais” (OMT, 2003).

Por outras palavras, o desenvolvimento não pode ser apenas económico, quantitativo, tendo também que respeitar os valores e a qualidade de vida das comunidades de acolhimento, a qualidade do ambiente e dos recursos naturais, as exigências de natureza cultural e a satisfação dos visitantes (Vieira, 2007). Sendo que o turismo pode contribuir para o desenvolvimento local, se não for devidamente planeado, pode também funcionar como seu agente destruidor. O conceito de sustentabilidade turística implica que os efeitos das actividades desenvolvidas pelos agentes e pelos próprios turistas, possam ser realizadas no presente e no futuro previsível, contudo sem destruir a qualidade do ambiente no qual essas actividades se baseiam.

As três vertentes de sustentabilidade do desenvolvimento turístico, propostas pela Organização Mundial do Turismo (UNEP e OMT, 2005) são:

- Económica: o turismo como meio de geração de novos negócios e empregos, rendimentos e aumento do nível de vida das populações;
- Sócio-cultural: o turismo como meio de melhoria dos padrões culturais e educacionais, de contacto com outras culturas, de aumento da auto-estima das populações e de incentivo à preservação de património cultural;

- Ambiental: o turismo como meio de promoção de acções de conservação e promoção ambiental, de desenvolvimento de infra-estruturas de apoio e de melhoria da qualidade estética do local.

Esta exigência que altera a autonomia da dimensão económica, e que lhe impõe a necessidade de incorporar outras dimensões, levou a uma proliferação de novas concepções na área particular do turismo, apresentadas de seguida.

2.6 Do turismo de massas ao turismo alternativo

Até há duas décadas atrás, os produtos que se inserem no turismo dito de massa marcaram o progresso do sector. Porém, a observação das tendências da procura turística mundial¹² deixa antever que esse tipo de modelo de produção de serviços turísticos não está totalmente adequado à evolução das necessidades que o mercado exprime (Cavaco, 2006; Swarbrooke, 2003; Zaoual, 2008).

Como mostra Zaoual (2008), na sua pesquisa sobre o turismo de massa, este perdeu o seu atractivo, apesar de continuar dominante. Cavaco (2003) indica que associados ao conceito do turismo de massa vão surgindo alguns valores negativos. Zaoual (2008) especifica-os: inactividade cultural; contactos superficiais com a população residente; riscos nutricionais; poluição e principalmente, a consciencialização dos efeitos de um produto uniforme. A Espanha fornece-nos um exemplo com a “cimentização” da *Costa Del Sol*.

Swarbrooke (2003) e Cavaco (2006) utilizam a expressão “novo turista”, caracterizando os turistas actuais, experientes e independentes, exigentes a nível de qualidade, mais interessados pela descoberta da cultura do destino, pela experimentação, sensibilizados pelas questões ambientais e com estilos de vida mais activos e saudáveis. Este “novo turista” procura destinos verdadeiros que combinam a autenticidade e a profundidade do intercâmbio cultural, a harmonia com a natureza e a memória dos lugares visitados. Esta procura de proximidade com a identidade local exprime uma necessidade profunda de referências simbólicas. Estas exigências parecem em total contradição com a oferta do turismo de massa, em grande escala, com potencial destruidor da qualidade relativa dos destinos turísticos (Zaoual, 2008).

¹² Diversificação de motivações e conseqüentemente de produtos e destinos turísticos; preocupação com a manutenção da saúde pessoal; aumento da preferência pelas férias activas e diminuição do sedentarismo; férias mais frequentes mas mais curtas ao longo do ano; nova demografia (envelhecimento da população com aumento de aposentados com vida activa); globalização da utilização das Tecnologias da Informação e Comunicação; sensibilização às questões sociais e ambientais (Cunha, 2003; OMT, 2003).

A necessidade de referências simbólicas referida está na raiz do turismo alternativo. Este tipo de turismo diferencia-se do turismo de massas, estabelecendo um aumento da importância dos valores culturais e naturais do destino turístico, mas ao mesmo tempo também dos turistas, colocando-os num autêntico intercâmbio, assegurando as durabilidades sociais e ecológicas (Borges e Lima, 2006; Burnay, 2006; Zaoual, 2008). É um conceito bastante abrangente que engloba diversos segmentos de turismo. De entre os produtos que se podem identificar com o turismo alternativo estão o ecoturismo, o turismo activo, o turismo de aventura, o turismo cultural, o turismo de natureza, o turismo rural, etc. A figura 10 é apenas representativa da maioria dos produtos do mercado pois, tal como Weaver (2006) refere, o posicionamento dado ao produto pelos operadores turísticos é que define o seu subtipo, ou os seus subtipos por reunir características de vários.

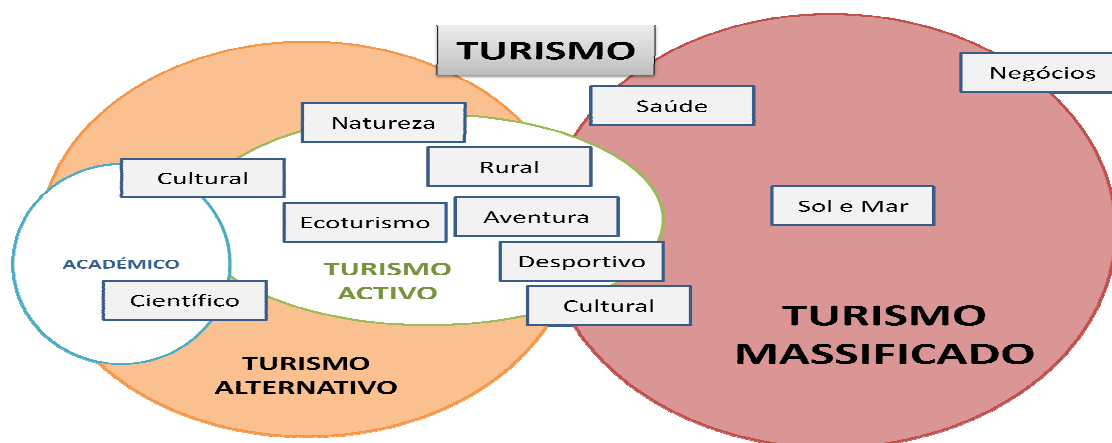


Figura 10: Enquadramento do Turismo Activo

A nível económico, segundo um estudo da Direcção-Geral de Política Turística espanhola mencionado por Vieira (2007), o turismo alternativo é especialmente importante porque gasta três vezes mais receitas do que o turismo de massas, consumindo de preferência serviços e produtos que geram maior valor para a economia, tem um impacto sobre o ambiente nove vezes inferior ao turismo indiferenciado e gera dez vezes mais empregos.

Em Portugal, em 1998, foi criado o Programa Nacional de Turismo de Natureza¹³ (PNTN), direccionado para um produto específico, mas que marca o início de uma política de turismo sustentável. Este programa foi, nessa altura, criado especificamente para a Rede Nacional de Áreas Protegidas (RNAP), o que significava na altura uma abrangência de

¹³ Resolução do Conselho de Ministros nº 112/98, de 25 de Agosto de 1998.

apenas cerca de 7% do território (Burnay, 2006). Nos anos subsequentes foi produzida legislação específica do enquadramento jurídico ao Turismo de Natureza¹⁴ e às modalidades que o constituíam (Animação, Interpretação ambiental e Desporto na natureza). Segundo esta legislação, o Turismo de Natureza, é o produto turístico composto por estabelecimentos, actividades e serviços de alojamento e animação turística e ambiental, realizados e prestados em zonas integradas na RNAP. O Decreto-Lei n.º 204/2000, de 1 de Setembro, estabeleceu, pela primeira vez, o enquadramento legal das actividades de animação turística. A animação turística é entendida como toda a actividade de desporto, cultura e recreio que planificadamente aconteça no território, infra-estrutura ou equipamento turístico e que tenha como finalidade propiciar participação e envolvimento dos consumidores (turistas) e a interacção destes com a cultura e actividades locais (ART, 2005).

Burnay (2006) refere-se a esses anos como os primórdios da globalização da descoberta e da fruição dos nossos espaços naturais, como também da prática de actividades relacionadas com o ar livre, de índole mais ou menos activa, ou mais ou menos *hard* ou *soft*¹⁵, como se podem balizar as actividades de desporto na natureza ou desporto de aventura. De acordo com Sung (2004), o desporto de aventura é também geralmente desenvolvido num meio ambiente natural, mas diferencia-se do desporto na natureza por envolver uma participação activa na exploração de uma nova experiência, a maioria das vezes envolvendo um risco percebido ou um perigo controlado, associada a um desafio pessoal.

Convém salientar que o turismo na natureza, já existia antes do turismo de natureza. Este último é um conceito associado à legislação e ainda muito discutido.

Com o passar dos anos, a prática das actividades associadas ao turismo na natureza (quadro 6), extrapolou a fronteira dos limites das áreas protegidas, tendo-se alargado a todo o território nacional, desde que existam condições geográficas e naturais para a prática das diferentes modalidades. Este facto diz respeito essencialmente, à prática de actividades relacionadas com o desporto na natureza.

¹⁴ Decreto-Lei nº47/99, de 16 de Fevereiro, alterado pelo Decreto-Lei n.º56/02 de 11 de Março.

¹⁵ Hill (1995, op. cit. Swarbrooke, et al., 2003) distingue actividades *soft e hard*. As primeiras referem-se a actividades de risco previsto, porém com baixos níveis de risco real, necessitando de esforço mínimo e de capacidades ao nível da iniciação. A maioria destas actividades é liderada por guias experientes. As actividades *hard* são aquelas em que existem altos níveis de risco, requerendo esforço intenso e capacidades avançadas.

Quadro 6: Principais desportos e actividades na natureza

TERRESTRES	AQUÁTICAS	AÉREAS
Pedestrianismo Montanhismo BTT / Cicloturismo Espeleologia / Espeleísmo Programas de multiactividades Orientação Corridas de aventura Escalada Paintball / Airsoft Esqui / Snowboard Veículos Todo o Terreno Hipismo / Passeios a cavalo Golfe Birdwatching	Passeios de barco a motor Canoagem e caiaque mar Rafting e Hidrospeed Canyoning Motos de água / Esqui aquático Desportos de ondas Vela ligeira e de cruzeiro Mergulho / Snorkeling Pesca desportiva	Balonismo Parapente Asa Delta Pára-quedismo

Em resposta às características mais exigentes e mais activas do turista actual (Almeida, 2008; Cavaco, 2006; Cunha, 2003; Swarbrooke et al., 2003), o turismo na natureza acabou por potenciar o desenvolvimento, sobretudo, da vertente da animação turística, difundindo o conceito de turismo activo.

Este tipo de turismo, segundo a Active Tourism Organization (2009), é uma vertente que combina a recreação com a educação ao requerer a participação física e mental do participante. Baseia-se no respeito e contemplação, acção, exercício e envolvimento activo na companhia de uma pessoa local conhecedora. Assim, maximiza-se a sustentabilidade, protecção da biodiversidade e conservação da cultura. A mesma entidade refere o turismo activo como uma combinação do turismo de aventura, do turismo desportivo, do ecoturismo, do turismo de natureza e do turismo cultural. Privilegiando as actividades físicas e desportivas, o turismo activo permite ao visitante fazer parte do lugar e de realizar a valorização actual e acumulada do património do local onde desfruta do seu tempo livre, impelindo-o a prolongar a sua estadia e a regressar.

Tipicamente, a oferta neste segmento está dirigida a grupos pequenos, com um gasto médio por turista elevado e propostas de programas muito flexíveis (Aragues, 2004).

Este segmento de oferta de animação turística desenvolveu-se de tal forma, tanto nos seus conceitos, como qualitativamente e quantitativamente¹⁶, que rapidamente a legislação se revelou bastante desajustada da realidade. O recente Decreto-Lei n.º

¹⁶ De acordo com os dados do Turismo de Portugal (2009d), em Abril de 2009 estavam licenciadas 502 empresas de animação turística. Em 2004 estavam licenciadas 263 empresas e em 2001, apenas 24. Contudo, esta informação pode induzir em erro, pois estes números são também justificados por em 2001 a maioria da oferta não estar estruturada ou as empresas não terem o licenciamento e não tanto por o sector "não existir".

108/2009, de 15 de Maio, reconhece o desenvolvimento do sector e o crescente interesse pelas actividades comumente designadas por turismo activo, turismo de aventura e daquelas que corporizam o novo conceito de «oferta de experiências» e reconhece a importância estratégica da actividade da animação turística. Este diploma revê então o regime jurídico da animação turística e, para além de outras alterações, alarga o conceito de Turismo de Natureza a outras áreas com valores naturais, para além das áreas classificadas.

Esta alteração vai de encontro ao que Burnay (2006) entende, ao defender o alargamento do turismo de natureza às áreas da Rede Natura 2000¹⁷ (22% do território nacional englobando a RNAP) e a todos os municípios que assim o definam e integrem nos seus planos directores municipais, desde que sejam identificadas e respeitadas as características que estão subjacentes ao conceito.

Apesar do crescimento do número de empresas de animação turística nos últimos anos, Silva (2008) afirma que, em Portugal, a maioria dos praticantes de desportos na natureza e de aventura, não recorrem aos seus serviços, praticando as actividades autonomamente, em pequenos grupos, ou através de actividades organizadas por clubes e associações.

De qualquer forma, continua a ser um mercado em expansão. Por exemplo, no inquérito levado a cabo pelo Turismo de Portugal (2009a), foi concluído que a maioria dos inquiridos alemães (43%) planeia realizar Actividades na Natureza nas próximas férias, 39% Sol e Mar e 37% Turismo Cultural e Paisagístico. Do total de cidadãos que elege Portugal para passar as próximas férias, a maioria (91%) é motivado pelo Sol e Mar, Turismo Cultural e Paisagístico (73%) e Actividades na Natureza (59%).

O turismo activo é uma área de actividade ainda recente em Portugal e que tem potencial para desempenhar um importante papel do ponto de vista da qualificação e diversificação de muitos espaços com potencial turístico, muitas das vezes revitalizando-os do ponto de vista demográfico e ambiental. Contudo, não é imperioso que todo o turismo alternativo seja considerado responsável¹⁸ e que a sustentabilidade esteja garantida. De

¹⁷ Esta rede é constituída por zonas de protecção especial (ZPE), criadas ao abrigo da Directiva Aves e que se destinam, essencialmente, a garantir a conservação das espécies de aves e seus *habitats*, e por zonas especiais de conservação (ZEC), criadas ao abrigo da Directiva *Habitats*, com o objectivo expresso de contribuir para assegurar a conservação dos *habitats* naturais e das espécies da flora e da fauna (Resolução do Conselho de Ministros, 115-A/2008).

¹⁸ Turismo responsável é aquele que procura maximizar os benefícios para a economia local e minimizar os impactos sociais e ambientais negativos (TIES, 2007)

facto, apesar de, na generalidade, estarmos perante práticas de baixo impacto e com consumidores sensibilizados para as questões ambientais, Silva (2008) alerta para o facto de que se o planeamento e a gestão do território não forem adequados, facilmente se ultrapassam as capacidades de carga e se praticam actividades com maiores impactos. Esta situação pode levar à perda de identidades culturais e à degradação do património natural, pelo que é importante encontrar o tal equilíbrio das componentes da sustentabilidade referidas anteriormente.

2.7 Síntese

Neste capítulo o turismo foi apresentado como um sector estratégico para o desenvolvimento de Portugal. Contudo, perante um mercado cada vez mais competitivo e o maior discernimento dos turistas relativamente a locais que oferecem qualidade e valor acrescentado, torna-se imprescindível um processo de planeamento do desenvolvimento turístico de modo a atenuar os impactos negativos do turismo e construir um destino de qualidade. Este processo deve ser contínuo e flexível, abrangente, integrado, sustentável a todos os níveis, baseado na comunidade local, implementável e estratégico (OMT, 2003). O turismo alternativo surge assim como o novo paradigma que permite contribuir para um desenvolvimento sustentável. Sendo actualmente os turistas física e intelectualmente mais activos que os do passado (OMT, 2003), o peso do turismo activo está a aumentar, o que contribui de forma significativa para a expansão do sector da animação turística.

3 O CONCELHO DE TORRES VEDRAS

3.1 Introdução

Para contribuir para a melhoria da complementaridade da oferta turística no concelho de Torres Vedras é necessário ter presente a sua realidade socio-económica, bem como compreender algumas características da sua oferta turística.

Neste sentido, no presente capítulo, começa-se por apresentar algumas das suas especificidades: delimitação geográfica e acessibilidades, demografia e economia. Posteriormente, será feita uma breve descrição da oferta turística do concelho, tal como uma breve abordagem aos seus recursos naturais e culturais. No final, analisar-se-á a oferta actual de produtos e serviços de animação turística, de turismo e de desporto na natureza.

3.2 Geografia e acessibilidades

O concelho de Torres Vedras pertence ao distrito de Lisboa, áreas geográficas NUT II Centro e NUT III Oeste, conseqüentemente abrangida pela Associação de Municípios do Oeste (AMO) e pelo Pólo de Desenvolvimento Turístico do Oeste (PDTO). Com uma área de 407,09 Km² distribuídos por 20 freguesias, é o segundo maior concelho da AMO, logo depois de Alcobaça com 408,1 km².

Este concelho é limitado a norte pelo concelho da Lourinhã, a nordeste pelo do Cadaval, a este pelo de Alenquer, a sudeste pelo de Sobral de Monte Agraço, a sul pelo concelho de Mafra e a oeste pelo Oceano Atlântico. Apesar de Mafra não pertencer ao PDTO, incluiremos também este concelho na análise efectuada devido à proximidade geográfica e às características bastante similares às de Torres Vedras.

Na figura 11 pode-se observar a posição geográfica do concelho de Torres Vedras, bem como a principal rede de infra-estruturas de transportes e comunicações. Na figura 12, apresenta-se a posição geográfica das freguesias do concelho de Torres Vedras.

A facilidade de circulação e chegada até um destino é, hoje em dia, um factor fundamental na decisão da deslocação. A proximidade da capital, bem como a existência da Auto-Estrada 8 (A8) atravessando toda a Região Oeste, facilita significativamente a ligação de Torres Vedras a Lisboa e ao aeroporto internacional. No futuro, o Itinerário Principal 6 (ligação ao Carregado) e o Itinerário Complementar 11 (ligação a Peniche) serão vias que muito irão contribuir para a acessibilidade de turistas por via terrestre. A linha ferroviária do Oeste e o aeródromo de Santa Cruz, depois dos elevados investimentos já anunciados,

poderão ser importantes acessos à região, cada um com as suas potencialidades específicas no que diz respeito ao tipo de turistas.

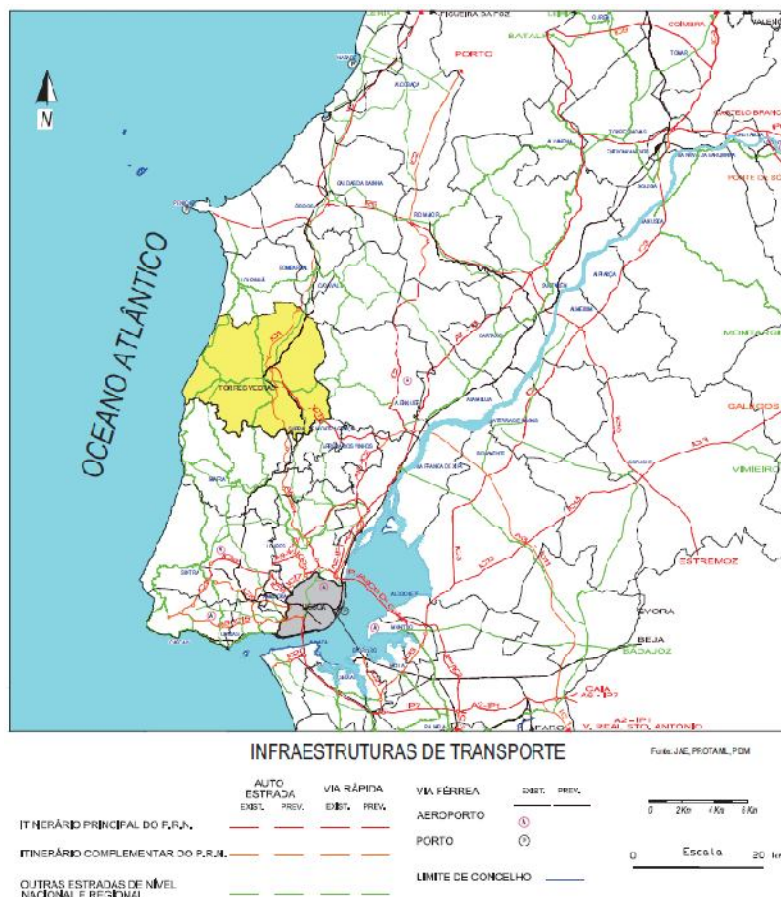


Figura 11: Posição geográfica do concelho de Torres Vedras (CMTV, 2006)



Figura 12: Mapa das freguesias do concelho de Torres Vedras (CMTV, 2006)

O concelho de Torres Vedras tem uma superfície terrestre bastante ondulada, com uma altimetria que vai desde a cota 0 m até à cota 395 m, respectivamente ao nível do mar e na Serra do Socorro. A sul de uma linha imaginária nordeste – sudoeste (Ventosa – Maxial), situa-se a área mais declivosa do concelho.

A nível da hidrografia destacam-se os rios Alcabrichel e Sizandro. Estes cursos de água têm desempenhado, até hoje, pouca influência, porque devido ao seu regime, não garantem um caudal permanente tanto para práticas lúdicas como para irrigação. Apesar dos esforços para combater tal situação, o grau de poluição compromete os vários aproveitamentos possíveis, entre eles os relativos a aspectos de enquadramento paisagístico e valorização ambiental e aproveitamento turístico (CMTV, 2006).

A linha de costa apresenta uma extensão de 19,1 Km distribuídos pelas quatro freguesias do litoral do concelho: Maceira, A-dos-Cunhados, Silveira e São Pedro da Cadeira. A orla costeira, constitui uma zona particularmente sensível do território em virtude da complexidade dos fenómenos fisiográficos, do valor dos ecossistemas em presença, bem como das tensões a que está sujeita. Estas tensões são resultantes, quer da própria dinâmica costeira, quer da crescente impermeabilização e artificialização deste território. Existe praia desde a margem sul do Rio Sizandro até ao norte do concelho, mas a linha de costa é predominantemente dominada por arribas vivas, de altura bastante variável e talhadas em suportes litológicos também muito variáveis de local para local. As litologias expostas nas arribas compreendem arenitos e alternâncias de calcários e margas de idade cretácica, rochas eruptivas básicas, siltitos, margas e arenitos do Jurássico superior e calcários compactos, muito resistentes, do Jurássico inferior (Silva e Santos, 2005).

O clima da Região Oeste, sob a forte influência atlântica, proporciona normalmente um Verão fresco e um Inverno ameno. Eis as principais características climáticas regionais:

- temperaturas mínimas muito amenas durante os meses mais frios;
- quase ausência de geadas na faixa litoral;
- Verão fresco e ventoso, com elevada frequência de nevoeiros;
- elevada humidade do ar durante todo o ano (média de 80%), mas especialmente marcante durante o Verão;
- baixas amplitudes térmicas diárias.

A temperatura média anual do concelho ronda os 15° C e não se verificam grandes oscilações de local para local, embora a influência amenizadora do Atlântico se faça sentir

no litoral, em especial no Verão (figura 13). Os ventos na zona têm tendência para ocorrer de norte e de noroeste. Da quantidade total de precipitação, 72% a 78% distribui-se pelo semestre húmido (Outubro a Março, contra 22% a 28% no semestre seco (Abril a Setembro) (figura 14). As médias mensais de insolação apresentam mínimos em Dezembro e Janeiro e máximos em Julho. No entanto, a orla costeira caracteriza-se por uma nebulosidade frequente que se traduz por menores valores de insolação (CMTV, 2007).

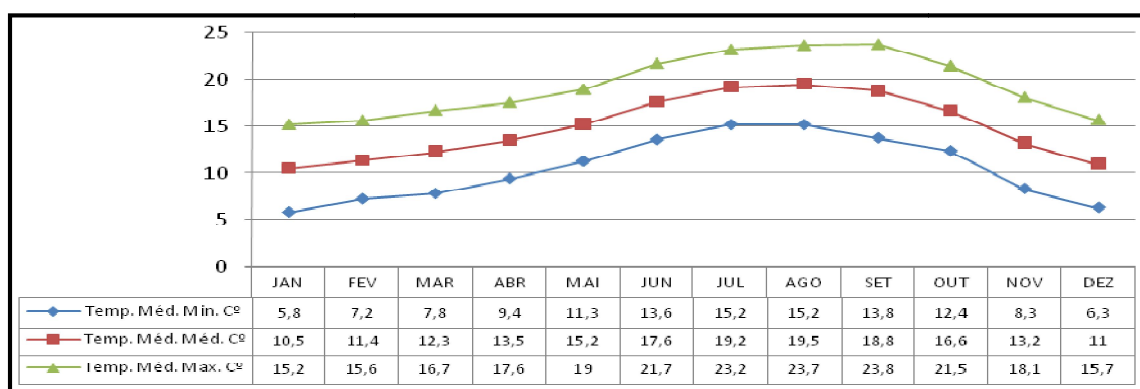


Figura 13: Temperatura média mensal no concelho de Torres Vedras, 1964-1990 (CMTV, 2007)

As formações geológicas predominantes no concelho de Torres Vedras são fundamentalmente de origem sedimentar, tendo como áreas dominantes o grés, os aluviões do Quaternário associados às linhas de água, as dunas de areia e os depósitos de praias antigas também do Quaternário e alguns afloramentos de rochas ígneas predominantemente basálticos destacando-se o Monte do Socorro e as Mariquitas (Farinha et al., 2007).

Quanto ao uso do solo, verifica-se uma utilização predominantemente florestal em toda a área norte do concelho e nas áreas mais montanhosas a sul. O solo de utilização agrícola está associado aos vales dos rios, às áreas pouco declivosas a sul, de boa capacidade de uso, e às áreas costeiras (CMTV, 2007).

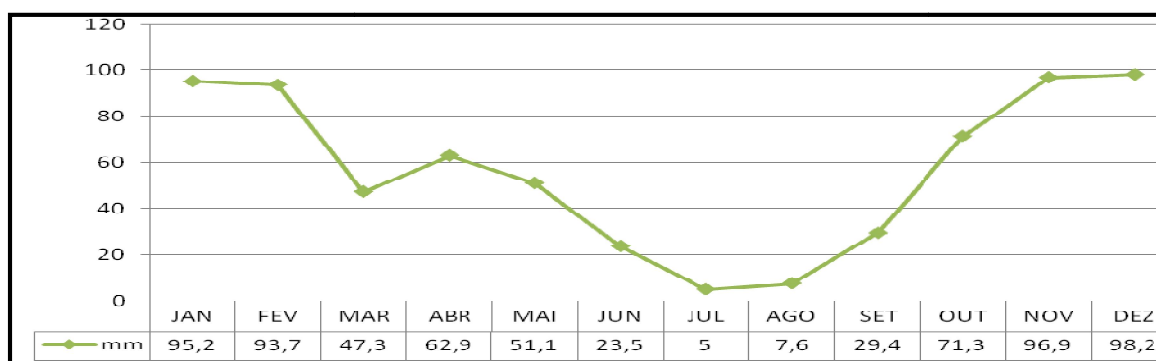


Figura 14: Precipitação mensal no concelho de Torres Vedras, 1964-1990 (CMTV, 2007)

3.3 Povoamento e demografia

A cidade de Torres Vedras, com cerca de 16500 habitantes em 2001 (CMTV, 2006), ocupa uma posição central no contexto concelhio, usufruindo de grande diversidade de funções centrais e elevada acessibilidade. O povoamento do concelho é tendencialmente disperso. Apesar de existir tendência para uma macrocefalia da cidade, entre 1991 e 2001 verificou-se um incremento do número de lugares com menos de 500 habitantes

Do ponto de vista da demografia, o concelho de Torres Vedras manifestou, ao longo do séc. XX, uma dinâmica crescente, sendo actualmente o mais populoso da AMO. Na passagem do século, segundo dados do INE (2009b), a tendência de aumento populacional manteve-se, atingindo os 72.250 habitantes em 2001 (mais 7,5% do que em 1991), os 76949,50 em 2007 e os 86.999 habitantes estimados para 2014.

No período 1991-2001, tendo em conta o crescimento natural negativo, o saldo migratório positivo funcionou como factor compensatório, possibilitando uma dinâmica positiva de crescimento da população residente. A taxa de crescimento efectivo situava-se, em 2007, nos valores de 0,66%, na média da região Oeste (0,69%), e bem acima da taxa de Portugal continental (0,16%) (INE, 2009b). Considera-se assim Torres Vedras um concelho atractivo.

O desenvolvimento do concelho foi possibilitado por um conjunto de factores, dos quais se destacaram a prosperidade agrícola, a fertilidade de solos, a amenidade do clima e a expansão e comercialização da cultura da vinha, quase transformada em monocultura, constituindo a principal fonte de riqueza da região. Torres Vedras é mesmo o maior produtor de vinho corrente da região e dos maiores do país (CMTV, 2007). A posição geográfica, nomeadamente a proximidade e acessibilidade à capital do país, tem também um papel importante no desenvolvimento desta região.

O crescimento da população residente total no concelho de mais 5065 habitantes, entre 1991 e 2001, revelou alguns contrastes internos. As freguesias do centro e litoral evidenciaram mais dinamismo, opondo-se à regressão observada nas do interior. Os contrastes assinalados na evolução populacional relacionam-se principalmente com o tipo de actividades dominantes. No quadro 7, apresentam-se os principais factores que contribuem para essa evolução populacional, diferenciando em duas áreas geográficas.

Relativamente à estrutura etária do concelho, considerando, por um lado, o avanço demográfico do grupo mais idoso e, por outro, o recuo do mais jovem, constatou-se uma

situação de duplo envelhecimento da população torriense. Segundo o INE (2009b), Torres Vedras apresentava, em 2007, uma taxa de envelhecimento de 118%, ou seja, 4 pontos percentuais acima da média nacional e 5 pontos percentuais abaixo do valor da Região Oeste. Na AMO, apenas Mafra não “envelheceu”, com uma taxa de envelhecimento de 95%.

Quadro 7: Contrastes internos no concelho de Torres Vedras (CMTV, 2006).

Sudeste do Concelho	Norte, Litoral e próximo de Torres Vedras
<ul style="list-style-type: none"> • Agricultura predominante; • Área intensamente ocupada pela nova cultura da vinha; • Predomínio do povoamento disperso: muitos casais; • Maior densidade no que respeita a divisões administrativas; • Não se antevêm possibilidades de, a curto prazo, diversificar as actividades actuais para além da agricultura; • Perspectivas pouco aliciantes para a fixação de novos habitantes; • Quebra de crescimento; 	<ul style="list-style-type: none"> • Ocupação do solo menos intensa; • Actividades económicas mais diversificadas: agricultura – horticultura, viticultura, fruticultura, silvicultura, indústria, comércio, serviços de apoio à população e às empresas, turismo; • Melhores acessibilidades, quer à sede de concelho, quer a Lisboa; • Maior dinamismo populacional e económico

De acordo com a mesma fonte, o concelho de Torres Vedras apresentava em 2007 uma densidade populacional de 189.6 hab./km², acima da média da Região Oeste (163 hab./km²) e de Portugal continental (113.8 hab./km²). Contudo, comparando com os concelhos vizinhos, apenas o Cadaval apresenta uma densidade populacional significativamente inferior com 83.4 hab./km². Em 2001, já era clara uma oposição entre as freguesias constituintes do sector do centro/proximidade da cidade, com densidades mais altas, e as do sector interior menos densamente povoado (figura 15).

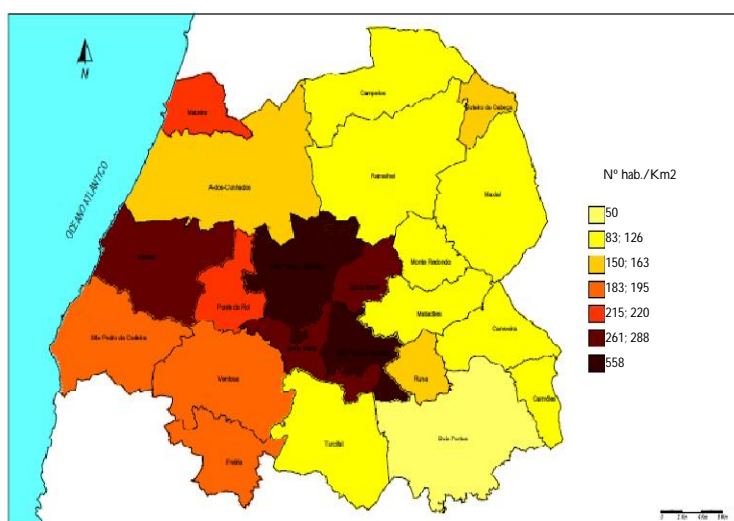


Figura 15: Densidade populacional por freguesia em 2001 (CMTV, 2006)

3.4 Economia

A vitalidade do concelho de Torres Vedras depende de uma multiplicidade de factores, que permitem o desenvolvimento da sua economia, sendo determinante a afirmação da identidade local, no contexto da crescente integração na lógica associada à Associação de Municípios de Lisboa (AML). A distância a que se situa de Lisboa, se por um lado, permite que o concelho beneficie desta proximidade para funcionar como alternativa para localização de determinadas actividades, por outro, está suficientemente longe para que não haja o risco de se vir a tornar num dormitório, pese embora uma cada vez maior integração com a AML (CMTV, 2006).

A estrutura económica do concelho nas últimas três décadas seguiu, em parte, as tendências nacionais, com um aumento do peso do sector terciário de 16,2%, em 1960, para 47,1%, em 1991, e 54%, em 2006. O peso do sector industrial seguiu uma tendência semelhante, mas a um ritmo menor (16% em 1960, 33,7% em 1991, 33% em 2006). Na agricultura verificou-se o processo inverso: de 73,4%, em 1961, passa para 19,2%, em 1991, e 13%, em 2006. No entanto, este peso era muito superior à média do distrito que se situava em 2,7% (CMTV, 2009b). Assim, a agricultura continua a desempenhar um papel importante na economia concelhia. Contudo, a sustentação da base económica local tem como principal característica, a integração existente entre os grandes sectores da actividade económica.

Na Região Oeste, segundo dados do INE (2009b) referentes a 2006, é o concelho de Torres Vedras que engloba um maior número de empresas sediadas (22,6 %), seguindo-se os concelhos de Alcobaça e de Caldas da Rainha. Portugal apresenta uma média de 107 empresas por cada mil habitantes, sendo este valor de 127 na zona Oeste. O dinamismo do concelho de Torres Vedras é comprovado com uma média de 133 empresas por cada mil habitantes.

Actualmente, é nas empresas de pequena dimensão que se verifica um maior dinamismo, principalmente no que respeita à criação de postos de trabalho. Apenas uma empresa industrial tem mais de 500 trabalhadores e 80% das empresas tem menos de 9 trabalhadores (CMTV, 2009a). No entanto, o tecido empresarial do concelho apresenta uma forte instabilidade face aos mercados, devido às dificuldades em assegurar um nível de recursos humanos desejável, por falta de mão-de-obra qualificada local e de estruturas que possam facilitar a formação num regime de continuidade, em consonância com os novos desafios (CMTV, 2006).

Relativamente ao Poder de Compra em 2005 (INE, 2009b), a população de Torres Vedras tem um índice de 89,53, inferior à média nacional (100,52), mas da ordem da média da Região Oeste (88,21). Apenas os concelhos de Caldas da Rainha (103,55) e de Mafra (108,94) apresentam valores superiores à média nacional.

3.5 O turismo no concelho de Torres Vedras

3.5.1 A actividade turística

Como atrás referido, o concelho de Torres Vedras insere-se no PDTTO, que inclui igualmente os concelhos de Alcobaça, Alenquer, Arruda dos Vinhos, Bombarral, Cadaval, Caldas da Rainha, Lourinhã, Nazaré, Óbidos, Peniche, Rio Maior e Sobral de Monte Agraço.

Segundo o PENT, o PDTTO deverá tornar-se a prazo num interessante destino de Resorts Integrados e Turismo Residencial da Europa, dotado de uma oferta hoteleira e de serviços de qualidade assentes no potencial da região, mas sem massificação (MEI, 2007). No mesmo documento estabelecem-se os produtos prioritários para o pólo: *Resorts Integrados e Turismo Residencial, Golfe e Touring*. Os principais factores distintivos da região são os castelos, igrejas e mosteiros, o golfe, a gastronomia e vinhos, as praias, e a possibilidade de *cross-selling* com Lisboa. António Carneiro, presidente do PDTTO, em entrevista à Turismo de Lisboa (2009) refere que a região deverá assumir-se como um destino de excelência, na sequência do forte investimento em “resorts golfe-turismo residencial”, aos quais está associada a fixação de hotéis de cinco estrelas de grandes cadeias internacionais, desenhando-se, assim, no território, um novo e muito competitivo destino turístico.

De acordo com o PDM de Torres Vedras (CMTV, 2006), a actividade turística no concelho apresenta muito boas condições de desenvolvimento, estando reunido um conjunto significativo de potencialidades, destacando-se:

- uma costa de 19,1 km de extensão, de grande valor paisagístico, apresentando praias de qualidade, sendo uma delas considerada “praia dourada”;
- duas zonas termais distintas, das três existentes na Região Oeste;
- património histórico-cultural diversificado;
- excepcionais condições para o desenvolvimento de turismo rural ou agro-turismo, em situação privilegiada a 45 km de Lisboa;
- etnografia e gastronomia ricas;
- envolvente com valor natural e paisagístico.

Na revisão do PDM (CMTV, 2006) foram propostas as áreas de enquadramento paisagístico para as quais um dos usos determinantes permitido é o turismo (quadro 8). Esta linha de orientação, indica o referido documento, destina-se a dar um sinal aos investidores sobre os espaços disponíveis para os diversos tipos de empreendimentos, garantindo a preservação da qualidade desses espaços tal como a figura de “área de protecção turística” a introduzir no futuro no quadro dos instrumentos de gestão territorial. A ocupação desses espaços fica estrategicamente condicionada à existência de um estabelecimento hoteleiro. Limita-se também a quantidade de meios complementares de alojamento turístico do conjunto e estabelecem-se percentagens de afectação à gestão hoteleira.

Quadro 8: Áreas de desenvolvimento turístico e áreas de aptidão turística no PDM de Torres Vedras (CMTV, 2006).

Áreas de desenvolvimento turístico		Áreas de aptidão turística	
Hotel Golf-Mar	1,73 ha	Porto Novo / Maceira	92,44 ha
Conj. Turístico Mar Azul	1,61 ha	Quinta da Piedade	14,09 ha
Casal Chofral	10,72 ha	Casal do Seixo	6,22 ha
Turcifal / Colaria	4,56 ha	Mexilhoeira	1,76 ha
Qta da Ribeira / Campo Real	84,41 ha	Santa Cruz	11,48 ha
Quinta do Hespanhol	2,19 ha	Boavista / Silveira	5,84 ha
TOTAL	100,65 ha	Termas dos Cucos	14,96 ha
		Ereira / Vila Seca	11,04 ha
		Ribeira de Maria Afonso	4,35 ha
		Feliteira	29,77 ha
		Turcifal / Cadriceira	4,99 ha
		TOTAL	196,95 ha

Pela análise da figura 16 pode constatar-se que o município de Torres Vedras é aquele que na Região Oeste, em 2007, identificava no seu instrumento de ordenamento do território, mais superfície de solo para uso de turismo.

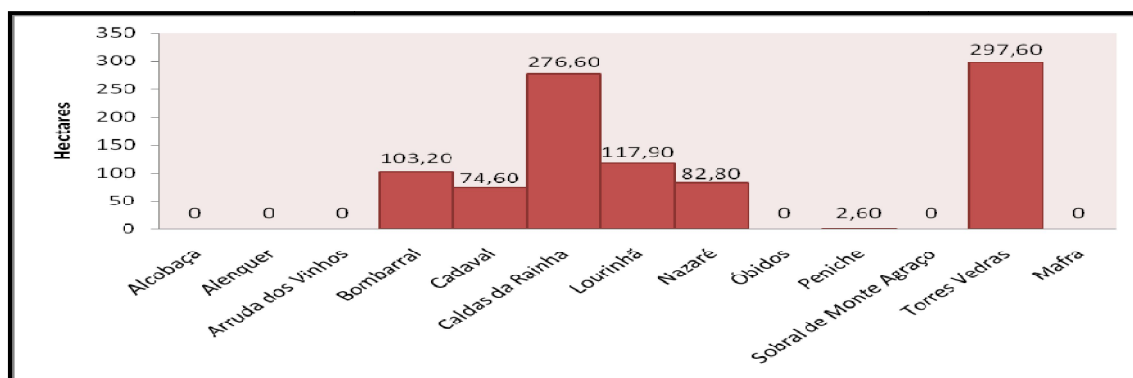


Figura 16: Superfície de solo para uso de turismo dos concelhos da Região Oeste, prevista nos Planos Directores Municipais em 2007 (INE, 2009b)

Ao referir-se à capacidade de alojamento do PDTTO, António Carneiro (Turismo de Lisboa, 2009) distingue duas realidades bem distintas. Um significativo peso de segunda habitação, que ao longo do ano atenua a sazonalidade, e o alojamento hoteleiro. A facilidade de acessos a Lisboa, conferiu à região de Torres Vedras, principalmente na envolvente litoral, uma preponderância de turismo residencial, embora mais recentemente também tenha aumentado a procura nos aglomerados do interior do concelho. Santa Cruz, o local mais atractivo em termos turísticos do concelho, regista durante a época balnear, nomeadamente no mês de Agosto, uma população residente que ronda os 50.000 habitantes, sendo que a população permanente é de 1.215 habitantes (CMTV, 2006).

Outra oferta comum de alojamento que encontramos no concelho, é constituída por múltiplas casas particulares para arrendar, dispersas por todo o território. 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 muito 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 (Farinha et al., 2007).

Segundo o INE (2009b), em 2007 o concelho possuía uma capacidade de alojamento turístico hoteleiro de 1371 camas repartidas por 16 estabelecimentos. Esta capacidade de alojamento significa 17,8 camas por 1000 habitantes. Acima da média da Região Oeste (16,4) mas abaixo da média nacional (22,6). Além dos estabelecimentos hoteleiros, o concelho conta com um parque de campismo em Santa Cruz e uma unidade de Turismo em Espaço Rural.

Quadro 9: Número e classificação das unidades de alojamento no concelho de Torres Vedras em 2009 (CMTV, 2009a e CMTV, 2009b).

Hotel				Hotel- Apartamentos	Pensões Residenciais	Turismo em Espaço Rural	Parques de Campismo
2*	3*	4*	5*				
1	3	-	1	1	10	1	1

É de realçar o facto da oferta de alojamento se concentrar maioritariamente em hotéis até 3 estrelas e em pensões (quadro 9)¹⁹. Contudo, importa destacar o aparecimento

¹⁹ A classificação dos empreendimentos turísticos foi recentemente alterada pelo Decreto-Lei nº 39/2008, de 7 de Março. No entanto, os dados disponíveis ainda só se referem à classificação anterior a este diploma.

recente de uma unidade hoteleira de 5 estrelas, com projecção a nível internacional. Curioso é o facto de, apesar das características rurais do concelho e da existência de inúmeras quintas históricas, apenas existir em funcionamento uma unidade de Turismo em Espaço Rural.

No PDM de Torres Vedras (CMTV, 2006) estão previstas duas zonas para a implementação de dois parques de campismo de qualidade, ambas no litoral.

Analisando o comportamento da actividade turística do concelho no ano de 2007 (INE, 2009b), verifica-se que a taxa líquida de ocupação da oferta de camas foi de 25,2%, abaixo da média da Região Oeste (29,7%) e da média nacional (41%). Os hóspedes portugueses preencheram 86% do total. Esta proporção é a mais elevada da Região Oeste, significando que são poucos os turistas estrangeiros que procuram o concelho. A permanência média na hotelaria foi de 2,4 dias, acima da média da Região Oeste (2,2 dias) mas abaixo da média nacional (2,7 dias).

3.5.2 Património natural e cultural

Tal como referido no ponto 1.1, o mosaico paisagístico é o principal recurso turístico. Assim, apresenta-se, seguidamente, um conceito de paisagem:

“São inúmeras as definições existentes para paisagem e incidem, muitas vezes, em duas visões distintas: uma que se refere à imagem de um território, e outra que analisa a “paisagem geográfica” que corresponde ao conjunto de elementos de um território ligados por relações de interdependência, através de factores culturais e sociais bem como factores biológicos e físicos. De facto, estas duas acepções não poderão funcionar isoladamente, devendo a paisagem ser considerada como a expressão visível dos componentes físicos e biológicos, das actividades e estabelecimentos humanos num determinado território.” (Espenica, 1994)

Deste modo, importa identificar os principais aspectos naturais e culturais do território em estudo.

A faixa costeira distingue-se do resto do concelho no que diz respeito aos seus recursos. Este facto deve-se à sua vocação balnear, naturalmente diferente em termos de atracção do restante território, marcado por uma semi-ruralidade com um cerne histórico e urbano, a cidade de Torres Vedras. Assim, neste ponto referente a recursos, caracteriza-se primeiramente o concelho como um todo, e depois mais especificamente o litoral.

Paisagem geral

Em toda a paisagem do concelho de Torres Vedras, tal como na restante Região Oeste, sente-se directa ou indirectamente a presença ou influência do mar, obviamente

mais forte junto do litoral, mais discreta à medida que se caminha para interior. O relevo ondulado, o mosaico e a compartimentação das parcelas agrícolas, são aspectos diferenciados e muito particulares, tanto no interior como ao longo da costa. A fisionomia destes relevos associados a uma diversificada policultura, onde domina a pequena propriedade, e o povoamento disperso é muito significativa do carácter destas paisagens. O mosaico agrícola é constituído essencialmente por vinha e por pomares, sobretudo de pereiras e macieiras (Turismo do Oeste, 2009). Acrescenta-se a importância da crescente implementação de estufas para produção de produtos hortícolas. Estas conferem à paisagem um contraste bastante característico.

Património Natural

Apesar do desordenamento verificado no passado, o concelho de Torres Vedras ainda possui sistemas isolados, semi-naturais, com valor ecológico e paisagístico relevante (Farinha et al., 2007).

O Plano Sectorial da Rede Natura 2000 abrange o concelho de Torres Vedras, mais concretamente pelo Sítio Peniche/Santa Cruz e Sítio Sintra/Cascais, em cerca de 2.7% da área total do concelho. Estas áreas protegidas são todas no litoral, indicador da importância da biodiversidade e património natural da orla costeira.

Para além das áreas protegidas por este instrumento, também é de considerar o valor natural e paisagístico de zonas como o Castro do Zambujal, Escarpas da Maceira, linhas de água (apesar de ser necessário actuar no sentido de despoluir e reabilitar), manchas florestais (22% do território), parque verdes urbanos, Serra do Socorro, Serra dos Cucos, zonas agrícolas, sistemas dunares e a restante orla costeira (quadro 10).

Importa ainda referir outras duas zonas de interesse: o Castro da Fórnea, classificada como Área Natural de Valor Paisagístico, e a Mata do Juncal, classificada como Património Natural (CMTV, 2006).

Relativamente ao aproveitamento das características minerais e termais, existem dois complexos: as Termas do Vimeiro e as Termas do Vale dos Cucos. Apesar destas últimas estarem inactivas há alguns anos, a possível reabertura do complexo termal do Vale dos Cucos e a crescente e contínua procura do complexo termal do Vimeiro²⁰, dotam o

²⁰ Segundo os dados do Turismo de Portugal (2009e), as Termas do Vimeiro foram as terceiras a nível nacional no que diz respeito ao aumento da procura, em 2007, com 625 inscrições num universo de 80018. Este aumento traduz-se numa variação de 22.8% em relação a 2006. A nível nacional a procura do termalismo clássico diminuiu 3% enquanto que a procura do termalismo de bem estar e lazer aumentou 15%.

concelho de excelentes características para quem procura este tipo de estância, seja por razões de saúde ou de bem-estar e lazer. A vertente de talassoterapia encontra aqui excelentes condições. A potenciação deste tipo de turismo poderá permitir um maior desenvolvimento do concelho colocando-o como uma referência a nível nacional. O desenvolvimento que se verificou nos últimos anos na freguesia de Maceira (Termas do Vimeiro), revela que este tipo de aproveitamento pode ser conseguido através das características naturais dos locais onde este tipo de actividade está identificado.

Quadro 10: Áreas de interesse paisagístico e natural (Farinha et al., 2007)

Castro do Zambujal	Zona envolvente de uma fortificação datada do 3º milénio AC. Património natural com fauna e flora diversificada, terrenos agrícolas (vinhas e pomares) e miradouros naturais sobre montes e vales.
Escarpas da Maceira	Zona de escarpas calcárias ao longo do Rio Alcabrichel. Apresenta um riquíssimo valor geológico (grutas), fauna e flora típicas das zonas fluviais, bosquetes de pinheiro e áreas agrícolas (vinha e hortícolas).
Linhas de água	Apesar das envolventes maioritariamente agrícolas, existem alguns pontos de interesse devido à qualidade cénica, proximidade de povoações, património geológico (grutas) e algum património histórico (azenhas). O nível de poluição é elevado.
Manchas florestais	No Norte do concelho predominam o eucalipto e pinheiro bravo. No Centro e Sul, as matas seculares (carvalhos, castanheiros, freixos) associadas a quintas, conventos e capelas complementam frequentemente as actividades agro-pecuárias.
Parques Verdes Urbanos	Parque Verde da Várzea (Torres Vedras), Jardim dos Cucos, Matacães, Jardins de Alcabrichel, etc.
Serra do Socorro	Antigo cone vulcânico com 394 m de altitude. Formação basáltica com património histórico rico (pré-histórico, religioso e militar). Excelente qualidade paisagística.
Serra dos Cucos	Serra de características calcárias com uma área natural com flora diversificada e miradouros naturais. Existe um complexo termal secular desactivado e moinhos de vento e azenhas.
Zonas agrícolas	Elevado minifúndio constituindo um interessante mosaico paisagístico de campos agrícolas. As principais culturas são a vinha, horticultura e fruticultura.
Zona Costeira	Dois sistemas dunares que remontam à época do Halocénico (12 mil anos) com um conjunto de flora específica, rara e de elevada vulnerabilidade. Arribas vivas ou com depósitos de coluvião e arribas fósseis. Praias com extenso areal de qualidade balnear elevada.

Património cultural

A “região saloia”, da qual Torres Vedras faz parte, tem como traços identificadores a autenticidade dos produtos tradicionais e o uso do campo, a que se ligam “os bons ares”, a “boa comida” e as “boas gentes” (Baptista, 1999). Esta identidade, ligada à produção das frutas e produtos hortícolas produzidos nas zonas agrícolas que envolviam a capital, reflecte-se numa etnografia fortemente rural e evidenciada, hoje em dia, pelos inúmeros grupos folclóricos do concelho e eventos como o Cortejo Etnográfico de 15 de Agosto (Dia do Saloio) em Santa Cruz.

A tradição vinícola, com as suas actividades específicas, está bem patente na cultura torriense, mais visível na época das vindimas. O Oeste é a região que, em todo o país, maior quantidade de vinhos produz, por unidade de superfície e por habitante, sendo Torres Vedras o primeiro produtor nacional de vinhos, contando com três Adegas Cooperativas (CMTV, 2009b). O turismo enólogo tem portanto fortes potencialidades de crescimento.

Em termos gastronómicos, reflecte-se a proximidade do mar assente numa forte componente rural. Nas zonas rurais do interior, os pratos tradicionais assentam principalmente em iguarias confeccionadas à base de carne. No litoral, são os pratos cozinhados com peixe e com mariscos que constituem uma referência regional. O pão caseiro cozido em forno de lenha, o vinho da região e o doce típico de Torres Vedras, o Pastel de Feijão, complementam a ementa. No entanto, apesar de muitos dos restaurantes serem de grande dimensão, são orientados para uma clientela da zona ou proximidades, verificando-se uma notável falta de estabelecimentos 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.

O Carnaval de Torres Vedras é um acontecimento enraizado na identidade cultural e social da cidade. Com referências históricas ao ano de 1574, é aos princípios do séc. XX que data o início da sua organização formal. Todos os anos, este evento atrai milhares de visitantes (300.000, em 2009) e é conhecido por ser “o mais português de Portugal”.

Património histórico

Existem neste concelho um grande número de sítios com grande significado na história do país e aos quais nem sempre se tem dado a devida importância no que diz respeito ao aproveitamento turístico. A título de exemplo, foi na cidade de Torres Vedras que se reuniu o Rei D. João I com o seu Conselho, em 1413, deliberando a realização de uma expedição a Ceuta, o que viria a ser o início da expansão marítima portuguesa. Contudo, em termos históricos as Linhas de Torres serão o acontecimento mais conhecido. Este complexo defensivo estratégico era constituído por inúmeras fortificações dispostas em linha, essenciais para a vitória sobre as tropas de Napoleão na 3ª Invasão Francesa. O Forte de S. Vicente, situado no cimo de um dos montes que cercam a cidade de Torres Vedras, é um precioso testemunho. Porém, este valioso recurso histórico não tem sido

aproveitado até à data²¹. Para além dos anteriormente referidos, existem inúmeros elementos do património edificado, tanto concentrados nos núcleos urbanos (centro histórico da cidade, castelo, etc.), como disseminados pela paisagem rural e litoral (igrejas, ermidas e capelas, conventos, quintas centenárias e instalações agrícolas, pequenas povoações, termas, etc.). Os moinhos de vento são uma referência da Região Oeste, com uma presença muito marcada no concelho de Torres Vedras. Estão referenciados no PDM respectivo (CMTV, 2006) 190 moinhos e 25 azenhas em variados estados de conservação.

Adicionalmente, a ocupação deste território desde tempos muito recuados deixou vestígios arqueológicos bastante significativos. Além de inúmeras Estações de Ar Livre identificadas, o património arqueológico mais importante diz respeito aos Castros do Zambujal e da Fórnea datados do Calcolítico, tal como o *Tholos* do Barro, classificado como monumento nacional.

Paisagem costeira

O litoral do concelho de Torres Vedras tem um enorme potencial em termos turísticos. Os quase 20 km de faixa litoral reúnem condições para a promoção do turismo em várias vertentes, como a vertente cultural, desportiva, de lazer, ecológica, desportiva e terapêutica (Farinha et al., 2007). O sistema natural é a sua principal matéria-prima. São inúmeros os pontos de ecointeresse e de elevada biodiversidade que se podem encontrar ao longo da costa e que podem ser identificados sumariamente na figura 17.

A diversidade de um conjunto de praias de rara beleza e com extensos areais, várias delas com galardões ambientais (Qualidade de Ouro e Praia Dourada) e a maior parte com Bandeira Azul, atraem muitos visitantes na época balnear.

As características das praias, arribas e zonas dunares (clima, mar e estrutura física), são propícias à prática de diversas actividades desportivas e de lazer, como por exemplo os desportos de ondas, mergulho, pesca submarina, *snorkelling*, arqueologia submarina²², pesca desportiva e parapente. Ao longo do ano, mas essencialmente nos meses de Verão, são

²¹ António Carneiro (Turismo de Lisboa, 2009) indica que o PDTTO está a preparar o circuito turístico Wellington – Linhas de Torres, integrado nas comemorações dos 200 anos das Invasões Francesas em 2010. Também no âmbito destas comemorações, no final de 2008, foi criada uma comissão municipal para a apresentação de propostas de divulgação e promoção das Linhas de Torres.

²² Ao largo do litoral é possível encontrar vestígios de afundamentos. Estes vestígios são provenientes de batalhas travadas nas Invasões Francesas (Praia de Porto Novo) e de outros navios comerciais (Praia do Navio).

levados a cabo várias provas de competição nas modalidades destes desportos. O evento mais mediático, e único a nível mundial, é o *Ocean Spirit*. Esta iniciativa reúne, para além de um festival de música, vários campeonatos nacionais e mundiais de desportos de ondas numa semana e no mesmo local. Esta possibilidade demonstra a versatilidade das condições naturais para diferentes modalidades.

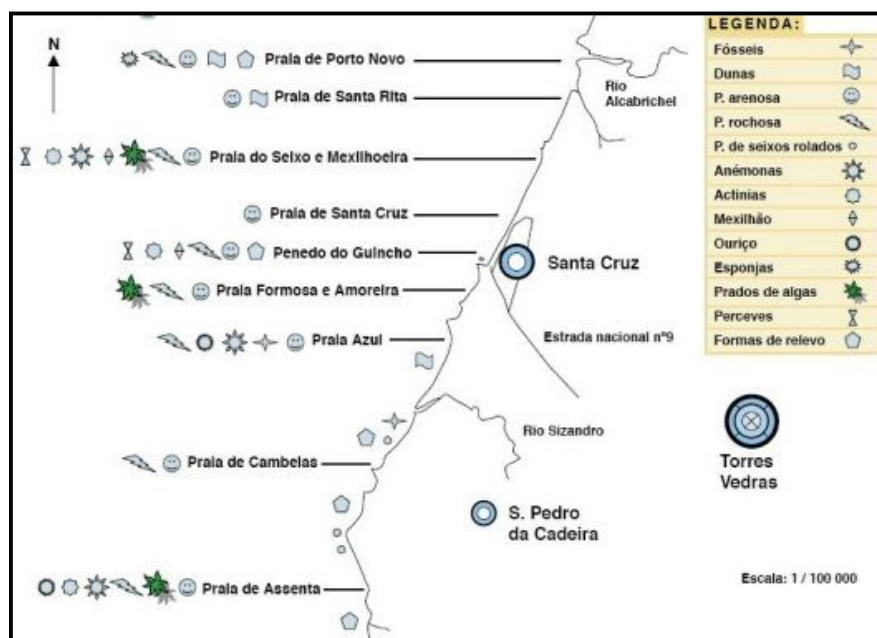


Figura 17: Pontos de Ecointeresse no litoral de Torres Vedras (Belenus, 2009).

A aprovação e aplicação do Plano de Ordenamento da Orla Costeira (POOC)²³ de Alcobaça-Mafra, tem a intenção de incentivar a contenção do desordenamento da expansão urbana nas zonas de maior sensibilidade ecológica e ambiental, nomeadamente nas zonas de risco, e também a protecção e valorização da diversidade biológica e paisagística associada aos ecossistemas costeiros, o desenvolvimento das potencialidades turísticas e de recreio e o ordenamento do uso dos areais e das frentes de mar. Desde então têm vindo a decorrer algumas acções de reconversão e a criação de equipamentos e acessibilidades na faixa litoral, que têm em vista o desenvolvimento do turismo na região²⁴.

No entanto, as excelentes condições que o litoral do concelho tem, com particular incidência na zona entre a Praia Azul e a Praia de Porto Novo, não têm sido devidamente aproveitadas para o sistema socioeconómico. As infra-estruturas existentes revelam-se

²³ Resolução do Conselho de Ministros n.º 11/2002.

²⁴ Foi publicado, no dia 6 de Agosto de 2009 em Diário da República, o Plano Regional de Ordenamento do Território para a Região do Oeste e Vale do Tejo (PROT-OVT). Este documento entrou em vigor no dia 1 de Novembro do mesmo ano e além de outras alterações, vem modificar profundamente o POOC.

insuficientes, quer em qualidade, quer em quantidade, para dar resposta à procura que as diversas praias do concelho são alvo em termos turísticos (Farinha et al., 2007).

Considerando a zona costeira do concelho dividida em três subzonas distintas, identificam-se seguidamente as infra-estruturas de alojamento existentes.

Na zona mais a sul do concelho (Praia da Assenta e Praia de Cambelas), a falta de unidades turísticas impulsiona o aluguer de habitações (particulares) aos turistas que visitam aqueles locais.

No centro, na Praia Azul, existe um complexo turístico que apresenta um total de 152 camas (Aparthotel – 3*). Na Praia de Santa Cruz podem-se encontrar diversos complexos. Existem algumas pensões e dois parques de campismo (1470 camas), assim como o Hotel Santa Cruz (88 camas – 3*).

Mais a Norte do concelho encontra-se o maior complexo turístico, o Hotel Golf Mar (504 camas – 3*). O Hotel Golf Mar localiza-se, na Praia de Porto Novo, na freguesia de Maceira. Trata-se da freguesia do concelho com maior capacidade de alojamento e que apresenta um maior desenvolvimento turístico. Importa também referir outra unidade turística, o Hotel das Termas do Vimeiro (150 camas – 2*), que faz parte do mesmo grupo do Hotel Golf Mar e que está associado ao complexo termal das Termas do Vimeiro.

3.5.3 Caracterização da oferta de animação turística

Na base de dados do Turismo de Portugal (2009d), entidade que organiza e mantém actualizado o Registo Nacional dos Agentes de Animação Turística (RNAAT), não se encontra nenhuma entidade sediada no concelho de Torres Vedras. Também não se conhecem dados de empresas de animação turística sediadas noutros concelhos, com produtos ou serviços em Torres Vedras. Consequentemente, não poderemos caracterizar a oferta formal de animação turística mas sim a oferta de programas similares feita através do tecido associativo, empresas ou entidades públicas²⁵, tal como identificar as potencialidades existentes através dos recursos do território.

Como já referido nos pontos anteriores deste capítulo, o concelho possui potencialidades para o turismo e desporto na natureza, base para o desenvolvimento do

²⁵ A legislação actual é clara quanto à exclusividade e limites para o exercício da actividade de animação turística (Art. 5º, DL nº 108/2009 de 15 de Maio). Contudo, neste sector, continua a estar disponível bastante oferta de entidades que não estão registadas no RNAAT. Este facto pode dever-se à ainda recente publicação do referido diploma ou a uma tentativa deliberada de escapar ao sistema legal.

turismo activo. As actividades mais características da região são os desportos de ondas, o pedestrianismo, o BTT (bicicleta todo-o-terreno), a pesca desportiva, o golfe e o parapente. Em geral, a oferta organizada destes produtos, com excepção para o *surf* e o golfe, é feita através de associações locais ou pela Câmara Municipal de Torres Vedras. Quanto à oferta de aulas de *surf*, existem três empresas “escolas” registadas na Federação Portuguesa de Surf, a actuar principalmente em Santa Cruz. Os campos de golfe existentes são da responsabilidade de duas unidades hoteleiras: o Westin Campo Real (18 buracos) e o Hotel Golf Mar (9 buracos).

Será importante referir o estudo de Ramalho (2006) sobre os hábitos desportivos dos habitantes de Torres Vedras, onde conclui que a média de participação desportiva local é superior à média da Região de Lisboa e Vale do Tejo e à média nacional. Esta conclusão é válida tanto para o desporto formal (federado) como para o informal. O autor indica que os Desportos de Aventura²⁶ representam 12% das modalidades praticadas e com significativo aumento na última década. Outros indicadores importantes são as elevadas taxas de procura, procura potencial e procura não satisfeita, relativamente à prática de actividades físicas informais e de contacto com a natureza. Estes dados caracterizam a população do concelho como propensa à prática de actividades físicas na natureza, o que poderá potenciar o desenvolvimento do sector da animação turística desportiva.

No quadro 11 apresenta-se uma breve caracterização preliminar da situação de referência no que concerne à oferta existente de actividades na natureza no concelho de Torres Vedras.

Os programas e eventos de animação exercem um papel fundamental na complementaridade da oferta turística. A Câmara Municipal de Torres Vedras tem apostado muito neste tipo de oferta tanto a nível desportivo como cultural. Originalmente dirigidos à população residente, a fruição destas iniciativas pelos turistas potenciará o prolongamento da sua estadia e possivelmente o seu regresso, tal como defende Almeida (2004). No âmbito do tema desta investigação, destacamos a organização do evento “*Ocean Spirit*”; o programa de animação da época balnear “Onda de Verão”, incluindo passeios pedestres, percursos de BTT e passeios equestres contendo sempre uma vertente cultural; e a dinamização da “Rota das Adegas”, um curioso passeio familiar de bicicleta percorrendo

²⁶ O autor inclui nos desportos de aventura, actividades como “escalada, rappel, slide, BTT, patins em linha, skates, bungee jumping” fazendo ainda referência ao “montanhismo e caminhadas”.

algumas quintas e adegas do concelho com provas de vinhos pelo meio. Além destes eventos, a política de implementação de percursos pedestres homologados e de ciclovias e ecopistas cicláveis tem vindo a promover o pedestrianismo, fornecendo recursos para o sector da animação turística.

Quadro 11: Caracterização preliminar da oferta de produtos de actividades na natureza no concelho de Torres Vedras

Modalidade	Recursos naturais	Entidades
Surf Bodyboard Kitesurf Skimboard Kayaksurf	Extensos areais. Existência de "secret spots". Condições versáteis para diferentes modalidades.	3 escolas de surf em Santa Cruz com aulas de iniciação e campos de férias temáticos.
Mergulho Snorkeling Pesca submarina	As condições do mar são inconstantes e adequadas a mergulhadores experientes. Bons locais para a pesca e arqueologia submarina.	Não há entidades a desenvolver a modalidade no concelho.
Pesca desportiva	20 km de costa com praias de areia e rocha para pesca desportiva de mar.	Não há entidades a desenvolver a modalidade no concelho apesar do elevado número de praticantes.
Pedestrianismo Passeios Pedestres	Paisagem variada e atractiva. Rede de trilhos e caminhos florestais e agrícolas. 6 percursos homologados pela FCMP e planos para mais 10.	2 associações promovem permanentemente percursos pedestres em cooperação com a CMTV. Outras associações fazem-no esporadicamente.
BTT	2 ciclovias e uma ecopista (cerca de 40km) e planos para outra ecopista. Extensa mancha florestal. Rede de trilhos e caminhos florestais e agrícolas. Relevo variado permitindo várias dificuldades de percursos.	Vários grupos informais e associações promovem passeios anuais. A CMTV também organiza passeios com algum carácter cultural.
Hipismo Passeios a cavalo	Vários picadeiros. Boa mancha florestal. Rede de trilhos e caminhos florestais e agrícolas. Relevo variado permitindo várias dificuldades de percursos.	Várias escolas de equitação promovem aulas de iniciação. Duas unidades hoteleiras e uma empresa anunciam passeios a cavalo.
Montanhismo Escalada desportiva	Diversas zonas de escalada com vias curtas e equipadas, dispersas pelo concelho. Duas estruturas artificiais de escalada interiores.	Uma associação promove acções de iniciação à modalidade.
Espeleísmo	Duas grutas de dimensão média e com formações interessantes.	Duas associações promovem visitas guiadas esporádicas.
Observação de aves	Algumas aves interessantes na Serra do Socorro e no litoral.	Uma unidade de alojamento anuncia a actividade na Serra do Socorro.
Golfe	Um campo de 18 buracos Um campo de 9 buracos	Duas unidades hoteleiras e uma associação promovem aulas e competições.
Parapente	Dois locais de elevada frequência de praticantes: Arribas do Seixo (praia) e Serra do Socorro.	Uma associação promove baptismos de voo e cursos de iniciação.

A Rota do Vinho é uma iniciativa intermunicipal promovida pelo PDTTO e pretende levar os turistas a visitar algumas quintas tradicionais e adegas cooperativas da Região

Oeste organizadas em três percursos temáticos, sempre com a produção do vinho como cenário. O percurso denominado Linhas de Torres inclui a visita a três quintas onde se dinamizam diversas actividades vinícolas.

Concluindo, na ausência de actuação de empresas legalmente registadas, a oferta de produtos e serviços de animação turística no concelho de Torres Vedras é levada a cabo maioritariamente por quatro grupos de entidades:

- pelo tecido associativo, através da organização de eventos participados pela população local mas também pelos turistas alojados nas unidades hoteleiras e similares, onde têm acesso à informação específica;
- pela Câmara Municipal de Torres Vedras, pelas mesmas razões do grupo anterior;
- por duas unidades hoteleiras, incidindo a sua oferta no golfe e no hipismo, complementando com outras actividades;
- por três escolas de surf (não registadas como empresas de animação turística).

3.6 Síntese

A caracterização do concelho de Torres Vedras, apresentada neste capítulo, procurou realizar um retrato socioeconómico do território com o intuito de ter uma visão geral da área de estudo.

Este retrato vai de encontro à caracterização indicada por António Carneiro (Turismo de Lisboa, 2009) ao referir-se ao PDTOT, valorizando a “ruralidade moderna” no contexto da “terra de vinhedos e de mar” com “toda a sua milenar herança cultural”.

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 concelho possui recursos naturais, paisagísticos, património edificado, tradições, que a serem explorados convenientemente podem potenciar o desenvolvimento do turismo activo. No entanto, no que diz respeito à animação turística, não têm sido criadas empresas no ramo, ficando esta oferta maioritariamente a cargo das associações e da Câmara Municipal.

4 ANÁLISE DA SITUAÇÃO DE REFERÊNCIA

4.1 Introdução

Até aqui, foi enfatizada a importância do turismo no desenvolvimento a vários níveis. Também foi salientada a importância do planeamento na manutenção da sustentabilidade do sector e abordadas as suas tendências evolutivas. Após a caracterização do território em estudo, importa agora averiguar especificamente qual o verdadeiro potencial de desenvolvimento turístico capaz de justificar investimentos.

Neste capítulo, é feita a análise do potencial do concelho para o desenvolvimento turístico na vertente dos produtos de turismo activo, através da elaboração de uma matriz SWOT. Para tal, procede-se ao levantamento, inventariação e avaliação dos recursos específicos, e à auscultação dos agentes do sector (*stakeholders*). As técnicas utilizadas são descritas nos pontos seguintes.

4.2 Abordagem metodológica geral

A elaboração de qualquer estratégia ou linha orientadora para o sector do turismo deverá passar pelo conhecimento da base de recursos que sustenta, ou que poderá sustentar o desenvolvimento do turismo de um determinado local (Breda, 2004).

Desta maneira, para averiguar a existência de potencial para o desenvolvimento do turismo activo, o primeiro passo consiste na inventariação dos recursos. A recolha de informação para a realização do inventário de recursos realizou-se em três fases, cada uma utilizando um tipo de fonte específico, nomeadamente:

- Fase 1 – Os documentos de base utilizados foram o “Inventário de Recursos Turísticos – Sistema de Informação de Gestão de Recursos Turísticos”²⁷ do Turismo de Portugal, I.P., e o Inventário Municipal do Património, incluído no Plano Director Municipal de Torres Vedras (CMTV, 2006). A partir da consulta destes documentos, obteve-se uma ampla lista de recursos, onde predominaram os

²⁷ Este documento foi solicitado ao Turismo de Portugal e disponibilizado via correio electrónico a 17 de Novembro de 2008. O Sistema de Informação de Gestão de Recursos Turísticos (SIGRT) (Turismo de Portugal, 2009f) foi um projecto criado em 1992 pela Direcção Geral do Turismo (DGT). O Inventário de Recursos Turísticos é uma base de dados que visa o armazenamento, tratamento, sistematização e disponibilização de um vasto conjunto de informação sobre os recursos turísticos existentes no país. Contempla cerca de 190 tipos diferenciados de recursos turísticos.

de tipo cultural monumental. Contudo, a informação fornecida é insuficientemente pormenorizada e apenas parcialmente pertinente para o problema específico em estudo, o Turismo Activo. Além disso, corre-se o risco de os dados estarem desactualizados. Em simultâneo, com esta tarefa, procedeu-se a uma pesquisa nas páginas da *Internet* da Câmara Municipal, associações e grupos informais locais, entre outros, de modo a identificar possíveis recursos a inventariar.

- Fase 2 – Tendo constituído uma base de dados como ponto de partida, foi iniciada a fase seguinte, que consistiu em trabalho de campo com o objectivo de tomar contacto com a realidade do território, confrontando e completando a informação recolhida anteriormente e identificando preliminarmente os recursos mais importantes para a investigação.
- Fase 3 – Neste fase, o objectivo foi corrigir lacunas e inexactidões da informação recolhida. Deste modo, foi solicitado a especialistas locais em modalidades de desporto na natureza, que analisassem os recursos inventariados, verificassem eventuais correcções, acrescentassem outros com interesse que tivessem sido omitidos e identificassem aqueles que, tendo sido incluídos, não revelassem interesse efectivo.

Uma vez recolhidos os dados, foi necessário proceder à avaliação do potencial de desenvolvimento dos recursos e das actividades turísticas. Esta avaliação seguiu essencialmente a metodologia proposta pela OMT (2003) e utilizada no trabalho de Breda (2004), adaptada devido a condicionantes temporais. Para o efeito, foi novamente solicitado aos especialistas referidos anteriormente que categorizassem, de acordo com a sua perspectiva, a importância dos recursos a diferentes escalas (local, regional, nacional e internacional). Em paralelo, realizaram-se entrevistas a diversos representantes dos *stakeholders* turísticos do concelho, de modo a integrar as suas opiniões sobre o processo de desenvolvimento turístico.

Com a informação recolhida, procede-se à aplicação de uma análise SWOT²⁸ com o objectivo de fornecer dados para a formulação de recomendações prioritárias para o sucesso de um potencial plano. A metodologia geral utilizada está esquematizada na Figura 18.

²⁸ Do inglês *Strengths* (Pontos fortes), *Weaknesses* (Pontos fracos), *Opportunities* (Oportunidades) e *Threats* (Ameaças).

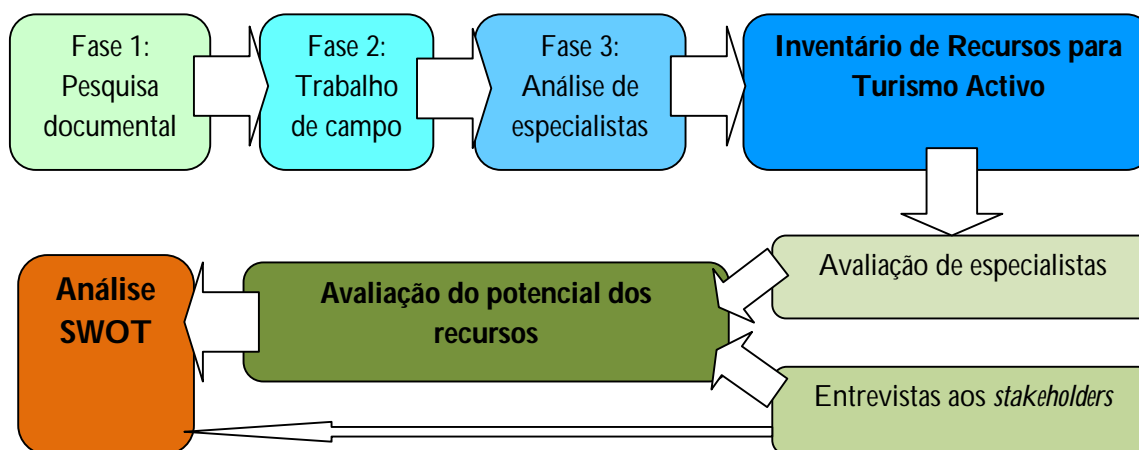


Figura 18: Metodologia utilizada na análise da situação de referência

4.3 Inventário de recursos para Turismo Activo e produção de ferramenta de consulta

De acordo com Breda (2004), o estudo do sector do turismo em qualquer local, deverá iniciar-se pela componente da oferta, a qual terá necessariamente de ser objecto de um levantamento e posterior avaliação da base de recursos que a compõe. No terceiro capítulo, foi realizada uma breve caracterização do território, enquadrando-o na região e no país, abordando sumariamente as potencialidades existentes. Importa agora identificar, inventariar e avaliar os recursos que poderão sustentar o desenvolvimento do turismo activo no concelho de Torres Vedras.

É necessário, antes de mais, definir de forma clara e concisa “recurso turístico”. Na linha de Leno-Cerro (1992, op. cit. Vareiro, 2008), entende-se como recurso turístico todo o elemento material ou imaterial com capacidade, por si mesmo ou em combinação com outros, atrair visitantes a um determinado local, ou seja, capaz de gerar deslocações turísticas. Atendendo ao seu nível de integração no mercado turístico, o mesmo autor distingue os recursos turísticos em actuais e potenciais. Os primeiros fazem parte, no momento actual, do suporte da actividade turística organizada a nível regional, nacional ou internacional e contam com alguma infra-estrutura de equipamentos turísticos que tornam possível a sua exploração. Os segundos, apesar de reconhecida a sua utilidade turística, não estão ainda incorporados no mercado turístico nem dispõem de infra-estruturas de apoio. Dowling (1993) afirma que os recursos actuais, referidos por Leno-Cerro (1992, op. cit. Vareiro, 2008), podem denominar-se de atracções turísticas pela razão de providenciarem o apoio essencial às experiências dos turistas. No entanto, nesta investigação mantem-se a terminologia indicada por Leno-Cerro (1992, op. cit. Vareiro, 2008).

A identificação dos recursos foi elaborada sistematicamente, tal como descrito no ponto 4.1. A sua inventariação (Anexo I) foi realizada através de uma caracterização, de acordo com a proposta da OMT (2003), seleccionando os itens indicados no quadro 12 e apresentada numa base de dados que contém a informação dos elementos afectos ao levantamento realizado figura 19 Esta base de dados é uma ferramenta de consulta útil, permitindo aceder às características do recurso pretendido através de uma pesquisa rápida.

Quadro 12: Itens de identificação utilizados no inventário dos recursos

Nome:	Nome oficial e nome atribuído pela comunidade
Localização:	Freguesia. Localidade. Local.
Categoria:	Primário / Secundário
Tipo:	Eventos / Património cultural / Património natural, etc.
Subtipo:	Etnográfico / Monumental / Desportivo, etc.
Características especiais:	Dados que o distinguem
Acessibilidade:	Distância, tempo e meios de deslocação até ao recurso.
Actividades possíveis:	Tipo de modalidades desportivas ou ambiental.
Proprietário	Público / Privado



Figura 19: Exemplo da apresentação dos recursos na base de dados

Os recursos foram classificados segundo a categoria, tipo e subtipo, de acordo com a terminologia utilizada pelo Sistema de Informação de Gestão de Recursos Turísticos do Turismo de Portugal, I.P. (Turismo de Portugal, 2009f). Conforme referido no ponto 2.6, o turismo activo privilegia as actividades físicas e desportivas em ambiente natural, permitindo ao visitante fazer parte do lugar e de realizar a valorização actual e acumulada

do património do local (Active Tourism Organization, 2009). Deste modo, tendo em conta que a base de recursos primários que sustenta este tipo de turismo são os recursos naturais, dá-se prioridade à sua inventariação. Não obstante, os recursos culturais e as infra-estruturas mais significativas referentes ao território em estudo, também fazem parte dessa listagem. Os acessos aos principais centros metropolitanos, tais como as acessibilidades internas do concelho, foram também incluídos.

A localização dos recursos foi assinalada num ficheiro da aplicação informática *Google Earth*. Esta aplicação gratuita e disponibilizada na Internet, é um Sistema de Informação Geográfica (SIG). Segundo Silva (2008) a aplicação dos SIG ao turismo tem vindo a crescer de forma significativa, quer na fase de levantamento de dados, quer no seu processamento e representação através da cartografia digital temática por camadas. Deste modo, a visualização da localização dos recursos através de camadas temáticas, permite mais facilmente identificar os recursos que se encontram intimamente associados espacial e funcionalmente, de tal maneira que podem dar lugar à definição de áreas que servem de base territorial para o planeamento da actividade. Dowling (1993), numa época em que os SIG não estavam facilmente acessíveis, referindo-se ainda à referenciação dos recursos em mapas convencionais, afirma que este tipo de visualização permite delinear potenciais *clusters* (zonas com aptidão para uma determinada actividade turística), corredores de deslocações turísticas e a localização de aglomerados de infra-estruturas de apoio.

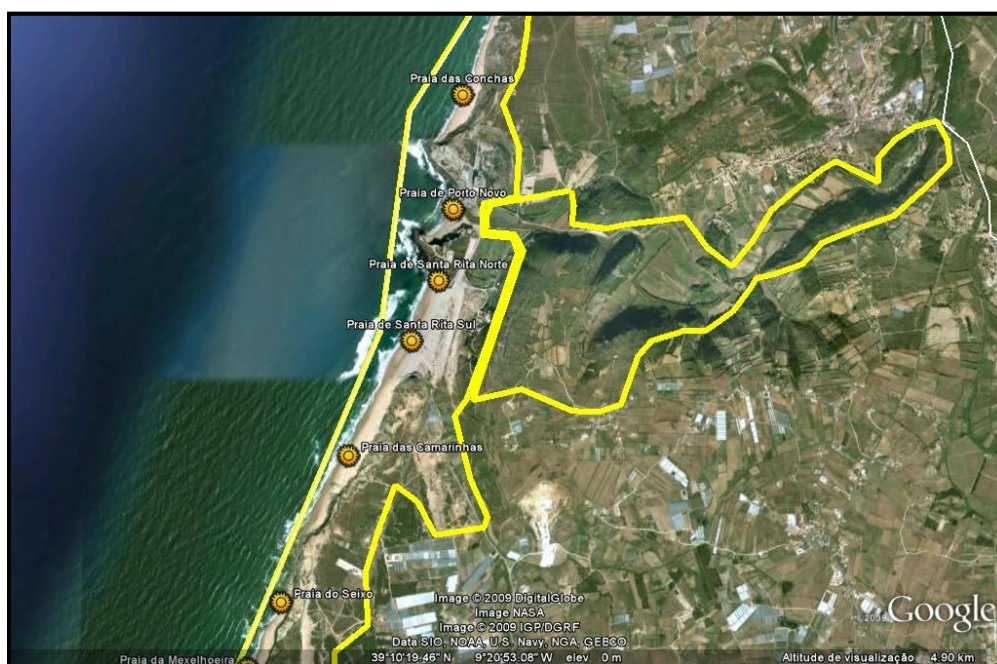


Figura 20: Exemplo da representação dos recursos na aplicação Google Earth

Este tipo de ferramentas (SIG), desenvolvidas por especialistas e especificamente para uma região, pode ainda ser útil na elaboração e distribuição de informação com

recurso à internet. A figura 20 é um exemplo da representação dos recursos na aplicação *Google Earth*, neste caso, de seis praias e de duas zonas identificadas como de valor natural e paisagístico no capítulo 3.

4.4 Avaliação dos recursos específicos para Turismo Activo

4.4.1 Pertinência da avaliação dos recursos

De acordo com a OMT (2003), cada área local que pretenda desenvolver ou expandir o turismo, deve avaliar cuidadosamente os seus recursos turísticos. Esta avaliação ajudará a determinar se a área tem potencial para o desenvolvimento ou expansão do turismo e, em caso afirmativo, qual o tipo mais apropriado de turismo a ser desenvolvido.

Para além das pistas que fornece a nível das oportunidades turísticas do território, esta avaliação permite igualmente ultrapassar obstáculos importantes e evitar um certo número de erros. Zimmer e Grassman (1996) adiantam que uma visão errada do potencial turístico local pode provocar um sobredimensionamento dos projectos, com efeitos negativos para o ambiente (poluição, degradação dos sítios naturais, etc.), a cultura (perda ou “folclorização” da identidade local, etc.) e a actividade económica do território (dependência, aumento do custo de vida, endividamento das autarquias, etc.). Por outro lado, a má percepção das características e das especificidades do território dificulta a elaboração de uma oferta turística local original que permita diferenciar-se de regiões comparáveis concorrentes.

Pretende-se assim, constituir uma base de decisão consistente para os organismos de desenvolvimento, permitindo-lhes minimizar os riscos de fazer maus investimentos.

Os recursos a serem avaliados num processo de planeamento de desenvolvimento turístico geral, incluem diferentes tipos de atracções e actividades turísticas existentes e potenciais associadas ao ambiente natural, ao património cultural e aos pontos especializados como as actividades económicas, os lugares urbanos, o ambiente rural, a saúde e o tratamento médico, os locais religiosos, o desenvolvimento existente de instalações e de serviços turísticos, os transportes e outras infra-estruturas, além da disponibilidade da mão-de-obra especializada (OMT, 2003). Porém, numa investigação desta natureza, em que o foco é dirigido para o segmento de turismo activo, onde a base dos recursos utilizados é de ordem essencialmente natural, importa realizar a avaliação exaustiva desta área. Os recursos naturais constituem elementos do meio natural passíveis de serem utilizados para satisfação de necessidades humanas. De qualquer forma, como já

abordado anteriormente, o simples facto de existir um elemento natural não lhe confere a categoria de recurso actual, sendo provavelmente um recurso potencial. Como tal, é necessário haver uma intervenção do homem de forma a capacitá-lo na satisfação das necessidades turísticas, naturalmente sempre limitada ao mínimo para não alterar significativamente o seu valor intrínseco. Deste modo, outros recursos a ter em conta nesta avaliação são os de tipo cultural mais significativos, tal como os equipamentos e infra-estruturas passíveis de serem utilizados na operacionalização de produtos deste segmento. Este exercício torna-se um estudo de pré-viabilidade que fornece a base para a condução de um estudo de planeamento turístico detalhado.

4.4.2 Metodologia específica

Zimmer e Grassman (1996) recomendam que, quando se dispõe de meios financeiros e humanos limitados, como é o caso, é preferível utilizar o mais possível a fórmula de investigação documental, mais económica, com recursos próprios para as análises no terreno, sem no entanto renunciar totalmente à colaboração de especialistas externos. Assim, considerando os aspectos referidos nos parágrafos anteriores, para avaliar os recursos turísticos do concelho de Torres Vedras específicos para o turismo activo, e de acordo com a proposta de Mill e Morrison (1992) também utilizada no trabalho de Breda (2004), procedeu-se à construção de uma matriz que pretende avaliar os recursos existentes, consoante as necessidades das actividades mais comuns no âmbito dos desportos na natureza, tendo em conta o seu uso efectivo e o seu potencial de desenvolvimento em relação aos diversos tipos de mercados, desde o nível local ao internacional. Deste modo, foi solicitado a especialistas das actividades de desporto na natureza²⁹ (quadro 13), conhecedores da realidade local mas também da prática da modalidade noutras regiões, que avaliassem, segundo o seu ponto de vista, os recursos específicos para a sua actividade considerando a sua importância a nível local, regional, nacional e internacional. Posteriormente, foi-lhes pedido que atribuissem uma classificação a alguns recursos considerados transversais a todas as modalidades (qualidade paisagística geral e recursos humanos especializados disponíveis), no que diz respeito a uma eventual vantagem competitiva relativamente aos níveis geográficos mencionados. Por último, os especialistas classificaram a possibilidade de desenvolvimento do recurso em causa também numa escala

²⁹ Os especialistas de cada área foram escolhidos, tendo em conta a notoriedade no panorama nacional e grau de intervenção na animação desportiva e cultural no concelho.

de 1 a 4. Nesta classificação, requeria-se que indicassem o potencial de desenvolvimento do recurso, tendo em conta o aumento do nível de importância, caso se implementem acessibilidades e infra-estruturas adequadas.

O quadro 14 especifica as escalas adoptadas para a avaliação dos recursos. Além das actividades desportivas, utilizando o mesmo processo, foi solicitada a colaboração de especialistas locais nos temas relativos ao património ambiental e ao património histórico-cultural do concelho passível de ser aproveitado para o desenvolvimento de produtos de turismo activo. Convém esclarecer que, apesar do carácter individual e portanto subjectivo da opinião de cada especialista, esta corresponde a mais um contributo para a avaliação dos recursos.

Quadro 13: Caracterização dos especialistas em cada área desportiva

Especialista	Área	Caracterização
Bruno Melo	Desportos de ondas	Campeão Nacional de Waveski e Kayaksurf. Praticante de surf e kitesurf. Presidente da Associação <i>Ocean Spirit</i> .
Paulo Serra	Escalada e montanhismo	Praticante de montanhismo e escalada. Coordenador da área de montanha do Académico de Torres Vedras.
César Costa	Pedestrianismo	Técnico Superior da Câmara Municipal de Torres Vedras (sector do desporto) responsável pelos Percursos Pedestres.
Nuno Delgado	BTT	Proprietário da Bicigal, Lda (comércio de bicicletas). Organizador de Maratonas de BTT por todo o país.
João Francisco	Voo livre	Formador do Curso de Piloto Particular de Voo Livre Presidente da direcção do Aeroclube de Torres Vedras
Nuno Mota	Mergulho	Praticante de diversas modalidades sub-aquáticas marítimas. Mergulhador de nível 2 – <i>Open water diver</i> (PADI)
Maria Amador	Orientação	Campeã nacional de Ori-BTT. Vice-campeã ibérica de Ori-BTT Praticante de Orientação Coordenador da área de Orientação do Académico de Torres Vedras
João Paulo Santos	Ambiental	Professor Licenciado em Geologia Autor do “Livro de Campo do Ambiente Litoral”
Joaquim Moedas Duarte	Património cultural	Presidente da Associação de Defesa e Divulgação do Património de Torres Vedras

Quadro 14: Escalas de classificação dos recursos

Recursos Específicos		Recursos Transversais		Possibilidade de desenvolvimento	
Escala		Escala		Escala	
1	Utilização rara / Importância nula	1	Inexistente	1	Nenhuma.
2	Utilização esporádica / Pouca importância	2	Pouco(a)	2	Pouca
3	Utilização frequente / Alguma importância	3	Algum(a)	3	Alguma
4	Utilização quase permanente / Bastante importância	4	Bastante	4	Elevada

Um importante resultado da avaliação consiste na classificação dos recursos inventariados em primários (aqueles que por si só são capazes de mobilizar pessoas para visitarem o concelho, sendo o seu papel o de atrair e fixar a procura no território) ou secundários (que complementam os recursos primários, diversificando as actividades dos turistas que já se encontram na região e que podem levá-los a permanecer mais tempo, mas não têm suficiente poder de atracção para gerar as deslocações)³⁰ (Breda, 2004; OMT, 2003). Gunn (2002) apresenta uma terminologia paralela para a mesma função, distinguindo os dois grandes grupos de recursos turísticos em “básicos” e “complementares”. De modo a evitar alguma confusão com a classificação adoptada pelo Sistema de Informação de Gestão de Recursos Turísticos do Turismo de Portugal, I.P. (Turismo de Portugal, 2009f), foi adoptada a proposta de Gunn. Deste modo, tal como aplicado por Breda (2004), para cada recurso turístico, procedeu-se ao cálculo da média da pontuação atribuída pelos especialistas nos vários parâmetros, sendo deste modo decidido quais os recursos básicos (média igual ou superior a 3) e complementares (média inferior a 3). As matrizes de classificação encontram-se no anexo 2.

4.4.3 Análise de resultados da avaliação dos recursos

No quadro 15, apresentam-se de uma forma resumida os resultados da avaliação realizada. O “potencial para a prática” diz respeito à avaliação global dos recursos do concelho para o desenvolvimento dessa modalidade. Já a “oferta de produtos e serviços” é uma análise integrada das respostas dos especialistas e do levantamento realizado no ponto 3.5.2.

Numa apreciação global é possível constatar que, apesar de o concelho não possuir recursos com qualidade suficiente para se especializar numa determinada actividade a nível nacional ou internacional, dispõe de uma variedade de recursos que possibilitam uma grande versatilidade para a prática das várias modalidades incluídas na avaliação. De salientar que em todas as modalidades, os especialistas respectivos indicaram recursos com boas possibilidades de desenvolvimento, demonstrando potencial para desenvolvimento de produtos no segmento do turismo activo. Também a qualidade paisagística foi assinalada por todos os especialistas como uma vantagem do concelho. Ao nível do património

³⁰ Não confundir com a classificação para as grandes componentes da oferta turística, utilizada pelo Sistema de Informação de Gestão de Recursos Turísticos do Turismo de Portugal, I.P.: Recursos Primários – abrangendo áreas do Património Natural, Monumental, Cultural, Etnográfico, etc. – e Recursos Secundários – contendo Actividades e Equipamentos Turísticos, Transportes e Infra-Estruturas.

edificado, o especialista consultado avaliou diversos recursos como básicos, com algum potencial de atracção turística. Os recursos naturais do litoral e da orla costeira foram apontados como referência de qualidade ambiental e biodiversidade.

Quadro 15: Recursos, potencialidades e serviços de desporto na natureza

Actividade	Potencial p/ prática	Oferta de produtos serviços ³¹	Recursos Básicos	Recursos Complementares	Possibilidades de desenvolvimento
Desportos de ondas	Bastante	Alguma	<ul style="list-style-type: none"> •Praia de S. Rita Sul •Praia da Vigia •Praia do Navio •Praia do Mirante •Praia do Pisão •Praia Azul 	<ul style="list-style-type: none"> •Restantes praias 	<ul style="list-style-type: none"> •Praia de S. Rita Sul •Praia da Vigia •Praia do Navio •Praia do Mirante •Praia do Pisão •Praia Azul
Mergulho	Algum	Inexistente	<ul style="list-style-type: none"> •Praia de Porto Novo •Praia de S. Rita Norte •Praia Azul •Praia da Assenta Norte •Praia da Assenta Sul 	<ul style="list-style-type: none"> •Praia do Seixo •Praia de Santa Helena •Praia da Foz do Sizandro •Praia de Cambelas 	<ul style="list-style-type: none"> •Praia da Assenta Norte •Praia da Assenta Sul
Escalada	Pouco	Pouca		<ul style="list-style-type: none"> •Escarpas da Maceira •Quinta da Portuqueira 	<ul style="list-style-type: none"> •Escarpas da Maceira
Pedestrianismo	Bastante	Bastante		<ul style="list-style-type: none"> •Rede de Pequenas Rotas •Grande Rota da Rede Natura •Grande Rota das Linhas de Torres 	<ul style="list-style-type: none"> •Rede de Pequenas Rotas •Grande Rota da Rede Natura •Grande Rota das Linhas de Torres
BTT	Bastante	Bastante	<ul style="list-style-type: none"> •Serra do Socorro •Interior do concelho •Ecopistas 	<ul style="list-style-type: none"> •Litoral 	<ul style="list-style-type: none"> •Ecopistas •Litoral •Serra do Socorro •Interior do concelho
Orientação Pedestre Ori-BTT	Bastante	Pouca	<ul style="list-style-type: none"> •Ramalhal •Maxial •A-dos-Cunhados •Outeiro da Cabeço 	<ul style="list-style-type: none"> •Restante território 	<ul style="list-style-type: none"> •Ramalhal (Ori-BTT) •Maxial (Ori-BTT) •A-dos-Cunhados •Outeiro da Cabeço
Vão livre	Bastante	Bastante	<ul style="list-style-type: none"> •Falésia de S.Rita 	<ul style="list-style-type: none"> •Serra do Socorro •Praia Azul •Rib. Pedrulhos •M. Redondo 	<ul style="list-style-type: none"> •Falésia de S. Rita •Rib. Pedrulhos
Ambiental	Algum	Pouca	<ul style="list-style-type: none"> •Orla costeira 	<ul style="list-style-type: none"> •Escarpas da Maceira •Serra dos Cucos •Zonas agrícolas •Serra do Socorro 	<ul style="list-style-type: none"> •Orla Costeira •Escarpas Maceira •Serra dos Cucos
Património cultural	Bastante	Alguma	<ul style="list-style-type: none"> •Castro do Zambujal •Linhas de Torres •Chafariz dos canos •Hospital militar de Runa •Convento do Varatojo 	<ul style="list-style-type: none"> •Igrejas de Torres Vedras •Castelo de Torres Vedras •Centro histórico de T. Vedras 	<ul style="list-style-type: none"> •Castro do Zambujal •Linhas de Torres •Chafariz dos Canos •Centro histórico de Torres Vedras

³¹ Como já referido no ponto 3.6, os produtos e serviços na área da animação turística são actualmente oferta do tecido associativo do concelho, iniciativas públicas e três escolas de *surf* não registadas como empresas de animação turística.

Numa análise mais específica, os desportos de ondas são aqueles para os quais existe um maior número de recursos básicos. Adicionalmente, são muitos os recursos complementares que poderão servir de alternativa. O potencial para a prática é apenas limitado no Inverno, quando as condições do mar são bastante adversas. Para além da prática por praticantes autónomos, os recursos locais apresentam características ideais para a experimentação e iniciação no resto do ano. Deste modo, são apontados diversos locais com possibilidades de desenvolvimento.

Outra modalidade praticada no mar, o mergulho, também dispõe de diversos recursos básicos, mas com menos recursos complementares, pois a existência ou não de fundos rochosos condiciona o potencial para o desenvolvimento da prática. Obviamente que outro factor limitativo é o estado do mar, sendo as características do mar geralmente adequadas apenas a mergulhadores experientes. É de realçar a possibilidade de, na Praia de Porto Novo, existirem vestígios de afundamentos de barcos, podendo permitir o desenvolvimento da vertente do mergulho arqueológico. Enquanto que, para os desportos de ondas, os recursos com maior potencial de desenvolvimento se situam na zona centro e norte do litoral (com destaque para a Praia Azul), para o mergulho é a zona mais a sul (Praias da Assenta Norte e Sul) que teria mais sucesso em caso de promoção adequada. O litoral não será tão atractivo em termos de actividades terrestres, embora apresente possibilidades de circuitos bastante interessantes.

Nas modalidades terrestres, o BTT tem lugar de destaque, pois o especialista avalia o território como propenso à prática respectiva, tendo recursos com potencial de desenvolvimento ao nível da especialidade *crosscountry* e também do *downhill*. O interior do concelho, mais desnivelado e menos agrícola, e a Serra do Socorro (*downhill*), foram os recursos mencionados, tal como o desenvolvimento das ecopistas indicadas para a iniciação e passeio. A modalidade de orientação inclui duas disciplinas: orientação pedestre e Ori-BTT (orientação em bicicletas todo-o-terreno). O concelho, beneficiando das amplas zonas florestais no interior, dispõe de características adequadas e atractivas para a realização de provas de competição ou de formação de Ori-BTT, portanto, com boas possibilidades de desenvolvimento. No que diz respeito à orientação pedestre, o potencial não será tão elevado, contudo, como modalidade bastante versátil, o território na sua generalidade, incluindo a área urbana de Torres Vedras, surge como recurso complementar. Salienta-se o

elevado potencial do território para o desenvolvimento de corridas de aventura³² ou provas similares, tendo em conta a versatilidade das características geográficas e culturais da região.

O pedestrianismo está bastante em voga, tendo a Câmara Municipal vindo a equipar o concelho com uma rede de percursos PR (Pequena Rota) e uma GR (Grande Rota da Rede Natura). No próximo ano será inaugurada a segunda GR (Linhas de Torres). Segundo o especialista consultado, não existindo um recurso isolado que tenha um elevado potencial de atracção turística, o funcionamento em rede destes equipamentos, aliado à qualidade da paisagem e ao património cultural, poderão constituir uma mais valia na promoção da modalidade a nível regional e nacional. A escalada em rocha tem potencial reduzido pois o concelho não dispõe de nenhum recurso com capacidade de atrair visitantes com a intenção de praticar apenas a modalidade. Contudo, as Escarpas da Maceira, devidamente equipadas e enquadradas, poderão obter algum potencial na diversificação da oferta de animação turística, principalmente devido à qualidade do seu entorno paisagístico.

O voo livre, incluindo o voo com parapente e a asa-delta, necessita de condições bastante específicas para a prática da modalidade com segurança. Torres Vedras dispõe de recursos bastante versáteis de modo a aproveitar diversas condições de vento. A zona das arribas da Praia de Santa Rita há muito tempo que é procurada por desportistas a nível nacional e mesmo internacional, apresentando um elevado potencial e excelentes condições para a qualificação e promoção do recurso. Outros locais procurados para a prática do voo livre são as zonas da Serra do Socorro, da Archeira e de Monte Redondo, porém actualmente em desuso devido à implantação de aerogeradores nas proximidades. A grande vantagem do concelho é o clima que proporciona um elevado número de dias “voáveis” por ano e o tipo de voo proporcionador de condições de aprendizagem muito boas.

Quer o património cultural, quer o património ambiental são partes fundamentais da cultura do local e factores de atracção primordial. Foram indicados alguns recursos históricos edificados de importância relevante a nível nacional e mesmo mundial que não têm sido devidamente aproveitados para o sistema turístico e, por isso, mesmo poderão ter excelentes possibilidades de desenvolvimento. O destaque vai para o património ligado às

³² Modalidade de desporto na natureza que pode também incluir ambientes urbanos, onde os participantes, normalmente em equipas, progridem no terreno por vários meios de locomoção não motorizados, tendo por base a orientação por mapas ou GPS.

Linhas de Torres e ao Chafariz dos Canos, monumento único a nível mundial. A nível ambiental, o concelho de Torres Vedras, de acordo com o especialista respectivo, tem algum património natural e semi-natural com valor, porém bastante localizados. O recurso básico apontado diz respeito à zona costeira, a maior parte integrada na Rede Natura 2000, constituindo um recurso de elevada qualidade ambiental, formada por dois sistemas dunares, praias e arribas com elevado valor geológico. No entanto, além deste vasto recurso, também as Escarpas da Maceira e a Serra dos Cucos, são referidas como contendo possibilidades de desenvolvimento turístico, caso haja um enquadramento adequado.

Dispondo esquematicamente os recursos básicos apontados pelos especialistas num mapa do concelho de Torres Vedras (figura 21), é possível distinguir duas zonas com maior aptidão para o desenvolvimento de produtos no âmbito do turismo activo. Uma será a zona litoral do concelho, apresentando potencialidades para os desportos de mar e voo livre, porém contendo recursos adequados para a diversificação de actividades como o pedestrianismo, BTT, escalada ou outros. Além disso, possui um valor ecológico bastante elevado, favorecendo os produtos oferecidos com interpretações ambientais. A outra zona com bom potencial é o interior do concelho, delimitada por uma linha imaginária Norte-Sul passando pela cidade sede de concelho, acrescida do Castro do Zambujal e sua envolvente. Aqui, as características predominantes são a ruralidade e as zonas florestais, permitindo o desenvolvimento de actividades terrestres enquadradas também pelo valor patrimonial das actividades agrícolas.

A cidade de Torres Vedras, contendo valores históricos edificados e serviços variados complementares à actividade turística, apresenta-se como centralidade das duas zonas apresentadas, funcionando como distribuidora de fluxos turísticos. Santa Cruz, principalmente na época balnear, assume essa função no que diz respeito à zona litoral.

Outra conclusão retirada da análise do mapa esquemático é o potencial de ligação que o património associado às Linhas de Torres (fortificações) apresenta, formando um “corredor” entre as duas zonas identificadas anteriormente. Aliás, actualmente já existe uma ecopista e está prevista uma Grande Rota que possibilitam a complementaridade de actividades nas duas zonas, sem quebras acentuadas de “experiências” para o turista.

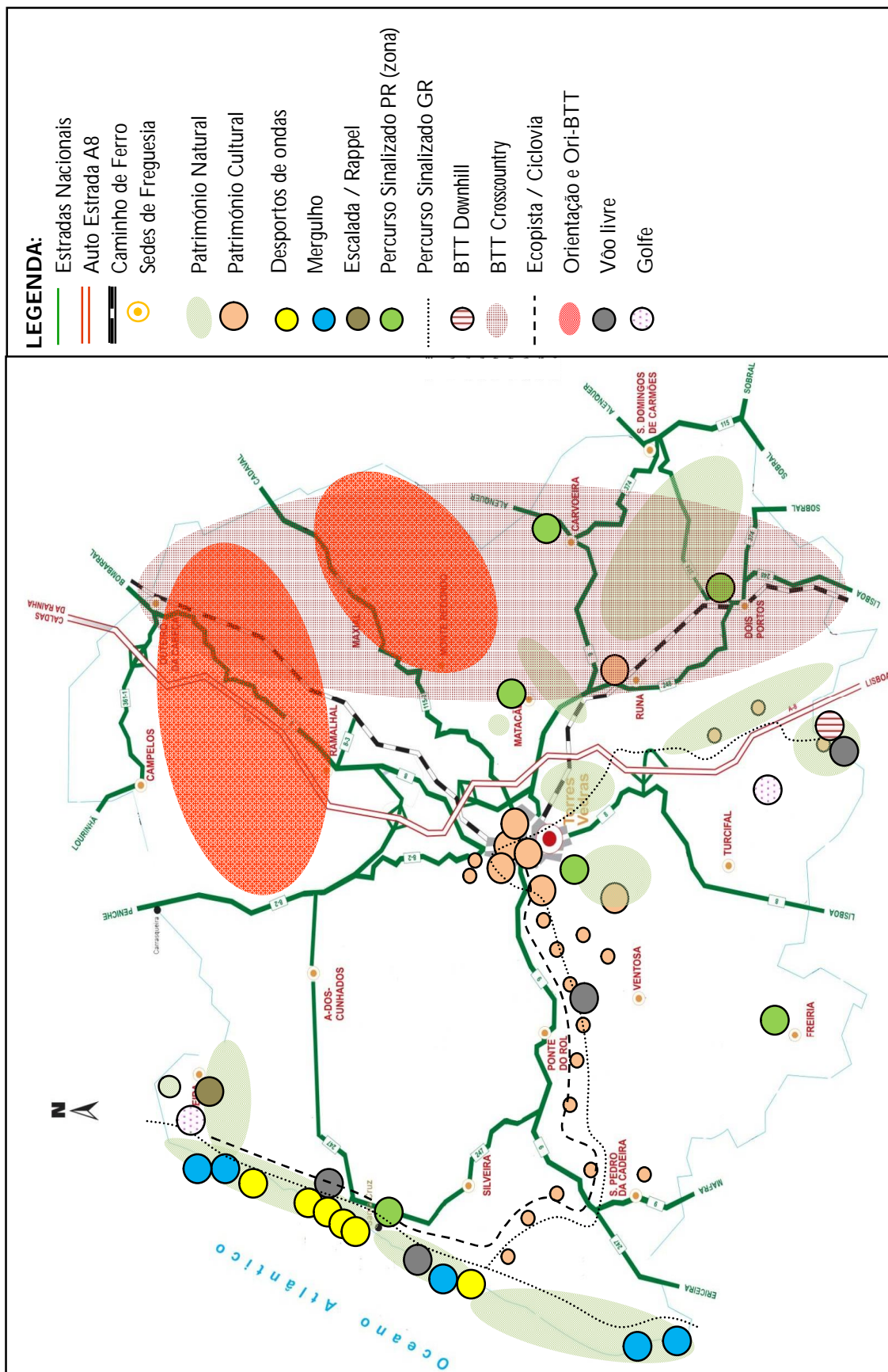


Figura 21: Mapa esquematizado dos recursos para Turismo Activo no concelho de Torres Vedras

4.5 Entrevistas aos *stakeholders*

4.5.1 Relevância da consulta aos *stakeholders*

Como se constatou no ponto 2.4, a noção de desenvolvimento de turismo sustentável pressupõe um processo de planeamento que encare o turismo de uma maneira holística, atendendo a diferentes interesses. Sendo um fenómeno complexo, a actividade turística envolve múltiplos actores com interesse no processo de desenvolvimento (*stakeholders*) e as interacções entre eles são importantes para o sucesso. Desta forma, a identificação das múltiplas opiniões, mais ou menos subjectivas, de todos aqueles que estão interessados no turismo tem o objectivo de integrar essas preocupações e interesses num planeamento eficaz (Department for Communities and Local Government, 2006; Moniz, 2006; Vareiro, 2008). Segundo Zimmer e Grassman (1996), a entrevista a estes *stakeholders* é um método eficaz para obter informação muito útil sobre a situação local do sector.

4.5.2 Metodologia específica

A técnica de abordagem aos actores considerados informadores privilegiados para o efeito, foi a entrevista semi-estruturada (Quivy e Campenhaut, 2008). 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 que representam. Não obstante, e sempre com o tema “turismo activo” como pano de fundo, foram estabelecidos um conjunto de categorias que permitiram dar alguma coerência e homogeneidade às diferentes entrevistas concretizadas:

- A – Situação de referência do turismo no concelho de Torres Vedras;
- B – Os parceiros no processo de desenvolvimento turístico;
- C – O futuro do turismo no concelho de Torres Vedras.

Assim, durante as entrevistas foi utilizado um guião composto por tópicos (anexo III) com a função de orientação geral da conversa, não sendo imperativo (nem possível) segui-lo integralmente. A construção do guião foi o resultado do estudo prévio da realidade local através da revisão da literatura e de uma análise de documentos de promoção turística.

Um dos critérios seguidos para a selecção dos entrevistados foi garantir a representatividade dos principais grupos de interesse, directa e indirectamente ligados ao desenvolvimento da vertente do turismo activo no concelho de Torres Vedras. Tendo em

conta os objectivos deste estudo e as suas condicionantes, optou-se por focar a atenção no sector da oferta.

Para tal, foi elaborada uma lista provisória de instituições e personalidades de referência do território, a qual serviu como elemento orientador dos contactos entretanto encetados (quadro 16).

Quadro 16: *Stakeholders* de Torres Vedras contactados para a realização de entrevistas

Instituições públicas		Presidente da CMTV Dr. Carlos Miguel
	Câmara Municipal de Torres Vedras	Chefe da Divisão de Educação, Juventude, Desporto e Assuntos Sociais. Dr. Rodrigo Ramalho
	Turismo do Oeste	Presidente da Direcção Dr. António Carneiro
Unidades de alojamento	Hotel Santa Cruz	Presidente da Administração Sr. Sérgio Simões
	Westin Campo Real Golf Resort & Spa	Presidente da Administração Dr. Netto de Almeida
	Hotel Golf Mar	Presidente da Administração Dr. António Salgado
	Hotel Império Hotel Águas do Seixo	Gerente Dr. Gonçalo Alves
Especialistas de desporto de natureza	Desportos de ondas	Dr. Gonçalo Alves
	Desportos de ondas	
	Organizador do evento Ocean Spirit Desportos de Ondas	Sr. Bruno Melo
	Académico de Torres Vedras: Orientação, BTT, Pedestrianismo, Escalada e Montanhismo	Vice-Presidente da Direcção Dr. Francisco Rodrigues

O Dr. António Carneiro, presidente do Turismo do Oeste, alegou indisponibilidade e respondeu às questões via correio electrónico, constituindo assim uma excepção na metodologia aplicada. Apesar das inúmeras tentativas de contacto, não foi possível ter resposta de um responsável nem do *Westin* Campo Real Golf Resort & Spa nem do Hotel Golf Mar. As restantes entrevistas foram gravadas e a transcrição integral foi efectuada.

4.5.3 Tratamento e análise da informação recolhida

A análise qualitativa 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 (Vareiro, 2008). Os resultados da análise das entrevistas efectuadas são apresentados atendendo às categorias previamente definidas:

A – Situação de referência do turismo no concelho de Torres Vedras

Todos os entrevistados reconheceram a importância do sector do turismo no desenvolvimento de uma região, sendo que Torres Vedras não foge à regra. No entanto, o sector público indica que, sendo o turismo muito importante, não será determinante. Isto, porque o concelho tem o “privilégio”³³ de ter uma economia muito diversificada e versátil.

Existe consenso quanto à indefinição, ou mesmo inexistência, de um posicionamento concreto do concelho no mercado turístico. De acordo com António Carneiro, terá porventura algumas localizações (Porto Novo/Vimeiro e Campo Real), sendo que a mais conhecida, a Praia de Santa Cruz, possui uma função não rigorosamente turística devido à forte componente de segunda habitação. Os responsáveis hoteleiros advertem para a “concorrência desleal”³⁴ proporcionada pela oferta de alojamentos (aluguer de casas) não legalizados.

Até há pouco tempo a oferta hoteleira era caracterizada por ser de baixa gama e direccionada para o turismo interno. No entanto, começam a aparecer alguns projectos, novos e de remodelação, que possibilitam a inversão desta situação e permitem pensar em “voos mais altos”³⁵. Porém, existem duas dificuldades transversais apontadas. A primeira diz respeito à actual incerteza da conjuntura económica internacional, levando à retracção de alguns investimentos. A segunda, é relativa às dificuldades impostas pelos instrumentos de ordenamento do território, com maior incidência no recente PROT-OVT (ver ponto 2.3.6) que, segundo os actores, veio “deitar por terra”³⁶ alguns planos de qualificação turística já em curso, desperdiçando os elevados gastos privados e públicos já dispendidos.

A elevada sazonalidade verificada nos últimos anos, mais acentuada na zona litoral do concelho, é um problema apontado pelos responsáveis hoteleiros, e considerado inibidor de investimentos. Porém, o crescimento do uso das centrais de reserva *online* por parte dos turistas, tem vindo a contribuir ligeiramente para esbater essa dificuldade.

De entre os principais recursos apontados pelos entrevistados, aquele que se destaca mais é a orla costeira. Foi valorizada a potencialidade deste recurso, não só para o turismo dito de “Sol e Mar”, mas também para o desenvolvimento de diversas actividades lúdico-desportivas. Foi referida também a importância do concelho possuir um interior

³³ Expressão utilizada pelo Dr. Carlos Miguel – Presidente da CMTV.

³⁴ Expressão utilizada pelo Sr. Sérgio Simões – Gerente do Hotel Santa Cruz.

³⁵ Expressão utilizada pelo Dr. Carlos Miguel – Presidente da CMTV.

³⁶ Expressão utilizada pelo Dr. Carlos Miguel – Presidente da CMTV.

muito rico em termos de paisagem rural e o facto de ter uma valência histórica que, não sendo monumental, é muito requintada e vasta. Mas a ideia comum assenta no facto de o concelho ter a capacidade e a possibilidade de responder a diversos segmentos com respostas de qualidade. O mar, a praia, a serra, os espaços verdes e o espaço de floresta, permitem uma série de actividades relacionadas com o turismo activo. Em termos culturais, as infra-estruturas e o vasto espólio histórico ligados às Linhas de Torres, são apontados como recursos que não têm sido devidamente aproveitados para o desenvolvimento turístico e que poderia marcar a diferença, enquanto vantagem competitiva.

Santa Cruz, apesar de não ser a localidade com maior oferta de alojamento, é o *ex-libris* do turismo do concelho, pela sua componente balnear e cosmopolita. O programa de animação cultural e desportiva, desenvolvido pelo município para esta estância, é elogiado por todos os entrevistados, pecando apenas por se desenvolver unicamente na época alta (Julho e Agosto). A ligação aos desportos de ondas é evidente, bem encarada pelos hoteleiros e assumida como estratégia de posicionamento no mercado pela CMTV. Contudo, é reconhecida alguma dificuldade neste ponto, sobretudo em termos internacionais, devido à proximidade de dois destinos de *surf* por excelência: Ericeira e Peniche. Por outro lado, as praias do concelho são consideradas de melhor qualidade para a iniciação às modalidades. A modalidade de *kitesurf*, com praticantes normalmente com poder de compra superior à média, encontra nas praias de Santa Cruz excelentes condições de prática. O evento *Ocean Spirit*³⁷ surgiu há três anos com o objectivo primeiro de começar a lançar Santa Cruz como um destino de eleição para o *kitesurf* (mas também para outras modalidades) tendo até agora, segundo os responsáveis, obtido bons resultados. Mais uma vez, apesar de reconhecerem que existem ganhos indirectos, as críticas incidem na opção de realizar o evento na época em que os hotéis já estão cheios.

A CMTV tem dado alguns passos para que o concelho de Torres Vedras possa ser reconhecido como referência no desporto informal. Nos últimos anos, têm sido implementadas algumas medidas e infra-estruturas positivas, com destaque para a animação desportiva dos Parques Verdes, a rede de percursos pedestres sinalizados, também com iniciativas de animação e a disponibilização de ciclovias e eco-pistas cicláveis, como

³⁷ O "Ocean Spirit" é um Festival Internacional de Desportos de Ondas e de Música, envolvendo vários campeonatos nacionais, internacionais e mundiais de desportos de ondas, na mesma semana e no mesmo local. Em paralelo, é levado a cabo um programa de concertos e animação nocturna.

resposta ao “fenómeno”³⁸ do BTT, com uma enorme tradição de prática no concelho. Neste ponto da animação desportiva, há a convergência no entendimento de que se está no bom caminho, ombreando bem com concelhos reconhecidos nesta área, assistindo-se a um crescendo em termos de qualidade e quantidade da oferta proporcionada pela CMTV ou pelas associações locais. Porém, continua a existir dificuldade por parte da hotelaria em corresponder às necessidades dos seus clientes em termos de ocupação dos tempos de lazer.

O golfe, produto indicado no PENT como prioritário para a Região Oeste, é entendido como uma boa oportunidade de desenvolvimento, mas com alguns entraves. Enquanto que a maioria dos responsáveis hoteleiros encara este produto como forma de atrair clientes com um poder de compra superior à média e com a valência de combater a sazonalidade, os responsáveis públicos afirmam que Torres Vedras não deve perder essa oportunidade, mas que não tem necessidade de ter o golfe como a sua referência a nível turístico. O responsável associativo entrevistado e mesmo um representante da hotelaria, entendem o golfe como “mais do mesmo”³⁹, não constituindo uma evidente vantagem competitiva para Torres Vedras. Ambos chamam a atenção para os possíveis danos ambientais e socioculturais que podem surgir a longo prazo, com a aposta neste segmento.

O principal entrave apontado ao desenvolvimento eficaz do sector do turismo no concelho de Torres Vedras está relacionado com a não definição clara de uma estratégia para o sector, que permita que os agentes interessados prossigam os seus objectivos de forma conjunta, aproveitando sinergias. Torres Vedras não possui, neste momento, uma complementaridade de oferta, essencial para caracterizar um destino turístico eficaz. Segundo, o responsável associativo, falta um instrumento básico de promoção que é um portal *online* direccionado ao mercado desejado para o concelho. Mas, para isso, há necessidade de anteriormente definir o que se quer promover e de que forma.

Questionado acerca da promoção da animação turística do concelho, o edil de Torres Vedras informou que a revista “Um concelho”, que é distribuída por todos os municípios e que inclui uma separata com a oferta camarária e associativa, é também disponibilizada em todos os estabelecimentos de alojamento torrienses. No entanto, esta

³⁸ Expressão utilizada pelo Dr. Rodrigo Ramalho, Chefe de Divisão do Desporto e Educação da CMTV.

³⁹ Expressão utilizada pelo Dr. Francisco Rodrigues, Vice-Presidente do Académico de Torres Vedras, e pelo Dr. Gonçalo Pereira, Administrador do Hotel Império e do Empreendimento Areias do Seixo.

iniciativa é escassa, local, e carece de uma publicação bilingue, falha grave, no entender do segmento hoteleiro.

B – Os parceiros no processo de desenvolvimento turístico

As entidades visadas como parceiras para o processo de desenvolvimento turístico foram a CMTV, o segmento da oferta de alojamento, a restauração, o tecido associativo do concelho, as empresas de animação turística e a entidade Turismo do Oeste.

Todos os entrevistados afirmaram existir uma boa relação de cooperação entre eles, salvaguardando os pontos de vista e interesses individuais. Excepções a esta regra dizem respeito à quase total inexistência de contactos com empresas de animação turística e também à relação entre entidades hoteleiras, caracterizadas pela falta de cooperação empresarial.

Relativamente à primeira excepção, a ausência de uma presença marcada deste tipo de empresas, resulta na dificuldade em encontrar programas de animação turística à medida dos clientes. Deste modo, o apoio que a “hoteleria de qualidade”⁴⁰ solicita à CMTV, é em termos de ocupação ou possibilidades de ocupação (programas de animação) daqueles que fazem ali uma estada. Segundo estes dois intervenientes, existe uma grande reciprocidade e colaboração a esse nível. Não obstante, a CMTV salvaguarda que “em tudo aquilo que os privados possam fazer, o sector público não tem a necessidade de lá chegar”⁴¹. Na falta de entidades privadas especializadas na oferta de produtos de animação turística, o Município tem privilegiado sempre os contactos com o tecido associativo do concelho. Este apoio é entendido como um duplo benefício, na medida em que é um investimento que promove a associação e que depois reverte a favor dos munícipes. O responsável associativo afirma que esta solução é a melhor, do ponto de vista do enraizamento da oferta. Ou seja, não parte da oferta pública como em concelhos vizinhos, mas também não parte de uma oferta privada desenraizada. Assim, a oferta poderá ser associativa ou de iniciativa privada, desde que enquadrada por uma orientação comum.

No que diz respeito à segunda excepção apontada, existe alguma falta de cooperação entre os agentes hoteleiros. Apesar de reconhecerem que este facto prejudica o desenvolvimento geral do turismo, continua a existir uma ausência de partilha de

⁴⁰ Expressão utilizada pelo Dr. Carlos Miguel – Presidente da CMTV.

⁴¹ Expressão utilizada pelo Dr. Carlos Miguel – Presidente da CMTV.

conhecimentos, impedindo a implementação e o sucesso de projectos em comum, que poderiam potenciar o concelho como destino turístico.

A ligação entre o Turismo do Oeste e os agentes locais do concelho é vista por ambas as partes como positiva. Tanto a CMTV como o Turismo do Oeste, têm assumido as suas prioridades. Em conjunto, devem criar condições para a captação de investimentos. Separadamente, a primeira deve promover a melhoria dos equipamentos, espaços públicos e animação, enquanto que o segundo organismo deve incidir na promoção/informação.

C – O futuro do turismo no concelho de Torres Vedras

Relativamente ao que poderia ser feito para promover o desenvolvimento do turismo, no geral, e mais especificamente do segmento do turismo activo, foram mencionadas algumas requalificações e aproveitamentos de alguns recursos existentes, que enunciaremos de seguida. Porém, a necessidade de estabelecer uma estratégia bem definida, foi o ponto comum nas respostas dos entrevistados do sector privado e associativo. Como já referido na análise da categoria A, o concelho deve, através de um processo de discussão guiada e estruturada, procurar definir aquilo que pretende promover e de que forma fazê-lo. Deve sobretudo procurar idiosincrasias e espaços vazios no mercado. Um tipo de turismo alternativo, mas inovador, “sem cair numa área alternativa igual às outras áreas alternativas”⁴². Além disso, tudo deve estar interligado numa oferta global de promoção do próprio concelho. Ou seja, a imagem de marca deve ser bem definida e promovida por todos os actores turísticos.

Dentro deste tema, as Linhas de Torres, como recurso histórico-cultural, foram apontadas unanimemente como tendo potencial para compor o tema aglutinador da identidade turística do concelho, a imagem de marca. É um recurso com um enorme potencial, tendo, além do mercado interno, dois enormes mercados internacionais interessados: o inglês e o francês. Sendo que, nem todos os produtos terão algo directamente relacionado com o tema, esse património intangível deveria estar presente. O segmento da oferta de turismo activo teria então oportunidade de desenvolver inúmeras iniciativas e produtos contextualizados, aliando a vertente desportiva à cultural, gerando uma dinâmica positiva. As comemorações do Bicentenário das Invasões Francesas, a desenvolver ao longo do ano de 2010, será uma oportunidade única de promoção desta identidade.

⁴² Expressão utilizada pelo Dr. Francisco Rodrigues – Vice-presidente do Académico de Torres Vedras.

Foi referido por um representante do segmento de alojamento que, apesar de existir uma entidade que representa vários concelhos da região a nível turístico (Turismo do Oeste), talvez pudesse existir uma forma associativa do turismo para o concelho de Torres Vedras, de modo a fomentar a cooperação dos vários interesses e intervenientes e criar uma dinâmica própria.

Uma grande vantagem do concelho, e que deve ser explorada, é o seu posicionamento geográfico. Sem se inserir na sua área metropolitana, o território está situado relativamente próximo de Lisboa, possuindo uma identidade paisagística muito própria.

Relativamente aos recursos a desenvolver referidos pelos entrevistados, podem-se agrupar em três grupos: a orla costeira, o interior rural do concelho e o centro histórico da cidade de Torres Vedras.

Dentro dos 20 km de orla costeira, mais extensa do que noutros concelhos vizinhos, “aquilo que se deve vender para o exterior é Santa Cruz”⁴³. É aí que se deve encontrar alguma concentração de visitantes. Os desportos de ondas devem fazer parte da identidade de Santa Cruz, integrados de uma forma natural na urbanidade destas praias. No entanto, para potenciar esta actividade faltará um enquadramento no que diz respeito ao apoio técnico (locais de informação especializados) mas principalmente ao nível de capacidade de alojamento direccionado para este mercado (*surfcamps*). Os eventos como o *Ocean Spirit* são indispensáveis na promoção deste segmento e devem continuar a ser constantemente melhorados. A Praia Azul foi apontada como aquela que reúne melhores condições para o desenvolvimento turístico destas modalidades.

A restante área da orla costeira tem enormes potencialidades para ter uma exploração ligada a um turismo activo, ecológico, de baixo impacto. Existem inúmeras possibilidades de aliar a vertente desportiva à cultural, aproveitando a beleza paisagística e as singularidades ambientais. O projecto de implementação de um Parque Aventura, direccionado para a dinamização de actividades de desporto na natureza, é encarado por todos os entrevistados como uma enorme oportunidade de desenvolvimento da região, colmatando uma lacuna da oferta turística existente. Com este projecto, a CMTV tem como objectivos diversificar a oferta de animação existente no concelho e combater a acentuada sazonalidade da procura da zona litoral do concelho. Para isso, há o

⁴³ Expressão utilizada pelo Dr. Carlos Miguel – Presidente da CMTV.

entendimento geral que deve existir algum cuidado na sua gestão, de modo a conciliar os interesses dos agentes já a operar e integrá-lo numa estratégia global.

As freguesias do interior do concelho foram mencionadas pela maioria dos entrevistados como possuindo um elevado valor de património natural e cultural que pode ser melhor aproveitado turisticamente. A paisagem predominantemente agrícola e florestal, a cultura da vinha e as tradições associadas, os moinhos de vento, tal como a existência de quintas centenárias com património edificado, são recursos que no concelho estão por explorar. Esta riqueza patrimonial e paisagística, segundo os entrevistados, é propícia à implementação de produtos característicos do segmento de turismo activo, o que poderia ser uma mais-valia para algumas freguesias mais desfavorecidas economicamente.

O centro histórico de Torres Vedras tem vindo a ser alvo de uma requalificação urbanística de fundo. A CMTV pretende com isto, em paralelo com uma intervenção e dinamização social, criar condições para fomentar o investimento privado nessa zona, sobretudo a nível de lazer e cultura. A partir do momento em que o centro histórico possa ter uma força de atracção, então, sugere o representante associativo, esse espaço passa a ser propício para realizar actividades diferentes, aliando a actividade física em contexto urbano (conjugando com as zonas verdes contíguas) com a componente cultural.

Torres Vedras possui ainda dois espaços termais (descritos no ponto 3.5.2.), “fabulosos pelas suas potencialidades e envolvimento”⁴⁴. Este nicho de mercado em crescimento deverá ser tido em conta na implementação de qualquer estratégia de desenvolvimento do turismo activo.

4.6 Análise SWOT

4.6.1 Caracterização do instrumento “Análise SWOT”

Neste estágio do processo de planeamento, podemos resumir as grandes oportunidades e os maiores limites ao desenvolvimento do turismo activo no concelho de Torres Vedras. Este procedimento proporciona a base para a delimitação das recomendações, no sentido do aproveitamento das oportunidades de desenvolvimento e da resolução, ou mitigação, dos limites a esse desenvolvimento.

Originalmente utilizada para organizações comerciais, vários autores indicam a técnica da análise SWOT (do inglês, *Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats*), como meio eficaz para análise resumida do potencial de uma área para o desenvolvimento

⁴⁴ Expressão utilizada pelo Dr. Rodrigo Ramalho – Chefe de Divisão do Desporto e Educação da CMTV

turístico, pois permite isolar pontos-chave que facilitam posteriormente uma abordagem estratégica (Dantas e Melo, 2008; Gályász et al., 2007; Karppi, Kokkonen e Lähteenmäki-Smith, 2001; OMT, 2003; Zimmer e Grassman, 1996). De acordo com o Observatório do QREN (s.d.), o objectivo da análise SWOT neste contexto, consiste em incorporar nas reflexões sobre um determinado território, tanto as suas características intrínsecas, como os factores determinantes no ambiente em que está inserido. Pretende-se com isto, reduzir as áreas de incerteza relacionadas com a possível implementação de um projecto ou medida. Permite ainda a definição de uma estratégia relevante para o contexto em que a acção terá lugar.

Numa análise SWOT são identificados os pontos fortes que devem ser potenciados, os pontos fracos que devem ser minimizados, as oportunidades que devem ser aproveitadas e as ameaças que devem ser mitigadas. Os pontos fortes e pontos fracos dizem respeito a factores internos, enquanto que as oportunidades e ameaças (ameaças que podem ser convertidas em novas oportunidades) dizem respeito a factores externos (André e Cardoso, 2006; Valentin, 2001). Karppi et al. (2001) referem que estas duas perspectivas são caracterizadas pelos diferentes graus de controlo de cada uma. Ou seja, a dinâmica não controlável do ambiente externo, pode constituir um sério empecilho ao desenvolvimento de um processo de planeamento estratégico. Mas, apesar de não ser possível controlá-lo, deve ser monitorizado com frequência, de forma a aproveitar as oportunidades e evitar as ameaças. Já os factores internos são, ou pelo menos devem ser, mais facilmente controláveis pela entidade responsável pelo processo, uma vez que ele é resultado das estratégias de actuação definidas pela própria dinâmica interna.

Os quatro elementos de uma análise SWOT, integrada numa estratégia de planeamento de desenvolvimento de um território, adaptados de Karppi et al (2001), são apresentados no quadro 17.

Quadro 17: Elementos da análise SWOT

Ambiente interno	Ponto forte Recurso ou capacidade de um território, que pode ser efectivamente usado para alcançar os objectivos.	Ponto Fraco Limitação ou falha num território que o limita no seu desenvolvimento.
Ambiente externo	Oportunidade Elemento externo ao território favorável ao seu desenvolvimento.	Ameaça Elemento externo ao território que pode ser potencialmente danoso ao seu desenvolvimento.

4.6.2 Análise SWOT do concelho de Torres Vedras para o segmento de turismo activo

No quadro 18 sintetizam-se através de uma matriz de análise SWOT, os principais resultados da avaliação do potencial do concelho de Torres Vedras no que diz respeito ao segmento de oferta do turismo activo. As particularidades deste projecto justificam a subdivisão em duas partes, nomeadamente aplicada ao território e aplicada aos aspectos particulares deste projecto.

Entre os pontos fortes, destacam-se a existência de recursos para a prática de diversas modalidades características dos produtos de turismo activo e também a dinâmica de animação desportiva e cultural por parte das associações e do município. Contudo, estes pontos fortes não se traduzem numa estratégia clara para o desenvolvimento do turismo, que permita incentivar investimentos privados e colmatar alguns pontos fracos dos seus recursos, nomeadamente na sua sinalização, manutenção e enquadramento. Em relação às oportunidades, salienta-se o enorme potencial do recurso das Linhas de Torres Vedras como tema aglutinador de produtos que possam vir a ser desenvolvidos. A integração do território num Pólo de Desenvolvimento Turístico poderá servir de base para o desenvolvimento de uma estratégia que permita tomar partido das tendências mais activas e independentes do turista actual. As ameaças, que a médio e longo prazo se poderão transformar em oportunidades, centram-se principalmente na desarticulação das iniciativas desenvolvidas a nível macro e micro político com a realidade local, levando a um posicionamento desajustado do turismo do concelho de Torres Vedras.

Quadro 18: Análise SWOT do turismo activo no concelho de Torres Vedras

PONTOS FORTES	TERRITÓRIO
	<ul style="list-style-type: none"> • Diversidade de recursos naturais adequados para actividades de desporto na natureza, no mar, em terra e no ar; • Património associado às Linhas de Torres; • Qualidade da paisagem rural do interior do concelho; • Existência de património cultural edificado relevante; • Tradições rurais ligadas à produção de vinho; • Diversidade e qualidade paisagística geral; • Rede de percursos pedestres e ciclo/eco vias; • Dois complexos termais (um está desactivado); • Proximidade e acessibilidade a Lisboa; • Clima ameno ao longo do ano;
	PROJECTO
	<ul style="list-style-type: none"> • Dinâmica desportiva e cultural do tecido associativo; • Vontade política na promoção de animação desportiva e cultural; • Boa cooperação entre CMTV, hotelaria e associações; • Estabilidade política municipal.

Quadro 18: Análise SWOT do turismo activo no concelho de Torres Vedras (continuação)

PONTOS FRACOS	<p>TERRITÓRIO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Inexistência de empresas de animação turística no concelho; • Falta de informação e divulgação das características do concelho para a prática de desportos na natureza; • Falta de infra-estruturas de apoio aos desportos de ondas (informação e alojamento); • Ausência de identificação das zonas com usos específicos para a prática de actividades de desportos na natureza; • Inexistência de um plano de águas calmas para desportos náuticos; • Número reduzido de unidades de Turismo em Espaço Rural (TER); • Poluição significativa das principais linhas de água; <p>PROJECTO</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ausência de estratégia clara para o turismo do concelho; • Indefinição ou inexistência de um posicionamento no mercado turístico; • Pouca cooperação entre unidades de alojamento.
OPORTUNIDADES	<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento da procura nacional e internacional no segmento do turismo activo; • Tendências da procura turística (ver ponto 2.6); • Potencial crescimento do número de empresas de animação turística; • Interesse do mercado francês e inglês nas Linhas de Torres; • Comemorações do Bicentenário das Invasões Francesas em 2010; • Crescimento da utilização das novas tecnologias da comunicação por parte dos turistas; • Existência do Plano Estratégico Nacional do Turismo; • Interesse do PDTOT no desenvolvimento de um plano estratégico turístico para a região; • Parcerias com concelhos vizinhos; • Integração do território em Grandes Rotas pedestres ou cicláveis; • Proximidade com escolas superiores de turismo de referência.
AMEAÇAS	<ul style="list-style-type: none"> • Transformação do concelho numa “zona de passagem turística” de Lisboa para o Oeste (Óbidos, Peniche, Nazaré...). • Desinteresse da iniciativa privada na promoção de produtos de turismo activo; • Crise económica internacional – diminuição da procura; • Crescente concorrência a nível regional e nacional; • Concorrência com Ericeira e Peniche, referências internacionais na área dos desportos de ondas; • Monopolização da oferta de animação por parte das associações e do município; • Procura concentrada (geográfica e temporal) de alguns dos espaços com maior potencial para a prática de turismo activo pode levar à saturação dos mesmos. • Concentração da oferta turística em Santa Cruz, Porto Novo e Torres Vedras; • Instrumentos de ordenamento do território limitadores de investimentos turísticos; • Erosão costeira; • Degradação ambiental dos recursos naturais; • Aumento da sazonalidade turística.

4.7 Síntese

Os recursos turísticos constituem a base do desenvolvimento turístico, na medida em que promovem a deslocação de pessoas. Apesar de, por si só, não serem suficientes para o funcionamento da actividade turística, devem ser equacionados e potenciados enquanto factores de atracção e diferenciação.

Deste modo, neste capítulo procedeu-se à avaliação dos recursos do concelho de Torres Vedras no que diz respeito ao potencial para o desenvolvimento do turismo activo. Após a sua identificação e inventariação numa ferramenta de consulta, foi realizada uma avaliação com a colaboração de especialistas em diversas modalidades de desporto na natureza. Esta etapa permitiu concluir que os desportos de ondas são aqueles que encontram maior número de recursos básicos. O uso do BTT aplicado a diversas disciplinas também tem um elevado potencial para o seu desenvolvimento. Contudo, outras modalidades dispõem de recursos naturais suficientes para promover a sua prática, deduzindo uma versatilidade do território relativamente às características naturais necessárias para o desenvolvimento destas modalidades.

Apesar de o território reunir potencial para se tornar num destino competitivo de turismo activo, os *stakeholders* entrevistados, apontam a falta de uma estratégia clara para o turismo concelhio como o principal entrave ao desenvolvimento do sector.

A avaliação resumida que foi apresentada numa matriz SWOT contribuirá certamente para a delineação de uma estratégia que permita o desenvolvimento da complementaridade da oferta turística, de modo a que esta actividade assuma um peso cada vez maior na economia local, de forma sustentada e diferenciadora.

5 Propostas para o Plano Estratégico para o Turismo Activo no concelho de Torres Vedras

5.1 Introdução

A partir da avaliação integrada do potencial global do concelho para o desenvolvimento de produtos no segmento de turismo activo, resumida na matriz SWOT apresentada no capítulo anterior, no contexto da análise da complementaridade da oferta turística, pretende-se agora propor uma linha estratégica para o planeamento turístico do município, correspondendo a uma missão e visão de desenvolvimento do turismo activo.

Este contributo para uma estratégia de desenvolvimento será consubstanciado através da definição de um conjunto de objectivos estratégicos associados e de uma proposta de Plano de Acção materializando as principais intervenções consideradas necessárias para a concretização da estratégia definida.

Não será demais referir que, embora enquadrado por instrumentos de planeamento já existentes, o presente estudo é apenas focado no desenvolvimento do segmento do turismo activo. A proposta para o Plano Estratégico para o Turismo Activo no Concelho de Torres Vedras (PETATV) resultante terá forçosamente de ser integrado numa futura estratégia global para o turismo do concelho de Torres Vedras.

5.2 Síntese interpretativa do diagnóstico

Identificados os pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças, é agora necessário retirar inferências através das suas combinações, de modo a gerar acções ou medidas que possam ser orientadoras para a elaboração de uma estratégia de desenvolvimento do turismo activo no concelho de Torres Vedras.

A Matriz TOWS (*Threats, Opportunities, Weaknesses and Strengths*), segundo Wehrich (1982), é um método eficaz de análise sistemática, que facilita a ligação entre o ambiente externo com o interno da organização ou do processo. Dyson (2003) corrobora esta ideia indicando que a utilização da Matriz TOWS após a identificação dos componentes da análise SWOT, possibilita a identificação de algumas opções estratégicas de forma a tirar vantagem das oportunidades, ao mesmo tempo que minimiza o impacto dos pontos fracos e das possíveis ameaças. Ambos os autores salientam a importância desta ferramenta para facilitar a análise e a procura de sugestões para a tomada de decisões no desenvolvimento eficaz de um processo estratégico.

No quadro 19 são identificados quatro tipos de medidas conceptuais resultantes da Matriz TOWS. A partir desta avaliação podem ser geradas as linhas orientadoras da estratégia. Na prática, algumas destas medidas sobrepõem-se. Contudo, podem ser concertadas e correlacionadas posteriormente (Wehrich, 1982).

Quadro 19: Medidas conceptuais resultantes da Matriz TOWS (Dyson, 2003 e Wehrich, 1982)

Elemento		Aspectos internos	
		Pontos Fortes	Pontos Fracos
Aspectos externos	Oportunidades	Medidas de consolidação e reforço da competitividade.	Medidas de mudança estratégica
	Ameaças	Medidas de sustentabilidade	Medidas de coesão e solidariedade

Analisando a relação entre os pontos fortes e as oportunidades, evidenciam-se as vantagens competitivas do município. Nesta lógica, é possível utilizar os pontos fortes de modo a tirar o melhor partido das oportunidades identificadas. As medidas resultantes devem ser de consolidação e reforço da competitividade.

Por outro lado, relacionando os pontos fracos com as oportunidades poderemos indicar alguns posicionamentos menos bem conseguidos e que necessitam de alguma reformulação. Estas medidas de mudança estratégica devem sugerir hipóteses de superação dos pontos fracos de modo a poder tirar partido das oportunidades.

As medidas de sustentabilidade são as que se obtêm relacionando as ameaças com os pontos fortes. A redução do impacto da concretização das ameaças será tanto maior, quanto o aproveitamento dos pontos fortes como capacidades de defesa da estratégia.

As vulnerabilidades do sistema são expostas relacionando as ameaças com os pontos fracos. Caso os pontos fracos não sejam combatidos, potenciarão a concretização das ameaças. As medidas a tomar tomam a forma de fomento da coesão e solidariedade entre *stakeholders*, reconhecendo o turismo como um fenómeno abrangente a toda a sociedade.

Do quadro 20 ao quadro 23 apresenta-se a Matriz TOWS elaborada para o desenvolvimento de um conceito estratégico para o destino Torres Vedras.

Quadro 20: Matriz TOWS – oportunidades versus pontos fortes

<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>A- Crescimento da procura de turismo activo; B- Comemorações do Bicentenário das Invasões Francesas; C- Interesse do mercado Inglês e Francês; D- Proximidade relativa a Lisboa.</p>	<p style="text-align: center;">PONTOS FORTES</p> <p>1- Diversidade de recursos para desporto na natureza complementados por recursos culturais; 2- Dinâmica de animação desportiva e cultural; 3- Património associado às Linhas de Torres; 4- Ambiente e património rural.</p>
<p>MEDIDAS DE CONSOLIDAÇÃO E REFORÇO DA COMPETITIVIDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Produtos turísticos ‘ativos’/multi-actividades/experiências baseados em natureza e cultura (A;1;2;3;4); • Programas de curta duração de elevada qualidade – mercado interno (D;1;2;3;4); • Incentivo ao Turismo em Espaço Rural (A;C;D;4); • Imagem de Marca – Linhas de Torres Vedras – como diferenciação turística (B;C;3). 	

Quadro 21: Matriz TOWS – oportunidades versus pontos fracos

<p style="text-align: center;">OPORTUNIDADES</p> <p>A- Comemorações do Bicentenário das Invasões Francesas; B- Potencial crescimento de EATs a nível nacional; C- Futuro plano estratégico do PDTO; D- Crescente utilização de novas tecnologias; E- Parcerias com concelhos vizinhos.</p>	<p style="text-align: center;">PONTOS FRACOS</p> <p>1- Indefinição de posicionamento e identidade turística; 2 - Ausência de empresas de animação turística; 3- Falta de infra-estruturas de apoio ao desporto na natureza (apoio, informação e alojamento); 4- Fraca informação e divulgação; 5- Fraca cooperação entre unidades de alojamento; 6- Ausência de plano de águas calmas.</p>
<p>MEDIDAS DE MUDANÇA ESTRATÉGICA</p> <ul style="list-style-type: none"> • Definição e construção de imagem de marca e estratégia competitiva (A;1;4); • Qualificação dos instrumentos de promoção externa e comunicação interna (stakeholders) (B;D;2;3;4;5) • Qualificação dos recursos (apoio, informação e alojamento) (A;1;2;3;4); • Aumento e diversificação da oferta complementar em parceria com concelhos vizinhos (C;E;2;5;6). 	

Quadro 22: Matriz TOWS – ameaças versus pontos fortes

<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <p>A- Transformação em “zona de passagem”; B- Concorrência a nível regional; C- Saturação de espaços com maior potencial para turismo activo; D- Desinteresse da iniciativa privada; E- Concentração da oferta no litoral e cidade; F- Degradação ambiental.</p>	<p style="text-align: center;">PONTOS FORTES</p> <p>1- Diversidade de recursos para desp. na natureza; 2- Existência de património cultural relevante; 3- Interesse político na animação desportiva e cultural; 4- Qualidade da paisagem e património edificado rural; 5- Rede de percursos pedestres e ciclo / eco vias (incentivo à preservação).</p>
<p>MEDIDAS DE SUSTENTABILIDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Criação de imagem sólida e diferenciada (A;B;D;1;3;4); • Incentivo ao empreendedorismo turístico (B;D;1;2;3;4) • Incentivo ao Turismo em Espaço Rural (A;B;C;E;F;4) • Aumento e diversificação da oferta turística complementar (A;B;C;E;F;1;2;3;4;5) 	

Quadro 23: Matriz TOWS – ameaças versus pontos fracos

<p style="text-align: center;">AMEAÇAS</p> <p>A- Desinteresse da iniciativa privada; B- Concorrência a nível regional; C- Concentração da oferta no litoral e cidade; D- Saturação de espaços com maior potencial; E- Monopolização da oferta de animação por associações e CMTV.</p>	<p style="text-align: center;">PONTOS FRACOS</p> <p>1- Indefinição de estratégia turística; 2- Falta de informação e divulgação (int.. e ext.); 3- Fraca cooperação entre unidades de alojamento; 4- Falta de infra-estruturas de apoio; 5- Ausência de identificação das zonas com usos específicos; 6- Número reduzido de alojamento de TER; 7- Inexistência de empresas de Animação Turística.</p>
<p>MEDIDAS DE COESÃO E SOLIDARIEDADE</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sensibilização dos stakeholders para construção de estratégia comum (A;B;E;1;2;3;4;6;7) • Qualificação dos instrumentos de promoção externa e comunicação interna (stakeholders) (A;B;D;2;3) • Qualificação da sinalização e informação turística (C;D;4;5) • Incentivos à fixação de empresas de Animação Turística (A;B;E;7) 	

5.3 Conceito estratégico para o destino

Atendendo às oportunidades e pontos fortes apontados, salientam-se quatro grandes possíveis motivações turísticas diferenciadoras para o município (quadro 24):

Quadro 24: Motivações turísticas para o concelho de Torres Vedras

História e cultura	Património cultural edificado e a ligação a momentos históricos nacionais e internacionais.
Ruralidade	Qualidade da paisagem e tradições rurais ligadas à agricultura, principalmente à produção de vinho em quintas centenárias.
Litoral	Património ambiental e qualidade paisagística costeira.
Experiências activas	Diversidade de recursos naturais para a prática de desportos na natureza, com características ideais para a iniciação ou experimentação.

A última motivação identificada no quadro 24 assume-se como veículo condutor para o envolvimento do visitante nas outras três motivações. Ou seja, através de experiências activas, permite-se ao visitante fazer parte do lugar e de realizar a valorização actual e acumulada do património do local onde desfruta o seu tempo livre, interligando os tecidos rural, litoral e urbano, impelindo-o a prolongar a sua visita (figura 22).

No entanto, para que este processo se torne realidade, importa salientar que a sua concretização passa por diversos factores de mudança no concelho de Torres Vedras.

A análise levada a cabo no ponto anterior permite indicar a imprescindibilidade da definição de uma estratégia competitiva para o turismo do concelho, que seja clara e que sirva de orientação aos *stakeholders* envolvidos e a possíveis investidores. Tal como descrito no ponto 2.4.1, esta estratégia deverá ser uma iniciativa do organismo público responsável (Câmara Municipal de Torres Vedras), porém participada por todos os intervenientes no processo turístico, olhando para o turismo numa perspectiva global e sustentável, onde todos poderão ganhar se prevalecer uma visão de conjunto. Através do reconhecimento de

objectivos comuns, poderá prosseguir-se uma estratégia de “rede territorial”, alocando recursos para um fim fulcral: o desenvolvimento turístico sustentável do território nas vertentes económica, social e ambiental.

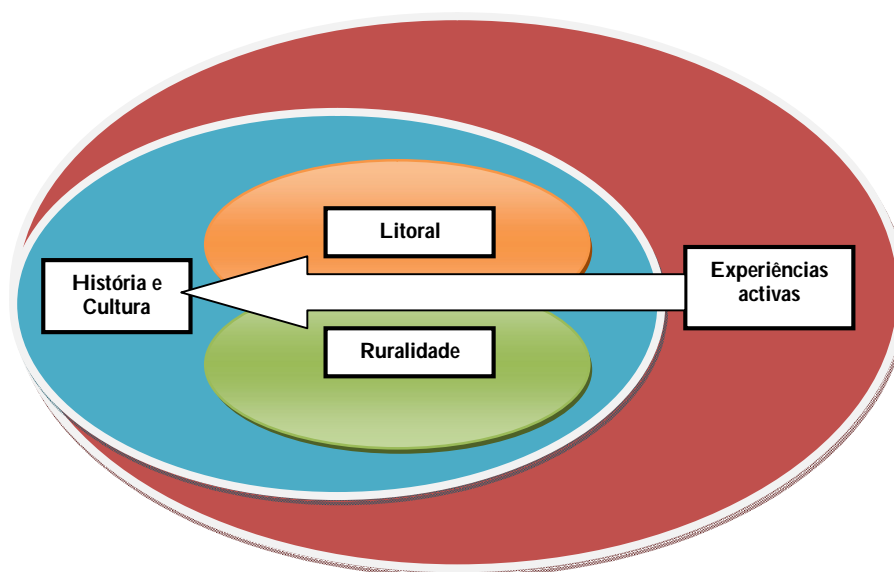


Figura 22: Relacionamento entre as motivações turísticas no concelho de Torres Vedras

A promoção de uma imagem de marca para o destino tem um papel crucial no desenvolvimento turístico de um local, na medida em que permite atingir um posicionamento favorável no mercado e face à concorrência. Esta marca serve para identificar claramente o território, para dar garantias sobre a sua qualidade e para personalizar, transmitir uma identidade própria, com a qual o público se possa identificar (Kastenholz, 2008). A “marca turística” a definir terá que ser autêntica, simples, diferenciadora e competitiva. Através desta identidade aglutinadora, será difundida uma imagem persuasiva e inovadora dos recursos locais que deverá ser promovida através dos meios mais adequados de forma intencionalmente dirigida e não demasiado generalizada.

Na sequência da imagem de marca, importa enquadrar os produtos do segmento do turismo activo e, conseqüentemente, da animação turística nas vertentes desportiva e cultural. Aqui deverão ser privilegiados aqueles que “respeitem” e promovam a identidade estratégica pretendida, integrando-os num programa geral do destino. Mais do que o aumento e diversificação da oferta turística complementar, a qualidade deve ser um aspecto de relevância fundamental em todos os programas propostos, devendo estes ser constantemente adaptados às tendências dos mercados, quer na forma, quer no conteúdo. Há que ter em conta as possíveis parcerias com territórios vizinhos, sempre que tal situação qualifique a oferta existente.

Impõe-se assim, em paralelo, a qualificação dos recursos naturais utilizados nas modalidades de desporto na natureza. Esta transformação diz respeito não só à sua conservação ou aparência estética, mas também à implementação de infra-estruturas de informação, apoio e alojamento direccionado às características dos seus visitantes tipo, que permitam uma fruição dos recursos de modo cativante, mas sustentado. Relativamente a este aspecto, Cunha (2003) adverte para a necessidade de redução do peso dos factores naturais, dando maior realce à inovação e à criatividade. Em sequência, devem ser idealizadas alternativas à exploração excessiva desse tipo de recursos, sendo adequado apoiar iniciativas paralelas destinadas ao reforço do conhecimento, restauração e conservação dos recursos naturais autóctones.

Também a formação de recursos humanos especializados, é fulcral na construção de uma base sólida para a melhoria da qualidade dos serviços. Com efeito, as actividades de desporto na natureza exigem um profundo conhecimento técnico e científico dos seus interventores, quer no plano da gestão, quer nas dinâmicas de execução.

Por último, mas não menos importante, o enfoque nos instrumentos facilitadores de investimento privado. As medidas a desenvolver devem incentivar a comunicação e a cooperação entre os diversos *stakeholders* públicos e privados, de modo a dotar os investidores de informação de suporte ao seu negócio, de forma permanente e actualizada. Trata-se de criar um ambiente atractivo, gerando um clima empresarial dinâmico e com credibilidade, cativando iniciativas privadas empreendedoras para as áreas deficitárias no concelho, como por exemplo, a nível de empresas de Animação Turística ou de alojamento de Turismo em Espaço Rural.

A partir do desenvolvimento coordenado e articulado destes factores de transformação, poderá ser então delineada uma estratégia para o desenvolvimento do turismo activo no concelho de Torres Vedras com o conceito estratégico delineado na figura 23.

A proposta deste conceito pressupõe uma aposta num tipo de turismo alternativo, onde impera a descoberta activa de atracções naturais e culturais, promovida por serviços turísticos enquadrados por uma imagem de qualidade, modernidade e inovação.



Figura 23: Conceito estratégico para o desenvolvimento do turismo activo em Torres Vedras

Deste modo, pretende-se enquadrar as orientações da estratégia turística nacional para a Região Oeste (ponto 2.4.5), dando simultaneamente resposta às tendências do turista actual (ponto 2.6) permitindo um crescimento sustentado da actividade, participado por agentes públicos, privados e comunidade residente.

A noção de “rede territorial” está implícita no conceito apresentado, constituído pela programação de uma “unidade turística” do ponto de vista da oferta que é colocada nos mercados nacionais e internacionais. É importante assim a junção de todos os visados e interessados no processo turístico do concelho, adoptando uma Visão comum e participada e criando uma estratégia de desenvolvimento que promova a construção de um produto-território sustentado (Almeida, 2004).

Propomos a adopção da seguinte Visão Estratégica do Plano, que descreve de forma sucinta as aspirações para o futuro, orientando e criando inspiração em todos os *stakeholders*:

VISÃO ESTRATÉGICA

Posicionar Torres Vedras no contexto turístico nacional
como referência dinamizadora de turismo activo.

A obtenção de resultados com esta Visão passa necessariamente pela adopção de uma estratégia baseada nos seguintes princípios:

- Sustentabilidade social: Sendo conhecido que o correcto desenvolvimento de actividades no segmento de turismo activo, implica um aumento da ocupação dos alojamentos e em consequência o respectivo aumento dos consumos e receitas turísticas (Almeida, 2004), deve ficar evidenciado que o aumento da qualidade de vida da comunidade residente deve ser um dos objectivos primordiais deste processo. Desta forma, a relação entre a comunidade visitada e o turista deve promover um referencial de equilíbrio entre as acções promovidas, garantindo a sustentabilidade não só económica e ambiental, mas também social.
- Qualidade e inovação: A qualidade e a inovação devem ser os factores essenciais de competitividade da estratégia. A crescente competitividade entre destinos e o constante aparecimento de novas formas de turismo, exigem uma permanente criatividade e flexibilidade estratégica. A monocultura do “Sol e Mar” deve dar lugar à diversificação de produtos, nomeadamente na complementaridade da oferta de lazer, adaptando a oferta às necessidades de uma clientela com origens e motivações muito diferenciadas, reduzindo ao máximo a excessiva dependência de mercados específicos.
- Referência e produtos âncora de turismo activo: Apesar da necessidade de diversidade dentro do conceito, e devido às características “multi-actividades” dos recursos do concelho, será necessário criar uma (ou mais) infra-estrutura de referência, facilitadora da promoção do segmento de turismo activo. Estas infra-estruturas, através da dinamização de produtos ancorantes, devem ser transformadas em atracção fácil para conquistar o público através das experiências propostas, mas simultaneamente prestar apoio a visitantes mais experientes na prática das suas actividades. Além disso, deve servir a comunidade local e promover a multiplicação do investimento privado.
- Imagem de marca turística: O crescimento turístico através do conceito e visão apresentados implica procurar e atrair novos e melhores turistas. Uma vez conseguida a sua deslocação, importa otimizar ao máximo a sua experiência turística global, influenciando positivamente a sua imagem final do destino (ponto 2.4.3). Nesse sentido, uma forte aposta na valorização da imagem turística do concelho (imagem de marca referida atrás), poderá constituir um catalisador de benefícios económicos, mas poderá constituir também um elemento de reforço da identidade colectiva e uma bandeira na qual os agentes de desenvolvimento se revejam.
- Rede territorial: A satisfação do turista, apenas se consegue através de uma adequada interligação entre as diversas estruturas organizacionais intervenientes no

processo turístico local. Sendo que a visão do turista sobre o destino tem uma perspectiva holística, há a necessidade de se interagir em rede, aproveitando sinergias mesmo com outros sectores de actividade, contribuindo para a construção do produto-território unificado já mencionado atrás. Este tipo de actuação promove a retenção no concelho da riqueza criada, evitando a necessidade de importar bens e serviços a oferecer aos visitantes durante a sua estada.

Neste contexto, propõe-se uma Missão Estratégica:

MISSÃO ESTRATÉGICA

Definir condições para a criação de um sistema de oferta diversificada de produtos turísticos de qualidade no segmento de turismo activo, contribuindo assim para a melhoria da qualidade de vida da comunidade residente.

5.4 Objectivos do PETATV

5.4.1 Objectivos gerais

Os domínios de objectivos gerais deste plano prendem-se com os pilares da sustentabilidade (quadro 25). No contexto do enquadramento estratégico apresentado no ponto anterior, o desenvolvimento económico a promover, visa melhorar a qualidade de vida da população e ambos são subordinados à sustentabilidade ambiental.

Quadro 25: Objectivos gerais do PETATV

Pilares da Sustentabilidade	Económico	<ul style="list-style-type: none"> • Fomentar a competitividade de Torres Vedras como destino turístico; • Aumentar o crescimento sustentado da actividade turística; • Dinamizar outros sectores de actividade em colaboração com o turismo;
	Social	<ul style="list-style-type: none"> • Melhorar a qualidade de vida da população local estimulando a actividade desportiva na natureza e cultural; • Aumentar a auto-estima dos residentes e o gosto pelo seu património; • Consolidar socialmente a imagem de Torres Vedras como destino turístico.
	Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivar a preservação do património natural e cultural; • Valorizar o património natural e cultural em desuso, relacionando-o com as actividades do turismo no município;

5.4.2 Objectivos específicos

Os objectivos específicos propostos para o PETATV são:

- Estabelecer o turismo activo como a actividade de articulação de produtos turísticos a oferecer;
- Aumentar e diversificar o produto turístico geral do concelho;
- Promover e qualificar recursos, infra-estruturas e equipamentos destinados às actividades de turismo e desporto na natureza;

- Incentivar a diversificação de tipologias de alojamento vocacionadas para o turismo activo;
- Estimular formas de cooperação e parcerias locais e regionais e um sistema de actividades mais consistente e sinérgico;
- Fazer o alinhamento de um conjunto de projectos e acções públicas e privadas num conceito de visão de futuro para o turismo no concelho.
- Qualificar o sistema de promoção e informação turística do concelho;
- Aumentar a procura turística;
- Diminuir a sazonalidade da procura;
- Aumentar as taxas de ocupação dos estabelecimentos de alojamento turístico;
- Aumentar o nível de satisfação dos turistas na experiência vivida no destino Torres Vedras;
- Promover iniciativas de formação no quadro da Animação Turística.

5.5 Plano de Acção

5.5.1 Organização da imagem e do produto global

Definidas que estão a visão, a missão e os objectivos que se pretendem atingir com o plano estratégico proposto, cabe agora passar à definição concreta e forma de organização das acções que irão permitir alcançar tal desiderato.

Além da sustentabilidade social exigida ao processo de desenvolvimento turístico e da qualidade e inovação como factores essenciais da competitividade do destino, foram mencionados como princípios da estratégia, a definição de uma imagem de marca turística, o funcionamento num sistema de rede territorial e a necessidade de delinear produtos âncora de referência.

Se o visitante encara o destino numa perspectiva holística, então o produto turístico deve ser oferecido de forma global. O concelho deve organizar-se de maneira a apresentar-se como um “Mega Parque de Lazer” único, com um tema (leia-se identidade) bem definido e com as “atrações” (leia-se experiências activas) bem identificadas e relacionadas entre si, de forma a que o visitante adquira apenas um “bilhete” (leia-se pacote) para realizar aquelas que mais lhe agradam. Surge então a necessidade de definir “portas de entrada” (leia-se âncoras turísticas) onde o visitante se dirige também para se informar das “diversões” (leia-se produtos) disponíveis.

As âncoras turísticas, infra-estruturas centrais da estratégia concretizada no terreno, permitem, além de promover o conceito e a identidade turística do concelho, identificar os fluxos e características dos visitantes e ir re-organizando permanentemente o produto global para se adaptar às tendências do mercado. Permitem ainda uma eventual alternativa à exploração excessiva dos recursos naturais, dando maior realce à inovação e à criatividade.

Atendendo ao conceito, visão e missão da estratégia, como também às motivações turísticas do destino, apresentam-se de seguida duas propostas de estruturas ancorantes, sendo que a primeira integra a justificação do tema escolhido para constituir a “imagem de marca” do turismo activo no concelho de Torres Vedras.

As “Linhas de Torres Vedras” – Centro Interpretativo

Na avaliação efectuada ao património cultural do território, o recurso “Linhas de Torres Vedras” foi referido como tendo potencial para compor o tema aglutinador da identidade turística do concelho, a imagem de marca. A referência não é feita exclusivamente ao património edificado existente, mas também ao património cultural intangível relacionado com um momento importante na história nacional e internacional: as Invasões Francesas.

As características desta possível identidade turística correspondem à necessidade de contextualizar os produtos de turismo activo oferecidos. O quadro 26 apresenta essas características.

Quadro 26: Características necessárias à identidade turística do destino Torres Vedras

Autêntica	As Linhas de Torres constituem uma imagem de marca credível que não necessita de ser inventada pelos promotores ou imaginada pelos visitantes. É um tema real, observado no terreno, com possibilidades inovadoras de abordagem ao mercado turístico.
Simple	As Linhas de Torres são facilmente utilizáveis, práticas e com força e flexibilidade suficiente para terem significado para diferentes mercados em diferentes circunstâncias, durante um longo período de tempo. Permite-se que os vários agentes da comunidade possam facilmente desenvolver produtos com elas relacionadas, em concordância com os seus objectivos privados.
Diferenciadora	As Linhas de Torres são o único recurso que distingue claramente o concelho de todos os outros destinos mundiais. Referem-se a uma história muito específica sobre Torres Vedras. O tema é facilmente e obviamente ligado a Torres Vedras, permitindo uma estratégia de comunicação externa muito focada.
Competitiva	Ao nível do sistema turístico do concelho, têm potencial para agregar novos comportamentos, acções e iniciativas da comunidade envolvente e provocar algumas mudanças de atitude e comportamento face ao turismo. Ao nível da procura é um recurso com enorme potencial de atracção. Dentro do mercado doméstico global, distingue-se o mercado escolar com vantagens relativamente à materialização de conteúdos inseridos nos programas escolares. O potencial alarga-se ao mercado inglês, francês e espanhol, pois o fenómeno também diz respeito à história dos seus países. O PENT (MEI, 2007) indica estes mercados como prioritários para o Pólo de Desenvolvimento Turístico do Oeste.

As comemorações do Bicentário das Invasões Francesas previstas durante o ano de 2010 podem servir de mote para constituir a identidade turística de promoção de Torres Vedras. O centro interpretativo planeado pela Câmara Municipal para a cidade de Torres Vedras, será uma excelente infra-estrutura ancorante para, em torno desta temática, se desenvolverem inúmeras iniciativas e produtos turísticos contextualizados, aliando a vertente desportiva à cultural. O carácter disperso do património edificado admite a possibilidade de traçar inúmeros percursos e rotas, fazendo a conexão da ruralidade do concelho, com o ambiente urbano da cidade de Torres Vedras, ou ainda promovendo parcerias com os concelhos limítrofes.

Parque Aventura de Santa Cruz

O litoral do concelho foi apresentado como uma zona de aptidão para o desenvolvimento de produtos no âmbito do turismo activo (ponto 3.5.2). No entanto, será necessário proporcionar o enquadramento e dar referências aos visitantes. De acordo com a informação da Câmara Municipal, através de entrevista ao seu presidente, está prevista a construção do Parque Aventura de Santa Cruz com o intuito de criar naquela zona uma oferta diversificada de animação: “esta infra-estrutura, com um posicionamento em termos de oferta na área do desporto na natureza, com serviços direccionados para crianças, jovens e adultos, na área do lazer e da formação, constitui um importante instrumento para o desenvolvimento do desporto, do turismo e economia local”.

É neste sentido que este projecto terá necessariamente de integrar a estratégia preconizada neste documento como uma âncora turística, promotora das condições naturais do concelho em termos turísticos, com impactos directos e indirectos na economia local. A filosofia de gestão desta iniciativa pública terá de contemplar o incentivo ao investimento privado através de estreitas parcerias com unidades de alojamento e prestadores de serviços turísticos complementares locais. Como mencionado pela OMT (2003), é comum este tipo de projectos não conseguirem gerar sozinhos um rendimento capaz de pagar os seus custos operacionais e de desenvolvimento. No entanto, o objectivo da sua existência não poderá ser prioritariamente financeiro, mas sim económico. Ou seja, os gastos totais nos empreendimentos comerciais do concelho pelos fluxos de visitantes gerados, podem justificar o custo do equipamento e da sua manutenção.

O Parque Aventura de Santa Cruz reúne então todas as condições para servir de motor de desenvolvimento de produtos de turismo activo (essencialmente no litoral, mas

também no restante território), de forma a incentivar outros operadores a investir no segmento, capitalizando recursos na direcção do conceito proposto.

A ligação estratégica das duas âncoras turísticas apresentadas é facilitada devido à gestão pública de ambas. Este facto pode ser positivo na medida em que a autarquia assume uma posição privilegiada na manutenção da sustentabilidade do processo, podendo garantir a utilização eficiente dos recursos disponíveis, não pondo em causa o bem comum (ponto 2.4.1). Neste contexto, em que duas referências âncora materializam no terreno as “portas de entrada” para um conceito de destino turístico, poderá ser pertinente a criação de uma plataforma municipal de desenvolvimento, constituída por representantes locais de vários sectores relacionados com o turismo activo, materializando o conceito de “gestão participativa” (Mota et al., 2007). Esta proposta segue a indicação da OMT (2003) nomeadamente para as áreas turísticas de desenvolvimento recente. A plataforma consultiva da gestão pública referida teria a finalidade de discutir o rumo das orientações da estratégia preconizada, promover e apoiar a cooperação entre as entidades públicas e privadas, numa perspectiva de reforço e consolidação das parcerias e representação das mesmas junto de estruturas de âmbito regional, nacional e internacional.

Na figura 24, pode-se observar um esquema da proposta de organização da imagem e do produto global do turismo activo no concelho de Torres Vedras. Desta forma, os visitantes, sejam turistas ou excursionistas, utilizam as referências ancorantes para usufruírem do produto apresentado. Porém, naturalmente que outros recursos ou produtos incluídos na imagem de marca podem ser utilizados, fora da abrangência das infra-estruturas referidas. Mesmo fora da estratégia definida, existirão certamente alternativas de consumo turístico promovidas por entidades privadas.

A Câmara Municipal de Torres Vedras, como mencionado anteriormente, é a entidade melhor posicionada para assumir a gestão da implementação estratégica deste plano. Porém, a plataforma consultiva assume um relevo considerável, na medida em que nela participam os representantes dos *stakeholders* privados e do grupo mais importante neste processo, a comunidade residente.

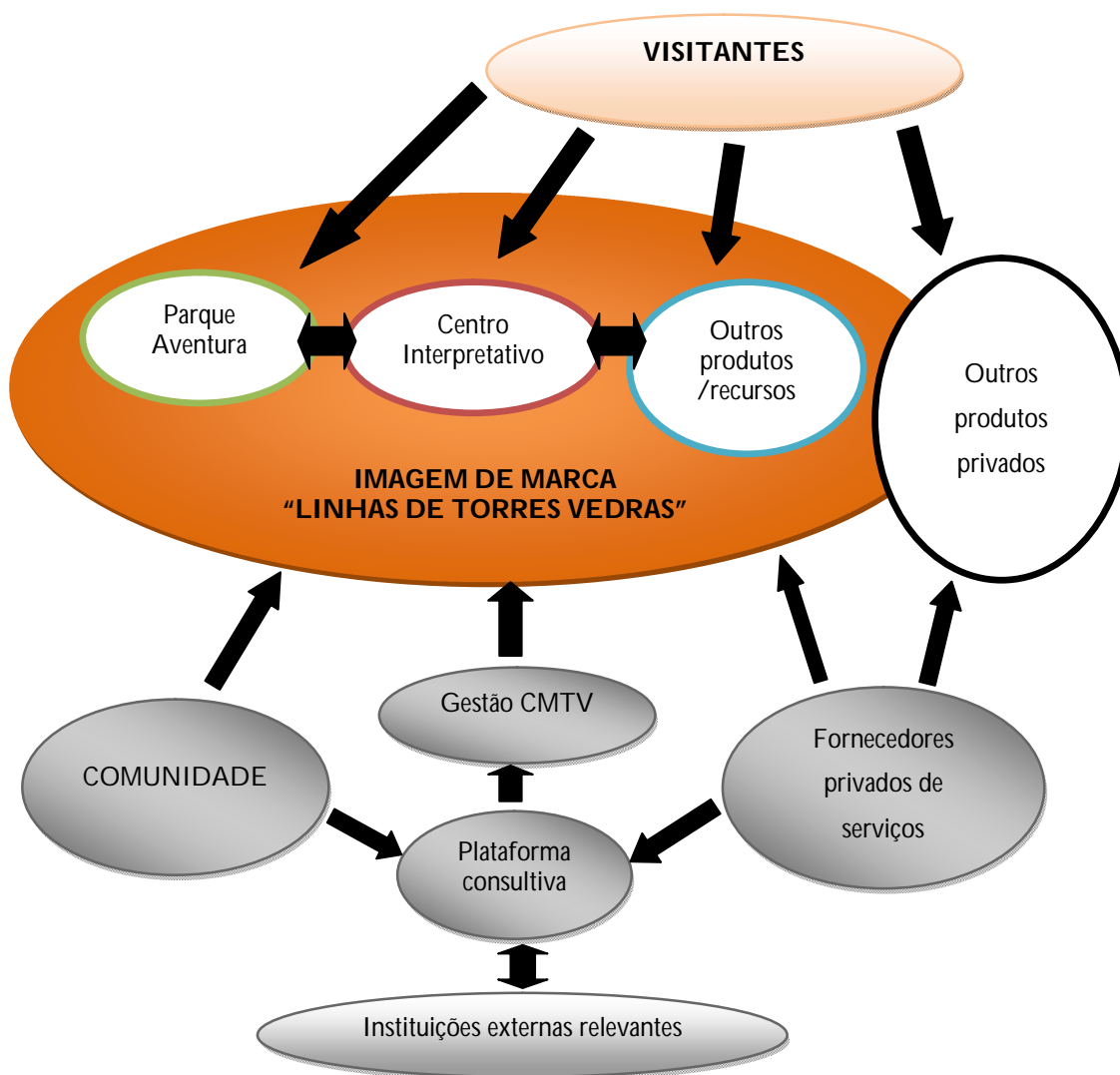


Figura 24: Proposta de organização da imagem e do produto global.

5.5.2 Eixos estratégicos de actuação

A implementação global da estratégia preconizada assenta num conjunto diverso de propostas de acções, organizadas em eixos estratégicos e em programas de intervenção coerentes, no sentido de responderem de forma operativa e eficiente às orientações apresentadas.

A presente articulação de estratégias deve ser entendida como uma matriz para estimular e enquadrar iniciativas que desencadeiem acções focadas na visão escolhida. Não pretende descrever exhaustivamente as iniciativas, limitar o curso das acções ou condicionar dinâmicas instaladas ou potenciais.

Não se trata apenas de escolher uma série de acções, actividades ou produtos em que se pretende apostar, mas sim um sistema de iniciativas que se reforcem mutuamente e que gerem condições de valorização das experiências turísticas activas. É neste sentido que

se pretende valorizar a imagem do destino que chega aos mercados emissores e a possíveis investidores.

Em conformidade com os factores de mudança preconizados anteriormente na definição do conceito para o destino, são definidos então cinco eixos estratégicos, que se evidenciam como estruturantes no desenvolvimento sustentável e coerente do turismo activo no concelho (quadro 27).

Quadro 27: Eixos estratégicos de actuação do PETATV

EIXO I Qualificação do destino	Inclui o conjunto de acções que promovam a qualificação e a diferenciação dos recursos utilizados pelo turismo activo, tal como acções que organizem a gestão estratégica e coordenação da actividade turística.
EIXO II Oferta em turismo activo e desporto na natureza	Inclui as acções prioritárias de organização, adaptação e produção de produtos no segmento de turismo activo, tal como o modelo de oferta desses produtos.
EIXO III Promoção turística	Contempla as acções de definição, promoção e afirmação da imagem turística e lançamento dos produtos.
EIXO IV Formação de Recursos Humanos	Inclui mecanismos de qualificação e motivação dos recursos humanos nas áreas de gestão empresarial e nas áreas de execução de Turismo Activo .
EIXO V Investimento turístico	Integra as acções que criem condições mais favoráveis de atractividade e de incentivo ao desenvolvimento turístico no concelho.

5.5.3 Programas de intervenção e acções exemplares

Beneficiando da flexibilidade e integração exigidas à estratégia apontada, são incluídas nos programas de intervenção algumas acções exemplares que já decorrem no terreno ou que estão previstas implementar, por parte de organismos públicos ou privados. O objectivo é a contextualização dessas iniciativas estruturantes num esforço comum, construindo sinergias e reduzindo esforços duplicados. Estas sinergias devem ser garantidas ao nível da integração do PETATV nas estruturas de planeamento mais abrangentes relacionadas com o território em análise. As acções são exemplares porque são apenas alguns exemplos considerados essenciais e demonstradores de possibilidades para a persecução da estratégia. Contudo, o espaço fica aberto para a inclusão de mais medidas, fruto da contínua avaliação e conseqüente evolução que um processo de planeamento deve incorporar (ponto 2.4.1).

A implementação destas acções, permitem ao mesmo tempo desenvolver e qualificar estrategicamente o modelo económico-empresarial local, alavancando mecanismos de multiplicação a montante e a jusante da actividade, com crescentes mais-valias para o tecido económico (ART, 2005; Mota et al., 2007).

Apresentam-se assim os programas de intervenção propostos e as respectivas acções exemplares pensadas no âmbito deste plano estratégico. Estas derivam da informação recolhida durante a caracterização do concelho de Torres Vedras (Capítulo 3) e a elaboração do diagnóstico da situação de referência (Capítulo 4).

O primeiro programa de intervenção do primeiro eixo (quadro 28) baseia-se no facto de o desenvolvimento turístico de um local ser sustentado pela qualidade de recursos que sustenta. O segmento de turismo activo, ao utilizar predominantemente as actividades de desporto na natureza, atribui grande importância à qualidade dos recursos naturais. A qualificação paisagística e patrimonial das zonas de valor natural identificadas no concelho beneficia o sucesso dos produtos turísticos, favorecendo a sua multiplicação. Como diagnosticado no Capítulo 4, a ausência de um plano de água para actividades aquáticas de recreio é uma lacuna do concelho. Devem-se averiguar as possibilidades de qualificar as duas zonas com algum potencial. Sendo as Linhas de Torres um elemento estruturante da estratégia, é imperiosa a recuperação e valorização de todas as estruturas deste recurso tal como a área envolvente. O valor histórico e turístico (como potenciador de produtos) deste recurso assenta na sua estratégia de disposição geográfica dispersa e não num ou noutro elemento mais conhecido.

Quadro 28: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo I

EIXO I – QUALIFICAÇÃO DO DESTINO
I.1 - Qualificação dos recursos de apoio ao turismo activo;
I.1.1 - Valorização do património das Linhas de Torres Vedras; I.1.2 - Qualificação paisagística das zonas de valor natural; I.1.3 - Revitalização dos portos de Porto Novo e da Assenta para uso marítimo-turístico; I.1.4 - Qualificação da foz do Alcabrichel (Porto Novo) ou a foz do Sizandro (Foz) como plano de água para actividades de recreio.
I.2 - Unidades de alojamento direccionadas para Turismo Activo;
I.2.1 - Apoio à instalação de <i>surf camps</i> ; I.2.2 - Inventariação de estruturas com potencial para unidades de TER e incentivo à sua constituição; I.2.3 - Conclusão do projecto de Turismo em Espaço Escolar; I.2.4 - Concretização dos Parques de Campismo previstos no PDM.
I.3 - Gestão estratégica do destino
I.3.1 - Criação e regulamentação da plataforma consultiva da gestão pública da estratégia turística; I.3.2 - Definir e quantificar metas e níveis de desempenho para os objectivos definidos; I.3.3 - Desenvolvimento de sistemas de controlo e monitorização do desenvolvimento turístico; I.3.4 - Acompanhamento da revisão do PDM de Torres Vedras.

Outra lacuna do concelho, diz respeito à ausência de unidades de alojamento vocacionadas especificamente para a prática de desportos ou actividades na natureza. O segundo programa de intervenção prevê uma aposta nestes tipos de alojamento, em

complemento às unidades já existentes. Pressupõe-se, assim, um destino mais atractivo para quem procura este tipo de turismo.

O terceiro programa de intervenção deste primeiro eixo inclui acções exemplares de mudança na gestão estratégica do destino ao nível do turismo activo. A criação da plataforma consultiva da gestão pública da estratégia turística adquire uma importância relevante na orientação da estratégia. As outras acções indicadas podem ser entendidas como funções dessa plataforma.

O primeiro programa do segundo eixo (quadro 29), exemplifica acções prioritárias que visam a organização da oferta no segmento em causa, quer através da articulação de produtos já existentes mas de certa forma descontextualizados, quer pela concepção de novos produtos resultantes dessas articulações. Pretende-se constituir um programa de dinamização dos produtos turísticos que integram as principais motivações que levam os visitantes a deslocarem-se ao concelho. A estruturação das âncoras turísticas referidas no ponto 5.5.1 é um factor essencial na comercialização da oferta global.

Quadro 29: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo II

EIXO II – OFERTA EM TURISMO ACTIVO E DESPORTO NA NATUREZA
II.1 - Organização e comercialização da oferta de animação turística de desporto na natureza
II.1.1 - Estruturação das âncoras turísticas: Parque Aventura de Santa Cruz e Centro Interpretativo das Linhas de Torres Vedras;
II.1.2 - Concepção, lançamento e implementação de uma central de reservas <i>online</i> dirigida à interacção de unidades de alojamento locais e entidades públicas ou privadas promotoras de produtos de Turismo Activo (produção de pacotes).
II.1.3 - Articulação da oferta com programas existentes (Centro de Educação Ambiental, Ponha-se a Mexer, etc.) no concelho;
II.1.4 - Articulação da oferta dispersa existente, pública e privada, em programas comuns;
II.1.5 - Organização e desenvolvimento de produtos turísticos e cooperação inter-concelhios e regionais (<i>Cross selling</i> com Lisboa e Oeste);
II.1.6 - Medidas de estímulo à originalidade dos produtos (passeios de burro, baptismos de voo, <i>geocaching</i> , etc.).
II.2 - Constituição de produtos estruturantes permanentes de desporto na natureza
II.2.1 - Qualificação das Grandes Rotas existentes (Rede Natura e Linhas de Torres);
II.2.2 - Concepção da Grande Rota do Concelho de Torres Vedras em articulação com o projecto Turismo em Espaço Escolar;
II.2.3 - Conclusão da rede de Pequenas Rotas;
II.2.4 - Criação da Escola de Escalada da Maceira;
II.2.5 - Análise da iniciativa Bikepark (BTT Downhill) na Serra do Socorro;
II.2.6 - Ampliação da Rede de Ecopistas cicláveis;
II.2.7 - Valorização do Miradouro do Seixo para a prática de parapente;
II.2.8 - Medidas facilitadoras da utilização da linha ferroviária e das estações do concelho para a prática de pedestrianismo ou de ciclismo.
II.2.9 - Apoio à constituição de um terreno-escola de orientação pedestre e Ori-BTT.
II.2.10 - Desenvolvimento de mecanismos que possibilitem a que pessoas com mobilidade reduzida possam ter acesso aos recursos e produtos;

Quadro 29: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo II (continuação)

II.3 - Sinalização e informação turística
II.3.1 - Webcam's online de informação do estado do mar nos recursos básicos para desportos de ondas;
II.3.2 - Concepção de mapa com identificação pormenorizada dos locais de prática das variadas modalidades;
II.3.3 - Aperfeiçoamento da sinalização no terreno dos recursos destinados à prática de desporto na natureza;
II.3.4 - Reforço e qualificação da sinalização de estradas florestais;
II.3.5 - Produção de publicações (desde brochuras a livros) descritivas de actividades passíveis de serem praticadas no concelho;
II.3.6 - Disponibilização de GPS's (aluguer ou empréstimo) com software incluindo informação de percursos e recursos no concelho;
II.3.7 - Criar instrumentos de salvaguarda e redução de danos, que garantam usos sustentados em zonas sensíveis do território.
II.3.8 - Disponibilização online de sugestões de percursos, actividades e outras informações (ver Acção III.1.2).

Numa dimensão mais estrutural e extra-empresarial, o segundo e terceiro programas de intervenção dizem respeito às acções facilitadoras e motivadoras da prática autónoma das actividades de desporto na natureza. Apesar de poderem não envolver qualquer enquadramento empresarial, o fluxo de visitantes gerado pode produzir um elevado valor económico para o concelho. Os programas obtidos com estas acções poderão ser desenvolvidos através de uma estratégia comercial, mas deverão ser criadas condições, para poderem ser realizados em relativa autonomia.

No terceiro eixo (quadro 30) inclui-se um programa de intervenção que contempla acções fundamentais para a afirmação de Torres Vedras no contexto turístico nacional, conferindo unidade aos produtos turísticos com gênese no concelho. Torres Vedras tem um posicionamento turístico pouco definido, contudo se forem aplicados os instrumentos de *Marketing* adequados, é possível contrariar essa característica. Neste ponto, as tecnologias de informação e comunicação são ferramentas cada vez mais importantes no processo de atracção e informação dos visitantes.

Os grandes eventos, dinamizados preferencialmente por parcerias público-privadas, têm o objectivo fundamental de dar visibilidade ao município perante os mercados alvo estabelecidos, utilizando os meios de comunicação social. Têm ainda a função de motivar a comunidade residente para a prática das modalidades, apelando à sua experimentação ou aperfeiçoamento. A identificação por parte da população na estratégia turística é fundamental.

Quadro 30: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo III

EIXO III – PROMOÇÃO TURÍSTICA
III.1 - Programa de promoção e divulgação turística
III.1.1 - Criação de uma “Marca Turística”, slogan e logótipo de acordo com o conceito proposto;
III.1.2 - Criação de <i>site</i> temático de divulgação de actividades de desporto na natureza e produtos de turismo activo no concelho, incluindo uma central de reservas, bases de dados de iniciativas e indicação actualizada das condições de prática;
III.1.3 - Selecção de canais de distribuição consoante públicos-alvos a determinar;
III.1.4 - Presença em feiras temáticas e eventos similares;
III.1.5 - Campanhas de sensibilização da comunidade residente para o conceito de turismo pretendido;
III.1.6 - Concepção e promoção de vídeo promocional temático;
III.1.7 - Maior integração na estratégia de promoção do PDTTO (A Oeste tudo de novo).
III.2 - Dinamização de grandes eventos
III.2.1 - Ocean Spirit;
III.2.2 - Etapa do campeonato nacional de corridas de aventura;
III.2.3 - Feira de empresas de Animação Turística;
III.2.4 - Campeonatos/etapas concelhios, regionais, nacionais e internacionais das modalidades de desporto na natureza, com espaço dedicado à experimentação;
III.2.5 – Encontros de pedestrianismo (Ex: Jornadas Nacionais de Pedestrianismo);
III.2.6 - Organização de agenda anual de eventos de desporto na natureza;
III.2.7 - Promoção de produtos de turismo activo em articulação com os eventos;

Dispôr de pessoas bem qualificadas para as suas funções em todos os aspectos do turismo é essencial para o sucesso do seu desenvolvimento. Sendo a animação turística desportiva uma actividade com características muito específicas, importa criar oportunidades de formação que incluam mecanismos de qualificação nas áreas de gestão e nas áreas de execução, empresariais e públicas, de modo a que se ofereça a qualidade de serviços esperada pelos mercados turísticos. Pretende-se desta forma orientar e qualificar recursos humanos para a gestão ou outra participação activa em empresas e serviços públicos vocacionados para o segmento. O primeiro programa de intervenção do terceiro eixo (quadro 31) é direccionado para a formação superior especializada, no intuito de atrair e manter os técnicos especialistas a trabalhar no concelho. Já o segundo programa de intervenção cria oportunidades pontuais de complemento e qualificação de formação dos recursos humanos já no activo, mas também com a intenção de motivar mais população a integrar algum projecto que contribua para o desenvolvimento pretendido.

No quinto eixo (quadro 32), propõem-se dois programas de intervenção. O primeiro diz respeito a medidas que promovam o investimento privado e o empreendedorismo nas áreas deficitárias do sistema turístico do concelho favorecendo os interessados com condições económicas e logísticas privilegiadas. O reconhecimento público anual dos melhores projectos nas diversas categorias será também um incentivo

moral a todos os *stakeholders* no desenvolvimento do seu negócio em consonância com a estratégia global do destino. O segundo programa de intervenção visa dotar os investidores de informações técnicas de suporte às decisões inerentes à gestão da sua actividade. Estas informações incluem estatísticas específicas do concelho e outras regiões, legislação, orientações, tendências do consumidor, etc.

Quadro 31: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo IV

EIXO IV – FORMAÇÃO DE RECURSOS HUMANOS
IV.1 - Programa de formação especializada em Animação Turística
IV.1.1 - Parcerias com Escolas de Turismo da região para realização de estágios profissionais em unidades de alojamento, empresas de animação turística, associações ou entidades públicas do concelho de Torres Vedras;
IV.1.2 - Incentivo à criação local de Cursos Profissionais de Animação Turística;
IV.2 - Apoiar a organização de congressos, conferências, seminários e workshops temáticos
IV.2.1 - Congresso de Turismo/Desporto de Natureza;
IV.2.2 - Ciclo de workshops temáticos para técnicos de associações e empresas promotoras de desporto na natureza e turismo activo (Ex.: Linhas de Torres Vedras; Curso de monitores de percursos pedestres; etc.).
IV.2.3 - Conferências com pessoas conhecidas do mundo do desporto na natureza (Ex: João Garcia, Filipe Palma, etc.).

Quadro 32: Programas de intervenção e acções exemplares do Eixo V

EIXO V – INVESTIMENTO TURÍSTICO
V.1 - Apoio ao desenvolvimento empresarial e ao investimento turístico
V.1.1 - Medidas de incentivo à fixação e actuação de empresas de Animação Turística no concelho de Torres Vedras;
V.1.2 - Medidas de incentivo à constituição de empreendimentos de TER;
V.1.3 - Articulação dos objectivos do Plano Estratégico com o Gabinete de Apoio às Empresas da CMTV (inclui apoio a candidaturas a programas nacionais e comunitários);
V.1.4 - Concursos temáticos anuais com atribuição de galardões a produtos de excelência;
V.2 - Reforço das condições técnicas de suporte ao desenvolvimento turístico
V.2.1 - Concepção, lançamento e implementação de um sistema interno de informação em rede, de indicadores turísticos do concelho e estudos técnicos especializados;
V.2.2 - Apoiar a criação de um laboratório de recolha e pesquisa sobre o turismo no concelho (indicadores e estudos técnicos especializados).
V.2.3 - Elaboração do Guia do Investidor para o Turismo Activo com conjunto articulado de orientações para o sector e boas práticas para a qualidade;

5.5.4 Programa de implementação

O turismo é uma actividade de retorno a longo prazo e com efeitos prolongados, sejam eles positivos ou negativos (Mota et al, 2007; Vieira, 2007). Exige-se então uma programação de desenvolvimento cuidadosa, com acções executadas numa sequência lógica e eficiente, garantindo que a sua implementação e continuidade não irá conduzir à destruição progressiva dos recursos em que se sustenta.

Apesar de, na implementação de uma estratégia, raramente se seguir com exactidão o conteúdo do seu planeamento, sendo necessários ajustes à medida que o projecto avança, sem um programa de orientação do processo, a implementação seria bem menos eficiente e não existiria um instrumento de monitorização das actividades desenvolvidas. De facto, fasear a implementação tem ainda a vantagem de gerar um controlo e uma monitorização regular e contínua, permitindo uma avaliação da eficácia das acções e da própria estratégia (CMM, 2007; OMT, 2003).

Tendo em linha de conta os objectivos estratégicos propostos e os programas de intervenção preconizados, é razoável a fixação do horizonte temporal do presente plano em cinco anos, tendo assim uma incidência de médio a longo prazo⁴⁵. No entanto, para efeitos operacionais há que prever um primeiro ano para processos de discussão aberta à comunidade, aprovação e regulamentação da aplicação da estratégia proposta, tal como para as adaptações funcionais das instituições envolvidas. Deste modo, a vigência deste plano durará desejavelmente de 2010 a 2015, coincidindo com a do PENT (MEI, 2007), considerando quatro sub-períodos:

- O ano de 2010 representa, tal como justificado no parágrafo anterior, o ano zero da estratégia, culminando com o lançamento oficial do PETATV. Terá como factor favorável (talvez de aceleração) o “treino” proporcionado pelo programa do “Bicentenário das Comemorações das Linhas de Torres Vedras”.
- As prioridades de curto prazo, a aplicar nos dois anos seguintes, são constituídas pela concepção das bases de funcionamento sustentável do desenvolvimento turístico. Os resultados práticos a obter terão de ser provenientes de mercados já consolidados e de acções concretizadas nos recursos onde já estão reunidas as condições mínimas para o arranque, baseando-se a competitividade no aperfeiçoamento daquilo que já existe (CMM, 2007).
- O terceiro período, relativo a prioridades de médio prazo, terá a duração de dois anos e meio, iniciando ainda antes de terminar o segundo período. Além de continuar a ser qualificada a oferta envolvida na prioridade anterior, importa agora alargar os mercados e a diversidade de produtos, desenvolvendo áreas até então desvalorizadas no contexto turístico. É neste período que deve ser

⁴⁵ Por prazo entende-se aqui o período de tempo da sua validade, isto é, durante o qual devem ser desenvolvidas as acções preconizadas para se atingir os objectivos do plano, mesmo que os efeitos dessas acções se prolonguem muito para além do limite do prazo desse prazo (Vieira, 2007).

concretizada a consolidação da reestruturação do destino e o previsto aumento da competitividade global.

- O período final de implementação do plano incide principalmente em acções de revisão e elaboração de um novo plano, evitando-se assim uma descontinuidade entre instrumentos de planeamento. Nesta fase, o destino deve avaliar a sua posição no presente, prever a situação futura e seleccionar uma trajectória de acção apropriada de forma a evitar o declínio no seu Ciclo de Vida do Produto Turístico (ponto 2.4.2). Os resultados obtidos nesta fase serão resultantes do sucesso da consolidação sustentada do desenvolvimento turístico nas fases anteriores e potenciados pela constante renovação e inovação da oferta, em função das tendências da procura e das oportunidades de investimento.

A figura 25 ilustra a sequência temporal das fases de implementação das Acções previstas no presente plano.

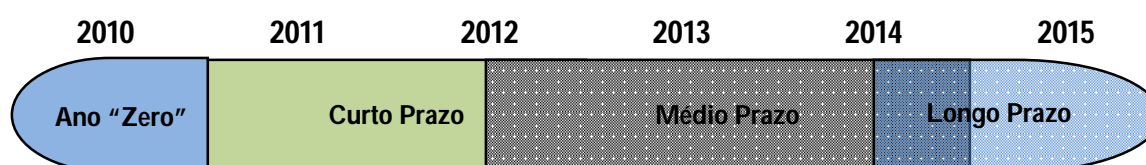


Figura 25: Faseamento da implementação do Plano de Acção.

Esta proposta baseia-se no pressuposto que estão reunidas todas as condições económicas, sociais e ambientais para se dar início ao processo. Porém, naturalmente, os factores externos ao plano (limitações técnicas, humanas e financeiras) podem condicionar o seu desenvolvimento. É imprescindível uma compatibilização com os planeamentos políticos e económicos do concelho de maneira a evitar desequilíbrios sociais.

No anexo IV identificam-se as prioridades das Acções propostas num cronograma de execução, de acordo com a sequência temporal apresentada anteriormente.

5.5.5 Sistema de gestão e monitorização do plano

Conforme defendido no ponto 2.4.1 e apresentado no ponto 5.5.1 defende-se uma gestão pública (CMTV) da implementação da estratégia, em estreita colaboração com a plataforma representativa dos diversos interesses, permitindo desta forma o enquadramento da iniciativa privada e uma maior eficiência na utilização dos recursos disponíveis, garantindo a qualidade do processo.

Carvalho (2006) afirma que esta qualidade é garantida pelo aperfeiçoamento contínuo e pela introdução de medidas que começam na luta contra o desperdício, no

controlo dos procedimentos de produção e terminam na monitorização sobre o grau em que satisfazem as expectativas dos utentes do serviço ou, neste caso, do destino como um todo.

Neste contexto de aperfeiçoamento contínuo, a inclusão de um sistema de monitorização neste processo pretende garantir sistematicamente que a estratégia utilizada contribui de forma efectiva para o desenvolvimento sustentável da actividade turística. Assim, a fase de monitorização, apesar de completar o ciclo de actuação estratégico, não o finaliza, antes reinicia-o, promovendo a partir da sua conclusão a criação de fluxos de informação que sustentarão a tomada de decisões e as respostas atempadas às alterações ocorridas (Mota et al, 2007; OMT, 2003; OMT, 2004).

Apesar de muitas vezes existirem dificuldades na medição dos seus efeitos, especialmente num segmento como o Turismo Activo, o progresso do Plano só é conhecido quando mensurados os resultados obtidos. De facto, de acordo com a OMT (2004) só assim é possível avaliar o desempenho do modelo escolhido, fazendo comparações ao longo do tempo e entre vários destinos turísticos, tomar as decisões correctas e identificar os limites e oportunidades do processo de desenvolvimento.

Neste sentido, Mota et al (2007) caracteriza o turismo como um “negócio de informação”. É que sendo a quantidade e qualidade da informação da caracterização actual e das tendências do segmento, tão fulcral para a tomada de decisão dos gestores em ambiente dinâmico e competitivo, o grande objectivo das operações do processo de monitorização será a recolha, tratamento e interpretação de dados que permitam uma análise efectiva dos resultados da implementação da estratégia.

Atendendo ao exposto, a criação de um laboratório de recolha, tratamento e pesquisa sobre indicadores de análise do turismo concelhio é por isso imprescindível. Esta entidade, integrada no Programa de Intervenção 5.2, a surgir na estrutura da organização turística, será uma mais valia na produção de dados de suporte às tomadas de decisão e por isso incentivadoras ao investimento privado, público e misto.

Segundo a OMT (2004), o processo de monitorização deve centrar-se não apenas nos níveis de indicadores em que tradicionalmente se desenvolve (receitas e despesas, dormidas, capacidade de alojamento, gasto médio por turista, etc.), mas alargar-se à medição de todos os impactos sociais, culturais, ambientais e patrimoniais, gerados pela actividade turística em todas as suas dimensões. Em sequência, aquela organização propõe um conjunto de indicadores de sustentabilidade, que podem ser adaptados ao contexto local do PETATV. Estes indicadores cobrem áreas como a relação turismo/comunidade

de acolhimento, a satisfação e segurança dos turistas, os benefícios económicos do turismo, a protecção e gestão dos recursos naturais, o planeamento e marketing do destino e a sustentabilidade das operações e serviços turísticos.

De forma resumida, a entidade gestora da estratégia deverá garantir sistematicamente e continuamente a monitorização do destino. Este processo deverá ser baseado nas informações produzidas por um laboratório de pesquisa do turismo do concelho, resultantes da análise de indicadores seleccionados para o segmento em causa. A partir das conclusões retiradas, caso seja necessário, devem ser feitas adaptações à estratégia implementada, beneficiando da sua flexibilidade estrutural. Estas reformulações podem ser necessárias devido tanto a circunstâncias internas em que não se verifique o cumprimento da visão estabelecida, como também a alterações inesperadas da conjuntura externa. Em todo o caso, a entidade gestora deve ter como orientação o facto do fundamento desta estratégia não se limitar ao aumento e qualificação da actividade turística, mas sim à melhoria da qualidade de vida da comunidade local.

5.6 Síntese

Através da elaboração de uma Matriz TOWS, realizou-se uma análise do diagnóstico feito anteriormente, através da qual foi possível identificar algumas sugestões para a tomada de decisões no desenvolvimento de um processo estratégico de desenvolvimento turístico.

A partir dos resultados dessa análise, traçaram-se as linhas orientadoras da estratégia a desenvolver direccionada para o turismo activo no concelho de Torres Vedras. Foi delineado o conceito para o destino, tal como a visão, missão e objectivos do PETATV (Plano Estratégico para o Turismo Activo no Concelho de Torres Vedras).

Atendendo aos princípios orientadores apresentados, foi ainda proposto um modelo de organização da imagem e do produto turístico global, através do qual deve ser implementada a estratégia preconizada.

A proposta de PETATV assenta num conjunto diverso de acções, enquadradas em eixos estratégicos e em programas de intervenção coerentes, no sentido de responderem de forma operativa e eficiente às orientações apresentadas.

6 CONCLUSÃO

6.1 Considerações finais

Nesta dissertação foram abrangidas diversas temáticas, com enfoque no desenvolvimento do segmento do turismo activo como complemento da oferta turística, concretizando na elaboração de uma proposta de Plano Estratégico para o Turismo Activo no Concelho de Torres Vedras.

Numa primeira abordagem é posta em evidência a importância do turismo para o desenvolvimento socioeconómico nas sociedades contemporâneas e, em particular, para Portugal, considerado um dos grandes destinos mundiais. Por sua vez, a expansão da actividade turística e da procura de actividades na natureza torna cada vez mais imperioso que se adoptem modelos de desenvolvimento sustentáveis. O conceito de turismo alternativo surge como meio eficaz de atenuar os impactos negativos do sector, estabelecendo uma valorização dos valores culturais e naturais do destino turístico, sem prejuízo para a vertente económica. A crescente procura das actividades na natureza e o maior interesse pelas questões ambientais e de saúde pessoal, concederam ao segmento de turismo na natureza um potencial de crescimento muito significativo. Neste contexto, sendo actualmente os turistas física e intelectualmente mais activos que os do passado, o peso do turismo activo está a aumentar, o que contribui de forma significativa para a expansão do sector da animação turística a nível nacional.

Da análise efectuada ao concelho depreende-se que este apresenta atractivos em termos migratórios, com uma economia diversificada e versátil, com dinâmicas empresariais significativas, beneficiando da proximidade da AML, mantendo no entanto uma identidade bastante vincada ao nível da ruralidade. A nível turístico, o segmento de “Sol e Mar” assumia até há pouco tempo, um quase monopólio da oferta do concelho. Recentemente, o aparecimento de um *resort* de qualidade, enquadrado por um campo de golfe e o tímido desenvolvimento de produtos termais veio diversificar de forma moderada esta situação.

O território possui algum potencial turístico, explorado até hoje essencialmente na vertente balnear, não sendo visível uma estratégia clara de desenvolvimento. É evidente uma indefinição, ou mesmo inexistência de um posicionamento concreto do concelho no mercado turístico. Todavia, a bibliografia consultada indica a existência de património natural, histórico-monumental e etnográfico que, a ser explorado convenientemente, poderia constituir uma forte potencialidade e uma forte imagem de marca do concelho. A

acrescentar, verifica-se que o território não se tem apresentado atractivo para as empresas do ramo da animação turística, sendo maioritariamente o sector público e o tecido associativo a assumir este tipo de oferta.

De facto, a análise dos resultados da avaliação efectuada aos recursos específicos para o desenvolvimento de produtos no segmento de turismo activo, permitiu concluir que o concelho apresenta um potencial relevante sustentado nos seguintes factores:

- variedade de recursos naturais com relativa qualidade que possibilitam uma grande versatilidade para a prática de várias modalidades de desporto na natureza, base de produtos de turismo activo;
- qualidade e diversidade paisagística (rural, litoral e urbana);
- singularidade de recursos culturais.

As modalidades que se destacam como tendo melhores condições de prática no concelho são os desportos de ondas e o BTT (incluindo a Ori-BTT). No entanto, a vantagem competitiva apontada é a versatilidade. Ou seja, não é assinalado um potencial distinto de outras áreas geográficas para a prática de uma determinada modalidade, mas sim a diversidade e proximidade de recursos entre si, possibilitando um leque de experiências em curto espaço e tempo. Esta característica pode ser de extrema relevância no desenho de produtos no segmento de turismo activo.

Pela concentração de recursos, são distinguidas duas zonas com maior aptidão para o turismo activo, com particularidades naturais e culturais distintas: a orla costeira do concelho e as freguesias mais interiores. A cidade de Torres Vedras, tal como Santa Cruz, assumem-se como centralidades e distribuidoras de fluxos turísticos para as zonas mencionadas.

No entanto, o potencial turístico de uma área não depende apenas da quantidade e qualidade dos seus recursos, mas também da forma como são disponibilizados ao visitante e do seu apetrechamento, como as acessibilidades e os equipamentos. Este facto assume maior relevância quando os recursos são de alguma qualidade e quantidade, contudo não bastam por si só para garantir fluxos turísticos consideráveis. Será necessária uma qualificação inovadora de maneira a transformar um qualquer potencial recurso natural ou cultural numa atracção turística.

Os produtos no segmento de turismo activo, surgem como meio de renovação das motivações turísticas do concelho, levando o visitante a fazer parte do lugar, participando na sua identidade cultural, levando ao prolongar da sua visita. Considera-se assim que a organização da imagem turística de Torres Vedras deve ir ao encontro de um conceito activo, dinâmico, proporcionador de experiências enriquecedoras.

A imagem do destino, fundamental para um posicionamento no mercado, deve inspirar qualidade e inovação no turista. Para isso devem ser definidas condições para a criação de um sistema de oferta diversificada de produtos de qualidade no segmento de turismo activo.

A proposta do Plano Estratégico do Turismo Activo consubstancializa uma metodologia assente no diagnóstico efectuado ao território em estudo e indica eixos de actuação importantes: qualificação do destino; organização da oferta em turismo activo e desporto na natureza; promoção turística; formação de recursos humanos; investimento turístico. Por sua vez, estes eixos são subdivididos em programas de intervenção que incluem acções exemplares correspondentes.

As medidas preconizadas têm a intenção de auxiliar as autoridades locais a tomarem melhores decisões quanto ao desenvolvimento do turismo, tendo por base que a animação turística, ao qual o segmento de turismo activo está vinculado, contribui de forma substancial para o aumento da despesa dos turistas, levando ao aumento das receitas públicas (Almeida, 2004).

Para maximizar este efeito, devem-se evitar as perdas dos rendimentos para fora da economia local. Logo, a estratégia deve promover o mais possível a organização da oferta numa lógica de “rede territorial” onde são incentivadas formas de cooperação e maximizadas sinergias entre *stakeholders* do concelho. Só com a participação efectiva da comunidade residente no processo turístico, este poderá ter algum sucesso. Por outro lado, a comunidade também deve sentir que ao participar no processo, contribuem para a criação de riqueza e deste modo aumentar a sua qualidade de vida.

No sentido de coordenar este complexo processo, defende-se uma gestão pública de forma a garantir a sustentabilidade económica, social e ambiental do desenvolvimento turístico, porém participada por uma plataforma consultiva constituída por representantes dos actores locais, suportada por um laboratório de recolha, tratamento e pesquisa de indicadores de análise do turismo concelhio.

A actividade turística do destino exige assim uma parceria empenhada e séria dos actores, públicos e privados, intervenientes no processo de desenvolvimento do sector. Só a partir deste compromisso, será possível desenhar qualquer tipo de estratégia.

Esta dissertação apresenta-se um contributo para o desenvolvimento do concelho nesta área. A assumpção de valia deste contributo resulta da evidência do potencial que o turismo activo tem no território em estudo e também na oportunidade que o sector turístico representa para o país e mais concretamente para as suas regiões. Não obstante, não se pode encarar esta oportunidade como única solução “milagrosa” para a prosperidade, sobretudo num concelho tão diversificado em actividades económicas.

A preocupação actual no sector do turismo, centra-se no estudo da competitividade dos destinos turísticos, que está dependente do desenvolvimento de vantagens competitivas e se obtém através da implementação de planos estratégicos de médio e longo prazo (Mota et al., 2007). Ao promover a construção de uma visão, este plano capitaliza as potencialidades turísticas de Torres Vedras, estabelece uma diferenciação na sua oferta, obtendo assim vantagens competitivas necessárias à sua projecção de uma forma sustentada.

Como enfatiza a palavra “contributo” no título da dissertação, não se ambiciona esgotar a discussão sobre o tema. Antes pelo contrário, o sucesso desta dissertação não se limita à sua total ou parcial aplicação, passa também pela consciencialização dos decisores políticos da necessidade de um pensamento estratégico para o turismo e pelo alavancar de um processo de debate público que, de uma forma mais ampla, defina a configuração do território como destino turístico e o papel do sector para a economia local.

6.2 Propostas de desenvolvimento futuro

Apesar de se considerar que os objectivos traçados no primeiro capítulo foram atingidos, naturalmente que, no âmbito de uma dissertação, existem algumas limitações no desenvolvimento desta temática, pelo que se apontam seguidamente alguns aspectos que se afiguram de interesse para desenvolvimento futuro.

A elaboração deste estudo parte do princípio que estão reunidas condições económicas, sociais e ambientais para se dar início ao processo de desenvolvimento turístico. No entanto, existem naturalmente limitações que não foram incluídas, quer ao nível processual, quer ao nível da disponibilidade de recursos, que carecem de uma

abordagem pormenorizada pelos técnicos responsáveis. Assim, os aspectos económicos e as limitações técnicas, humanas e financeiras, poderão determinar algumas alterações à estratégia proposta. Neste contexto, não se apresentou, nem era intenção inicial, um orçamento das acções propostas.

Como referido, o Pólo de Desenvolvimento Turístico do Oeste, tem vindo a desenvolver um plano estratégico para a região onde Torres Vedras está incluído. Além das orientações indicadas no PENT e das poucas informações prestadas pelo presidente do Pólo na entrevista realizada, desconhecem-se as medidas incluídas no documento. Tendo em vista a coordenação das estratégias municipais com planos de abrangência superior, poderá a estratégia preconizada nesta dissertação necessitar de ajustamentos.

Na avaliação dos recursos do concelho, recorreu-se à opinião de especialistas locais em desportos de natureza, património cultural e ambiental. A limitação desta opção prende-se com o carácter subjectivo das convicções pessoais e da possível sobrevalorização da sua actividade. Apesar de, num estudo mais detalhado, ser mais eficaz a consulta de um maior número de especialistas para cada modalidade, a contribuição da metodologia indicada nesta dissertação é enquadrada e complementada por outros métodos de consulta referidos no ponto 4.4.2.

Ainda referente à análise da situação de referência, o diagnóstico foi centrado na vertente da oferta turística. Na continuidade do trabalho desenvolvido nesta dissertação propõe-se o estudo da procura potencial para este destino turístico. Neste âmbito inclui-se, por exemplo, a definição do perfil do turista actual, a segmentação geográfica e demográfica da procura e a estimativa do mercado existente.

Deve ainda proceder-se à avaliação das vantagens e limitações que a actividade turística tem para a comunidade local. Ou seja, perceber qual a proporção do efeito multiplicador que o turismo tem actualmente para a economia, e mais concretamente, avaliar qual a contribuição dos produtos de turismo activo nesse efeito.

Seria ainda interessante considerar o papel da comunidade local no que diz respeito às actividades turísticas. Nomeadamente, entender a sua percepção sobre qual a utilidade que o turismo pode desempenhar na melhoria da sua qualidade de vida.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Active Tourism Organization (2009). *Active tourism*. Acedido em 20 de Julho de 2009, em <http://www.active-tourism.com/HomeFrames.html>
- Almeida, P. (2004). A gestão da animação turística como sustentação do aumento das taxas de ocupação. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 2, Vol.1: 23 a 30.
- André, M., Cardoso, M. (2006). Blog Swot Organizacional [versão electrónica]. *Prisma.com*. 3: 448-469. Acedido em 20 de Agosto de 2009 em http://prisma.cetac.up.pt/artigospdf/24_monica_andre_e_margarida_cardoso_prisma.pdf
- Aragues, A. (2004). La configuración de nuevos destinos turísticos de interior en Espana a partir del turismo activo y de aventura (1992-2001). *Cuadernos Geográficos*. 34: 11-31.
- ART (2005). *Plano estratégico de animação turística para a ilha Terceira: documento de síntese*. Associação Regional de Turismo dos Açores. Acedido em 9 de Janeiro de 2009, em <http://www.artazores.com/fotos/1179408484.pdf>
- Baptista, L. (1999). Território e cultura saloia: a construção de (uma) identidade local? [versão electrónica]. *Observatório das Actividades Culturais*. 6: 11-16. Acedido em 18 de Agosto de 2009, em http://www.oac.pt/pdfs/OBS_6_Territ%C3%B3rio%20e%20Cultura%20Saloia.pdf
- Belenus (2009). *Mapa de Localização dos Pontos de Ecointeresse no Litoral de Torres Vedras*. Belenus, Lda. Acedido em 10 de Agosto de 2009 em <http://praiadesantacruz.com/mapas/mapalitoralvtv.htm>
- Borges, M. e Lima, S. (2006). O turismo de Montanha: abordagem conceptual e enquadramento do produto. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 6, 157-165.
- Breda, Z. (2004). Avaliação do potencial de desenvolvimento turístico ao nível local: uma proposta de metodologia aplicada ao concelho de Ílhavo. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 1, Vol.1: 35-42.
- Burnay, M. (2006). O turismo sustentável e o turismo de natureza : constrangimentos e oportunidades. *Revista Turismo & Desenvolvimento*. 6: 167-179.
- Butler, R. (1980, op. cit. OMT, 2003). The concept of o tourist área cycle of evolution: implications for management of resourses. *Canadian Geographer*. 24: 5-12.

- Butler, R. (1980, op. cit. Vieira, 2007). The concept of a tourist área cycle of evolution: implications for management of resources. *Canadian Geographer*. 24: 5-12.
- Cavaco, C. (2006). Práticas e lugares de turismo. Em Fonseca, M. (coord.), *Desenvolvimento e território: espaços rurais e pós-agrícolas e novos lugares de lazer*. CEG. Lisboa. 299-362.
- Carvalho, P. (2006). Questões chave em estratégias para turismo. *Revista Encontros Científicos*. 2: 139-150.
- CMM (2007). *Plano estratégico do turismo para o concelho de Mafra (2007-2016)*. Câmara Municipal de Mafra. Acedido em 6 de Dezembro de 2008, em http://www.cmmafra.pt/turismo/pdf/plano_estrategico_turismoCM.pdf
- CMTV (2006). *Plano director municipal : versão final*. Câmara Municipal de Torres Vedras. Torres Vedras.
- CMTV (2007). *Plano municipal de defesa da floresta contra incêndios 2008-2012*. Câmara Municipal de Torres Vedras. Torres Vedras.
- CMTV (2009a). *Linha expresso*. [CD-ROM]. Câmara Municipal de Torres Vedras. Slingshot. Torres Vedras.
- CMTV (2009b). *Agricultura: caracterização sócio-económica*. Câmara Municipal de Torres Vedras. Acedido a 21 de Março de 2009 em <http://www.cm-tvedras.pt/viver/economia-desenvolvimento/caracterizacao/agricultura/>
- Cortés, J. (2007) Modelo para la obtención de la imagen de un destino turístico. *Estudios Turísticos*. 174: 33-48.
- Cunha, L. (2003). *Perspectivas e tendências do turismo*. Edições Universitárias Lusófonas. Lisboa.
- Cunha, L. (2007). *Introdução ao turismo*. Editorial Verbo. Lisboa.
- Dantas, N. e Melo, R. (2008). O método de análise SWOT como ferramenta para promover o diagnóstico turístico de um local: o caso do município de Itabaiana. [versão electrónica]. *Caderno Virtual de Turismo*. 1, Vol.8: 118-130. Acedido a 20 de Setembro de 2009 em <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewarticle.php?id=321&layout=abstract>
- Decreto-Lei nº47/1999 de 16 de Fevereiro. Diário da República. Série I-A. Nº39: 805-818. Ministério da Economia.
- Decreto-Lei nº204/2000 de 1 de Setembro. Diário da República. Série I-A. Nº202: 4599-4605. Ministério da Economia.

Decreto-Lei nº56/2002 de 11 de Março. Diário da República. Série I-A. Nº59: 2112-2129.

Ministério da Economia e da Inovação.

Decreto-Lei nº39/2008 de 7 de Março. Diário da República. 1ª Série. Nº48: 1440-1456.

Ministério da Economia e da Inovação.

Decreto-Lei nº67/2008 de 10 de Abril. Diário da República. 1ª Série. Nº71: 2170-2177.

Ministério da Economia e da Inovação.

Decreto-Lei nº108/2009 de 15 de Maio. Diário da República. 1ª Série. Nº94: 3035-3045.

Ministério da Economia e da Inovação.

Department for Communities and Local Government (2006). *Good practice guide on planning for tourism*. Eland House. Londres.

Dowling, R. (1993). *An environmentally based approach to tourism planning*. Tese de doutoramento em Filosofia. School of Biological and Environmental Sciences. Murdoch University. Australia.

Dumazedier, J. (1979). *Sociologia empírica do lazer*. Editora Perspectiva. São Paulo.

Dyson, R. (2003). Strategic development and SWOT analysis at the University of Warwick. *European Journal of Operational Research*. Acedido a 1 de Dezembro de 2009 em <http://www2.egi.ua.pt/cursos/files/SAD/Strategic%20development%20and%20SWOT%20analysis.pdf>

Espenica, A. (1994). Paisagem e Sustentabilidade. Em Alves et al (s.d.), *Paisagem*. Direcção Geral do Ordenamento do Território e Desenvolvimento Urbano. Lisboa.

Farinha, J., Ferreira, J., Rodrigues, E., Quaresma, C., Amorim, J., Carvalho, P., Ferreira, F. e Sousa, M. (2007). *Plano municipal de recursos naturais*. Câmara Municipal de Torres Vedras e Faculdade de Ciências e Tecnologia da Universidade Nova de Lisboa.

Fonseca, F. e Ramos, R. (2007). *O turismo no espaço rural como eixo estratégico de desenvolvimento local: o caso de Almeida*. Trabalho apresentado no V Congresso da Associação Portuguesa de Economia Agrária – Globalização, agricultura e áreas rurais. Vila Real. Acedido a 12 de Agosto de 2009 em <http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/8444/1/23-CER2007.pdf>

- Gályász, J., Antal, J., Wagner, K., Neuwirth, e Kállay, T. (2007). *Methodology on SWOT analysis for developing rural areas in seven european nature park territories*. Trabalho apresentado na International Conference on Agricultural Economics: Rural Development and Informatics 2007. Debrecen. Hungria. Acedido a 1 de Setembro de 2009 em <http://www.avacongress.net/ava2007/presentations/n3/3.pdf>
- Goeldner, C., Ritchie, B. e McIntosh, R. (2000, op. cit. Vieira, 2007). *Tourism: principles, practices, philosophies*. John Wiley & Sons. Nova York.
- Gunn, C. (1972, op. cit. Cortés, 2007). *Vacationscape: designing tourist regions*. University of Texas. Austin.
- Gunn, C. (2002). *Tourism planning: basics, concepts and cases*. Routledge. New York.
- Hill, B. (1995, op. cit. Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. e Pomfret, G., 2003). A guide to adventure travel. *Parks and Recreation*. Setembro: 56-65.
- INE (2009a). *Estatísticas do turismo 2008*. Instituto Nacional de Estatística, IP. Lisboa.
- INE (2009b). *Estatísticas territoriais*. Instituto Nacional de Estatística, IP. Acedido a 10 de Julho de 2009 em http://www.ine.pt/xportal/xmain?xpid=INE&xpgid=ine_unid_territorial&menu BOUI=13707095&contexto=ut&selTab=tab3
- Kastenholz, E. (2008). Dinamizar e valorizar territórios rurais por intermédio do Marketing. *Pessoas e Lugares*. 53:3.
- Karppi, I., Kokkonen, M e Lähtenmäki-Smith, K. (2001). *SWOT analysis as a basis for regional strategies*. Nordregio Working Paper. Stockholm.
- Lei nº58/2007 de 4 de Setembro. Diário da República. 1ª Série. Nº170: 6126-6127. Assembleia da República.
- Leno-Cerro, F. (1992, op. cit. Vareiro, 2008). La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: el Canal de Castilla. *Estudios Turísticos*. 116: 49-85.
- Lopes, E. (2005), *Reinventando o turismo em Portugal*. Confederação do Turismo Português. Lisboa.
- MEI (2007). *Plano estratégico nacional do turismo: para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Turismo de Portugal - Ministério da Economia e Inovação. Lisboa.
- Mill, R. e Morrison, A. (1992). *The tourism system: an introductory text*. Prentice-Hall, Englewood Cliffs. New Jersey.

- Moniz, A. (2006). *A sustentabilidade do turismo em ilhas de pequena dimensão: o caso dos Açores*. Tese de Doutoramento em Ciências Económicas e Empresariais na especialidade de Desenvolvimento Económico e Social e Economia Pública. Universidade dos Açores. Ponta Delgada.
- Mota, A; Ladeiras, A. e Costa, J. (2007). Contributos para um modelo de planeamento estratégico em turismo. Em Calvo, J. (coord), *Conocimiento, innovación y emprendedores: camino al futuro*. Universidad de la Rioja. 3087-3100.
- Observatório do QREN (s.d.). *A Avaliação do desenvolvimento socioeconómico: manuais técnicos*. Acedido em 19 de Agosto de 2009 em http://www.observatorio.pt/item1.php?lang=0&id_channel=16&id_page=548
- OMT (2001). *Tourism 2020 vision: global forecast and profiles of market segments*. Vol. 7. Organização Mundial do Turismo. United Nations Publication. Madrid.
- OMT (2003). *Guia de desenvolvimento do turismo sustentável*. Organização Mundial do Turismo. Bookman. Porto Alegre.
- OMT (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations: a guidebook*. Organização Mundial do Turismo. United Nations Publication. Madrid.
- OMT (2008a). *International recommendations for tourism statistics 2008*. Organização Mundial do Turismo. United Nations Publication. Madrid e Nova Iorque.
- OMT (2008b) *Panorama del turismo internacional: edición 2008*. Organização Mundial do Turismo. Acedido em 4 de Julho de 2009 em http://www.unwto.org/pdf/highlights_s.pdf
- Quivy, R. e Campenhaut, L. (2008). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. Gradiva. Lisboa.
- Ramalho, R. (2006). *As práticas desportivas de lazer - O caso dos municípios de Torres Vedras numa perspectiva comparada*. Tese de mestrado em Lazer e Desenvolvimento Local. Faculdade de Ciências do Desporto e Educação Física da Universidade de Coimbra. Coimbra.
- Resolução do Conselho de Ministros nº112/1998 de 25 de Agosto de 1998. Diário da República. Série I-B. Nº195: 4348-4350. Presidência do Conselho de Ministros.
- Resolução do Conselho de Ministros n.º11/2002 de 17 de Janeiro de 2002. Diário da República. Série I-B. Nº14: 330-358. Presidência do Conselho de Ministros.

- Resolução do Conselho de Ministros n.º115-A/2008, de 21 de Julho de 2008. Diário da República. 1ª Série. N.º139: 4536(2)-4536(451). Presidência do Conselho de Ministros.
- Resolução do Conselho de Ministros nº64-A/2009 de 6 de Agosto de 2009. Diário da República. 1ª Série. N.º151: 5118(2)-5118(156). Presidência do Conselho de Ministros.
- Silva, F. (2008). *Sistemas de Informação Geográfica na Internet aplicados ao Turismo na Natureza nos Açores*. Tese de mestrado em Ciências e Sistemas de Informação Geográfica. Instituto Superior de Estatística e Gestão de Informação da Universidade Nova de Lisboa. Lisboa.
- Silva, H. e Santos, J. (2005). *Livro de campo do ambiente litoral do concelho de Torres Vedras*. Câmara Municipal de Torres Vedras. Torres Vedras.
- Sung, H. (2004). Classification of adventure travellers: behavior, decision making and market trends. *Journal of Travel Research*. 42: 343-356.
- Swarbrooke, J., Beard, C., Leckie, S. e Pomfret, G. (2003). *Turismo de aventura - conceitos e estudos de casos*. Campus. Rio de Janeiro.
- TIES (2007). *The International Ecotourism Society*. The International Ecotourism Society. Acedido em 20 de Julho de 2009 em <http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4832143/k.CF7C/The International Ecotourism Society Uniting Conservation Communities and Sustainable Travel.htm>
- Toledo, G. e Silva, A. (2004). *Estratégias competitivas e cooperativas em clusters turísticos: Um diagnóstico da região dos Lagos*. Trabalho apresentado no VII SEMEAD – Seminários em administração. São Paulo. Acedido a 12 de Março de 2009 em http://www.ead.fea.usp.br/semead/7semead/paginas/artigos%20recebidos/marketing/MKT32_-_Estrat%EA9gias_Competitivas_e_Cooperativa.PDF
- Turismo de Lisboa (2009). Entrevista a António Carneiro. *Turismo de Lisboa*. 64: 35-37.
- Turismo de Portugal (2009a). *Análise dos mercados emissores: Alemanha – perspectivas das próximas férias*. Turismo de Portugal, IP. Acedido em 20 de Julho de 2009 em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/Proturismo/mercadosturisticos/analisedeconjuntura/MotivacaodeFerias/Anexos/Alemanha%20perspectivas%20Maio.pdf>

- Turismo de Portugal (2009b). *Índice de competitividade Viagens e turismo 2009: Portugal nos pilares da competitividade*. Turismo de Portugal, IP. Acedido a 22 de Julho de 2009 em http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/Proturismo/ProdutoseDestinosTuristicos/destinosturisticos/Anexos/COMPETITIVIDADE_rel%C3%B3rio%20de%20competitividade%202009%20Modo%20de%20Compatibilidade.pdf
- Turismo de Portugal (2009c). *Resultados do turismo: Dezembro 2008*. Turismo de Portugal, IP. Acedido em 23 de Julho de 2009 em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/conhecimento/estudoseestatisticas/Anexos/Dezembro%202008.pdf>
- Turismo de Portugal (2009d). *Lista de empresas de animação turística: Abril de 2009*. Turismo de Portugal, IP. Acedido em 24 de Julho de 2009 em http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/AreasActividade/qualificacaooferta/classificacaoqualidade/ofertaturistica classificada/Anexos/Abril_2009.pdf
- Turismo de Portugal (2009e). *Termas em Portugal: a oferta e a procura em 2007*. Turismo de Portugal, IP. Acedido em 18 de Agosto de 2009 em <http://www.turismodeportugal.pt/Portugu%C3%AAs/Proturismo/estatisticasdoturismo/oturismoem/Anexos/Relat%C3%B3rio%20-%20Termas%20em%202007.pdf>
- Turismo de Portugal (2009f). *Sistema de informação de gestão de recursos turísticos*. Turismo de Portugal, I.P.
- Turismo do Oeste (2009). *Natureza: turismo de natureza*. Turismo do Oeste. Acedido em 25 de Julho de 2009 em <http://www.rt-oeste.pt/CustomPages/ShowPage.aspx?pageid=5900685c-6423-4268-8736-863e132ef0dd&m=a76>
- UNEP e OMT (2005). *Making tourism more sustainable: a guide for policy makers*. United Nations Environment Programme. Paris.
- Valentin, E. (2001). Swot analysis from a resource-based view. *Journal of Marketing Theory and Practice*. Spring: 54-69. Acedido em 12 de Setembro de 2009 em <http://bookswiki.info/library/files/SWOT%20Analysis.pdf>
- Vareiro, L. (2008). *Turismo como estratégia integradora dos recursos locais : o caso da NUT III Minho-Lima*. Tese de doutoramento em Ciências Económicas. Universidade do Minho. Acedido em 20 de Agosto de 2009 em <http://hdl.handle.net/1822/9014>
- Vieira, J. (2007). *Planeamento e ordenamento territorial do turismo: Uma perspectiva estratégica*. Editorial Verbo. Lisboa.

Weaver, D. (2006). *Sustainable tourism*. Elsevier. Oxford.

Wehrich, H. (1982). The TOWS matrix: a tool for situational analysis. *Long range planning*. 15: 54-66. Acedido a 1 de Dezembro de 2009 em <http://www.usfca.edu/facstaff/wehrichh/docs/tows.pdf>

Zaoual, H. (2008). Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições? [versão electrónica]. *Caderno Virtual de Turismo*. 2, Vol.8: 1-13. Acedido em 20 de Janeiro de 2009, em <http://www.ivt.coppe.ufrj.br/caderno/ojs/viewarticle.php?id=415>

Zimmer, P. e Grassman, S. (1996). *Avaliar o potencial turístico de um território*. Observatório Europeu LEADER. Acedido em 2 de Setembro de 2009 em <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-pt/biblio/touris/metho.pdf>

ANEXOS

ANEXO II – Matrizes para especialistas (avaliação dos recursos)

Quadro A2: Matriz de classificação dos recursos específicos para desportos de ondas

DESPORTOS DE ONDAS - Bruno Melo								Observações:
RECURSOS	Importância (1 a 4)				Possibilidade de desenvolvimento (1 a 4)	MÉDIA		
	Local	Regional	Nacional	Internacional				
Praia de Porto Novo	1	1	1	1	2	1,2	Recurso complementar	
Praia de Santa Rita Norte	2	3	3	3	3	2,8	Recurso complementar	
Praia de Santa Rita Sul	2	3	3	4	4	3,2	Recurso básico	
Praia das Camarinhas	2	1	1	1	2	1,4	Recurso complementar	
Praia do Seixo	2	2	1	1	2	1,6	Recurso complementar	
Praia da Mexilhoeira	2	2	1	1	2	1,6	Recurso complementar	
Praia da Vigia	3	3	1	1	4	2,4	Recurso complementar	
Praia do Navio	4	4	3	3	4	3,6	Recurso básico	
Praia do Mirante	4	4	3	3	4	3,6	Recurso básico	
Praia do Pisão	4	4	3	3	4	3,6	Recurso básico	
Praia da Física	3	3	2	2	3	2,6	Recurso complementar	
Praia do Centro	2	2	1	1	2	1,6	Recurso complementar	
Praia de Santa Helena	1	1	1	1	1	1	Recurso complementar	
Praia do Guincho	1	1	1	1	1	1	Recurso complementar	
Praia Sul	Recurso não utilizado							
Praia Formosa	Recurso não utilizado							
Praia das Amoeiras	Recurso não utilizado							
Praia da Varandinha	Recurso não utilizado							
Praia Azul	4	4	4	4	4	4	Recurso básico	
Praia da Foz do Sizandro	2	2	2	1	3	2	Recurso complementar	
Praia de Cambelas	Recurso não utilizado							
Praia da Assenta Norte	Recurso não utilizado							
Praia da Assenta Sul	Recurso não utilizado							
Qualidade paisagística					4	4		
Entidades (associações, empresas)					3	3		
Recursos Humanos					3	3		
CONCELHO DE TORRES VEDRAS	3							
Importância	Possibilidade Desenvolvimento				Transversais			
1 - Utilização rara	1 - Nenhuma				1 - Inexistente			
2 - Utilização esporádica	2 - Pouca				2 - Pouco(a)			
3 - Utilização frequente	3 - Alguma				3 - Algum(a)			
4 - Utilização quase permanente	4 - Elevada				4 - Bastante			

Quadro A3: Matriz de classificação dos recursos específicos para escalada e manobras de corda

ESCALADA DESPORTIVA - Paulo Serra								Observações:
RECURSOS	Importância (1 a 4)				Possibilidade de desenvolvimento (1 a 4)	MÉDIA		
	Local	Regional	Nacional	Internacional				
ESCARPAS DA MACEIRA	3	1	1	1	4	2	Recurso complementar	
QUINTA DA PORTUCHEIRA	2	1	1	1	1	1,2	Recurso complementar	
Qualidade paisagística					2	2		
Entidades (associações, empresas)					3	3		
Recursos Humanos					2	2		
CONCELHO DE TORRES VEDRAS	2					2		
Importância	Possibilidade Desenvolvimento				Transversais			
1 - Utilização rara	1 - Nenhuma				1 - Inexistente			
2 - Utilização esporádica	2 - Pouca				2 - Pouco(a)			
3 - Utilização frequente	3 - Alguma				3 - Algum(a)			
4 - Utilização quase permanente	4 - Elevada				4 - Bastante			

Quadro A4: Matriz de classificação dos recursos específicos para mergulho

MERGULHO - NUNO MOTA							Observações:
RECURSOS	Importância (1 a 4)				Possibilidade de desenvolvimento (1 a 4)	MEDIA	
	Local	Regional	Nacional	Internacional			
Praia de Porto Novo	4	4	2	2	3	3	RECURSO BÁSICO
Praia de Santa Rita Norte	4	4	3	1	3	3	RECURSO BÁSICO
Praia de Santa Rita Sul	Recurso não utilizado						
Praia das Camarinhas	Recurso não utilizado						
Praia do Seixo	4	3	1	0	3	2,2	RECURSO COMPLEMENTAR
Praia da Mexilhoeira	2	1	1	0	1	1	RECURSO COMPLEMENTAR
Praia da Vigia	Recurso não utilizado						
Praia do Navio	Recurso não utilizado						
Praia do Mirante	Recurso não utilizado						
Praia do Pisão	Recurso não utilizado						
Praia da Física	Recurso não utilizado						
Praia do Centro	Recurso não utilizado						
Praia de Santa Helena	3	2	1	1	2	1,8	RECURSO COMPLEMENTAR
Praia do Guincho	2	1	1	1	2	1,4	RECURSO COMPLEMENTAR
Praia Sul	1	1	1	1	2	1,2	RECURSO COMPLEMENTAR
Praia Formosa	1	1	1	1	2	1,2	RECURSO COMPLEMENTAR
Praia das Amoeiras	2	2	1	1	2	1,6	RECURSO COMPLEMENTAR
Praia da Varandinha	0	0	0	0	2	0,4	
Praia Azul	4	4	4	2	3	3,4	RECURSO BÁSICO
Praia da Foz do Sizandro	4	3	1	1	2	2,2	RECURSO COMPLEMENTAR
Praia de Cambelas	4	3	2	1	2	2,4	RECURSO COMPLEMENTAR
Praia da Assenta Norte	4	3	3	1	4	3	RECURSO BÁSICO
Praia da Assenta Sul	4	3	3	1	4	3	RECURSO BÁSICO
Qualidade paisagística	3					3	
Entidades (associações, empresas)	1					1	
Recursos Humanos	1					1	
CONCELHO DE TORRES VEDRAS	3					3	
Importância	Possibilidade Desenvolvimento				Transversais		
1 - Utilização rara	1 - Nenhuma				1 - Inexistente		
2 - Utilização esporádica	2 - Pouca				2 - Pouco(a)		
3 - Utilização frequente	3 - Alguma				3 - Algum(a)		
4 - Utilização quase permanente	4 - Elevada				4 - Bastante		

Quadro A5: Matriz de classificação dos recursos específicos para orientação pedestre e ori-BTT

ORIENTAÇÃO - MARIA AMADOR							Observações:
RECURSOS	Importância (1 a 4)				Possibilidade de desenvolvimento (1 a 4)	MEDIA	
	Local	Regional	Nacional	Internacional			
Santa Cruz - Misto (urbano+floresta)	4	3	2	2	2	2,6	RECURSO COMPLEMENTAR
Torres Vedras - Cidade	4	3	2	2	2	2,6	RECURSO COMPLEMENTAR
Monte Rendondo-Quinta das Iapas Misto (urbano+floresta)	4	4	4	3	2	3,4	RECURSO BÁSICO
A-de-Cunhados - freguesia (floresta)	4	4	4	3	4	3,8	RECURSO BÁSICO
Ramalhal - freguesia (floresta)	4	4	4	3	4	3,8	RECURSO BÁSICO
Maxial - freguesia (floresta)	4	4	4	3	4	3,8	RECURSO BÁSICO
Outeiro da Cabeça - freguesia (floresta)	4	4	4	3	4	3,8	RECURSO BÁSICO
todas as localidades (urbano)	4	3	2	2	3	2,8	RECURSO COMPLEMENTAR
todo o concelho - corridas de aventura	4	4	4	4	3	3,8	RECURSO BÁSICO
todo o concelho - raides	4	4	3	3	3	3,4	RECURSO BÁSICO
Qualidade paisagística	4					4	
Entidades (associações, empresas)	3					3	
Recursos Humanos	4					4	
CONCELHO DE TORRES VEDRAS						0	
Importância	Possibilidade Desenvolvimento				Transversais		
1 - Utilização rara	1 - Nenhuma				1 - Inexistente		
2 - Utilização esporádica	2 - Pouca				2 - Pouco(a)		
3 - Utilização frequente	3 - Alguma				3 - Algum(a)		
4 - Utilização quase permanente	4 - Elevada				4 - Bastante		

Quadro A6: Matriz de classificação dos recursos específicos para pedestrianismo

PEDESTRIANISMO - César Costa							Observações:
RECURSOS	Importância (1 a 4)				Possibilidade de desenvolvimento (1 a 4)	MÉDIA	
	Local	Regional	Nacional	Internacional			
REDE DE PR's	3	1	1	1	4	2	RECURSO COMPLEMENTAR
GRANDE ROTA DA REDE NATURA	3	1	1	1	4	2	RECURSO COMPLEMENTAR
GRANDE ROTA DAS LINHAS TV	3	2	2	1	4	2,4	RECURSO COMPLEMENTAR
Qualidade paisagística	3						
Entidades (associações, empresas)	3						
Recursos Humanos	3						
CONCELHO DE TORRES VEDRAS							
Importância	Possibilidade Desenvolvimento				Transversais		
1 - Utilização rara	1 - Nenhuma				1 - Inexistente		
2 - Utilização esporádica	2 - Pouca				2 - Pouco(a)		
3 - Utilização frequente	3 - Alguma				3 - Algum(a)		
4 - Utilização quase permanente	4 - Elevada				4 - Bastante		

Quadro A7: Matriz de classificação dos recursos específicos para BTT

BTT							Observações:
RECURSOS NATURAIS	Importância (1 a 4)				Possibilidade de desenvolvimento (1 a 4)	MÉDIA	
	Local	Regional	Nacional	Internacional			
Interior do concelho	4	4	2	2	4	3,2	RECURSO BÁSICO
Litoral	4	3	2	1	3	2,6	RECURSO COMPLEMENTAR
Ecopista do Sizandro	4	4	2	1	4	3	RECURSO BÁSICO
Zona norte	4	2	1	1	3	2,2	RECURSO COMPLEMENTAR
Serra do Socorro	4	4	3	2	4	3,4	RECURSO BÁSICO
Qualidade paisagística	4					4	
Entidades (associações, empresas)	4					4	
Recursos Humanos	4					4	
CONCELHO DE TORRES VEDRAS	4					4	
Importância	Possibilidade Desenvolvimento				Transversais		
1 - Utilização rara	1 - Nenhuma				1 - Inexistente		
2 - Utilização esporádica	2 - Pouca				2 - Pouco(a)		
3 - Utilização frequente	3 - Alguma				3 - Algum(a)		
4 - Utilização quase permanente	4 - Elevada				4 - Bastante		

Quadro A8: Matriz de classificação dos recursos específicos para voo livre

Voo livre - João Francisco							Observações:
RECURSOS	Importância (1 a 4)				Possibilidade de desenvolvimento (1 a 4)	MÉDIA	
	Local	Regional	Nacional	Internacional			
Falésias de Santa Rita	4	4	3	3	4	3,6	RECURSO BÁSICO
Dunas de Santa Rita	3	2	2	1	3	2,2	RECURSO COMPLEMENTAR
Praia Azul	3	2	2	2	3	2,4	RECURSO COMPLEMENTAR
Ribeira de Pedrulhos	3	2	1	1	4	2,2	RECURSO COMPLEMENTAR
Monte Redondo	3	2	1	1	3	2	RECURSO COMPLEMENTAR
Serra do Socorro + Archeira	3	3	1	1	2	2	RECURSO COMPLEMENTAR
Qualidade paisagística							
Entidades (associações, empresas)	4						
Recursos Humanos	4						
CONCELHO DE TORRES VEDRAS							
Importância	Possibilidade Desenvolvimento				Transversais		
1 - Utilização rara	1 - Nenhuma				1 - Inexistente		
2 - Utilização esporádica	2 - Pouca				2 - Pouco(a)		
3 - Utilização frequente	3 - Alguma				3 - Algum(a)		
4 - Utilização quase permanente	4 - Elevada				4 - Bastante		

Quadro A9: Matriz de classificação dos recursos culturais monumentais

PATRIMÓNIO - DR. MOEDAS DUARTE							
RECURSOS	Importância (1 a 4)				Possibilidade de desenvolvimento (1 a 4)	MÉDIA	Observações:
	Local	Regional	Nacional	Internacional			
Chafariz dos Canos	4	4	4	3	4	3,75	RECURSO BÁSICO
Castro do Zambujal	4	4	4	4	4	4	RECURSO BÁSICO
Fortes das linhas de torres	4	4	4	3	4	3,75	RECURSO BÁSICO
Convento do Varatojo	4	4	3	2	3	3,25	RECURSO BÁSICO
Igrejas de Torres Vedras	4	3	2	2	2	2,75	RECURSO COMPLEMENTAR
Castelo de Torres Vedras	4	3	2	1	3	2,5	RECURSO COMPLEMENTAR
Antigo Hospital Militar de Runa	4	4	3	3	3	3,5	RECURSO BÁSICO
Centro histórico de Torres Vedras	4	3	3	2	4	3	RECURSO BÁSICO
VARIÁVEIS TRANSVERSAIS							
Qualidade paisagística					4	4	
Entidades (associações, empresas)					2	2	
Recursos Humanos					3	3	
CONCELHO DE TORRES VEDRAS					4	4	
Importância	Possibilidade Desenvolvimento				Transversais		
1 - Nula	1 - Nenhuma				1 - Inexistente		
2 - Pouca	2 - Pouca				2 - Pouco(a)		
3 - Alguma	3 - Alguma				3 - Algum(a)		
4 - Bastante	4 - Elevada				4 - Bastante		

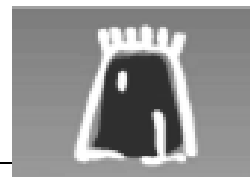
Quadro A10: Matriz de classificação dos recursos naturais

PATRIMÓNIO NATURAL - JOÃO PAULO SANTOS							
RECURSOS NATURAIS	Importância (1 a 4)				Possibilidade de desenvolvimento (1 a 4)	MÉDIA	Observações:
	Local	Regional	Nacional	Internacional			
Oria costeira	4	4	3	3	4	3,6	RECURSO BÁSICO
Escarpas da Maceira	4	3	2	1	4	2,8	RECURSO COMPLEMENTAR
Linhas de Água	1	1	1	1	1	1	
Serra da Socorro e Archeira	3	3	2	1	3	2,4	RECURSO COMPLEMENTAR
Serra dos Cucos	4	3	2	1	4	2,8	RECURSO COMPLEMENTAR
Zonas agrícolas	4	3	2	1	3	2,6	RECURSO COMPLEMENTAR
Castro do Zambujal	3	2	1	1	2	1,8	
Mata do Juncal	3	2	1	1	2	1,8	
Zonas florestais	3	2	1	1	3	2	
VARIÁVEIS TRANSVERSAIS							
Qualidade paisagística					3		
Entidades (associações, empresas)					2		
Recursos Humanos					3		
CONCELHO DE TORRES VEDRAS							
Importância	Possibilidade Desenvolvimento				Transversais		
1 - Nula	1 - Nenhuma				1 - Inexistente		
2 - Pouca	2 - Pouca				2 - Pouco(a)		
3 - Alguma	3 - Alguma				3 - Algum(a)		
4 - Bastante	4 - Elevada				4 - Bastante		

ANEXO III – Guião de entrevista semi-estruturada (*stakeholders*)

TURISMO ACTIVO EM TORRES VEDRAS

GUIÃO de ENTREVISTA



BREVE ENQUADRAMENTO DA INVESTIGAÇÃO

O Plano Estratégico Nacional do Turismo estabelece como produtos prioritários para o Pólo de Desenvolvimento Turístico do Oeste os Resorts Integrados e Turismo Residencial, Golfe e Touring.

Contudo, para além destes produtos há que dotar a região de ofertas complementares que dêem resposta às tendências para o sector: aumento da preferência pelas férias activas e diminuição do sedentarismo; diversificação dos motivos; preferência pelos espaços equilibrados com maior contacto com a natureza; permanências mais curtas e repetitivas.

A estratégia para o desenvolvimento sustentável do turismo no concelho de Torres Vedras, passará por uma aposta na especialização na oferta de produtos característicos do turismo activo?

Através de um processo de planeamento para o destino, que permita identificar quais as suas principais potencialidades turísticas, este estudo pretende contribuir para delinear as linhas estratégicas de um modelo turístico a implementar, no que diz respeito à complementaridade da oferta, de modo a obter os benefícios socioeconómicos para a sociedade, sem deixar de manter a sustentabilidade do sector.

A - O TURISMO ACTUAL EM TORRES VEDRAS

1 – Actualmente podemos-nos referir a Torres Vedras (concelho) como um destino turístico posicionado no mercado?

- Segmentos: Sol e Mar / Golfe / Negócios / Desportivo / Natureza / Aventura / Residencial / Resorts / Touring / Cultural / Saúde (Termas)
- Mercado: Internacional / Doméstico
- Oferta: hoteleira e animação turística
- Condicionantes: Sazonalidade, acessos, economia, ...

2 - Tendo em conta as tendências da procura turística*, quais as potencialidades e recursos que destaca no concelho de Torres Vedras?

***Novos produtos**

- Volta às raízes (natureza, cultural, aventura...)
- Novos destinos e produtos (diversidade e quantidade)
- Saúde (termas / spas)
- Negócios / Reuniões / Conferências

***Mudanças estilo de vida**

- Férias mais frequentes e mais curtas
- Diminuição do sedentarismo / férias mais activas / procura de experiências
- Instalações e actividades para todo o ano
- Mais reformados com mais vida activa

***Qualidade da oferta**

- Turistas mais experientes e mais sofisticados
- Procura pela cultura local / participação na comunidade
- Sensibilidade às preocupações com o meio ambiente
- Importância do Marketing e Internet
- Frequente necessidade de pioneirismo do sector público

3 - Em termos de animação turística (complementaridade da oferta). O concelho está bem servido?

B - TORRES VEDRAS E OS PARCEIROS

4 - Identifica o concelho de Torres Vedras com as prioridades estabelecidas no PENT para o Pólo de Desenv. Turístico do Oeste? (Golfe, Resorts Integrados, Turismo Residencial e Touring)

- Adequação dos produtos
- Complementaridade dos produtos
- Relação com o Pólo de Turismo do Oeste e respectivos municípios

5 - Como classifica o grau de cooperação entre o Município / Hotelaria / Empresas de animação turística?

- Política de desenvolvimento / Definição de papéis
- Ferramentas de comunicação
- Parcerias

C - O FUTURO DO TURISMO EM TORRES VEDRAS

6 - Tendo em conta as tendências atrás referidas, em que produtos / projectos pode Torres Vedras apostar para projectar as suas potencialidades turísticas?

- Animação turística
- Ocean Spirit
- Turismo Rural / Agroturismo
- Turismo activo
- Linhas de Torres
- Santa Cruz
- Eventos
- Resorts
- PARQUE AVENTURA
- Parque Temático
- Rotas temáticas
- Marca "Torres Vedras"

7 - Qual deverá ser o papel da Câmara Municipal de Torres Vedras no desenvolvimento turístico do concelho? (parceria sector público / sector privado)

- Planeamento estratégico / Objectivos estratégicos
- Orientar / Facilitar
- Coordenar / Supervisionar
- Liderar / Financiar
- Garantir os objectivos traçados
- Ser pioneira nos produtos em falta

ANEXO IV – Cronograma de execução das acções exemplares do PETATV

Quadro A11: Proposta de cronograma de execução das acções exemplares

Programas de intervenção e Acções Exemplares	Ano Zero	Curto Prazo	Médio Prazo	Longo Prazo
I.1 - Qualificação dos recursos de apoio ao turismo activo;				
I.1.1 - Valorização do património das Linhas de Torres Vedras;				
I.1.2 - Qualificação paisagística das zonas de valor natural;				
I.1.3 - Revitalização dos portos de Porto Novo e da Assenta;				
I.1.4 - Qualificação da Foz do Alcabrichel ou Foz do Sizandro);				
I.2 - Unidades de alojamento direccionadas para Turismo Activo;				
I.2.1 - Apoio à instalação de <i>surf camps</i> ;				
I.2.2 - Unidades de Turismo em Espaço Rural;				
I.2.3 - Projecto de Turismo em Espaço Escolar;				
I.2.4 - Parques de Campismo previstos no PDM;				
I.3 - Gestão estratégica do destino				
I.3.1 - Plataforma consultiva da gestão pública da estratégia turística;				
I.3.2 - Metas e níveis de desempenho;				
I.3.3 - Sistemas de controlo e monitorização do desenvolvimento turístico;				
I.3.4 - Acompanhamento da revisão do PDM de Torres Vedras;				
II.1 - Organização e comercialização da oferta de animação turística de desporto na natureza;				
II.1.1 - Parque Aventura de Santa Cruz e Centro Int. das Linhas de Torres;				
II.1.2 - Central de reservas interna <i>online</i> ;				
II.1.3 - Articulação da oferta com programas existentes no concelho;				
II.1.4 - Articulação da oferta dispersa existente, em programas comuns;				
II.1.5 - Produtos turísticos e cooperação inter-concelhos e regionais;				
II.1.6 - Medidas de estímulo à originalidade dos produtos;				
II.2 - Constituição de produtos estruturantes permanentes de desporto na natureza				
II.2.1 - Qualificação das Grandes Rotas existentes;				
II.2.2 - Grande Rota do Concelho de Torres Vedras;				
II.2.3 - Conclusão da rede de Pequenas Rotas;				
II.2.4 - Escola de Escalada da Maceira;				
II.2.5 - Iniciativa <i>Bikepark</i> (BTT <i>Downhill</i>) na Serra do Socorro;				
II.2.6 - Rede de Ecopistas cicláveis;				
II.2.7 - Valorização do Miradouro do Seixo (parapente);				
II.2.8 - Medidas facilitadoras da utilização da linha ferroviária;				
II.2.9 - Terreno-escola de orientação pedestre e Ori-BTT;				
II.2.10 - Mecanismos de acessibilidade a pessoas com mobilidade reduzida;				
II.3 - Sinalização e informação turística				
II.3.1 - <i>Webcam's online</i> nas praias;				
II.3.2 - Mapa com locais de prática;				
II.3.3 - Sinalização dos recursos naturais no terreno;				
II.3.4 - Sinalização de estradas florestais;				
II.3.5 - Produção de publicações informativas;				
II.3.6 - Disponibilização de GPS's				
II.3.7 - Criar instrumentos de salvaguarda e redução de danos;				
II.3.8 - Disponibilização <i>online</i> de actividades;				
III.1 - Programa de promoção e divulgação turística				
III.1.1 - "Marca Turística", slogan e logótipo;				
III.1.2 - Criação de <i>site</i> temático de divulgação de actividades;				
III.1.3 - Selecção de canais de distribuição;				
III.1.4 - Presença em feiras temáticas e eventos similares;				
III.1.5 - Campanhas de sensibilização da comunidade residente;				
III.1.6 - Vídeo promocional temático;				
III.1.7 - Integração na estratégia de promoção do Pólo do Oeste.				
III.2 - Dinamização de grandes eventos				
III.2.1 - <i>Ocean Spirit</i> ;				
III.2.2 - Etapa do campeonato nacional de corridas de aventura;				
III.2.3 - Feira de empresas de Animação Turística;				
III.2.4 - Campeonatos/etapas de desporto na natureza;				
III.2.5 - Encontros de Pedestrianismo;				
III.2.6 - Organização de agenda anual de eventos de desporto na natureza;				
III.2.7 - Produtos de turismo activo em articulação com os eventos;				

Quadro A11 – Cronograma de execução das acções exemplares (continuação)

IV.1 - Programa de formação especializada em Animação Turística				
IV.1.1 - Parcerias com Escolas de Turismo;				
IV.1.2 - Cursos Profissionais de Animação Turística;				
IV.2 - Apoiar a organização de congressos, conferências, seminários e <i>workshops</i> temáticos;				
IV.2.1 - Congresso de Turismo/Desporto de Natureza;				
IV.2.2 - Ciclo de <i>workshops</i> temáticos;				
IV.2.3 – Conferências;				
V.1 - Apoio ao desenvolvimento empresarial e ao investimento turístico				
V.1.1 – Fixação de Empresas de Animação Turística no concelho;				
V.1.2 - Incentivo ao Turismo em Espaço Rural;				
V.1.3 - Articulação com o Gabinete de Apoio às Empresas da CMTV;				
V.1.4 - Concursos temáticos anuais;				
V.2 - Reforço das condições técnicas de suporte ao desenvolvimento turístico				
V.2.1 - Sistema interno de informação em rede;				
V.2.2 - Laboratório de pesquisa sobre o turismo no concelho;				
V.2.3 - Guia do Investidor para o Turismo Activo;				