THE MARKETING SCHOOL

DISSERTAÇÃO DE MESTRADO

CONTRIBUIÇÃO DAS REGIÕES PARA A ECONOMIA NACIONAL: O CASO DO CONSUMO DE TURISMO RURAL NA REGIÃO DO DOURO

AUTORA: Melissa Trabulo de Oliveira

ORIENTADOR: Prof. Doutor Gonçalo Caetano Alves

ESCOLA SUPERIOR DE AVEIRO, SETEMBRO 2012

AGRADECIMENTOS

Dirijo o meu primeiro agradecimento ao orientador desta dissertação de mestrado, Doutor Gonçalo Caetano Alves, que aceitou tão prontamente orientar a minha tese. À Dr.ª Teresa Aragonez, agradeço as leituras atentas, as criticas e sugestões que foram determinantes para a execução deste trabalho. Aos dois agradeço a tranquilidade transmitida e a confiança que em mim depositaram.

Aos meus pais, João e Odete, por me darem a oportunidade de realizar este Mestrado, apoiando sempre as minhas decisões, nunca duvidando das minhas capacidades.

Ao meu namorado, Nelson, que sempre me motivou nos momentos mais difíceis, expressando sempre a sua confiança na minha capacidade de trabalho, apoiando-me e dando-me incentivo para continuar.

Um especial obrigada a minha amiga Rita pela sua prestativa ajuda na recolha de material científico. Sem ela tudo teria sido mais difícil.

À Dr.ª Valentina Ribau e à Dr.ª Joana Castilho, pois sem elas nunca teria conseguido trabalhar com o programa SPSS.

A todos aqueles que se foram cruzando comigo nesta etapa e, tao prontamente, foram dando dicas essenciais para a melhoria desta tese.

Por fim, gostaria de agradecer a todos aqueles que amavelmente se preocupavam em saber como ia a tese e que sempre tinham uma palavra encorajadora para me dar.

A todos o meu MUITO OBRIGADA!

RESUMO

Este trabalho apresenta resultados de uma investigação que tem como objetivo principal entender se o Turismo Rural na Região do Douro contribui, de forma positiva, para a economia nacional.

É composto, numa primeira fase, por uma investigação quantitativa, realizada através de um questionário aplicado a 57 indivíduos responsáveis pelos empreendimentos de turismo em espaço rural (TER) dos treze concelhos classificados como património mundial pela UNESCO. Com esta parte da investigação conseguimos obter dados estatísticos sobre a região, as suas potencialidades, o tipo de turista, os empreendimentos e os seus dados económicos. Os dados recolhidos foram tratados através do programa SPSS (Statistical Package for the Social Sciences).

A segunda fase da investigação é composta por uma pesquisa qualitativa, realizada através de duas entrevistas semi-estruturadas, respondidas por dois especialistas da área, sendo o primeiro o Presidente da Confederação de Turismo de Portugal e o segundo o Presidente da Região de Turismo no Douro. Nesta segunda fase, conseguimos obter e confrontar duas opiniões distintas, de dois especialistas no assunto com visões diferentes.

Os resultados da investigação revelam que apesar das dificuldades sentidas tendo em conta a conjuntura atual, este é um setor de atividade com grande potencial de desenvolvimento económico regional e nacional, contribuindo de forma bastante positiva para a economia de Portugal e, por este motivo não deve ser esquecido nem posto de parte.

Palavras-Chave: Turismo, Turismo Rural, Douro, Património Mundial, Desenvolvimento Turístico, Economia Nacional.

ABSTRACT

This paper presents results of a research that aims to understand if the Rural Tourism in the Douro contributes positively to the national economy. It consists, initially, by a quantitative research, conducted through a questionnaire administered to 57 individuals responsible for tourism enterprises in rural areas of the thirteen counties classified as world heritage by UNESCO. With this part of the investigation could obtain statistical data about the region, its potential, the type of tourist, the enterprises and their economic data. The data collected were processed using SPSS (Statistical Package for the Social Sciences). The second phase of the research consists of a qualitative research conducted through two semi-structured interviews, answered by two experts in the field, the first being the President of the Confederation of Tourism of Portugal and the second President of the Tourism in Douro. In this second phase, we can obtain and compare two different opinions from two experts with different views on the subject.

Research results show that despite the difficulties in view of the current situation, this is an industry with great potential for regional and national economic development, contributing very positively to the economy of Portugal and for this reason should not be forgotten or put aside.

Keywords: Tourism, Rural Tourism, World Heritage, Tourism Development, Nacional Economy.

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS 2

RESUMO 3

ABSTRACT 4

1. INTRODUÇÃO 12

1.1. Tema 13

1.2. Domínio e Foco do projeto 15

1.3. Problemas e Questões de Pesquisa 17

1.4. Campo de aplicação 18

1.5. Justificação do projeto 19

1.6. Estrutura Geral do projeto 20

2. REVISÃO DE LITERATURA 21

2.1. Turismo 21

2.1.1. TER – Turismo em Espaço Rural 23

2.1.2. Turismo Cultural 26

2.2. Desenvolvimento turístico 27

2.3. O Turismo e o Desenvolvimento sustentável 32

2.4. Turismo no contexto de Marketing 35

2.5. Estatísticas do Turismo no Douro 37

3. METODOLOGIA 42

3.1. Paradigmas e metodologia de pesquisa 43

3.1.1. Paradigma 43

3.1.2. Pesquisa quantitativa 44

3.1.3. Pesquisa qualitativa 45

3.2. Classificação da Pesquisa 46

3.2.1. Tipo de pesquisa 46

3.3. Objetivos 47

3.3.1. Objetivo Geral 47

3.3.2. Objetivos específicos 48

3.4. Hipóteses 48

3.4.1. Pesquisa exploratória 50

3.5. Amostra e Procedimentos de Amostragem 51

3.6. Métodos e Técnicas de Análise dos Dados 52

3.6.1. Pesquisa quantitativa 52

3.6.2. Pesquisa qualitativa 52

4. TRABALHO DE CAMPO 54

4.1. Instrumentos de Recolha de Dados 54

4.1.1. Estudo quantitativo 54

4.1.2. Estudo qualitativo 54

4.2. Descrição do processo 54

4.2.1. Estudo quantitativo 54

4.2.2. Estudo qualitativo 55

4.3. Caracterização da amostra 56

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS 58

5.1. Pesquisa Quantitativa 58

5.1.1. Tratamento dos Dados 58

5.1.2. Caracterização da amostra 59

5.1.3. Resultados 60

5.2. Pesquisa Qualitativa 71

CONCLUSÃO 77

LIMITAÇÕES DO ESTUDO 78

RECOMENDAÇÕES FUTURAS 79

BIBLIOGRAFIA 80

Índice de Quadros

Quadro 1 - Alguns efeitos do desenvolvimento turístico 30

Quadro 2 - Classificação Tipo de Pesquisa 47

Quadro 3 - Nº de Empreendimentos por Concelho 56

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros 37

Tabela 2 - Dormidas em estabelecimentos hoteleiros 38

Tabela 3 - Nº de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros 39

Tabela 4 - Estada média nos estabelecimentos hoteleiros 40

Tabela 5 - Proveitos Totais ART Norte (milhares de euros) 40

Tabela 6 - Objetivos específicos do estudo 48

Tabela 7 - Hipótese Geral e Hipóteses Secundárias 49

Tabela 8 - Evolução do preço médio por quarto e faturação média anual 60

Tabela 9 - Relação entre nº de quartos com nº de indivíduos contratados e nº de trabalhadores efetivos com a taxa de ocupação média anual (Teste Kruskal-Wallis) . 61

Tabela 10 - Parcerias existentes com empresas e restaurantes da região 62

Tabela 11 - Evolução da Taxa de Ocupação Média dos Quartos e a sua relação com o Preço Médio por Quarto (Teste Kruskal-Wallis) 63

Tabela 12 - Opinião acerca dos benefícios trazidos pela classificação "Património Mundial" 64

Tabela 13 - Relação entre ano de inicio de atividade e opinião acerca do Desenvolvimento da Região (Teste Kruskal-Wallis) 64

Tabela 14 - Relação entre ano de início de atividade com o nº de indivíduos contratados (Teste Kruskal-Wallis) 65

Tabela 15 - País de Origem dos Turistas que mais visitam a Região 66

Tabela 16 - Tipo de cliente que mais frequenta as unidades do TER no Douro (Frequência) e Relação entre o tipo de cliente e a tipologia do empreendimento (Teste Kruskal-Wallis) 67

Tabela 17 - Numero médio de noites de estadia 68

Tabela 18 - Motivos que leva o Turista a visitar o Douro 68

Tabela 19 - Ferramentas de Marketing utilizadas para a divulgação/ promoção dos empreendimentos 69

Tabela 20 - Nº de empreendimentos que faz divulgação no estrangeiro e percentagem de eficácia por país 70

Índice de Figuras

Figura 1 - Delimitação do Alto Douro Vinhateiro (Património Mundial) 18

LISTA DE ABREVIATURAS

PIB – Produto Interno Bruto

TER – Turismo em Espaço Rural

DGT – Direção Geral do Turismo

UNESCO – United Nations Educational, Scientific ans Cultural Organization

TP – Turismo de Portugal

TH – Turismo Habitação

AG – Agroturismo

TA – Turismo Aldeia

TR – Turismo Rural

CC – Casas de Campo

HR – Hotel Rural

CTP – Confederação Turismo Português

INE – Instituto Nacional de Estatística

OMT – Organização Mundial de Turismo

PDT – Polo de Desenvolvimento Turístico

NUTS – Unidades Territoriais Estatísticas

ART – Área Regional de Turismo

SPSS – Statistical Package for the Social Sciences

PENT – Plano Estratégico Nacional do Turismo

QREN – Quadro de Referencia Estratégica Nacional

LISTA DE ANEXOS

Anexo 1……Guião da entrevista

Anexo 2……Pré-teste

Anexo 3……Lista de indivíduos submetidos ao pré-teste

Anexo 4…… Questionário

Anexo 5……Grelha de avaliação das entrevistas

Anexo 6……Variáveis e Outputs da análise estatística (SPSS)

Anexo 7……Escalas de medida (Questionário)

1. INTRODUÇÃO

As raízes históricas do desenvolvimento do turismo estão intimamente ligadas ao desenvolvimento económico e cultural da humanidade. O turismo engloba uma gama gigantesca de atividades económicas, politicas e sociais. Isso porque, para além de ser uma atividade de lazer, é também um fenómeno social em que as pessoas se aproximam, provocando mudanças a nível de comportamento, padrões culturais e morais (Silva & Kemp, 2008).

Apesar da recente queda na atividade, devido à crise económica mundial, o turismo é uma das indústrias mais importantes da economia mundial, e Portugal não é exceção (Varum, Melo, Alvarenga & Carvalho, 2011).

Não é surpresa a enorme importância que o sector turístico tem na prosperidade social e económica de um país, concretamente no caso de Portugal, onde este sector representa cerca de 11% do Produto Interno Bruto (PIB) e é responsável por cerca de 10% dos postos de trabalho a nível nacional.

Fatores como a criação de postos de trabalho, impacto direto e significativo no PIB, a imagem de marca de um país como destino turístico a nível nacional e internacional, fazem com que este sector seja preponderante e básico para a estratégia de crescimento sustentado de um país como Portugal (Boubeta, Lopes & Mallou, 2011).

O mundo atual caminha a passos largos para uma mudança de grandes dimensões na maneira como as pessoas vivem, trabalham e ocupam o seu tempo livre. Os processos industriais estão cada vez mais automatizados, procurando uma quantidade significativamente menor de mão-de-obra e, deste modo, promovendo a progressiva mudança de trabalhadores do segmento secundário para o terciário, ou seja, da produção para a prestação de serviços, com destacada presença do turismo (Silva & Moura, 2010).

Há oportunidades de negócios em todo o país, que emergem do desenvolvimento de ofertas a nível regional, baseando-se parcerias locais,

competências locais e vantagens. A oferta, em particular no interior e locais de beleza natural, é caracterizado por um ambiente de segurança e diversão (Varum *et al*, 2011).

Situado no norte de Portugal, a região do Vale do Douro tem atributos que a tornam única e com um enorme potencial de desenvolvimento do turismo. No entanto, tem sido afetada, ao longo dos anos, por um processo gradual de desertificação. Comparando os dados regionais e nacionais, depressa concluímos que o índice de envelhecimento da população é alto e os níveis educacionais muito baixos. É possível então observar que apesar do grande potencial, o Vale do Douro é confrontado com alguns problemas socioeconómicos, sendo já considerada das regiões mais pobres de Portugal (Fazenda, Silva & Costa, 2010).

O turismo pode trazer inúmeros benefícios a uma dada localidade. Quando falamos em benefícios económicos por exemplo, Santos, Chehade e Quini (2010), defendem que o turismo tem a capacidade de desenvolver localidades de grande potencial, aumentando, de forma adequada, o índice de empregabilidade e o fluxo de capitais.

1.1. Tema

O tema desta tese define-se como a **"Contribuição das Regiões para a Economia Nacional: o caso de consumo de turismo Rural na Região do Douro".**

"O turismo é uma atividade socioeconómica que promove o deslocamento, interação e lazer das pessoas e, decorrente disso, movimenta organizações públicas e privadas responsáveis pela oferta de atrativos e infraestruturas recetivas e emissivas" (Gorni e Dreher, 2011, p.3).

Atualmente, o turismo é um dos fenómenos mais importantes do ponto de vista político, económico, ambiental e sociocultural. Deixou de ser visto apenas como um sinonimo de lazer e passou a assumir um papel de agente social nas sociedades em que se desenvolve (Marujo 2008).

É importante salientar que, tal como afirma Dias (2005), o setor público exerce um papel fundamental na atividade turística, na medida em que:

(1º) o turismo é uma atividade dinâmica que pode gerar efeitos tanto positivos quanto negativos, sendo necessário portanto, equilibrar o objetivo do lucro com sua sustentabilidade económica, ambiental e social;

(2º) o Estado é responsável por bens públicos como as infraestruturas, segurança, recursos naturais, culturais e outros.

Em conclusão ao referido pelos autores acima citados, é importante salientar que o turismo depende dos investimentos públicos e privados para a sua realização.

Quando falamos em turismo e, tendo em conta a importância da sustentabilidade nos tempos que correm, podemos defender que o desenvolvimento sustentável do turismo pode ser interpretado como uma forma de conhecer e satisfazer as necessidades presentes dos turistas e das regiões recetoras, protegendo e garantindo as oportunidades futuras (Inskeep, 1991 como citado em Marujo e Carvalho, 2010), privilegiando simultaneamente a cultura local e o ambiente, pressupondo assim não só a viabilidade económica como também a social (Beni, 1997).

Segundo Vieira (2007, p.21), "a contribuição do turismo para o desenvolvimento faz-se:

- Potenciando os fatores de competitividade inter-regional e internacional, tangíveis e intangíveis, como o aumento da dimensão da economia interna ou doméstica (desempenho económico) e do seu grau de internacionalização;
- Proporcionando a existência de infraestruturas sociais e coletivas (comunicações, escolas, hospitais, abastecimentos coletivos) que alavanquem mais o desenvolvimento sustentável do que o crescimento;
- Gerando mais conhecimento pela interculturalidade e mais oportunidades para o empreendedorismo num quadro de grande exigência quanto à qualidade territorial."

Lopez e Curiel (2010) concordam com Vieira (2007), mas acrescentam e destacam a importância do turismo quando se fala na abertura de novos mercados. Para eles o turismo dá oportunidade à agricultura, pecuária, artesanato, entre outros. Favorece também o sector da construção, aproveitando as pequenas empresas de construção locais e outros ofícios.

1.2. Domínio e Foco do projeto

Domínio: o domínio deste estudo é o Turismo

Turismo é uma atividade humana que não pode ser observada apenas pela ótica da atividade em si, pois não se resume apenas a viagens, estadias, lucro e prestação de serviços. Constitui-se também como um fenómeno social, económico, cultural e ambiental nas áreas geográficas com potencial turístico (Romancini, Ferasso & Vieira, 2007).

Para Ribeiro (2000 como citado em Simões e Cristóvão, 2003), por razões de ordem estrutural e, acima de tudo, por falta de empenho político, vastos territórios rurais de todo o interior do pais foram sistematicamente deixados à margem, excluídos das agendas e das dinâmicas de desenvolvimento concretizadas ao longo da segunda metade século passado, e convertidos em meros reservatórios de recursos materiais, recrutados para sustentar os processos de crescimento económico de sede urbana e litoral.

Vilar (2010) defende que o turismo é um dos motores de desenvolvimento económico nacional por ser uma atividade transversal a vários sectores económicos e, também pela facilidade em se poder constituir um produto turístico com atratividade internacional em qualquer região do país.

Tendo em conta a opinião do autor anteriormente referido, podemos concluir que Portugal necessita consciencializar-se que o seu futuro está no "campo". Temos história, temos cultura, temos gastronomia, temos bons terrenos agrícolas e lindas paisagens. Vamos viver mais o nosso Portugal e dá-lo a conhecer ao resto do mundo.

Foco: orientação para o desenvolvimento económico

A avaliação do impacto do turismo no desenvolvimento da economia nacional, é essencial para compreender a que níveis devem ser desenvolvidos apoios e incentivos à criação de empreendimentos turísticos no interior, de modo a criar emprego e por sua vez povoação das zonas até então abandonadas.

Segundo Dinis (2005), o turismo tem evoluído de forma significativa nos últimos anos e o impacto que tem tido nos sectores socioeconómicos levou a que países e instituições internacionais lhes prestassem uma atenção especial. O turismo torna-se portanto popular, baseando-se no facto de provocar efeitos positivos em vários sectores da economia, tais como emprego, balança de pagamentos e rendimento, permitindo assim, a nível sociocultural, um maior conhecimento e respeito entre as diferentes culturas.

Quando falamos no efeito que o turismo tem a nível socioeconómico, é importante referir os efeitos no emprego, isto porque o desenvolvimento do turismo e a sua ligação a várias indústrias permitiu ao longo dos anos que fossem criados postos de trabalho, não só empregos diretos como também indiretos, tendo em conta as outras industrias que produzem bens para o turismo. Assim, para clarificar esta influência nas várias indústrias, o emprego no sector turístico pode ser classificado da seguinte forma:

(1) Emprego direto, que consiste na venda direta de bens e serviços aos turistas (hotéis, restaurantes, lojas, transportes);

(2) Emprego indireto, com incidência nas várias áreas de atividade (agrícola, agroalimentar, artesanal, construção) que fornecem as empresas turísticas de modo a satisfazer o consumo do turista. Kadt (1979, como citado em Dinis, 2005)

Em Portugal, o turismo em espaço rural (TER) tem ganho cada vez mais um lugar preponderante na indústria do turismo e contém um potencial de desenvolvimento que não se pode deixar de considerar. De acordo com a direção geral do turismo (DGT, 2005), o turismo no espaço rural consiste no conjunto das

atividades e serviços realizados e prestados, mediante remuneração, em zonas rurais, segundo diversas modalidades de hospedagem, de atividades e serviços complementares de animação e diversão turística, tendo em vista a oferta de um produto completo e diversificado no espaço rural.

O aparecimento de atividades turísticas em zonas rurais e pouco desenvolvidas economicamente permite que sejam criados empregos e, por sua vez, que seja criado rendimento a nível local e regional. Este facto permite às famílias melhorar a sua qualidade de vida e passar a ter uma alimentação mais saudável e um alojamento melhor. Este aumento das despesas vai, consequentemente, permitir dinamizar a economia (Lickorish & Jenkins, 2000).

Deste modo, pode-se afirmar, tal como defendem os autores Elesbão e Almeida (2001), que o turismo rural, nos países da União Europeia, desempenha um papel importante nas estratégias de desenvolvimento das regiões menos favorecidas, tendo como função a criação de postos de trabalho, rendimentos extra e, incitador do desenvolvimento de infraestruturas.

Pretendemos então avaliar todos os pontos inerentes ao caso, nomeadamente potencialidades da região a estudar como, gastronomia, cultura, tradição, fauna, flora, entre outras e desenvolver um modelo de turismo sustentável ajustado à riqueza local.

1.3. Problemas e Questões de Pesquisa

O problema essencial é avaliar se o Turismo Rural na região do Douro contribui de forma positiva ou negativa para o desenvolvimento económico do país, avaliando, principalmente, a taxa de ocupação dos empreendimentos, faturação anual, níveis de empregabilidade, entre outros, ajudando-nos, por sua vez a observar as contribuições para o desenvolvimento da região. Para que tal seja observado, surgiram algumas questões que desejamos ver respondidas ao longo da realização desta tese.

Colocam-se então as seguintes questões de partida:

1 – Que iniciativas devem ser desenvolvidas de maneira a fomentar o regresso às zonas rurais e desenvolver o turismo sustentável?

2 – Depois de obtida a classificação de património da humanidade, verificaram-se aumentos de investimento nesta região, ou seja, aumento do número de empreendimentos de turismo rural?

3 – São dados, pelo estado, apoios suficientes para o desenvolvimento da região?

4 - De que forma o desenvolvimento das áreas rurais trás melhorias à economia nacional?

1.4. Campo de aplicação

O campo de aplicação é uma zona do interior de Portugal, mais propriamente a região do Douro Vinhateiro. Em estudo estão os treze concelhos desta região que obtiveram a classificação de Património da Humanidade pela UNESCO. Os treze concelhos em estudo são: Alijó, Armamar, Carrazeda de Ansiães, Lamego, Mesão Frio, Peso da Régua, Sabrosa, Santa Marta de Penaguião, São João da Pesqueira, Tabuaço, Torre de Moncorvo, Vila Real e, por fim, Vila Nova de Foz Côa.

Figura 1 - Delimitação do Alto Douro Vinhateiro (Património Mundial)

Fonte – TP (Turismo de Portugal)

Foram estudados os empreendimentos de Turismo em Espaço Rural, uma vez que o que pretendemos é estudar o interior e as zonas mais desertificadas. Aqui estão incluídos os empreendimentos caracterizados como: Turismo de Habitação, Agroturismo, Turismo Rural, Turismo de Aldeia, Casas de Campo e Hotel Rural.

1.5. Justificação do projeto

É de notar a mudança dos gostos dos turistas nos últimos anos. Hoje em dia, o turista procura novas formas de turismo, conhecer novos destinos, realizar atividades diferentes e encontrar propostas afins, como costumes locais, origens culturais, gastronomia, entre outros (Guzman & Cañizares, 2009).

O turismo rural é um fenômeno relativamente recente em Portugal . Ele aproveitou o património para fins turísticos de alojamento em zonas rurais, principalmente, antigos palácios, solários, casas rústicas e hotéis rurais (Moreira & Dias, 2010).

Na última década, o turismo tem assumido um papel importante não só para o desenvolvimento económico das comunidades, mas também para a globalização das relações económicas. Como uma indústria baseada em atividades de importação e exportação, o turismo promove fluxos cambiais entre os países e / ou regiões. (Ladeiras, Mota & Costa, 2010) No entanto e, tal como defendem os autores González e Ruiz (2006), o turismo não deve ser considerado apenas como um fenómeno macroeconómico. Deve-se ter a noção que este é um fenómeno que se desenvolve a uma escala local, assumindo implicações diretas sobre as pessoas e os próprios lugares.

Apesar de se falar constantemente neste tema, Portugal ainda não verificou grandes melhorias. Sabendo que o turismo contribui em cerca de 11% para o PIB, deveria ser um tema de maior preocupação e exploração.

A realização deste projeto centra-se principalmente na investigação da contribuição desta região para a economia do país, de modo a perceber se esta a ser

dada a devida atenção a este sector e se os apoios prestados satisfazem ou não as necessidades sentidas.

Como percebemos pelos autores acima referidos este é um tema que merece preocupação e atenção, pois apresenta-se como um sector em forte crescimento devido ao seu potencial.

1.6. Estrutura Geral do projeto

Este projeto, sendo um trabalho científico, foi dividido em seis fases que têm como objetivo apresentar a problemática do estudo e o seu desenvolvimento.

Na primeira fase, a introdução, expõe-se o tema da tese, enquadrar o domínio e o foco da mesma, os problemas e questões da pesquisa, o campo em que foi aplicada, justificação do projeto, bem como a estrutura geral que todo o projeto tem.

Na segunda fase deu corpo à revisão da literatura, onde foi feita uma análise teórica do domínio e foco do projeto, de modo a apresentar todos conceitos que estão relacionados do estudo, delimitando o porquê da problemática.

A terceira fase é a descrição da metodologia utilizada ao longo de todo o processo, onde foram feitas pesquisas quantitativas, através de entrevistas semi-estruturadas e, pesquisas quantitativas, através de questionários aplicados e respondidos pelos principais responsáveis pelos empreendimentos de turismo rural dos 13 concelhos em estudo.

Na quarta fase apresentam-se os resultados dos testes acima referidos e ainda a análise e o tratamento desses mesmos resultados.

Finalmente, na quinta fase, estão apresentadas as conclusões de todo o trabalho realizado, bem como as limitações e propostas de melhora.

2. REVISÃO DE LITERATURA

2.1. Turismo

A definição do conceito de turismo é tão complexa quanto a definição do que se entende ser um turista. Esta complexidade, que dificulta a sua conceptualização, resulta não só da natureza do próprio fenómeno turístico como ainda do facto de ele estar em constante evolução. Em baixo podemos verificar a prespectiva de diferentes autores por ordem cronológica acerca daquilo que cada um defende ser turismo.

Segundo Fuster (1974 como citado em Ingnarra, 2003 p.13), *"turismo é, de um lado, o conjunto de turistas; de outro, os fenómenos e as relações que essa massa produz em consequências das suas viagens".*

Para Andrade (1990, citado em Ingnarra, 2003 p.13), *" turismo é o conjunto de serviços que tem por objetivo o planeamento, a promoção e a execução de viagens, o serviço de receção, hospedagem e atendimento aos indivíduos e aos grupos, fora das suas residências habituais".*

Para Vieira (2007, p.18), apesar de não existir um consenso que permita dar uma resposta clara sobre o que é o turismo, entende que *"o Turismo é a vivência das emoções proporcionadas pelas características dos recursos existentes fora do local de residência habitual do turista e o conjunto de atividades socioeconómicas indispensáveis para que essa vivência se concretize".*

Para Santos, Barbosa e Esaki (2011), a atividade turística é caracterizada pelos deslocamentos espaciais de indivíduos, fundamentalmente por motivos de recreação, cultura, descanso, gastronómicos que, para La Torre (1999 como citado em Ingnarra, 2003 p.13) *"saem do seu local de residência atual para outro, no qual não exercem nenhuma atividade lucrativa nem remunerada, gerando múltiplas inter-relações de importância cultural, económica e social".*

Ramos e Marujo (2011) defendem que o turismo é, duplamente, um fenómeno social total. Em primeiro lugar porque, dada a sua riqueza e complexidade,

ele pode ser objeto de análise, estudo e investigação por parte de todas as ciências sociais. Por outro lado, também o é pelas diferentes implicações, influencias e impacto que tem na vida das comunidades, regiões e países.

O mesmo autor defende ainda que existem quatro tipos de turismo, sendo eles:

- O **Turismo doméstico**, assim chamado quando o visitante viaja apenas dentro de um país, seja ou não seu nacional. Não implica qualquer travessia da fronteira.
- O **Turismo internacional**, que implica sempre, pelo menos, a travessia de uma fronteira entre dois países, pode ser:
  - Emissor (fluxos de residentes num pais de dentro para fora)
  - Recetivo (fluxos de residentes noutro pais, de fora para dentro)
- O **Turismo interno** que inclui o turismo doméstico e o turismo recetivo
- O **Turismo nacional** que engloba o turismo doméstico e o turismo emissor.

O turismo é, juntamente com o processo migratório, o grande vinculo atual do contacto de culturas, o instrumento privilegiado das relações interpessoais, o elo potenciador da ligação com estranhos, forasteiros, hóspedes e estrangeiros. Uma vez que aproxima indivíduos de lugares distantes, intensifica as mudanças de hábitos, facilita a comunicação de diferentes povos, estabelecendo regras de convivência e compreensão entre a diversidade étnica e racial do mundo, pode-se falar de turismo como uma das faces da globalização (Ramos & Marujo, 2011; Figueira & Dias, 2011).

Depressa percebemos que as definições de turismo não variam muito umas das outras, todos afirmam que turismo é, de algum modo, uma deslocação para fora da nossa área de residência. Outros autores vão mais longe e acrescentam que para ser turismo é necessário que não haja atividade lucrativa por parte de quem se movimenta.

Contudo, Ramos e Marujo (2011) vão mais longe e afirmam que o turismo é, efetivamente e em tempo de paz, a atividade económica mundial com maior impacto na vida dos países, regiões e comunidades, criando riqueza, postos de trabalho, arrastando atividades paralelas e complementares, multiplicando sinergias e fomentando o desenvolvimento. É, portanto, reconhecido hoje como um dos mais importantes fenómenos económicos e sociais, considerado um elemento estruturante na dinâmica da economia global. (Piter, 2005 como citado em Estevão e Ferreira, 2010) A Confederação do Turismo Português - CTP (2005, citado Estevão e Ferreira, 2010), concorda com o que dizem os autores e, confirma que o sector do turismo tem registrado nas últimas décadas, em todo o mundo, um aumento significativo.

Quando falamos de turismo não podemos apenas falar de pessoas, é importante referir que a atividade turística, é também potencialmente capaz de impulsionar o desenvolvimento das regiões, transformando os recursos naturais, culturais e históricos de uma região em potencialidades turísticas, acrescentando assim, um valor a esses recursos. (Alves, Medeiros e Maracajá, 2012) Trata-se portanto da maior atividade do comercial internacional, pois emprega milhões de pessoas, direta ou indiretamente, em hotéis, transportadoras, aluguer de automóveis, lavandarias, agências de turismo, lojas de souvenires, restaurantes, entre outros, reunindo ao todo 56 segmentos da economia. Considera-se então que o turismo é o responsável pelo enriquecimento de indivíduos, famílias e comunidades inteiras (Gorini, 2005 como citado em Boas, Santo, Mochen & Lago, 2008).

2.1.1. TER – Turismo em Espaço Rural

O TER – Turismo em espaço Rural é, de alguma forma, o contraponto ao turismo no espaço urbano e ao turismo balnear, podendo assumir seis formas:

- Turismo de Habitação (TH)
- Turismo Rural (TR)

- Agroturismo (AG)
- Turismo de Aldeia (TA)
- Casas de Campo (CC)
- Hotéis Rurais (HR)

Segundo o Guia Oficial de Turismo Rural de Portugal (2007), consideram-se empresas de turismo rural aqueles estabelecimentos que se dedicam a prestar serviços temporários de alojamento e animação turística, dispondo para o seu funcionamento de um adequado conjunto de instalações, estruturas, equipamentos e serviços complementares, tendo como objetivo final a oferta de um produto turístico completo e diversificado de âmbito rural.

Este tipo de turismo distingue-se por ser um turismo concentrado em pequenos empreendimentos. Produz menos impactos negativos que o desenvolvimento das atividades turísticas tradicionais e, contribui para a desaceleração do êxodo rural, cada vez mais acentuado. (Pellin, 2005) Pode considerar-se um dinamizador de economia de pequenas propriedades rurais, uma vez que, para além de empregar população local, aumenta a renda das próprias famílias, contribuindo assim para a melhoria da qualidade de vida (Pellin, 2004).

Para além disto, o turismo em espaço rural, pode ser igualmente indutor de melhoria na qualidade de vida das populações recetoras, na medida em que, com o incremento do fluxo turístico, além dos investimentos diretos, realizados nas propriedades rurais, ocorrerá um aumento nos investimentos indiretos, pela maior utilização da infraestrutura turística, e também haverá investimentos induzidos, que são aqueles provocados pela expansão de outros setores necessários ao atendimento dessa nova procura, mas destinados originalmente aos habitantes locais. Trata-se portanto das infraestruturas de apoio ao turismo. (Rameh & Santos, 2011) Como observa Abramovay (2003, p. 13), é necessário:

> *"que se encare o meio rural como o espaço de atividades variadas, reunindo uma multiplicidade de atores sociais e não apenas como o terreno de onde vão sair produtos agropecuários."*

Kastenholz (2002 como citado em Simões & Cristóvão, 2003 p.203) considera importante salientar que o turismo rural está baseado, principalmente, nas motivações associadas ao espaço rural, enquanto espaço verde, cultural, tradicional, espaço promotor de uma vida saudável e aberto a um grande leque de atividades desportivas e de recreio. Neste contexto são de particular interesse aquelas atividades que mais contribuem para uma valorização do património natural e cultural, assim como da base económica local, que se enquadrem nos propósitos de desenvolvimento endógeno e sustentável da área-destino em questão.

O turismo rural deve harmonizar os interesses do meio ambiente, da comunidade local e do próprio turismo. Ou seja, conjugar o desenvolvimento da atividade turística aos elementos naturais e ecológicos, socioculturais e económicos. Assim, Novaes (1999, como citado em Rameh & Santos 2011), destaca que todo o processo do desenvolvimento do turismo sustentável do espaço rural deve acontecer e se manter de tal forma e em tal escala que garanta a viabilidade por um período indefinido de tempo, sem degradar o ambiente onde se processa e sem comprometer o desenvolvimento das outras atividades da propriedade.

Deste modo, Santos e Hilário (2009), acreditam que o turismo rural pode ajudar na estimulação de uma consciência ecológica, melhorando as condições ambientais dos lugares. Incentiva a criação de áreas de lazer e cultura, ajudando na preservação e na publicidade da identidade cultural dos locais. Para Silva e Campanhola (1999, como citado em Sousa 2006) não se pode deixar de referir a capacidade promissora para o aumento nos níveis de ocupação e ganho da população rural que este tipo de turismo implica, apresentando alternativas relacionadas ao turismo, como é o caso do comércio e de outros serviços. Na realidade toda comunidade rural acaba beneficiada devido às melhorias nas infraestruturas e nos serviços públicos que são trazidos pela implementação de todas essas atividades turísticas.

Em conclusão é importante destacar o crescente interesse mostrado por este tipo de turismo, visto como um potencial instrumento de desenvolvimento das áreas rurais. Este potencial está associado a um maior nível de educação e de experiência

dos turistas, ao seu interesse crescente no "autêntico", refletido no património cultural e natural, a uma preocupação crescente com o meio ambiente e com a saúde, bem como a uma tendência no sentido de férias repartidas ao longo do ano, procurando-se novos destinos, novas atividades e experiências (Cooper & Buhalis, 1993 como citado em Simões e Cristóvão, 2003). Portanto, este tipo de turismo tornou-se num sector cada vez mais importante para a economia europeia (Buhalis & Deimezi, 2004), não só pela sua contribuição no desenvolvimento das áreas rurais mas também por ser uma ferramenta importante no desenvolvimento económico sustentável de um país e das suas regiões (OMC, 2007 como citado em Peña, Jamilena e Molina, 2011).

2.1.2. Turismo Cultural

O turismo cultural, para Ramos e Marujo (2011), é uma modalidade que se centra, efetivamente, nos recursos culturais. Os recursos culturais não se limitam aos monumentos, ao património construído ou aos mitos e lendas do passado. Dizem respeito também aos estilos de vida, as práticas habituais e quotidianas e as atividades que sobreviveram, se adaptaram ou se reinventaram.

Para os mesmos autores, bem vistas as coisas, todo o turismo é cultural por força da natureza do fenómeno. Tudo o que tenha intervenção do homem (sítios, paisagens, casas, sociabilidade, artefactos, tradições, práticas, comportamentos) cabe no mundo da Cultura.

Para Baptista e Durão (2011), Portugal é uma das nações mais antigas do mundo e onde vários povos deixaram a sua marca, possuindo por isso um vasto e riquíssimo património cultural. Defendem que o usufruo e valorização deste património passa inegavelmente pelo turismo. Assim sendo, o turismo não poderá existir se não se preservarem os recursos de que a sua própria prática depende.

Os mesmos defendem ainda que o turismo potencia o desenvolvimento económico e social das regiões e contribui para a preservação dos bens culturais, mas

a intervenção sobre estes deve ser limitada de modo a não descaracterizar os atributos que os tornam tão atrativos.

Assim, a valorização do património não deve passar somente pela fruição e vivência, mas também pela preservação e transmissão dos bens culturais, pelo que o direito de gozo deverá ser limitado, evitando a subcarga turística (Baptista & Durão, 2011).

2.2. Desenvolvimento turístico

"O desenvolvimento turístico é parte integrante do processo de desenvolvimento global" *(Vieira, 2007 p.20).*

O mesmo autor define o desenvolvimento turístico, em sentido lato, como o processo temporalmente evolutivo e qualificado do fenómeno turístico, podemos dizer que ele:

- Tem inúmeras **causas** (sociais, económicas, demográficas, tecnológicas, etc.)
- Produz importantes **efeitos** (culturais, sociais, económicos, etc.) resultantes da acção dos interventores na actividade turística (os actores turísticos), quer os do lado da procura e da oferta quer os do lado dos serviços que apoiam uma e outra (a logística do turismo)
- Utiliza meios ou **recursos** (humanos, naturais, físicos, etc.) cujas características são fruídas ou utilizadas pelos turistas.

"O desenvolvimento turístico tem causas e efeitos e utiliza meios bem determinados e específicos, processando-se em diferentes dimensões que vão desde a dimensão sociológica e antropológica à dimensão económica e física, na qual se integra o ambiente e o território. Uma vez que o desenvolvimento turístico está profundamente

relacionado ao desenvolvimento económico é esta dimensão que continua a merecer mais atenção" (Vieira, 2007 p.20).

Tal como afirmam Sharpley e Telfer; Martin e Saez (2002 e 2006, como citado em Fernandez, Ruiz & Salido, 2008), o turismo apresenta uma serie de características que o tornam uma atividade a ser considerada nos processos de desenvolvimento económico de qualquer pais. Tendo em conta uma gestão adequada, o turismo pode gerar uma série de efeitos positivos, tais como:

- Distribuição de renda e investimentos de territórios mais desenvolvidos para os menos desenvolvidos,

- Ao contrario de muitos outros sectores da economia, o turismo não sofre a imposição de barreiras,

- Desenvolvimento de outros serviços complementares ao turismo, tais como restaurantes, lojas, empresas de animação turística, etc., criando uma dinamização da economia do local,

- Criação de variados postos de trabalho,

- Exige menor nível de importações, uma vez que o turista quando viaja gosta de desfrutar dos produtos locais típicos, promovendo portanto os produtos regionais,

- Valorização do património histórico, natural e sociocultural dos destinos,

- Gera oportunidades para a população local, como melhorias em redes de transporte, abastecimento, qualidade das águas, saneamento e segurança.

Os produtos turísticos devem ser desenhados e implementados de forma estratégica, de modo a permitir um crescimento económico sustentável e possibilitar a preservação de atributos como a qualidade e um ambiente natural. Torna-se, por conseguinte, necessário não só investir fundos europeus, bem como investimentos privados para salvaguardar a qualidade e a diversidade da vida biológica dessas regiões. Tais medidas possibilitarão a captação de maiores receitas (turísticas) e a fidelização de um maior número de turistas (INE, 2008).

Num ponto de vista económico, Santos & Terrasêca (1998), defendem que o turismo pode aparecer ligado ao desenvolvimento numa dupla perspetiva:

- Enquanto **indicador de desenvolvimento**, quando, num ponto de vista do consumidor, se avalia o maior ou menor grau em que uma dada sociedade utiliza ou usufrui de infraestruturas e serviços turísticos, sendo certo que as coletividades mais desenvolvidas são as que apresentam maiores índices destes tipos de consumos

- Enquanto **fator de desenvolvimento**, quando, de um ponto de vista da atividade produtiva e, considerando a sua especial inter-sectorialidade, se avalia os respetivos efeitos, por exemplo, em termos de contributos para o produto nacional, para o emprego ou para as receitas cambiais.

Os mesmos defendem que para Portugal, país sul da Europa, mais destino que origem de importantes fluxos turísticos, é a segunda perspetiva indicada (fator de desenvolvimento) que assume particular importância.

Para Lopes, Mallou, Boubeta e Maia (2011), nas últimas décadas, o turismo converteu-se num dos mais importantes motores da economia de vários países à escala mundial, nomeadamente, no caso de Portugal e Espanha. O seu peso no PIB, cerca de 9%, e na criação de emprego, sendo responsável por cerca de 17% do emprego total, confirmam-no como um vetor económico preponderante no desenvolvimento sustentável de Portugal (Francisco Calheiros, 2012).

No entanto, para Rover (2005), Portugal, no que diz respeito as regiões mais interiores, mais rurais, foram as menos atingidas historicamente no acesso a bens e serviços públicos e demais resultados do desenvolvimento.

Depois deste desenvolvimento onde apresentamos algumas ideias de autores e especialistas acerca do desenvolvimento do turismo, suas implicações e vantagens, apresentamos o seguinte quadro onde podemos observar alguns pontos positivos e negativos desse mesmo desenvolvimento. Podemos interpretá-lo como uma junção do que já foi dito para trás.

Quadro 1 - Alguns efeitos do desenvolvimento turístico

Positivos	Negativos
Sobre a envolvente natural e física	
• Ações de conservação ambiental como a criação de parques naturais • Iniciativa para a implantação de sistemas de tratamento de águas • Financiamento de ações de conservação e promoção ambiental	• Modificação do ecossistema com rutura ecológica • Degradação do meio rural, marítimo e fluvial • Desflorestação • Poluição atmosférica, excesso de lixo • Excessivo consumo de água
Sobre a envolvente sociocultural	
• Criação de oportunidades de trabalho e de novos negócios • Contacto com outras culturas • Melhoria dos padrões culturais e educacionais • Financiamento de ações de promoção cultural	• Discrepância económica entre atores no turismo e outros membros da comunidade • Colonização turística com subordinação a decisores externos • Inflação e aumento especulativo dos preços dos bens imobiliários
Sobre a envolvente socioeconómica	
• Geração de rendimentos para aplicação em ações para minimizar os efeitos negativos • Aumento do padrão do nível de vida das populações	• Segmentação dos tipos de empregos deixando os de nível mais baixo para a população local das comunidades.
Sobre o ambiente urbano	
• Disponibilização de serviços	• Urbanização excessiva

públicos e privados • Melhoria das redes de comunicação e transporte • Melhoria da imagem urbana • Otimização na arquitetura local • Reabilitação de edifícios degradados e de áreas urbanas deterioradas	• Pressão sobre a capacidade de acolhimento nos destinos • Construção ilegal e degradação do ambiente urbano • Poluição sonora, atmosférica e estética

Fonte - Baud-Bovy e Lawson, 1982 (transcrita de Vieira, 2007, p.26)

Para Goeldner, McIntosh e Ritchie (2000, citado em Vieira, 2007 p.27), existem alguns objetivos do processo de desenvolvimento turístico que devemos ter em consideração:

- Proporcionar um quadro para aumentar o padrão de vida da população através dos benefícios gerados pelo desenvolvimento turístico.
- Desenvolver as infraestruturas e proporcionar estruturas de animação para os visitantes e para a população local
- Garantir tipos de desenvolvimento no interior dos centros
- Estabelecer programas de desenvolvimento consistentes com a filosofia cultural, social e económica do Governo e da população da área de acolhimento
- Otimizar a satisfação dos visitantes.

Brás, Martins e Costa (2011), acrescentam ainda que a criação e existência de serviços de apoio e de informação ao turista constitui uma das condições mínimas para que o processo de desenvolvimento turístico de um território assente em padrões de qualidade.

Para Silva e Campanhola (1999, como citado em Sousa, 2006), o turismo no meio rural deve ser uma atividade essencialmente difusa, diretamente relacionada com aspetos ambientais, e com especificidades inerentes a cada local. Nesse sentido,

as estratégias devem-se basear em economias de "gama" em vez de economias de escala, pois a ideia não é maximizar o número de turistas, mais ampliar as ocasiões de gastos dos turistas.

Assim, tendo em conta a constante literatura, pode-se mais uma vez verificar que o turismo rural é uma alternativa para o desenvolvimento local, no que se refere ao aproveitamento das especificidades de cada território e ao pleno aproveitamento das suas potencialidades e oportunidades.

2.3. O Turismo e o Desenvolvimento sustentável

"O turismo é uma atividade económica que acontece nalgum sítio, local ou região, e consome recursos." Partidário (1999 como citado em Simões e Cristóvão, 2003 p. 123)

O planeamento da atividade turística deve incorporar os valores e princípios inerentes ao desenvolvimento sustentável local. O planeamento turístico deve privilegiar o atendimento das necessidades e expectativas da comunidade, enquanto um dos pressupostos necessários para evitar a formação de espaços desvinculados da realidade comunitária, além de estimular o sentido de pertença ao patrimônio e promover maior integração entre residentes e visitantes (Carvalho, Coelho & Bonfim, 2011).

Até então Portugal têm-se apresentado como um destino turístico sustentável, oferendo aos seus turistas experiências autênticas. Por um lado, algumas regiões mantiveram a tranquilidade e o acesso restrito, por outro, muitos locais de lazer têm ampliado as suas ofertas para que um maior número de atividades seja oferecido em conjunto. Todos os sectores têm feito um bom uso das novas tecnologias, da gestão e estratégias de preços, de modo a manterem o turismo sustentável (Varum *et al*, 2011).

Para Ramos e Marujo (2011), a sustentabilidade do turismo e, em particular, do turismo cultural, assenta em vários pilares: rentabilidade económica da atividade,

massa crítica capaz de defender a tradição e aceitar inovações, oferta cultural significativa e condições infraestruturais de acolhimento. Por isso é que o turismo não deve ser a única atividade económica de uma região ou localidade. Ela deve ser articulada com a agricultura, com o artesanato, com a gastronomia, com os serviços e com a indústria existente.

Para Vieira (2007), apesar de tudo, o desenvolvimento não pode ser apenas económico, quantitativo, tendo também que respeitar os valores e a qualidade do ambiente (**principio da sustentabilidade do desenvolvimento**) e dos recursos naturais, as exigências da natureza cultural (principio da preservação dos valores culturais) e a satisfação dos visitantes.

O mesmo autor defende ainda que a relação com a envolvente espacial, é outro dos aspetos importantes no processo de desenvolvimento turístico. Não é irrelevante se numa região o turismo é estruturante, dominante ou apenas fator de dinamização local, o que exige que se retirem importantes ilações desse quadro, nos domínios sociológico, cultural, antropológico, económico e físico (incluindo-se neste o ordenamento territorial do turismo). No processo de desenvolvimento do turismo é ainda indispensável que se tome em consideração o importante e recente **conceito de sustentabilidade** na sua aplicação quer a dimensão territorial nos destinos turísticos (preservação dos recursos), quer à dimensão empresarial nas empresas de turismo (poupança de agua, de energia, tratamento de esgotos, etc.).

A Organização Mundial do Turismo (OMT) define o desenvolvimento turístico sustentável 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" preconizando que todos os recursos devem ser geridos de tal forma 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, 1998 como citado em Vieira, 2007, p.24).

Ruschmann (1997) classifica o turismo sustentável como sendo a atividade que apresenta reduzidos impactos naturais e culturais nos locais onde se desenvolve

e prima pela participação ativa da comunidade em todas as etapas do seu planeamento. Para ele, a promoção do turismo sustentável consiste em garantir a qualidade dos produtos oferecidos aos visitantes.

Na opinião de Vieira (1997), se o desenvolvimento é o suporte económico do turismo, o desenvolvimento sustentável é a garantia do seu futuro.

Vieira (2007) faz referência à expressão "**desenvolvimento sustentável**", utilizada pela primeira vez no Relatório "Our Common Future" elaborado pela Comissão Mundial para o Ambiente e Desenvolvimento, significa que é "sustentável o desenvolvimento que, satisfazendo as necessidades da atual geração, não compromete a satisfação das necessidades das gerações futuras". Pode-se também falar em "turismo sustentável" como sendo aquele que preserva hoje o ambiente. Essa sustentabilidade implica a busca de um equilíbrio entre turismo e ambiente. Para Dias (2003 como citado em Silva & Rocha, 2010, p. 4), *"o impacto do turismo sobre o meio ambiente é inevitável. O que se pretende é mantê-lo dentro dos limites aceitáveis para que não provoque modificações ambientais irreversíveis e não prejudique o prazer do visitante ao usufruir do local."*

Simões e Cristóvão (2003), acrescentam ainda que o desenvolvimento sustentável do turismo deve atender a todos os seus impactos ambientais, económicos, sociais e culturais, aos positivos e mais ainda aos negativos, impactos aliás altamente denegridos por alguns turistas e por muitos autores, embora bem mais emotivamente do que com bases científicas indiscutíveis.

A OMT, com base no informe Brundtland, define o desenvolvimento turístico sustentável como aquele que, *"atende às necessidades dos turistas atuais e das regiões recetoras e ao mesmo tempo protege e fomenta as oportunidades para o turismo futuro. Concebe-se como um caminho para a gestão de todos os recursos de forma que possam satisfazer as necessidades económicas, sociais e estéticas, respeitando ao mesmo tempo a integridade cultural, os processos ecológicos essenciais, a diversidade biológica e os sistemas que sustentam a vida"* (OMT, 1993 como citado em Sousa, 2006 p. 10).

Abreu (2011), defende que o desenvolvimento económico do turismo e o sucesso de um destino turístico depende muito mais dos fatores naturais e

socioculturais do que de infraestruturas turísticas habituais, como hotéis e aeroportos que na maioria dos casos não diferem de região para região.

Desenvolvimento sustentável é pois o desenvolvimento moderado e cauteloso perante a natureza e cultura que se pretende preservar. Com toda esta pesquisa atrás apresentada, podemos observar que o desenvolvimento sustentável garante a preservação do ambiente para que gerações futuras possam usufruir do potencial do nosso pais, como nós o podemos fazer.

Para Briassoulis e Straaten (1992, como citado em Fazenda, Silva & Costa, 2010), o planeamento turístico desempenha um papel importante ao limitar os impactos negativos do desenvolvimento do turismo e na proteção dos recursos de que a atividade turística depende. Inskeep (1991, como citado em Fazenda *et al*, 2010), acrescenta que um bom planeamento e uma gestão cuidadosa do turismo são cruciais para otimizar os seus benefícios e evitar ou, pelo menos, atenuar eventuais problemas que possam ser criados por esta indústria.

2.4. Turismo no contexto de Marketing

"A imagem de marca de um destino turístico representa um dos mais relevantes ativos na gestão turística" (Lopes, Mallou, Boubeta & Maia, 2011)

Os mesmos autores afirmam que a imagem de marca de um qualquer destino turístico representa um dos valores mais influentes no comportamento de consumo dos turistas, sendo que quanto mais favorável seja a sua imagem, maior probabilidade está associada à sua escolha por parte dos turistas. É através da imagem de marca dos destinos, que o turista se motiva, ou seja, cria expectativas acerca dos locais e das experiencias, o que, por sua vez, o leva a querer visitá-los (Rodríguez, Talaya & Jiménez, 2010).

Para que se defina a imagem de marca, é necessário que o território defina a sua vantagem competitiva de acordo com as suas especificidades territoriais, visando como objetivo final a valorização da área através da preservação da identidade e das

especificidades do território e não a descaracterização que resulte na uniformização em espaços globais (Figueira, 2011).

A indústria turística apresenta-se como um sector de mercado que está em constante mudança e, devido aos efeitos da globalização apresenta cada vez mais concorrência. Assim, os destinos turísticos tornam-se cada vez mais ameaçados e, consequentemente mais competitivos no sentido de despertarem a atenção do turista. (Gutierrez & House, 2011) É por este motivo que se torna cada vez mais importante a aposta em boa comunicação, nomeadamente grandes portais como entrada principal, em vez de se apostar apenas numa serie de *sites* individuais, de natureza comercial. Assim, e como o objetivo do turista é adquirir uma experiencia agradável, um *website* bem desenhado pode facilitar o planeamento dos turistas, ajudar a assegurar as escolhas acertadas e a aquisição de uma experiencia agradável (Rita, 2001).

É importante que sejam disponibilizadas imagens adequadas e realistas dos destinos em promoção, pois a imagem de um destino turístico afeta diretamente a satisfação do turista e indiretamente o comportamento dos turistas sobre o futuro (Lee, 2009 como citado em Gil, Palace & Ledesma, 2012). Pode-se então afirmar que a imagem do destino turístico desempenha um papel importante na medida em que leva o turista a querer visitar o local e, caso corresponda á realidade, irá haver fidelização por parte do turista.

Para Tineu e Fragoso (2009), o destino turístico é comprado pelo turista por meio de imagens, sejam elas uma representação física – fotografias e filmes – ou uma imagem criada na mente do turista que já visitou determinada localidade e que, pela sua experiencia de uso procura passar por intermédio das palavras o que viu. A este fenómeno dá-se o nome de comunicação boca a boca, outro dos métodos utilizados na comunicação de um local.

2.5. Estatísticas do Turismo no Douro

De forma enquadrar melhor o tema deste projeto, é importante fazer também uma recolha de dados acerca da área em estudo, nomeadamente dados económicos da região. Para que tal fosse possível, recorreu-se aos dados fornecidos pelo Instituto Nacional de Estatística (INE), bem como ao Turismo de Portugal. Com estes dados podemos observar com mais precisão o número de alojamentos existentes no Douro, capacidade de alojamento na região, número de dormidas, tempo médio de estadia, bem como outros dados importantes e que servirão de ponto de partida à conclusão do presente estudo.

Tabela 1 - Capacidade de alojamento nos estabelecimentos hoteleiros (em milhares)

NUTS	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Portugal	245 778	253 927	263 814	264 037	264 747	273 975	273 804	279 506
ART Norte	31 846	32 184	34 631	35 504	36 421	38 817	38 827	38 386
Douro	2 372	2 283	2 317	2 333	2 338	2 313	2 304	2 280

Fonte – INE (Instituto Nacional de Estatística)

Na tabela 1 podemos observar a capacidade, em número de camas, nos estabelecimentos em Portugal, na Região Norte e no Douro. Apesar de pouco acentuado, foram-se registando ao longo dos anos aumento e diminuição do número total de camas nos alojamentos. Na Região Norte podemos destacar que o ano onde mais camas estavam ao dispor, foi em 2009, havendo no ano a seguir (2010) uma diminuição de cerca de 440 camas. No Douro o ano com mais registo de camas é 2003, sendo 2010 o pior ano a nível de capacidade nos alojamentos.

Em termos globais, pode-se dizer que os valores da região do Douro representam cerca de 1% da capacidade de Portugal e 6 a 7% da Região Norte, consoante os anos.

Tabela 2 - Dormidas em estabelecimentos hoteleiros (em milhares)

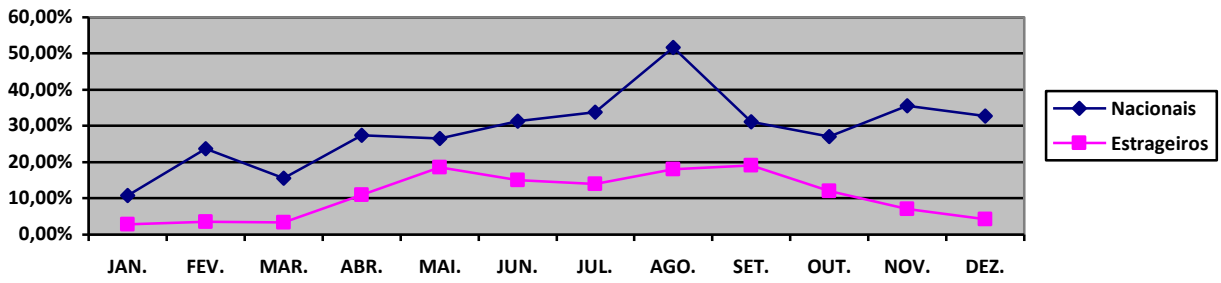
NUTS	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Portugal	34 140 581	35 520 631	37 566 461	39 736 583	39 227 938	36 457 069	37 391 291
ART Norte	3 330 650	3 438 518	3 844 374	4 228 965	4 250 764	4 269 967	4 437 756
Douro	233 255	224 428	221 081	228 181	217 074	215 248	223 416

Fonte – INE (Instituto Nacional de Estatística)

No que respeita ao número de dormidas nos estabelecimentos hoteleiros da região do Douro, podemos verificar uma oscilação pouco acentuada, mantendo-se mais ou menos constantes os valores de uns anos para os outros, sendo que a maior descida registada foi do ano de 2004 para o ano 2005.

Quando comparados os valores do Douro com os valores totais de Portugal e Região Norte, percebemos que o Douro contribui em cerca de 0,07% para o número de dormidas em Portugal e 6% para o número de dormidas da Região Norte.

Gráfico 1 - Evolução mensal das taxas de ocupação-cama na Região do Douro (2009)



Fonte - TP (Turismo de Portugal)

No Douro, o predomínio, em termos de ocupação-cama, pertenceu ao mercado interno, com o valor médio anual a atingir os 29,4% (+ 18,5% que o

mercado externo). Os meses de Agosto (51,7%), Novembro (35,6%), Julho (33,8%) e Dezembro (32,7%) assinalaram as médias mais elevadas.

O mercado externo, com valores sempre abaixo do mercado interno ao longo do ano, atingiu em Setembro o seu máximo (19,1%). Na época baixa os valores variam entre 2,8% em Janeiro e 7,0% em Novembro. Maio foi o mês com o segundo valor mais alto do ano (18,5%). A taxa média anual foi de 10,9%.

Em termos globais, pode-se verificar que o Douro registou uma taxa de ocupação-cama de 40,3%, com Agosto a assinalar a percentagem mais elevada (69,7%) e Janeiro a mais baixa (13,6%).

Tabela 3 - Nº de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros (em milhares)

NUTS	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Portugal	10 901 968	11 469 314	12 376 941	13 366 173	13 456 372	12 927 907	13 537 040
ART Norte	1 838 017	1 925 667	2 144 033	2 373 563	2 412 837	2 466 818	2 545 911
Douro	153 721	151 607	151 181	157 655	140 879	129 787	136 567

Fonte – INE (Instituto Nacional de Estatística)

Para além dos dados relativos à capacidade dos alojamentos e número de dormidas, foram ainda encontrados dados relativos ao número de hóspedes nos estabelecimentos hoteleiros dos anos 2002 a 2010.

Aqui, e mais uma vez comparando com os registos totais de Portugal e Região Norte, depressa percebemos que a região do Douro contribuiu em cerca de 1,4% nos primeiros anos e 1% nos últimos para os valores totais de Portugal e, 8,3% e 5,3% na Região Norte. Esta diferença de percentagem de contribuição deve-se à diminuição dos valores registados de visitas ao Douro enquanto os valores de Portugal e da Região Norte aumentavam. Pode-se então considerar que ao longo dos anos o Douro foi perdendo visitantes para o resto do país.

Tabela 4 - Estada média nos estabelecimentos hoteleiros (em noites)

NUTS	2006	2007	2008	2009	2010
Portugal	3,0	3,0	2,9	2,8	2,8
ART Norte	1,8	1,8	1,8	1,7	1,7
Douro	1,5	1,4	1,5	1,7	1,6

Fonte – INE (Instituto Nacional de Estatística)

No que diz respeito ao tempo medio de estadia dos visitantes na região, o Douro e a Região Norte registam valores idênticos, ou seja, uma noite de estadia por visitante. Comparando com os valores de Portugal, estas regiões registam metade do valor, sendo este de três noites em média por visita.

Por falta de dados económicos acerca do Douro, a análise económica da região, ou seja, total dos proveitos bem como preço médio de estadia, foram analisados segundo a Região Norte.

Segundo dados fornecidos pelo INE (Instituto Nacional de Estatística), o Polo de Desenvolvimento Turístico do Douro (PDT Douro), região totalmente integrada na ART Norte, tem nesta, uma representação de cerca de 8%.

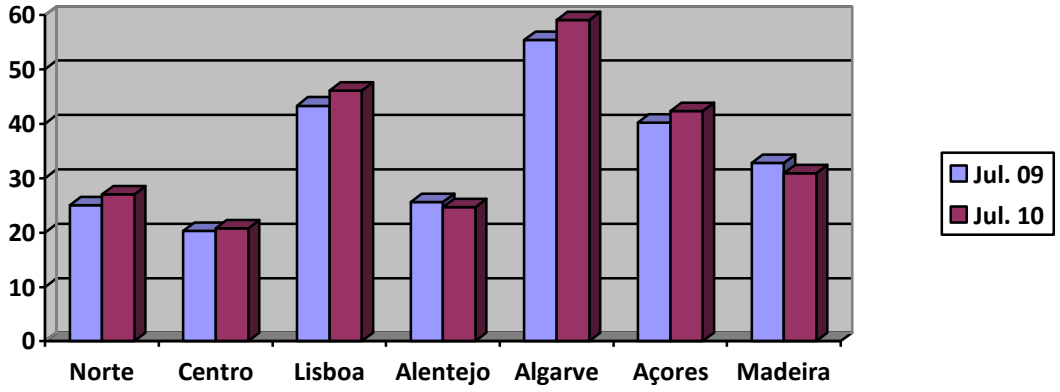
Tabela 5 - Proveitos Totais ART Norte (milhares de euros)

ART Norte Proveitos Totais (milhões de €)				
	Proveitos	**%**	**Abs.**	
2009	207,6	-2,9%	-6,1	▽
2010	218,3	5,2%	10,7	△

Fonte - INE (Instituto Nacional de Estatística)

Os proveitos totais auferidos pelos estabelecimentos hoteleiros da Região Norte, situaram-se nos 207,6 milhões de euros em 2009. Este valor representou um decréscimo de -2,9% (- 6 milhões de euros) face a 2008. Por sua vez, em 2010, os proveitos totais da região aumentaram, face ao ano anterior, cerca de 5,2% (10,7 milhões de euros), perfazendo um total de 218,3 milhões de euros.

Gráfico 2 - Rendimento médio por quarto (em €)



Fonte - INE (Instituto Nacional de Estatística)

Tendo em conta a média Portuguesa de 2009 e 2010, 38,7€ e 40,7€ respetivamente, podemos concluir que a região Norte, com uma média de 25€ em 2009 e 27€ em 2010, se encontra na quinta posição da média de Portugal. Isto significa que, o aumento dos proveitos totais verificados, deve-se não somente ao aumento das estadia mas também ao aumento do preço médio do quarto.

3. METODOLOGIA

O paradigma do estudo define-se como sendo o Continuum/ Epistemológico, pois acreditamos ser possível elaborar o estudo unindo de alguma forma uma metodologia qualitativa a uma quantitativa.

Quanto às teorias, consideramos ser a vantagem competitiva a que mais se adequa a este estudo. Trata-se do estudo do turismo rural e a sua contribuição para o nosso país a nível económico.

Segundo Porter (1989), a vantagem competitiva não pode ser compreendida observando-se a empresa como um todo. Ela tem a sua origem nas inúmeras atividades distintas que uma empresa executa no projeto, na produção, no marketing, na entrega e no suporte do seu produto. Grant (1995 como citado em Valenzuela & Torres, 2008) por sua vez, afirma que uma empresa tem uma vantagem competitiva sobre os seus concorrentes, quando tem potencial para obter uma taxa de rentabilidade maior.

Portugal apresenta uma grande vantagem competitiva na medida em que se encontra no litoral da Europa. Possui uma vasta história e grande cultura. É detentora de um clima ameno e paisagens magníficas, que fazem de Portugal um país de destino turístico.

É possível afirmar que a Vantagem Competitiva, para um dado segmento de mercado, é a razão pela qual os indivíduos escolhem aquela oferta, e não a dos seus concorrentes, exatamente porque a sua oferta tem algo - a vantagem competitiva - que eles procuram e é única ou melhor do que a oferta dos concorrentes.

A vantagem competitiva sustentável é um elemento (ou uma combinação de elementos) da estratégia empresarial que fornece uma vantagem importante sobre concorrentes existentes e futuros (Aaker, 2005*).*

3.1. Paradigmas e metodologia de pesquisa

3.1.1. Paradigma

Para que se possa determinar o tipo de pesquisa a ser feita no nosso estudo, é necessário que seja escolhido o paradigma bem como o raciocínio. Como tal, definimos que, para o estudo em questão, será mais correto usar o paradigma Continuum Epistemológico, que se identifica como sendo uma abordagem dual, positivista/interpretativista. Neste paradigma serão utilizadas as metodologias quantitativas e qualitativas.

No que diz respeito ao raciocínio, este será definido como hipotético-dedutivo. O Método hipotético-dedutivo, deriva diretamente do Método Cientifico, sendo este o método usado nas ciências exatas e sociais/humanas, que consiste em estudar um fenómeno da maneira mais racional possível, de modo a evitar enganos, procurando sempre evidências e provas para as ideias, conclusões e afirmações, ou ainda, conjunto de abordagens, técnicas e processos para formular e resolver problemas na aquisição objetiva do conhecimento (Freixo & Vaz, 2011).

O Método hipotético-dedutivo foi desenvolvido por Karl Popper a partir de críticas à indução. No seu entender, a indução não se justifica, pois o salto indutivo de "algumas" para "todos" exigiria que a observação de factos isolados atingisse o infinito, o que nunca poderia ocorrer, por maior que fosse a quantidade de factos observados. Outro dos seus argumentos é que a indução cai invariavelmente no apriorismo. Ela parte de uma coerência metodológica porque é justificada dedutivamente. Resumindo, Karl Popper teorizou amplamente sobre a bondade do método dedutivo. Na sua perspetiva, criticando abertamente o raciocínio indutivo, escreve que este tipo de método segue a direção errada, uma vez que só a partir de uma teoria é que se podem formular questões importantes a estudar, as quais, por sua vez, irão determinar o tipo de dados a observar (Freixo & Vaz, 2011).

Em conclusão, o método hipotético-dedutivo utiliza uma estratégia que combina os dois métodos, indutivo e dedutivo. Independentemente de onde começa o

processo, o investigador necessita tanto de ir dos dados para a teoria como da teoria para os dados.

3.1.2. Pesquisa quantitativa

O método de investigação quantitativa constitui um processo sistemático de colheita de dados observáveis e quantificáveis. É baseado na observação de factos objetivos, de acontecimentos e de fenómenos que existem independentemente do investigador. Este método tem por finalidade contribuir para o desenvolvimento e avaliação dos conhecimentos; oferece também a possibilidade de generalizar os resultados, de predizer e de controlar os acontecimentos (Freixo & Vaz, 2011).

O questionário, instrumento de recolha de dados ligado à metodologia da pesquisa quantitativa, permite, tal como a entrevista, recolher informações através de depoimentos das pessoas que detêm essa informação, interrogando-as para o efeito, sem contudo observar ou recolher amostras do seu comportamento, o que contribui, de certa forma, para uma certa fragilidade metodológica. Esta técnica consiste basicamente num conjunto de perguntas de um ou vários tipos, isto é: abertas, fechadas ou de escolha múltipla, às quais se dá resposta por escrito e referem-se a dados pessoais e opiniões. Casanova (1992) define este método como sendo um conjunto de perguntas, devidamente estruturadas acerca de um tema, que se aplica a um determinado número de sujeitos e que, pelo seu emprego e forma, se converte numa técnica de observação não direta dos acontecimentos (Cunha & Santos, 2009).

No que diz respeito à pesquisa quantitativa que pretendemos realizar no âmbito do estudo, serão aplicados questionários de resposta aberta e fechada construídos a partir da escala de Likert, escalas dicotómicas, escalas nominais, escalas de rácio e escalas de intervalo criadas para o efeito.

Como já foi referido, estes questionários foram elaborados tendo em conta uma escala, ou seja, um dispositivo construído para quantificar as respostas de um sujeito sobre uma determinada variável. As escalas são passíveis de utilização na obtenção de dados de intervalos, relativos a atitudes das pessoas, os seus juízos de

valor e as suas perceções acerca de quase todos os tópicos ou objetos (Freixo & Vaz, 2011).

A escala de Likert é uma escala de cinco níveis, em que cada um desses diferentes níveis é considerado de igual amplitude, significando que a análise de dados provenientes deste tipo de escala se baseia, normalmente, em resultados somados a partir de um número de itens, podendo ser trabalhados com o pressuposto do intervalo igual. Esta escala permite a um sujeito exprimir em que medida esta de acordo ou em desacordo com cada um dos enunciados propostos: o total obtido faculta uma indicação da atitude ou da opinião do sujeito (Freixo & Vaz, 2011).

3.1.3. Pesquisa qualitativa

Os métodos qualitativos em ciências sociais são compostos, essencialmente, pelas técnicas da observação participante e da entrevista. Ou seja, os métodos qualitativos na área das ciências sociais são direcionados para procedimentos centrados na investigação em profundidade, conduzida de acordo com procedimentos regulares, repetidos, e levados a cabo, sobretudo, em períodos mais centrados no médio e longo prazo (Espirito Santo, 2010).

O objetivo deste tipo de estudo é o de permitir que a investigação possa recolher e refletir sobretudo aspetos enraizados, menos imediatos, dos hábitos dos sujeitos, grupos ou comunidades em análise e, simultaneamente, possa sustentar, de modo fundamentado na observação, a respetiva inferência ou interpretação dos seus hábitos (Espirito Santo, 2010).

De acordo com Bogdan e Biklen (1992), a investigação qualitativa apresenta as seguintes cinco características principais:

I. A situação natural constitui a fonte de dados, sendo o investigador o instrumento chave da recolha de dados.

II. A sua primeira preocupação é descrever e só secundariamente analisar os dados.

III. A questão fundamental é todo o processo, ou seja, o que aconteceu, bem como o produto e o resultado final.

IV. Os dados são analisados indutivamente, como se reunissem, em conjunto, todas as partes de um puzzle.

V. Diz respeito essencialmente ao significado das coisas, ou seja, ao "porquê" e ao "o quê". (Freixo e Vaz, 2011)

Tendo em conta o significado e objetivo da pesquisa qualitativa, podemos acrescentar que para este estudo, iremos recorrer a este método por meio de:

- Entrevistas individuais (estruturadas)

A entrevista é uma técnica que permite o relacionamento estreito entre entrevistador e entrevistado. Na entrevista estruturada as questões encontram-se previamente formuladas, isto é, quando o entrevistador estabelece um roteiro ou guião prévio de perguntas, não havendo liberdade de alteração dos tópicos ou inclusão de outras questões supervenientes, ou seja, o investigador não é livre para adaptar as suas perguntas a determinada situação, de alterar a ordem dos tópicos ou de fazer outras perguntas (Freixo e Vaz, 2011).

3.2. Classificação da Pesquisa

3.2.1. Tipo de pesquisa

A pesquisa a realizar para este estudo será classificada a diferentes níveis.

Quadro 2 - Classificação Tipo de Pesquisa

Classificação quanto:	
À área da ciência: ➢ Pesquisa metodológica	Aos procedimentos: ➢ Pesquisa de campo
À natureza: ➢ Trabalho científico original	Ao objeto: ➢ Pesquisa de campo
Aos objectivos: ➢ Pesquisa exploratória	À forma de abordagem: ➢ Pesquisa qualitativa e quantitativa

3.3. Objetivos

No quadro de uma investigação, os termos "objetivo" e "hipóteses" equivalem-se pelo facto de introduzirem o porquê do estudo, se bem que sejam formulados de forma diferente. O objetivo é assim mais geral e as hipóteses necessariamente mais específicas, pois vêm conferir a necessária clarificação e precisão aos objetivos (Freixo, 2011).

3.3.1. Objetivo Geral

Tendo em conta a pesquisa, e antes de qualquer estudo, é necessário desenvolver o objetivo geral, ou seja, aquilo que pretendemos saber ou afirmar no fim do estudo.

Consideramos então que o objetivo geral de pesquisa é saber se o turismo rural na Região do Douro contribui de forma positiva para a economia nacional.

3.3.2. Objetivos específicos

Quanto aos objetivos específicos, ou seja, as etapas intermédias do estudo que nos permitirão, no fim, atingir o objetivo geral, foram definidos como:

Tabela 6 - Objetivos específicos do estudo

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	➢ Quantos turistas visitaram em média a região do Douro por ano?
	➢ Quantos empregos foram criados no início da atividade?
	➢ O que procuram os turistas?
	➢ Qual a percentagem de turistas portugueses que visitam esta área?
	➢ Foram verificadas melhorias/aumento de procura desde que esta região foi considerada património mundial pela UNESCO?
	➢ Quanto desse aumento foi de turistas portugueses?
	➢ Como é feita a divulgação deste tipo de turismo?
	➢ É feita divulgação também no estrangeiro?
	➢ Quantas noites os turistas permanecem no local?

3.4. Hipóteses

As hipóteses constituem um elemento útil para justificar o estudo e garantir-lhe uma orientação. Estas são assim enunciados formais das relações presumidas entre duas ou mais variáveis, enunciados de predição dos efeitos esperados no

estudo, ou seja, em termos gerais a hipótese consiste em supor conhecida a verdade ou explicação que se procura (Freixo & Vaz, 2011).

Devem ser formuladas no presente, sob a forma declarativa e descrevem a relação predita entre uma ou mais variáveis. Elas devem ser verificáveis, isto é, devem conter variáveis que sejam observáveis, mensuráveis e que possam ser analisadas estatisticamente, ou seja, a verificação de hipóteses constitui o núcleo central de um grande número de investigações empíricas de carácter quantitativo (Freixo & Vaz, 2011).

As hipóteses são então suposições colocadas como respostas plausíveis e provisórias para os problemas de pesquisa.

Para Punch (1998 citado em Coutinho, 2011), uma hipótese é uma previsão de resposta para o problema da investigação. Sendo uma previsão de explicação de um fenómeno que esta expresso no problema a investigar, resulta óbvio que o papel da hipótese numa investigação dependerá da perspetiva ou paradigma em que se insere a investigação propriamente dita.

Para tal, são também definidas uma hipótese geral/principal e hipóteses secundárias.

Tabela 7 - Hipótese Geral e Hipóteses Secundárias

HIPÓTESE GERAL	**O TURISMO RURAL NA REGIÃO DO DOURO CONTRIBUI DE FORMA POSITIVA PARA A ECONOMIA NACIONAL.**
Hipóteses Secundárias	**H1:** Todos os anos, a percentagem de turistas que visitam a região do Douro aumenta pelo menos 5%.
	H2: A classificação "Património Mundial" trouxe à região do Douro um desenvolvimento muito positivo
	H3: Houve um aumento do número de contratações deste que esta região obteve a classificação
	H4: O número de empreendimentos do TER na Região do Douro aumentou desde que esta foi considerada património mundial

	H5: A maior percentagem de visitas verificadas é de portugueses.
	H6: A maior percentagem de visitas é registada com apenas uma noite de estadia.
	H7: A maioria dos turistas visita o Douro por causa do seu património cultual
	H8: Todos os empreendimentos são divulgados na Internet

3.4.1. Pesquisa exploratória

No que diz respeito à escolha do estudo a ser feito, tendo em conta os objetivos, apresenta-se como sendo um estudo/pesquisa exploratória. Este proporciona uma maior familiaridade com o problema apoiando-se no levantamento bibliográfico ou em entrevistas.

Segundo Hair et al (2005) a pesquisa exploratória está voltada para os estudos em que o investigador não possui total conhecimento sobre o assunto a ser investigado, estando, portanto, orientada para as descobertas. Dencker (1998) complementa que a pesquisa exploratória tem como característica um planeamento flexível, envolvendo de maneira geral a pesquisa bibliográfica, análise de situações similares e entrevistas a pessoas experientes. Este estudo permite o conhecimento em profundidade, contudo não pode ter seus resultados generalizados.

Pode-se então afirmar que a pesquisa exploratória serve para aumentar o conhecimento sobre o tema/problema, clarificar conceitos, especificar o problema e definir sub-problemas, estabelecer prioridades, desenvolver proposições e hipóteses e, por fim, encontrar possíveis explicações para o problema em questão.

Para elaborar este estudo, foi primeiramente realizada uma pesquisa com máximo de informação possível sobre o objeto em estudo, neste caso o turismo rural na região do Douro bem como tudo o que o envolve. Foram recolhidos e trabalhados pontos de vista distintos sobre o problema, de modo a definir o caminho a seguir.

Através da revisão de literatura, da pesquisa de trabalhos de investigação não publicados, de inquéritos exploratórios ou da observação direta do objeto de estudo, conseguem-se elementos teóricos e/ou empíricos que permitem dar forma ao

problema e levar a cabo um conjunto de operações que permitem ao investigador passar da problemática sentida à problemática racional. Revelam estes elementos as dimensões essenciais e facetas peculiares do problema em estudo, permitem compreende-lo para melhor o analisar, descrever e definir, no sentido da construção de explicações que o ilustrem ou decifrem e sugerem caminhos e formas de abordagem desse mesmo problema. Este processo, que idealmente deve ser levado a cabo no início da investigação e implica a leitura do que outras pessoas já escreveram sobre o assunto, torna-se particularmente importante para a melhor definição e enquadramento do referencial teórico da investigação a levar a cabo (Cunha, 2009).

3.5. Amostra e Procedimentos de Amostragem

A amostragem consiste na escolha de um conjunto de pessoas representativas, tanto quanto possível, da população que se pretende estudar, com a finalidade de as questionar, uma vez que geralmente a população-alvo do estudo possui uma dimensão demasiado grande, não sendo por isso possível inquirir a totalidade das pessoas que fazem parte do universo ou conjunto que se pretende analisar. Segundo Albarello (1995, citado em Cunha, 2009), a amostragem é uma operação que permite que se retire um certo número de elementos que vão constituir a amostra, de um conjunto de elementos que se pretende observar ou tratar.

Na opinião de Albarello (1995), a representatividade da amostra não tem a ver com o número de indivíduos que a constituem, esse número tem antes a ver com o tipo de análise que se pretende, ou melhor dizendo, com aquela que se deve efetuar posteriormente, de acordo com as hipóteses formuladas. Por outro lado, Laville e Dionne (1999), afirmam que quanto maior for o tamanho da amostra, mais forte é a sua representatividade, uma vez que as peculiaridades são diluídas na massa (como citado em Cunha, 2009).

No que diz respeito à pesquisa quantitativa deste estudo em particular, é pretendido questionar os responsáveis pelos alojamentos de turismo rural dos 13 concelhos classificados como património mundial na Região do Douro, uma vez que o

objetivo é dirigir o estudo apenas a casos de visitas de turistas que permaneçam pelo menos uma noite na região.

Uma vez que população-alvo são os donos dos alojamentos, ou seja, pessoas com os mesmos cargos e funções, a amostragem é probabilística e selecionada de forma aleatória.

A amostragem é probabilística se podemos determinar o grau de probabilidade de um sujeito da população pertencer, ou não, à amostra (Coutinho, 2011).

A amostra é aleatória, se todos os sujeitos da população têm igual probabilidade de pertencer à amostra, ou seja se a seleção é apenas fruto do acaso (Coutinho, 2011).

3.6. Métodos e Técnicas de Análise dos Dados

3.6.1. Pesquisa quantitativa

Depois de realizados os questionários, passámos para a análise dos resultados. Essa foi feita através do SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) que é uma poderosa ferramenta informática que permite realizar cálculos estatísticos complexos e visualizar os seus resultados em instantes. Constitui um auxiliar excelente para um investigador em Ciências Sociais e Humanas que tenha procedido a uma recolha de dados quantitativos em que o objetivo de análise é descrever, relacionar ou mesmo contrastar hipóteses de investigação (Coutinho, 2011).

3.6.2. Pesquisa qualitativa

Por falta de disponibilidade dos entrevistados, as respetivas entrevistas foram realizadas por *e-mail*, ou seja, respondidas pelos mesmo de forma escrita.

Posteriormente foram construídas sinopses para resumir e analisar as respostas de modo a confrontar as ideias dos dois entrevistados.

As sinopses são sínteses dos discursos que contêm a mensagem essencial da entrevista e são fiéis, inclusive na linguagem, ao que disseram os entrevistados. Trata-se portanto de material descritivo que, atentamente lido e sintetizado, identifica as temáticas e as problemáticas (Guerra, 2010).

As sinopses das entrevistas constroem-se numa grelha vertical cuja primeira coluna apresenta as grandes temáticas do guião de entrevista, acrescentadas com os novos elementos introduzidos (Guerra, 2010).

4. TRABALHO DE CAMPO

4.1. Instrumentos de Recolha de Dados

4.1.1. Estudo quantitativo

Para proceder à recolha de dados quantitativos acerca do meio envolvente do turismo na região do Douro, ou seja, dados dos hóspedes, das unidades e opiniões dos profissionais da área, foi realizado um questionário dividido em quatro temas principais. Esses temas passam pela Caracterização das Unidades, Cliente/ Turista, Comunicação/ Divulgação e, por fim, Região. Serão aplicados aos responsáveis pelos empreendimentos do TER (Turismo em Espaço Rural) dos 13 concelhos classificados pela UNESCO como Património Mundial.

4.1.2. Estudo qualitativo

Para proceder à recolha das opiniões de especialistas da área, serão realizadas entrevistas semi-estruturadas a dois entrevistados.

Para levar a cabo as entrevistas, foi desenvolvido um guião (Anexo 1) com tópicos pré-definidos, relacionados com as questões centrais do estudo, cujo objetivo final seria a recolha de informação teórica por parte de profissionais da área de turismo que tenham uma visão diferente daqueles que lidam diariamente com o público.

4.2. Descrição do processo

4.2.1. Estudo quantitativo

Antes de aplicar um questionário, é necessário elaborar primeiramente um pré-teste. Este, como o nome indica, tem como objetivo testar as perguntas colocadas.

Como tal, para iniciar a recolha de dados foi primeiramente elaborado um pré-teste (Anexo 2). Este por sua vez foi testado/realizado por alguns alunos e docentes (Anexo 3) que indicaram as suas sugestões quanto á organização do questionário, clareza das perguntas, tempo de resposta e adequação das questões ao tema.

Através destas sugestões foi possível reformular o questionário e, organizando o questionário por temas, acrescentando algumas questões que estavam em falta e alterando alguns critérios de resposta, demos por terminado o questionário (Anexo 4).

Este tem como objetivo ser realizado pelos responsáveis dos empreendimentos de Turismo em Espaço Rural (TER) dos 13 concelhos da região do Douro classificados como Património Mundial.

Para a administração do questionário, foi feito previamente um contacto telefónico a solicitar colaboração no preenchimento de um questionário, indicando o âmbito do estudo bem como a apresentação. Depois de dadas as autorizações, foi então enviado o questionário em formato *online*.

4.2.2. Estudo qualitativo

Para o desenvolvimento das entrevistas semi-estruturadas foram selecionados, de forma intencional, dois especialistas na área do turismo (António Martinho, Presidente da Região de Turismo no Douro e, Francisco Calheiros, Presidente da Confederação de Turismo de Portugal) com diferentes ligações ao tema e, por isso, com diferentes perspetivas.

Ambos responderam às mesmas questões, seguindo o guião da entrevista que se encontra em Anexo, uma vez que este é completo de questões abrangentes e de opinião sobre temas gerais. Desta forma conseguiremos ter uma perceção maior dos diferentes assuntos, uma vez que estes serão falados por entrevistados com características distintas e, portanto, com diferentes visões do tema.

Ao contrario do planeado, as entrevistas, por falta de disponibilidade dos entrevistados, foram enviadas e respondidas por *e-mail*. Depois de recebidas as respetivas respostas, as mesmas foram analisadas recorrendo à grelha de avaliação construída para a recolha de dados que se encontra em anexo (Anexo 5).

4.3. Caracterização da amostra

Estudo quantitativo

Do universo de todos os empreendimentos de turismo na região do Douro, optamos por estudar apenas dos empreendimentos caracterizados como sendo do TER – Turismo em Espaço Rural. No entanto, a área de abrangência seria muito grande, o que mais uma vez nos levou a segmentar, optando por estudar apenas os empreendimentos de turismo rural localizados nos 13 concelhos da região classificados como património mundial pela UNESCO em 2001.

Quadro 3 - Nº de Empreendimentos por Concelho

Concelho	Nº de Empreendimentos do TER
Alijó	2
Armamar	7
Carrazeda de Ansiães	2
Lamego	15
Mesão Frio	3
Peso da Régua	1
Sabrosa	7
Stª. Marta de Penaguião	5

S. João da Pesqueira	3
Tabuaço	6
Torre de Moncorvo	5
Vila Nova de Foz Côa	2
Vila Real	5
Total	63 Alojamentos

Depois de feita a segmentação, tendo em conta os critérios selecionados, ficamos com um universo de 63 empreendimentos. Uma vez que o universo em estudo não é de grande dimensão, foram enviados questionários a todos, ou seja, a 100% do universo, sendo que apenas 57 questionários foram respondidos.

5. ANÁLISE E DISCUSSÃO DE RESULTADOS

5.1. Pesquisa Quantitativa

5.1.1. Tratamento dos Dados

O tratamento estatístico de todos os dados obtidos, foi realizado através do programa Statistical Package for the Social Sciences (SPSS), versão 20.0, Chicago, Estados Unidos da América. Em todos os testes utilizados, na análise deste estudo e, para rejeição da hipótese nula, foi utilizado um nível de significância de $\alpha=0,05$ (intervalo de confiança a 95%).

Para realizar a caracterização da amostra, foi utilizada a estatística descritiva, sendo utilizada a frequência e respetivas percentagens para as variáveis concelho, classificação do empreendimento, ano de início de atividade e motivo que levou ao inico da atividade.

Para analisar e comparar dos dados recolhidos e, uma vez que as variáveis não seguiam os pressupostos da normalidade, ou seja, $p < 0,05$, verificado através do teste Kolmogorov-Smirnov, foi utilizado o teste não paramétrico Kruskal-wallis.

Foi ainda utilizado o teste Qui-Quadrado de ajustamento para a variável numero médio de noites de estadia para verificar se se rejeitava ou não H0 (O número de noites é igualmente preferido).

Por ultimo, para verificar e comparar a evolução das variáveis preço medio por quarto, taxa média de ocupação e faturação média entre os anos 2009 e 2011, foram verificadas as respetivas médias e feitas interpolações para saber ao certo os seus valores exatos.

5.1.2. Caracterização da amostra

A investigação foi realizada junto de uma amostra de 57 indivíduos, responsáveis pelos empreendimentos de Turismo em Espaço Rural dos 13 concelhos da Região do Douro classificados como Património Mundial. Caracteriza-se por uma amostra de conveniência, mas caracterizada pelos autores como propicia à aplicação de um pré-teste do instrumento de pesquisa e, também, suficiente para obtenção do tipo de informação desejada.

Dos 57 empreendimentos em estudo, três pertencem ao concelho de Alijó, seis a Armamar, dois a Carrazeda de Ansiães, onze a Lamego, três a Mesão Frio, um ao Peso da Régua, oito a Sabrosa, quatro a St.ª Marta de Penaguião, três a São João da Pesqueira, cinco a Tabuaço, quatro a Torre de Moncorvo, três a Vila Nova de Foz Côa e, por fim, quatro pertencem ao concelho de Vila Real.

Tendo em conta a tipologia do empreendimento, respeitando a classificação do TER (Turismo em Espaço Rural), verificámos que o Turismo de Habitação corresponde a 24,6% do total (14), Turismo Rural representa, perfazendo a maioria, 36,8% (21), Agroturismo 17,5% (10), Turismo de Aldeia, o menor, com apenas 1,8% (1), Casas de Campo 14% (8) e, para concluir, o Hotel Rural com uma percentagem de 5,3% (3).

No que respeita a dimensão dos empreendimentos, verificou-se através do cálculo da mediana, que a maioria dos empreendimentos possui seis quartos, sendo que os menores empreendimentos possuem dois quartos e o maior, 35 quartos.

Dos empreendimentos estudados, percebe-se que a maioria (63,2%) são empreendimentos que iniciaram a sua atividade após a obtenção da classificação por esta região (em 2001), sendo que dos 57 respondentes apenas 20 já existiam antes desta classificação.

A caracterização da amostra termina com o motivo que levou ao início da atividade turística de cada empreendimento. A maioria dos respondentes (40,4%), afirma ter sido a "Herança Familiar" o principal motivo, seguindo-se a "Paixão pelo

meio rural" como segunda escolha (21,1%). O "investimento de capital" (5,3%) foi o motivo menos usado pelos responsáveis.

5.1.3. Resultados

Através da análise dos dados recolhidos podemos comprovar ou rejeitar as hipóteses lançadas na metodologia, tendo em conta os objetivos que tínhamos para a investigação.

A primeira hipótese que afirmava: "O turismo rural na Região do Douro contribui de forma positiva para a economia nacional", foi comprovada através das variáveis apresentadas nas tabelas 8 e 9. Com a análise da evolução do preço médio por quarto, faturação média anual, da relação entre o número de quartos com o número de indivíduos contratados e a relação entre o número de trabalhadores efetivos com a taxa de ocupação anual, bem como com parcerias existentes e capacidade para servir refeições, podemos aceitar ou rejeitar a hipótese geral lançada na metodologia.

Tabela 8 - Evolução do preço médio por quarto e faturação média anual

	2009	2010	2011
Preço médio p/quarto	58,3€	58,9€	58,9€
Faturação média	24 800€	26 300€	26 900€

Com a análise da tabela 8, podemos facilmente observar que não se registaram grandes alterações no que respeita à evolução do preço médio por quarto nem da faturação média nos últimos três anos. Apesar da evolução ser pouco significativa, verifica-se um aumento de ano para ano. Estes valores foram conseguidos através de interpolações feitas com os resultados, obtidos em média, no SPSS (Anexo 6). Com estas variáveis podemos confirmar que o turismo em espaço Rural na Região do

Douro contribui de forma positiva para a economia nacional, uma vez que os resultados são positivos.

Tabela 9 - Relação entre nº de quartos com nº de indivíduos contratados e nº de trabalhadores efetivos com a taxa de ocupação média anual (Teste Kruskal-Wallis)

	Teste Kruskal-Wallis		
Relação entre nº de quartos com nº de indivíduos contratados	0,025		
	2009	**2010**	**2011**
Relação entre nº de trabalhadores efetivos com taxa de ocupação média anual	0,012	0,029	0,089

Através dos dados obtidos do Teste Kruskal-Wallis, que nos mostra se as médias entre as variáveis são ou não iguais, podemos verificar, apesar de não ser um teste de independência, se existe ou não relação entre o número de quartos com o número de indivíduos contratados, podemos concluir que, como $p < 0,05$, existe relação, ou seja, á media que o número de quartos aumenta, o número de indivíduos contratados também aumenta. Assim, podemos concluir que quanto maior for o empreendimento, mais gente emprega, tornando-se uma mais-valia para a região e para a economia do pais.

Já no caso da relação entre o número de trabalhadores efetivos com a taxa de ocupação média anual, verifica-se que em 2009 e 2010, uma vez que $p < 0,05$, existe uma diferença significativa das médias. Assim, concluímos que nos primeiros dois anos, a taxa de ocupação média anual influenciava o número de contratações feitas, à medida que aumenta a taxa de ocupação também aumenta o número de trabalhadores efetivos. Já para o ano 2011 como $p > 0,05$ não se verifica alteração nas médias, portanto, partimos do princípio que não existe relação.

Tabela 10 - Parcerias existentes com empresas e restaurantes da região

	Tem	Não Tem
Parcerias com empresas da região	33	24
Parcerias com restaurantes	9	48
Capacidade para servir refeições	43	14

Por último, para justificar que o turismo na Região do Douro contribui de forma positiva para a economia nacional, temos a análise das parcerias, ou seja, fomos verificar se existiam parcerias entre os empreendimentos do TER e outras empresas da região. Percebemos que, dos 57 empreendimentos em estudo, 33 tem parcerias com empresas da região, isto significa que, para além do alojamento, também outros serviços beneficiam com o turismo. É importante criar parcerias para que toda a região cresça com a ajuda deste setor de atividade.

Questionámos também quantos empreendimentos tinham capacidade para servir refeições e, caso não tivessem, quantos tinham parcerias com restaurantes para onde enviavam os hóspedes. Apuramos que 43 dos empreendimentos servem refeições e, dos 14 que não servem, nove têm parcerias com restaurantes. Mais uma vez se verifica a promoção a outros serviços da região, promovendo não só o alojamento como também outros setores complementares do turismo.

Com isto podemos concluir que a nível económico, o turismo na Região do Douro contribui de forma positiva para a economia do país, não só pela evolução dos preços médios de estadia e da sua faturação, mas também pela sua contribuição na dinamização de outros setores do turismo.

Tabela 11 - Evolução da Taxa de Ocupação Média dos Quartos e a sua relação com o Preço Médio por Quarto (Teste Kruskal-Wallis)

	2009	2010	2011
Evolução da Taxa de Ocupação Média dos quartos	37,8%	39,6%	40,8%
	Teste Kruskal-Wallis		
Relação entre ocupação média do quarto com o preço medio do quarto	0,429	0,328	0,422

Com a análise da tabela 11, podemos verificar que nos últimos três anos, a evolução da taxa de ocupação dos quartos, apesar de crescente teve variações pouco significativas. Segundo o que apuramos, apesar de continuar a existir procura por este tipo de turismo as pessoas tendem a permanecer menos tempo nos locais. Através do teste Kruskal-Wallis, percebemos que as médias entre as variáveis ocupação média do quarto e preço médio do quarto, não verificam diferenças estatisticamente significativas ($p > 0,05$), o que significa que não existe relação entre elas, não se verificando diminuição da taxa de ocupação do quarto com o aumento dos preços. Esta constante nas médias pode ser justificada pelo pequeno aumento dos preços médios, ou seja, uma vez que não houve diferenças significativas a nível de preço, também não se verificaram diminuições da taxa de ocupação.

Para sabermos se a classificação obtida pelo Douro como património mundial tinha sido uma mais-valia para esta região, nada melhor do que perguntar aos moradores e investidores locais o que pensam acerca dela. Assim, através de cinco questões de opinião em que 1 é discordo totalmente e 5 é concordo plenamente, podemos verificar, através da tabela 12 que, a nível do desenvolvimento da região, a maioria das opiniões manteve-se no concordo. Para as seguintes questões onde se questionava acerca da qualidade de vida e dos investimentos na região, se tinha aumentado ou não, e acerca da sazonalidade e taxa de desemprego dos locais se tinha diminuído, as respostas mantem-se pelo nem concordo nem discordo. Nota-se um

grande descontentamento por parte dos responsáveis pelos empreendimentos quando se fala nos apoios criados e melhoria na região. Demonstram o seu descontentamento ao afirmar que apesar da classificação poucas melhorias se verificaram.

É de notar que nas afirmações acerca da diminuição da sazonalidade e desemprego local, apesar da maioria de respostas serem de nem concordo nem discordo, o segundo lugar vai para o discordo. Pode-se então concluir que tirando os indivíduos sem uma opinião bem formada do assunto, os restantes concordam que não houve diminuição desses valores.

Podemos então com isto concluir que, para os responsáveis pelos empreendimentos de TER no Douro, a classificação não trouxe grandes alterações.

Tabela 12 - Opinião acerca dos benefícios trazidos pela classificação "Património Mundial"

	1	2	3	4	5
Desenvolvimento da Região	0	7	16	**20**	14
Maior Qualidade de Vida	9	9	**27**	11	1
Diminuição da Sazonalidade	8	20	**23**	6	0
Aumento dos investimentos	5	9	**22**	20	1
Diminuição Desemprego Local	8	21	**20**	8	0

Nota: 1 – Discordo Totalmente; 2 – Discordo; 3 – Nem Concordo Nem Discordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo Totalmente.

Tabela 13 - Relação entre ano de inicio de atividade e opinião acerca do Desenvolvimento da Região (Teste Kruskal-Wallis)

	Teste Kruskal-Wallis
Relação entre Opinião e Ano de início de atividade	0,424

Era importante perceber se estas opiniões variavam de empreendimento para empreendimento tendo em conta o seu ano de início de atividade, ou seja, se existia alguma relação entre a opinião dada e o fato de serem empreendimentos com início da atividade antes ou depois do Douro ter sido classificado como Património Mundial. Através do teste Kruskal-Wallis, apresentado na tabela 13, verificámos que as médias entre as variáveis não apresentavam diferenças significativas ($p > 0,05$) o que nos permite concluir que, não existe relação entre estas duas variáveis. Esta conclusão pode justificar-se pelo fato dos apoios financeiros á atividade turística terem aumentado com a obtenção da classificação o que levou a abertura de muitos empreendimentos. Nestes casos, a classificação foi então uma mais-valia pois, caso contrário não existiriam.

Tabela 14 - Relação entre ano de início de atividade com o nº de indivíduos contratados (Teste Kruskal-Wallis)

	Teste Kruskal-Wallis
Relação entre ano de início de atividade e nº de indivíduos contratados	0,025

Para verificar se existe alguma relação entre o ano de início de atividade dos empreendimentos e o número de indivíduos contratados, recorremos ao teste Kruskal-Wallis que nos mostrou que, as médias entre as variáveis, sofreu alterações estatisticamente significativas. Isto significa que, antes de 2001 foram contratados menos indivíduos do que depois de 2001, assim, concluímos que existe relação entre as variáveis. Esta relação pode justificar-se pelo fato de haver mais empreendimentos abertos depois de 2001 do que empreendimentos abertos antes.

Tabela 15 - País de Origem dos Turistas que mais visitam a Região

	Frequência (%)
Portugal	**45 (27,8%)**
França	30 (18,5%)
Espanha	26 (16,0%)
Inglaterra	25 (15,4%)
Alemanha	13 (8,0%)
Holanda	13 (8,0%)
Outro	10 (6,2%)

Observando a tabela 15, podemos verificar que os turistas que mais visitam a região são de nacionalidade portuguesa (27,8%), sendo que o segundo e terceiro lugar, sem grandes diferenças, vão para França (18,5%) e Espanha (16%) respetivamente. É importante referir que esta questão podia ter até três respostas, ou seja, os responsáveis dos empreendimentos de turismo podiam indicar até três países emissores de turistas para esta região.

No que diz respeito ao tipo de cliente que mais visita a região, concluímos que, com 70,2%, são os casais sem filhos que mais pernoitam no Douro. Em segundo lugar destacam-se as famílias com 24,6%. Segundo os responsáveis pelos empreendimentos, os "grupos de turismo" e "executivos", não representam o tipo de cliente desta região, obtendo apenas 3,5% e 1,8% de respostas.

Tabela 16 - Tipo de cliente que mais frequenta as unidades do TER no Douro (Frequência) e Relação entre o tipo de cliente e a tipologia do empreendimento (Teste Kruskal-Wallis)

	Frequência (%)
Executivos	1 (1,8%)
Grupos de Turismo	2 (3,5%)
Casais S/ filhos	**40 (70,2%)**
Famílias	14 (24,6%)
	Teste Kruskal-Wallis
Relação entre o tipo de cliente com a tipologia do empreendimento	0,088

Considerámos também importante verificar se existia alguma relação entre a tipologia do empreendimento e o tipo de cliente mas, segundo o teste Kruskal-Wallis, onde $p < 0,05$, confirmámos não existe qualquer tipo de relação uma vez que as médias se mantêm iguais entre as variáveis, não mostrando diferenças estatisticamente significativas.

O facto da amostra em estudo ser pequena, pode não permitir chegar a uma conclusão que represente a realidade, no entanto, para este caso não foram verificadas alterações estatisticamente significativas.

Tabela 17 - Numero médio de noites de estadia

	Frequência (%)
1 Noite	15 (26,3%)
2 Noites	**36 (63,2%)**
3 Noites	3 (5,3%)
Mais de 4 Noites	3 (5,3%)

Na tabela 17, podemos observar qual o número médio de noites de estadia neste tipo de empreendimentos, sendo que, com 36 respostas (63,2%), 2 noites é o mais preferido. Através do teste Qui Quadrado por ajustamento (Anexo 6), que nos permite ver qual a probabilidade de cada amostra ser preferida, percebemos facilmente que a hipótese 1 noite e 2 noites são mais preferidas que a hipótese 3 noites ou mais de 4 noites.

Tabela 18 - Motivos que leva o Turista a visitar o Douro

	1	2	3	4	5
Património Cultural	2	0	4	31	20
Vinhos	1	2	4	16	34
Gastronomia	0	3	11	25	18
Paisagens	0	0	4	16	**37**
Festas e Romarias	8	13	28	7	1
Negócios	**12**	29	9	7	0

Nota: 1 – Discordo Totalmente; 2 – Discordo; 3 – Nem Concordo Nem Discordo; 4 – Concordo; 5 – Concordo Totalmente.

Era interessante perceber o motivo principal que leva o turista ao douro. Através de uma questão de opinião feita aos responsáveis pelos empreendimentos de turismo rural, facilmente obtivemos um consenso quanto às suas opiniões. Para eles, o principal motivo são as "Paisagens", pois foi a opção que mais cincos obteve (Concordo Plenamente), seguidamente vêm os vinhos, que com apenas 3 pontos a menos lidera o segundo lugar. Por ultimo ficam os Negócios, que não obteve nenhum 5 e, liderou o ultimo lugar com 12 uns (Discordo Totalmente). Podemos então concluir que o Douro atrai o turista pelas suas belas paisagens e a sua cultura, pelo seu vinho, património cultural e gastronomia. Quem procura o Douro procura descansar, lazer, não sendo considerado o turismo de negócios nesta região.

Tabela 19 - Ferramentas de Marketing utilizadas para a divulgação/ promoção dos empreendimentos

	Frequência (%)
Site	**50 (32,9%)**
Newsletters	3 (2,0%)
Portais na Internet	**50 (32,9%)**
Agências de Viagem	10 (6,6%)
Site de Turismo no Douro	36 (23,7%)
Boca-a-boca	3 (2,0%)
Total	152 (100%)

Por último mas não menos importante temos as ferramentas utilizadas na divulgação/ promoção destes empreendimentos. È importante referir que cada inquirido podia, nesta questão, dar até três respostas e, dai termos um total de 152 respostas. A quase totalidade dos empreendimentos (50 respostas) em estudo afirma utilizar o "Site" e os "Portais na Internet" para divulgarem os seus empreendimentos,

isto porque são as duas ferramentas que mais facilmente ajudam o empreendimento a chegar a todo o mundo. É importante referir que, tendo em conta as notas deixadas pelos inquiridos e uma pesquisa por nós realizada, o *Booking*, *Lifecooler* e *Tripadvisor* são os portais mais escolhidos pelos responsáveis para este efeito.

Como podemos ver na tabela seguinte, 53 empreendimentos afirmam fazer divulgação no estrageiro, sendo que, segundo opinião dos responsáveis, esta divulgação é mais ativa em Inglaterra (26,4%) seguida de Espanha e França (23,6% e 22,9 respetivamente).

Tabela 20 - Nº de empreendimentos que faz divulgação no estrangeiro e percentagem de eficácia por país

	Frequência (%)	
	Sim	**Não**
Divulga noutros países	**53 (93%)**	4 (7%)
	Divulgação mais eficaz	
Inglaterra	**38 (26,4%)**	
França	34 (23,6%)	
Espanha	33 (22,9%)	
Alemanha	18 (12,5%9	
Holanda	17 (11,8%)	
Outro	4 (2,8%)	
Total	144 (100%)	

Para concluir a análise dos dados recolhidos de forma quantitativa, recorremos às hipóteses do estudo, lançadas na metodologia, a que nos propusemos responder. Para tal e, em primeiro lugar, é importante referir que apesar dos baixos valores económicos, mas não negativos, o Douro continua a ser uma região que contribui de forma positiva para a economia nacional. É de considerar que a atual conjuntura económica não tem permitido que os valores aumentem

exponencialmente, no entanto os dados económicos verificam aumentos de ano para ano.

Em relação à percentagem de turistas que visita o Douro por ano, apesar de não termos verificado que esse aumento era de 5% ao ano, foi aumentando, contribuindo também para os valores positivos do estudo.

Foi importante também perceber qual a opinião dos responsáveis pelos empreendimentos sobre a classificação obtida por esta região como património mundial. Apesar da maioria referir ter sido positiva, muitos acreditam que não têm sido verificados esforços suficientes no que diz respeito a taxa de desemprego e sazonalidade da região. Houve um grande aumento de empreendimentos desde 2001 e, por consequência um aumento de contratações, o que pode ter sido influenciado pelos apoios dados a este setor de atividade.

No que diz respeito ao turista, facilmente percebemos que a maioria de visitas registadas é de casais portugueses que viajam sem os filhos e permanecem em média duas noites. As paisagens, o vinho e o património cultural são os principais motivos que levam o turista a querer visitar esta região.

Por último, mas não menos importante, temos a divulgação dos empreendimentos. A quase totalidade dos responsáveis afirma divulgar os seus empreendimentos na Internet, conseguindo assim não só divulga-los em Portugal mas também noutros países da Europa. Segundo eles, esta divulgação é mais ativas, ou seja, cria mais efeitos quando se fala de turistas de nacionalidade inglesa.

5.2. Pesquisa Qualitativa

Como foi referido na metodologia, no que respeita à análise qualitativa da investigação, foram realizadas duas entrevistas a dois especialistas da área, sendo que o primeiro responde a nível nacional e o segundo a nível regional. Trata-se do Presidente da Confederação do Turismo de Portugal, Francisco Calheiros e, do Presidente da Região de Turismo no Douro, António Martinho.

Por falta de incompatibilidade de agendas não foi possível realizar as entrevistas presencialmente, sendo que foram respondidas e enviadas por e-mail pelos próprios. Esta entrevista era composta por oito perguntas de resposta aberta iguais, em que o que se pretendia era comparar as opiniões dos dois especialistas com visões e participações no assunto distintas.

A primeira pergunta tinha como objetivo fazer um ponto da situação do turismo em Portugal de um modo geral. Os dois entrevistados mantiveram uma posição idêntica ao manifestarem as suas opiniões. Ambos acreditam que Portugal, apesar da sua vocação natural para o turismo, não é exceção quando se fala em conjuntura europeia e mundial. Tal como todos os outros sectores, o turismo português esta a ser marcado pelos acontecimentos de índole politica, económica e social, decorrentes da atual crise internacional. O turismo nacional está a passar por uma fase de restruturação, o que obviamente dificulta em muito o trabalho e a dinâmica das instituições, nomeadamente pela escassez de verbas, fruto dos sucessivos cortes nos orçamentos. Apesar de tudo, para Francisco Calheiros, o turismo ainda continua a ser um dos poucos setores de atividade económica que demonstra, apesar das consequências graves da crise, capacidade para melhor resistir e crescer, nomeadamente em termos de criação de emprego, tal como demonstram os últimos dados estatísticos revelados.

A segunda questão diz respeito à Região do Douro especificamente, pretendia-se que fosse caracterizada a situação por cada um dos entrevistados. Novamente os dois entram em acordo quando afirmam que o Douro ainda se apresenta como uma das poucas regiões menos afetadas. Apesar da situação de recessão afetar todo o território nacional, os investimentos realizados nesta região em infraestruturas, na construção e requalificação de unidades hoteleiras e outros equipamentos turísticos, na diversificação e promoção da oferta interna e externa, nos últimos anos, independentemente de ainda não serem suficientes, ajudam o Douro a enfrentar a atual crise com algum otimismo e esperança. Este crescimento sustentado deve-se ao reconhecimento como "zona de excecional aptidão turística" no PDTVD (Plano de Desenvolvimento Turístico do Vale Douro), ao PENT (Plano

Estratégico Nacional de Turismo) que reconheceu vários dos seus produtos turísticos de excelência e, também devido ao título de Património Mundial da Humanidade atribuído pela UNESCO, à classificação notável nos Concursos "7 Maravilhas da Natureza a nível Mundial" e "Maravilha Natural de Portugal", entre outras, que têm catapultado o Vale do Douro para um lugar de destaque no turismo nacional e internacional.

Em terceiro lugar era também importante enquadrar no tema a influência do contexto europeu e mundial. Esta questão foi automaticamente respondida nas duas questões anteriores. Pode-se apenas acrescentar que a atual crise económica que se vive a nível global e, sobretudo na Europa, tem repercussões muito negativas sobre a atividade no setor turístico, uma vez que é na Europa que estão os nossos principais mercados emissores de turistas. No entanto, como refere António Martinho, ao contrário do Algarve, da Madeira e outros destinos nacionais, o turismo no Norte e Douro tem mantido boas taxas de ocupação. Segundo ele, a aposta Turismo no Douro na promoção e na animação tem dado frutos.

A quarta questão pretendia definir quais os pontos fracos, fortes ameaças e oportunidades da Região do Douro. Para Francisco Calheiro, a paisagem única que é património mundial, o facto de ser uma região vitícola muito conceituada e conhecida mundialmente, a navegabilidade do rio Douro e o seu vasto e rico património cultural e arquitetónico justificam os pontos fortes desta região. António Martinho é mais específico e refere ainda a qualidade dos produtos produzidos na região bem como o potencial do TER (Turismo em Espaço Rural) como complemento da oferta turística ribeirinha e o surgimento de novas unidades hoteleiras de qualidade. Apesar de Francisco Calheira referir a desertificação, a ainda insuficiente oferta de alojamentos de qualidade e as acessibilidades dentro da região como pontos que desfavorecem a região, António Martinho acredita que está a ser feito um bom trabalho, nomeadamente no que diz respeito ao aumento significativo do numero de camas nos últimos quatro anos, graças aos programas de financiamento como o QREN e o PRODER, uma vez que este aumento veio suprimir as principais lacunas em termos e alojamento turístico. Para ele os pontos fracos da região passam pelo envelhecimento

da população e o declínio demográfico, principalmente devido à fraca capacidade de fixação e atração dos jovens com formação média e superior.

No entanto ambos acreditam que o significativo aumento dos investimentos privados juntamente com o Quadro Comunitário de Apoio, vai ajudar a melhorar as acessibilidades inter-regionais e intra-regionais que interferem com a sazonalidade da Região e a sua relativa incapacidade de fixação de visitantes, bem como a limitada oferta de animação estruturante com implicações na tipologia do visitante e na capacidade negocial e de atração da região.

A quinta pergunta da entrevista tinha como objetivo entender a opinião de cada um dos entrevistados no que respeita à classificação obtida pelo Douro, em 2001, como património mundial pela UNESCO. Pretendíamos saber o que ambos pensam acerca do assunto e se consideram ser uma mais-valia para a região. Mais uma vez obtivemos um acordo quando ambos defendem que a classificação foi, a todos os níveis, uma enorme mais-valia, que deve ser defendida e preservada. Acreditam que, internamente, contribuiu para a adoção de medidas estruturantes de ordenamento do território, para o aumento das infraestruturas da região, como é o caso da criação do Museu do Douro e, do Museu do Côa que, direta ou indiretamente beneficiam o turismo, para criação de emprego e para a consciencialização das populações para a "preciosidade" que é a sua região. Esta classificação deu, também, à região uma enorme visibilidade internacional e traduz-se numa grande promoção à marca que, por sua vez, atrai à região duriense fluxos de turismo muito importantes não só nacionais como internacionais.

Perguntamos-lhes também o que tinham a dizer sobre os apoios governamentais criados para este setor de atividade ao qual, Francisco Calheira responde a nível nacional que, apesar dos apoios financeiros existentes, tem consciência de que os mesmos não são suficientes. Devido ao período que vivemos e a escassez quase total de crédito bancário, torna-se difícil apoiar a atividade. No entanto, este defende que os apoios governamentais devem ser alargados e dinamizados, de maneira a que sejam criadas novas formas de apoio ao turismo, de maneira que as empresas possam continuar a funcionar e não haja uma redução do

investimento. Ele considera que apesar do momento em que vivemos não ser bom, é necessário continuar a apoiar e apostar no turismo. António Martinho fala do caso do Douro em especifico e, afirma que, para esta Região em particular, foi decisiva a aprovação da Resolução do Concelho de Ministros nº 139/2003, de 31 de Julho que, reconhecendo "a riqueza do património natural, paisagístico, histórico e cultural do vale do Douro, associada a produtos de eleição como os vinhos do Porto e do Douro", elegeu aquele vale como "zona de excecional aptidão e vocação turística". Esta descriminação positiva deu lugar à elaboração do plano de Desenvolvimento Turístico do Vale do Douro, cujas verbas permitiram desenvolver muitos projetos ao nível do turismo, da agricultura, da formação profissional, das infraestruturas rodoviárias, ferroviárias e fluviais, entre muitas outras áreas e sectores de atividade da Região. Também os programas de Financiamento Comunitários como o QREN e PRODER contribuíram em muito para a dinâmica e impulso verificado no Douro nos últimos anos.

Perguntámos-lhes se consideravam importante investir neste setor de atividade e, quais as vantagens que este setor traz à economia nacional, ao qual ambos, mais uma vez de acordo, respondem que o turismo é, indiscutivelmente, uma das atividades económicas do pais que mais contribui para o PIB nacional, sendo portanto considerado como estratégico e prioritário. Representa neste momento cerca de 9% do PIB e cerca de 17% do emprego total. Estima-se que gera uma receita de 2 mil milhões de euros por ano.

É um setor com enormes potencialidades e decisivo para o desenvolvimento sustentável a nível ambiental, económico e social, contribuindo de forma extremamente positiva para o reforço e valorização da imagem externa de Portugal. É interessante referir que, através de estudos já realizados, comprovou-se que a marca Douro e a marca Porto são duas principais marcas no Norte de Portugal, com claros atributos para o reconhecimento da marca Portugal.

Concluímos então que, apesar das fortes perdas de rentabilidade da maioria das empresas do turismo nos últimos anos, este continua a ser um setor com futuro

no qual vai continuar a valer a pena investir, pois trará ao país, propriedade, riqueza e aumento das exportações.

Depois de analisadas as duas opiniões aqui apresentadas, podemos facilmente observar a importância que o turismo tem. Não só como motor de desenvolvimento regional, mas principalmente como responsável pelo desenvolvimento nacional, uma vez que se apresenta como um dos setores que mais contribui para a economia de Portugal, representando cerca de 9% do PIB nacional e 17% do emprego total.

Ao confrontarmos estes dois especialistas que, ao longo da entrevista foram apresentando a sua opinião, rapidamente concluímos que é depositada esperança e muita confiança neste setor de atividade, pois com o potencial que o nosso país apresenta para o turismo, este só pode ser uma mais-valia.

É de notar que Francisco Calheiros (CTP) responde às suas questões de uma maneira mais generalizada, pois responde a nível nacional, enquanto que António Martinho foca as suas respostas na Região em estudo. No entanto os dois apresentam um acordo ao longo de toda a entrevista. Ambos defendem a importância que o Douro tem para o desenvolvimento económico regional e nacional, pois proporciona investimentos, empregos e recebe turistas de todo o mundo.

É importante também referir a classificação obtida em 2001 por esta região, pois os dois entrevistados defendem que esta é uma mais-valia e que é necessário defendê-la e preserva-la, uma vez que esta foi a principal responsável pelas melhorias sentidas na Região, quer a nível de investimento em infraestruturas e ordenamento do território, quer pela melhoria na qualidade de vida dos locais, que de certa forma beneficiaram com estes investimentos.

Apesar da crise mundial que se instaurou e, por isso, as dificuldades sentidas por quase todos os setores de atividade, o turismo é um dos setores que se tem mantido com valores positivos, continuando a receber fluxos de turismo nacionais e estrageiros todo o ano. Por este motivo deve-se continuar a apostar e apoiar o turismo, que tem mostrado ser um setor com futuro no qual vai continuar a valer a pena investir.

CONCLUSÃO

Turismo, que para uns significa lazer e passeio, para outros significa trabalho e ganho pessoal. Aqui definimos a importância do turismo para a comunidade. É importante termos os nossos momentos de lazer mas, mais importante é, pensarmos como estamos a ajudar inúmeras pessoas por visitarmos aqueles lugares.

O pretendido com esta pesquisa era estudar o potencial do nosso país, no que diz respeito ao turismo em espaço rural e, a sua contribuição para economia de Portugal. Este estudo foi aplicado à Região do Douro, mais propriamente aos 13 concelhos classificados como património mundial em 2001.

Foi possível através da pesquisa quantitativa e qualitativa concluir que, Portugal tem um enorme potencial turístico, não só pelas suas belas paisagens mas por todo o seu património cultural. Apesar da atual conjuntura económica, verificamos que o turismo continua a dar frutos, não tão grandes quanto poderia, mas apresenta valores positivos, o que de certa forma representa a mais-valia que o turismo é para um país e uma nação. Este é dos setores de atividade que mais contribui para o desenvolvimento nacional e regional, trabalhando em conjunto com outros segmentos, nomeadamente com a agricultura, restauração, cultura, entre outros.

Percebemos que a classificação obtida pelo Douro em 2001, que o distinguiu como sendo património da humanidade, trouxe mais-valias à região. Graças a esta classificação, muitos apoios foram criados e, deste modo, apostou-se mais neste setor, investindo-se na dinamização da região. Beneficiando não só o turismo, com o maior afluxo de turistas, mas também toda a região, aumentando a qualidade de vida dos moradores locais.

LIMITAÇÕES DO ESTUDO

É importante referir algumas das limitações que sentimos na realização desta investigação. A primeira limitação sentida deve-se ao fato do universo da nossa amostra ser de tamanho reduzido. Apesar de termos conseguido obter os dados pretendidos, acreditamos que seria muito interessante um estudo de maior dimensão, que possibilitasse a generalização do problema a nível nacional.

Outra das dificuldades sentidas centra-se na falta de disponibilidade dos indivíduos para responder aos questionários. Obtivemos algumas rejeições nas respostas.

Quanto à análise estatística, gostávamos de ter utilizado testes paramétricos de localização mas, uma vez que, devido à reduzida amostra, nunca se verificaram os pressupostos da normalidade e, portanto, tivemos sempre de recorrer a testes não paramétricos. Também era do nosso interesse a utilização de testes de Qui-Quadrado de independência, de maneira a podermos analisar a dependência entre duas ou mais variáveis mas, mais uma vez não se verificavam os pressupostos requeridos para este tipo de teste. Por este motivo, quase toda a análise foi realizada baseando-se no teste Kruskal-Wallis.

No que diz respeito à pesquisa qualitativa, era nossa intenção entrevistar mais um indivíduo, sendo o responsável pela candidatura do Douro a património mundial o escolhido. No entanto, mesmo depois de muitas tentativas, não tivemos sucesso, não conseguindo qualquer resposta. Consideramos que esta entrevista seria uma mais-valia na conclusão do nosso estudo, pois poderiamos compara-la com as outras duas entrevistas realizadas e, poder acrescentar uma opinião que certamente seria extremamente interessante.

RECOMENDAÇÕES FUTURAS

É com grande pena nossa que, no fim do estudo, com tão bons resultados não o possamos generalizar a todo o país. Seria portanto muito interessante num estudo futuro, fazer a mesma pesquisa mas a nível nacional, ou então por toda a Região Norte. Foram sentidas algumas dificuldades a nível de pesquisa de dados estatísticos já existentes acerca deste tema, pois o normal é falar-se em turismo e não em Turismo em Espaço Rural. No entanto, este tem-se mostrado como um tipo de turismo cada vez mais procurado e explorado, onde cada vez mais são sentidos investimentos.

Consideramos então que seria muito interessante num estudo futuro, alargar-se este tema a todo o país ou a toda a região norte. Será também interessante, para além de recolher apenas as opiniões do responsáveis pelos empreendimentos de turismo rural, incluir as opiniões dos turistas bem como responsáveis de outros serviços complementares de turismo, como por exemplo restaurantes. Assim, conseguir-se-á uma abrangência maior sobre o tema.

BIBLIOGRAFIA

- Aaker, D. (2005). *Administração Estratégica de Mercado*. São Palo: Artmed Editora.
- Abreu, A. (2011). Tourism, Ecology and Sustainability. Journal of Tourism and Sustainability, 1 (1), 1-2.
- Abramovay, R. (2003). O Futuro das Regiões Rurais. Porto Alegre: UFRGSeditora.
- Alves, A., Medeiros, J., & MARACAJÁ, K. (2012). Planeamento Turístico: um estudo sobre o Plano de Desenvolvimento Integrado do Turismo Sustentável do Polo Seridó. Caderno Virtual de Turismo, 12 (1).
- Baptista, M., & Durão, M. (2011). Turismo Cultural e Desenvolvimento Sustentável – A Doçaria Conventual do Douro Litoral. Revista Turismo & Desenvolvimento, N. 15, 117-131.
- Beni, M. (1997). *Análise estrutural do turismo*. São Paulo: SENAC.
- Boas, A., Esperito Santos, C., Mochen, A., & Lago, M., (2008). A perceção de clientes, gerentes e funcionários de pequenas empresas de hotelaria sobre sustentabilidade. Revista Ibero-Americana de Estratégia, N. 7.
- Boubeta, A., Lopes, S., & Mallou, J. (2011). Análise conjunta: uma aplicação ao estudo das preferências dos consumidores. Revista Portuguesa de Marketing, 14 (26), 27-37.
- Brás, J., Martins, I., & Costa, C. (2011). Rede de Informação Turística Regional – NUTS II – Norte – aplicação piloto no Destino Douro. Revista Turismo & Desenvolvimento, N. 16, 189-195.
- Buhalis, D., & Deimezi, O. (2004). E-Tourism Developments in Greece: Information Communication Technologies Adoption for the Strategic Management of the Greek Tourism Industry. Tourism and Hospitality Research, 5 (2), 103-131.

- Carvalho, K., Coelho, S., & Bonfim, N. (2011). Turismo cultural e interpretativo na cidade de Ilheus-Bahia: uma proposta de revitalização para a avenida Soares Lopes. Caderno Virtual de Turismo, 11 (2), 205-218.
- Dencker, A. (1998). *Métodos e técnicas de pesquisa em turismo*. São Paulo: Futuro.
- Dias, R. (2005). *Introdução ao Turismo*. São Paulo: Atlas.
- Dinis, S. (2005). O ecoturismo: um instrumento para o desenvolvimento susutentável? Dissertação de Mestrado. Instituto Superior de Economia e Gestão: Lisboa.
- DGT (2005). Turismo no espaço rural em 2004. Disponivel em: www.dgturismo.pt
- Elesbão, I., & Almeida, J. (2001). O Turismo rural como vetor de desenvolvimento local: a experiência de São Martinho/ SC. Revista Economia e Desenvolvimento, N. 13, 70-89.
- Estevão, C., & Ferreira, J. (2010). Identification, Positioning and Performance Evaluation of Tourism Clusters: The Case of Portugal. Washington: International Council for Small Business (ICSB).
- Fazenda, N., Silva, F., & Costa, C. (2010). Preview Douro Valley Tourism Plan: The plan as part of a sustainable tourist destination development process. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, Volume 2 (4), 428-440.
- Ferreira, A. (2011). *Marketing Territorial – Uma nova dimensão do Marketing*. Estarreja: Mel Editores.
- Fernández, J., Ruiz, D., & Salido, M. (2008). Gestión activa de la deuda externa y desarrollo turístico. Los swaps deuda-turismo sostenible. Revista de Economia Mundial, 20, 197-227.
- Figueira, V., & Dias, R. (2011). *A Responsabilidade Social no Turismo.* Lisboa: Escolar Editora.

- Gil, S., Palace, A. & Ledesma, J. (2012). Entender la imagen de un destino turistico: factores que integran y la influencia de las motivaciones. Critério Livre,10 (16),116-142.
- González, M., & Ruiz, D. (2006). La Competitividad Internacional de los Destinos Turísticos: del Enfoque Macroeconomico al Enfoque Estratégico. Cuadernos de Turismo, N. 17.
- Gorni, P., & Dreher, M., (2011). Desafio intersectoriais no desenvolvimento do turismo: uma leitura das parcerias em Blumenau, SC. Caderno Virtual de Turismo, 11 (1).
- Gutierrez, S., & House, R. (2011). Determinantes de la intención del consumidor de ir a un destino turístico – aplicativo para "Mundo Maya, México". Journal of Management, N. 11.
- Guzman, T., Cañizares, S. (2009). Turismo comunitário y generación de riqueza en países en vias de desarrollo. REVESCO: Revista de Estudios Cooperativos, N. 99.
- Hair, J., Babin, B., Money, A., & Samouel, P. (2005). *Fundamentos de métodos de pesquisa em administração*. Porto Alegre: Bookman.
- Ignarra, L. (2003). Fundamentos do Turismo. São Paulo: Thomson Learning.
- INE (2008) – Instituto Nacional de Estatistica
- Josiane, R., Ferasso, M., & Viera L. (2007). A Contribuição do planeamento estratégico na gestão de ambientes naturais e o Turismo sustentável. Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, 5 (1), 44-53.
- Ladeiras, A., Mota, A., & Costa, J. (2010). Strategic tourism planning in practice: the case of the Open Academy of Tourism. Worldwide Hospitality and Tourism Themes, 2 (4).
- Lickorish, L., & Jenkins, C. (2000). *Introdução ao Turismo.* Rio de Janeiro: Editora Elsevier.

- Lopes, S., Mallou, J., Boubeta, A., & Maia, S. (2011). Medição da imagem de marca de Portugal enquanto destino Turístico: Uma aproximação metodológica mista no contexto de Marketing. Revista Turismo e Desenvolvimento, N.16, 115-126.
- Lopez, A., & Curiel, J. (2010). El turismo sostenible como dinamizador local. Madri: Observatorio Medioambiental, N. 13.
- Marujo, M. (2008). *Turismo e Comunicação*. Castelo Branco: RVJeditores.
- Marujo, M., & Carvalho, P. (2010). Turismo, planeamento e desenvolvimento sustentável. Turismo & Sociedade, 3 (2).
- Moreira, A., & Dias, A. (2010). Assessing the challenges of servisse quality in the Terra Quente Transmontana, Portugal. Tourism and Hospitality Management, 16 (1).
- Pellin, V. (2004). A atividade turística no espaço rural catarinense. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, 4 (2), 1-8.
- Pellin, V. (2005). O Turismo no espaço ruaral como alternativa para o desenvolvimento local sustentável: o caso do município de Rio de Cedros. Caderno Virtual de Turismo. Rio de Janeiro, 5 (1), 31-38.
- Peña, A., Jamilena, D., & Molina, M. (2011). Impact of Market Orientation and ICT on the Performance of Rural Smaller Service Enterprises. Journal of Small Business Management, 49 (3), 331-360.
- Porter, M. (1989). Vantagem Competitiva – Criando e sustentando um desempenho superior. Rio de Janeiro: Editora Campus.
- Rameh, L., & Santos, M. (2011). Extensão Rural e Turismo na Agricultura Familiar: encontros e desencontros no campo Pernanbucano. Caderno Virtual de Turismo, 11 (1).
- Ramos, F., & Marujo, M. (2011). Reflexões Socio-Antropológicas dobre o Turismo. Revista Turismo & Desenvolvimento, nº 16.

- Rita, P. (2001). A importância do turismo "on-line". Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, 16 (2), 20-29.
- Rodríguez, M., Talaya, A., & Jiménez, J. (2010). The Sense Of Service At Tourist Destinations. International Journal of Management and Information Systems, 4 (4), 17- 24.
- Rover, O. (2005). A Gestão Social no desenvolvimento rural português – O caso do programa Leader. Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão, 4 (4), 78-83.
- Ruschmann, D. (1997). Turismo e planeamento sustentável: a proteção do meio ambiente. São Paulo: Papirus.
- Santos, R., Barbosa, T., & Esaki, F. (2011). Um olhar do turismo para a comunidade. Revista Científica Eletrónica de Turismo, Ano VIII, N. 14.
- Santos, R., Chehade, M., & Quini, D. (2010). A relação da atividade turística com o meio ambiente. Revista Cientifica Eletrónica de Turismo, Ano VII, N. 13.
- Santos, R., & Hilário, F. (2009). O desenvolvimento do turismo no espaço rural. Revista Cientifica Eletrónica de Turismo. Ano VI, N. 11.
- Santos, L., & Terrasêca, R. (1998). O Sector do Turismo no Norte de Portugal. Porto: Edições Afrontamento.
- Silva, O., & Kemp, S. (2008). A evolução histórica do turismo: da antiguidade clássica à revolução industrial – Seculo XVIII. Revista Científica Eletrónica de Turismo, Ano V, N. 9,
- Silva, O., & Moura, L. (2010). Turismo Rural como vetor do desenvolvimento económico. Revista Cientifica Eletrónica de Turismo. Ano VII, N. 13.
- Silva, O., & Rocha, G., (2010). Impactos positivos e negativos da pratica de turismo em ambientes rurais. Revista Cientifica Eletrónica de Turismo. Ano VII, N. 13.
- Simões, O., Cistóvão, A. (2003). TERN – Turismo em Espaços Rurais e Naturais. Coimbra: Edições IPC.

- Sousa, L. (2006). O Turismo Rural: Instrumento para o desenvolvimento sustentável. Campinas: Edição Eletrónica.
- Tineu, R., & Fragoso, N., (2009). Estratégia de Comunicação Boca a Boca para o Turismo. Revista Brasileira de Marketing, São Paulo, Jul./Dez., 2009.
- Turismo de Portugal (2007). Guia Oficial de Turismo Rural em Portugal. Lisboa: Turismo Portugal.
- Valenzuela, L., & Torres, E. (2008). Gestión empresarial orientada al valor del cliente como fuente deventaja competitiva. Estudos Gerenciales, 24 (109), 65-86.
- Varum, C., Melo, C., Alvarenga, A., & Carvalho, P. (2011) Scenarios and possible futures for hospitality and tourism. Foresight : the Journal of Futures Studies, 13 (1).
- Vieira, J. (2007). Planeamento e Ordenamento Territorial do turismo – uma perspetiva estratégica. Lisboa: Editorial Verbo.
- Vieira, J. (1997). A economia do Turismo em Portugal. Lisboa: Publicações Dom Quixote.
- Vilar, A. (2010). Turismo Residencial. Gabinete de Advogados António Vilar & Associados, disponível em http://www.antoniovilar.pt