



Instituto Politécnico
de Viana do Castelo

POTENCIAL TURÍSTICO DE ESPOSENDE: PROPOSTA ESTRATÉGICA, FACE À ESCASSEZ DE CAMAS E DIRECIONADA A UM PÚBLICO ESPECÍFICO DE SEGMENTO SUPERIOR.

Elisabete Miranda de Almeida

Orientador

Professora Especialista Teresa Maria Leitão Dieguez

Dissertação apresentada
ao Instituto Politécnico do Cávado e do Ave
para obtenção do Grau de Mestre em Gestão das organizações (APNOR), Ramo
de Gestão de Empresas

Este trabalho não inclui as críticas e sugestões feitas pelo Júri.

Junho, 2020



Instituto Politécnico
de Viana do Castelo

POTENCIAL TURÍSTICO DE ESPOSENDE: PROPOSTA ESTRATÉGICA, FACE À ESCASSEZ DE CAMAS E DIRECIONADA A UM PÚBLICO ESPECÍFICO DE SEGMENTO SUPERIOR.

Elisabete Miranda de Almeida

Orientador

Professora Especialista Teresa Maria Leitão Dieguez

Dissertação apresentada
ao Instituto Politécnico do Cávado e do Ave
para obtenção do Grau de Mestre em Gestão das organizações (APNOR), Ramo
de Gestão de Empresas

Este trabalho não inclui as críticas e sugestões feitas pelo Júri.

Junho, 2020

DECLARAÇÃO

Nome: Elisabete Miranda de Almeida

Endereço eletrónico: elisabetemd Almeida@gmail.com

Título da Dissertação: Potencial Turístico de Esposende: Proposta Estratégica, Face à Escassez de Camas e Direcionada a um Público Específico de Segmento Superior.

Orientador: Professora Especialista Teresa Maria Leitão Dieguez

Ano de conclusão: junho, 2020

Designação do Curso de Mestrado: Mestrado em Gestão das Organizações (APNOR), Ramo de Gestão de Empresas

Nos exemplares das Dissertações /Projetos/ Relatórios de Estágio de mestrado ou de outros trabalhos entregues para prestação de Provas Públicas, e dos quais é obrigatoriamente enviado exemplares para depósito legal, deve constar uma das seguintes declarações:

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO INTEGRAL DESTA DISSERTAÇÃO/TRABALHO APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

É AUTORIZADA A REPRODUÇÃO PARCIAL DESTA DISSERTAÇÃO/TRABALHO (indicar, caso tal seja necessário, nº máximo de páginas, ilustrações, gráficos, etc.), APENAS PARA EFEITOS DE INVESTIGAÇÃO, MEDIANTE DECLARAÇÃO ESCRITA DO INTERESSADO, QUE A TAL SE COMPROMETE;

DE ACORDO COM A LEGISLAÇÃO EM VIGOR, NÃO É PERMITIDA A REPRODUÇÃO DE QUALQUER PARTE DESTA DISSERTAÇÃO/TRABALHO

Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, 16/06/2020

Assinatura: Elisabete Miranda de Almeida

POTENCIAL TURÍSTICO DE ESPOSENDE: PROPOSTA ESTRATÉGICA, FACE À ESCASSEZ DE CAMAS E DIRECIONADA A UM PÚBLICO ESPECÍFICO DE SEGMENTO SUPERIOR

Resumo

O crescente desenvolvimento do turismo tem sido um forte impulsionador para a economia e criação de emprego, tanto a nível nacional, como a nível mundial. As mudanças recentes originam enormes desafios, enquanto se abrem novas janelas de oportunidade.

O presente estudo visou conhecer o potencial turístico do Município de Esposende e identificar eventuais *gaps*, a fim de explorar nichos para potenciar o desenvolvimento enquanto destino turístico. Depois de leituras preparatórias para conhecer a realidade do tema em estudo e obter informação mais detalhada sobre os aspetos relativos às perguntas de partida e definição do campo de investigação, foi feita uma revisão de literatura e foram utilizadas fontes primárias e fontes secundárias para recolha de informação fidedigna e atualizada.

Posteriormente, foram realizadas entrevistas semiestruturadas a dois responsáveis do setor turístico de Esposende e a um técnico do Turismo do Porto e Norte, de forma a recolher a opinião dos principais *stakeholders* públicos, conhecer as dinâmicas recentes e futuras e os eixos estruturantes para o desenvolvimento preconizado pelo Município de Esposende.

O estudo permitiu concluir que há muito potencial turístico na região, embora deva ser mais explorado e comunicado. A procura de alojamento de categoria superior tem sido crescente, o perfil do turista tem-se vindo a alterar, mas a oferta tem-se mantido praticamente estagnada. Existe escassez de oferta de camas de qualidade, sobretudo na época alta, sendo desejada uma aposta forte na hotelaria de 4* e 5* estrelas. O Município deve apoiar os empresários do setor e atrair novos investidores. Apesar das incertezas futuras provocadas pela COVID-19 provavelmente serão os turistas de segmento superior que procurarão Portugal nos próximos anos, dado que serão mais exigentes em termos de condições e estarão disponíveis para pagar preços mais elevados, para garantir mais segurança.

Palavras chave – Turismo, Potencial turístico, Município de Esposende, Estratégias

TOURISM POTENTIAL OF ESPOSENDE: STRATEGIC PROPOSAL, IN VIEW OF THE SCARCITY OF BEDS AND DIRECTED TO A SPECIFIC AUDIENCE OF HIGHER SEGMENT

Abstrat

The growing development of tourism has been a strong driver for the economy and job creation, both at national and global levels. Recent changes pose enormous challenges, while opening new windows of opportunity.

The present study allows to know the tourist potential of the Municipality of Esposende as well as to identify any eventual gaps, in order to explore niches to enhance or develop during the tourist destination. After the preparatory readings to know the reality of the topic under study and to obtain more information on the aspects related to the starting questions and the definitions of the research field, a literature review was made and primary and secondary sources were used for collect trusted and useful information.

Subsequently, semi-structured interviews were carried out with two executives from the tourist sector of Esposende and a technician from Porto and Northern Tourism, in order to collect opinions from the main public stakeholders, learn about recent and future dynamics and the structured mechanisms for recommended development by the Municipality of Esposende.

The study concluded that there is a lot of tourism potential in the region, although it should be further explored and communicated. The demand for higher category accommodation has been increasing, the tourist profile has changed, but the offer has remained practically stagnant. There is a shortage of quality beds, especially in the high season, which demands is a strong bet in 4 * and 5 * star hotels. The Municipality must support businessmen in the sector and attract new investors. Despite the future uncertainties caused by COVID-19, tourists from the upper segment may be looking for Portugal in the coming years, as they will be more demanding in terms of conditions and will be available for higher prices, to ensure more security.

Keywords: Tourism, Tourist potential, Municipality of Esposende, Strategies

Agradecimentos

A realização desta dissertação, só foi possível através do apoio de algumas pessoas a quem gostaria de agradecer.

À minha família, eles sabem o que me vai no coração. Agradeço à minha prima Isabel, pela paciência e apoio incondicional.

Deixo aqui o meu agradecimento também, aos que se mostraram disponíveis para responder às entrevistas, quer entidades municipais, quer ao técnico do Turismo do Porto e Norte, que foram essenciais para o desenvolvimento deste estudo. Um agradecimento especial à minha orientadora Professora Especialista Teresa Dieguez, pelas diretrizes, apoio e simpatia que me deu ao longo deste trabalho.

Por fim, agradeço também à Escola Superior de Gestão do Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, por me ter proporcionado todas as condições necessárias para a elaboração deste trabalho e pela formação académica ao longo deste percurso, não podendo deixar de referir a Professora Isabel Martins pela sua orientação e disponibilidade ao longo do percurso.

A todos, um enorme bem-haja!

Lista de Abreviaturas e/ou Siglas

CCE - Comissão das Comunidades Europeias

CIM - Comunidade Intermunicipal do Cávado

ERTPNP - Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal

HTL (Horwath) - (empresa de consultoria dedicada a hospitalidade, com foco em hotéis, turismo e lazer)

ICNB – Instituto da Conservação da Natureza e da Biodiversidade

INE – Instituto Nacional de Estatística

IPA - Inventário do Património Arquitectónico

IPCA - Instituto Português do Cávado e do Ave

IPDT - Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo

OEA - Organização dos Estados Americanos

OMT – Organização Mundial de Turismo

PASCCTE - Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo
em Esposende

TP - Turismo de Portugal

TPNP – Turismo do Porto e Norte de Portugal

UNWTO – United Nations World Tourism Organization

Índice

Resumo	i
Abstrat	iii
Agradecimentos.....	v
Lista de Abreviaturas e/ou Siglas.....	vii
Índice de Figuras	xi
Índice de Tabelas	xiii
Introdução.....	1
Parte I - Metodologia	4
1. Metodologia	4
1.1 Motivação e Pertinência do estudo.....	4
1.2. Opção metodológica	4
1.3. Modelo conceptual.....	7
Parte II - Enquadramento Teórico.....	9
1. Turismo.....	9
1. 1. Conceitos, Tipos e Características.....	9
1. 2. Motor de Desenvolvimento	14
1. 2. 1. Segmentação do Mercado.....	16
1. 2. 2. Sazonalidade	17
1.3. Impactos e Sustentabilidade.....	19
1.3.1. Impactos.....	19
1.3.2 Sustentabilidade.....	20
2. A importância do Turismo na atualidade.....	22
2. 1. Contexto Económico Mundial	22
2. 2. Contexto Económico Nacional.....	25
2.2.1. Eixos Estratégicos Apontados pelo Turismo 2027	32
2. 3. Contexto Económico Porto e Norte	35
2.3.1. Especificidades	35
2.3.2. Alojamento	36
2.3.3. Perfil do Turista	39
3. Potencial Turístico	43
3.1. Conceito e Necessidade da Avaliação	43
3.2. Recursos Turísticos	44
3.2.1 Tipologias.....	45
3.3. Métodos de Avaliação	47
Parte III- Município de Esposende	51
1. Retrato Territorial do Município de Esposende.....	51
1.1. Delimitação Geográfica	51
1.2. Demografia	52
1.3. Formação e Educação.....	54

1.4. Acessibilidades da Região.....	54
2. Potencialidades Turísticas	56
2.1. Inventário de Recursos Turísticos	56
2.1.1. Tipos de Recursos Turísticos	56
2.1.2. Classificação e Hierarquização dos Recursos identificados	68
2.2. Equipamentos	73
2.2.1. Oferta de camas.....	73
2.2.2. Restauração.....	83
2.2.3. Empresas de Animação Turística	85
2.2.4. Agências de Viagens	87
2.2.5. Serviços	87
3. Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende (2018-2022)	91
4. Análise e Discussão dos Resultados	96
5. Propostas Estratégicas	102
5.1. Recursos e infraestruturas.....	102
5.2. Atividades de Animação e Eventos	103
5.3. Organização Institucional	104
Conclusões, Limitações e Futuras Linhas de Investigação	105
Bibliografia.....	107
Anexos.....	115
Anexo I - Guião da Entrevista.....	115

Índice de Figuras

Figura 1 - Modelo conceptual.....	8
Figura 2 - Taxa de Crescimento do PIB, 2014 – 2018.....	22
Figura 3 - Taxa de variação anual das chegadas de turistas internacionais, 2014 – 2018.....	23
Figura 4 - Taxa de variação chegadas de turistas internacionais, por sub-região de destino 2018	24
Figura 5 - Balança turística portuguesa, rubrica Viagens e Turismo, 2014 - 2018.....	27
Figura 6 - Dormidas (%) nos estabelecimentos de alojamento turístico por país de residência, 2018	29
Figura 7 - Repartição das viagens segundo os motivos, 2018	30
Figura 8 - Mapa Porto e Norte de Portugal	36
Figura 9 - Segmento e principal motivo da visita	40
Figura 10 - Tipologia do Alojamento no PNP	40
Figura 11 - Habilitações Literárias.....	42
Figura 12 – Município de Esposende- Heráldica	51
Figura 13 - Vista Aérea de Esposende	52
Figura 14 - Mapa de Municípios e Mapa Freguesias do Município de Esposende	52
Figura 15 - Mapa de acessibilidades ao Município de Esposende.....	55
Figura 16 - Kitesurf.....	57
Figura 17 - Surf.....	57
Figura 18 - Windsurf.....	57
Figura 19 - Canoagem	58
Figura 20 - Mergulho	58
Figura 21 - Birdwatching	58
Figura 22 - Birdwatching	59
Figura 23 - Golfe.....	59
Figura 24 - Escola de Equitação	59
Figura 25 - Passeios a cavalo	60
Figura 26 - Praia de Apúlia.....	60
Figura 27 - Castro de S. Lourenço	61
Figura 28 - Museu Municipal de Esposende.....	61
Figura 29 - Moinhos de Apúlia	61
Figura 30 - Igreja da Misericórdia de Esposende	62
Figura 31 - Peregrino a caminho de Santiago	62
Figura 32 - Caminho Português da Costa Esposende	63
Figura 33 - Festas em Honra de N ^a . Senhora da Saúde e Soledade.....	63
Figura 34 - S. Bartolomeu do Mar (Banho Santo).....	63
Figura 35 - Grupo de Sargaceiros da Casa do Povo de Apúlia.....	64
Figura 36 - Apanha do Sargaço	64
Figura 37 - Artesanato em granito e madeira e conchas do mar.....	65
Figura 38 - Artesanato em junco.....	65
Figura 39 - Prato de mariscos.....	66

Figura 40 - Prato de lampreia.....	66
Figura 41 - Vinho verde.....	66
Figura 42 - Vinha.....	67
Figura 43 - Clarinhas e Folhadinhos de Fão.....	67
Figura 44 - Queijo e manteiga das Marinhas.....	68
Figura 45 - Proveniência dos Hóspedes 2016.....	75
Figura 46 - Número de dormidas por Hotel em 2016.....	76
Figura 47 - Proveniência dos Hóspedes 2017.....	77
Figura 48 - Dormidas Hotéis 2017.....	77
Figura 49 - Proveniência dos Hóspedes 2018.....	77
Figura 50 - Dormidas Hotéis 2018.....	78
Figura 51 - Dormidas nos (oito) Hotéis, nos três anos em estudo (2016, 2017 e 2018).....	79
Figura 52 - Crescimento das Dormidas e Hóspedes no Município.....	80
Figura 53 - Percentagem do Crescimento de Dormidas por Hóspedes Estrangeiros nos Concelhos da CIMávado 2017.....	81
Figura 54 - Evolução das dormidas entre julho e setembro.....	83
Figura 55 - Evolução do VAB do setor Alojamento e Restauração.....	85
Figura 56 - Logotipo de alguns serviços do Município de Esposende.....	87
Figura 57 - Palavras chave proferidas pelos respondentes.....	99

Índice de Tabelas

Tabela 1 - Razões pelas quais o turismo pode ser observado como um motor de desenvolvimento regional.....	15
Tabela 2 – Impactos ambientais, económicos e socioculturais do turismo	19
Tabela 3 - Chegadas de turistas por regiões de destino, 2014 – 2018	23
Tabela 4 - Prémios e distinções atribuídos ao Turismo de Portugal	25
Tabela 5 - Chegadas de turistas a Portugal, 2017-2018	26
Tabela 6 - Resultados globais do setor de alojamento turístico	28
Tabela 7 - Resultados gerais do setor de alojamento turístico	30
Tabela 8 - Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico, por tipo e categoria	31
Tabela 9 - Número de trabalhadores e remuneração bruta mensal por trabalhador	32
Tabela 10 – Os dez desafios para a Estratégia 2027 a 10 anos	33
Tabela 11 - Tendências Internacionais que provocam Impacto no Turismo	34
Tabela 12 - Dormidas.....	36
Tabela 13 - Hóspedes	37
Tabela 14 - Estada Média	38
Tabela 15 - Proveitos de Aposento.....	38
Tabela 16 - Tipologias de Recursos Turísticos.....	46
Tabela 17 - Dados Censitários de 2001, 2011 e 2017	53
Tabela 18 – Nível de escolaridade.....	54
Tabela 19 - Classificação dos Recursos Turísticos do Município de Esposende	68
Tabela 20 - Hierarquização dos Recursos Turísticos do Município de Esposende	71
Tabela 21 - Hotéis e Outros Alojamentos Locais (Município).....	73
Tabela 22 - Categorização dos Hotéis.....	74
Tabela 23 - Alojamento Local.....	74
Tabela 24 - Taxa Média de Ocupação nos oito Hotéis em 2019.....	79
Tabela 25 - Crescimento comparativo Portugal TPNP Esposende – 2018.....	81
Tabela 26 - Principais Restaurantes do Município.....	84
Tabela 27 - Empresas de Animação Turística	86
Tabela 28 - Agências de Viagens no Município de Esposende.....	87
Tabela 29 – Principais Serviços no Município de Esposende	89
Tabela 30 - Dimensões e eixos estratégicos	91
Tabela 31 - Síntese das medidas de desenvolvimento relativas ao Eixo 1.....	92
Tabela 32 - Síntese das medidas de desenvolvimento relativas ao Eixo 2.....	93
Tabela 33 - Síntese das medidas de desenvolvimento relativas ao Eixo 3.....	94
Tabela 34 - Perfil do turista que visita Esposende.....	99

Introdução

A relevância sobre o desenvolvimento das regiões tem vindo a ser destacada no âmbito académico do turismo (Coriolano, 2009; Maldonado, 2006; Roussel, 2006; Zaoual, 2008; Scótolto, 2015) e opções para o planeamento de ações para o desenvolvimento económico, social e sustentável, entre outras estratégias de desenvolvimento, surgem frequentemente em estudos científicos. Países, Estados, e Municípios têm recorrido ao turismo como estratégia de desenvolvimento, tomando como pressuposto que o turismo possui potencial para minimizar desigualdades económicas e sociais através da geração de emprego e rendimento. Algumas estratégias podem apresentar resultados positivos, enquanto outras podem ser desastrosas e dificilmente reversíveis (Nunes, 2009; Lemma, 2014).

A presente dissertação, cujo tema é “Potencial Turístico do Município de Esposende: proposta estratégica para a resolução do problema da escassez de camas. Esta escassez de oferta, verifica-se face ao aumento da procura. É na época alta, que o problema mais se evidencia e está direcionado a um público específico de segmento superior”; foi realizada no âmbito do Mestrado em Gestão das Organizações – Gestão de Empresas, no Instituto Politécnico do Cávado e do Ave (IPCA).

Esposende promoveu o seu território e agora colhe os frutos desse trabalho. Contudo, o número de investidores manteve-se praticamente constante e a oferta não acompanhou a dinâmica sentida. Verifica-se uma escassez de oferta de unidades hoteleiras de 4* estrelas e a ausência de 5* estrelas, criando um vazio para um segmento superior de mercado com maior poder de compra. Urge, assim, pensar estrategicamente em medidas que poderão ultrapassar estas condicionantes, sobretudo na época alta e direcionado para este nicho de turistas, sendo este o objetivo principal do estudo.

Este aspeto é particularmente importante na época em que vivemos, condicionada por uma pandemia, que gerará efeitos dramáticos na economia, em particular no que concerne ao Turismo. Com efeito, a COVID-19 e, em especial, a sua propagação nos países da Europa e da América do Norte, está a ter impactos muito significativos na atividade turística em termos globais. As medidas de confinamento e restrição da mobilidade dos cidadãos tiveram, têm e terão como consequência uma redução significativa da procura turística um pouco por todo o mundo, em especial as viagens internacionais, com o cancelamento massivo de voos por parte das principais companhias aéreas mundiais. Estima-se que os impactos, venham a ser superiores às anteriores crises, superando inclusivamente o impacto económico da crise financeira de 2008/9. As principais organizações internacionais, entre as quais a Organização Mundial do Turismo, estimam um agravamento significativo da previsão de quebra da procura turística mundial.

Segundo dados mais recentes do INE, “Na hotelaria, o mercado nacional foi mencionado como um dos três mercados com maior número de cancelamentos por 66,5% dos estabelecimentos, seguindo-se o mercado espanhol (59,0%). Já nos estabelecimentos de alojamento local, o mercado espanhol foi identificado por 50,5% dos estabelecimentos, seguindo-se o mercado nacional (48,4%). Nos

estabelecimentos de turismo no espaço rural e de habitação, o mercado nacional foi mencionado por 75,2% dos estabelecimentos” (INE, 2020 p. 15).

O futuro do turismo é muito incerto, admitindo que ainda não há uma resposta no combate a este fenómeno social e económico. Deparamo-nos com uma forte retração das pessoas e do mercado do trabalho, que em nada favorece a economia. No entanto esta situação atual, não deve ser vista como um fim, mas sim, como um recomeçar de novo. Devem ser desenvolvidos mecanismos que voltem a gerar confiança às pessoas a enfrentar esta nova realidade.

Os próximos tempos serão altamente desafiadores e todos teremos que nos reinventar. Acreditar que um obstáculo apesar de difícil de ultrapassar, pode ser visto também como uma oportunidade de reorganizar e de adaptar. Provavelmente, a partir de agora o turismo será menos massificado e mais exigente. Implicará maior segurança, mais condições e, conseqüentemente, investimentos grandes na adequação das infraestruturas já existentes. Surgem assim oportunidades para, de forma estratégica e estruturada, construir um futuro com as características desejadas. Algo que, na nossa opinião, será mais uma razão para o Município de Esposende incentivar e promover o desenvolvimento dos segmentos que nos propomos estudar neste trabalho.

A presente dissertação está dividida em quatro partes. Na parte I aborda-se a Metodologia, com ênfase na Motivação e Pertinência do tema, Opção Metodológica e Modelo Conceptualizado. Na Parte II é efetuada uma revisão da literatura sobre os temas do Turismo e Potencial Turístico, com vista a conhecer o estado da arte e a sua evolução. Na Parte III apresenta-se o Município de Esposende, utilizado como estudo de caso, onde são descritos o Retrato Territorial, as Potencialidades Turísticas e o Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende (2018-2022). Nesta parte é ainda feita a Análise e Discussão de resultados, bem como apresentadas algumas Propostas Estratégicas. Finalmente na IV e última parte, são apresentadas as conclusões, limitações e recomendações para linhas de investigação futuras.

“Viajar é mais do que a visão de pontos turísticos, é a mudança que acontece, profunda e permanentemente, no conceito sobre o que é a vida.”

(Miriam Beard)

Parte I - Metodologia

1. Metodologia

1.1 Motivação e Pertinência do estudo

O turismo tem sido um setor que tem vindo a crescer rapidamente, a contribuir significativamente para o crescimento da economia a nível mundial, nacional, regional e local. É um setor que apresenta uma importância estratégica para a economia (Barros, 2016), mas que exige um desenvolvimento regulado e coordenado, sob pena de gerar um conjunto de riscos e impactos negativos na sociedade e nos recursos (Martins, 2017).

Neste sentido, vários autores entre os quais Mason (2015), defendem que o planeamento estratégico dos destinos turísticos é um processo fundamental para o desenvolvimento equilibrado do turismo, uma vez que permite a instituição de uma estratégia a longo prazo que alavanque a melhoria do desempenho e aumento da competitividade da atividade turística, numa lógica sustentável. Contudo, este processo deve ser levado a cabo em diversas escalas (Hall, 2000), sendo particularmente importante em locais detentores de características intrínsecas de interesse turístico-cultural e potencialidades relevantes para o desenvolvimento da atividade, como é o caso do Município de Esposende.

Entre os vários recursos turísticos do Município de Esposende, não se poderá afirmar que o Município por si só, possui um atrativo específico ou tão evidente para a procura turística, como acontece no Algarve onde o sol e mar são o grande atrativo, ou Fátima, considerada um local de culto religioso, ou o Porto que é uma cidade cosmopolita. Situado numa zona litoral privilegiada pelas suas condições meteorológicas amenas, o verão é agradável, seco e de céu praticamente limpo; o inverno é fresco, com precipitação e de céu parcialmente encoberto. A temperatura em geral ao longo do ano mantém-se entre os 7°C e os 24 °C e dificilmente é inferior a 3°C ou superior a 30 °C, factos estes fulcrais no momento de decisão da viagem turística a uma determinada região (Cidades Portuguesas, 2019).

Partindo destes pressupostos e tendo ainda como motivação o sonho de há longo tempo em explorar o mercado turístico nesta zona, a presente Dissertação procura perceber melhor a posição de Esposende face ao seu potencial turístico, bem como toda a envolvente do setor, com particular ênfase na eventual escassez de camas para um público específico de segmento superior.

1.2. Opção metodológica

A investigação científica reconhece grandes paradigmas: o paradigma qualitativo e o paradigma quantitativo. Na realização de um processo tão rigoroso e exigente como é o de uma investigação científica, o investigador deve refletir sobre certas questões, nomeadamente no que concerne à sua perceção acerca da realidade, à sua relação com a realidade e de que forma se pretende observar e descobrir essa realidade.

Assim, “a ontologia (qual a forma e natureza da realidade e o que dela podemos ou queremos conhecer), epistemologia (qual a natureza da relação entre o investigador e o investigado) e a metodologia (como pode o investigador encontrar o que pode ou quer conhecer) representam o quadro conceptual em que o investigador desenvolve a sua atividade” (Guba & Lincoln, 1994 citado por Silva G., 2019, p.51). Neste contexto, é crucial que seja feita nesta primeira fase de investigação uma reflexão para o investigador perceber de que forma ambiciona encaminhar a sua investigação (Sobh & Perry, 2006). A metodologia orienta o investigador e é a aplicação teórica que fundamenta o método (Wahyuni, 2012).

O turismo faz parte integrante das ciências sociais e possui por si só características que o distinguem das ciências que se denominam por exatas. A investigação tem um carácter mais volátil, no sentido em que a interpretação que é feita dos factos e dos dados se rege por regras que podem variar consoante o trabalho que se está a efetuar, ou conforme a imaginação e a criatividade do autor. Apesar desta subjetividade adjacente, não se pode negligenciar a elaboração de um método cientificamente bem formulado, que permita chegar a conclusões válidas.

A problemática da investigação, ou a perspetiva teórica que se decide adotar para se tratar o problema formulado pela pergunta de partida, deve em primeiro lugar, explorar as leituras e entrevistas e fazer um balanço. Depois, construir a problemática com base no confronto crítico das diferentes perspetivas que se afiguram possíveis. Construir a problemática, é formular a pergunta que estrutura todo o trabalho da investigação, os conceitos fundamentais e as ideias gerais que irão inspirar a análise (Quivy, 2005).

Normalmente, a escolha de um tema está relacionada com o interesse que o investigador tem por determinadas matérias, embora não seja suficiente, dado que é necessário percorrer um caminho de investigação até se chegar às hipóteses que de facto irão comprovar ou não a veracidade da teoria estudada (Quivy, 2005).

O presente trabalho de investigação recorre a uma análise de âmbito qualitativo. Com efeito e segundo Bogdan e Biklen (1994) utiliza-se “(...) a expressão “investigação qualitativa” como um termo genérico que agrupa diversas estratégias de investigação que partilham determinadas características. Os dados recolhidos são designados por qualitativos, o que significa ricos em pormenores descritivos relativamente a pessoas, locais e conversas, e de complexo tratamento estatístico. As questões a investigar não se estabelecem mediante a operacionalização de variáveis, sendo, igualmente, formuladas com o objetivo de investigar os fenómenos em toda a sua complexidade e em contexto natural. (...)

As estratégias mais representativas da investigação qualitativa, e aquelas que melhor ilustram as características anteriormente referidas, são a observação participante e a entrevista em profundidade.” (Bogdan & Biklen, 1994, p. 16). Estes autores dão-nos como exemplo “O investigador que observou as crianças afro-americanas a sair do autocarro estava a realizar um estudo de observação participante. O investigador introduz-se no mundo das pessoas que pretende estudar, tenta conhecê-las, dar-se a conhecer e ganhar a sua confiança, elaborando um registo escrito e sistemático de tudo aquilo que ouve e observa.” (Bogdan & Biklen 1994, p. 16).

Assumindo que se trata de uma investigação de natureza qualitativa é importante analisar as suas características principais. Bogdan e Biklen dão-nos a conhecer as cinco características primárias e fundamentais da investigação qualitativa e que passamos a nomear:

“1. Na investigação qualitativa a fonte directa de dados é o ambiente natural, constituindo o investigador o instrumento principal. (...) Os investigadores qualitativos frequentam os locais de estudo porque se preocupam com o contexto. Entendem que as acções podem ser melhor compreendidas quando são observadas no seu ambiente habitual de ocorrência. (...)

2. A investigação qualitativa é descritiva. Os dados recolhidos são em forma de palavras ou imagens e não de números. (...)

3. Os investigadores qualitativos interessam-se mais pelo processo do que simplesmente pelos resultados ou produtos. Como é que as pessoas negociam os significados? Como é que se começaram a utilizar certos termos e rótulos? (...) Que história natural da actividade ou acontecimentos que pretendemos estudar? (...)

4. Os investigadores qualitativos tendem a analisar os seus dados de forma indutiva. Não recolhem dados ou provas com o objectivo de confirmar ou infirmar hipóteses construídas previamente; ao invés disso, as abstracções são construídas à medida que os dados particulares que foram recolhidos se vão agrupando. (...)

5. O significado é de importância vital na abordagem qualitativa. Os investigadores que fazem uso deste tipo de abordagem estão interessados no modo como diferentes pessoas dão sentido às suas vidas.” (Bogdan & Biklen, 1994, p. 47-50).

Segundo os autores Quivy e Campenhoudt “*As entrevistas exploratórias não têm como função verificar hipóteses nem recolher ou analisar dados específicos, mas sim abrir pistas de reflexão, alargar e precisar os horizontes de leitura, tomar consciência das dimensões e dos aspectos de um dado problema, nos quais o investigador não teria decerto pensado espontaneamente. Permitem também não nos lançarmos em falsos problemas, produtos inconscientes dos nossos pressupostos e pré-noções.*” (Quivy e Campenhoudt, 2005, p. 253).

Os mesmos autores referem ainda que “*A entrevista semidiretiva, ou semidirigida, é certamente a mais utilizada em investigação social. (...) Geralmente o investigador dispõe de uma série de perguntas-guias, relativamente abertas, a propósito das quais é imperativo receber uma informação da parte do entrevistado. Mas não colocará necessariamente todas as perguntas pela ordem em que as anotou e sob formulação prevista. Tanto quanto possível, «deixará andar» o entrevistado para que este possa falar abertamente, com as palavras que desejar e pela ordem que lhe convier.*” (Quivy e Campenhoudt, 2005, p. 192-193).

Com base nos objetivos, contexto e conteúdo da presente dissertação, o estudo do sistema turístico no Município de Esposende, alia ferramentas e processos de natureza qualitativa e de natureza quantitativa, permitindo ultrapassar algumas limitações específicas individuais de cada um dos métodos e pretendendo complementar-se (Punch, 2013), ao mesmo tempo que permite uma compreensão mais completa de fenómenos sociais, bem como melhor visão e compreensão do contexto do problema (Creswell, 2013).

1.3. Modelo conceptual

A presente dissertação segue como estrutura metodológica o esquema proposto por Quivy e Campenhoudt (2005), dividido em quatro etapas distintas, mas que se completam e interagem, nomeadamente: problema, rutura, construção e verificação.

Na primeira etapa, constituiu-se a pergunta de partida que foi o mote do projeto: O Município de Esposende apresenta possibilidade de desenvolvimento enquanto destino turístico? São também identificadas como questões de investigação as seguintes perguntas: Qual o potencial do Município de Esposende enquanto destino turístico? Qual o nível de aproveitamento dos recursos turísticos? Qual a opinião dos atores públicos relevantes em relação ao destino turístico? Quais as principais estratégias preconizadas pela Câmara do Município de Esposende? Quais os principais obstáculos ao desenvolvimento da atividade?

Na fase de exploração, foram feitas leituras preparatórias para conhecer a realidade do tema em estudo e obter informação mais detalhada sobre os aspetos relativos às perguntas de partida e definição do campo de investigação. A revisão de literatura permitiu formular os principais pontos de referência teóricos, expondo conceitos e ideias fundamentais para o desenvolvimento do trabalho, que servem de base para a construção da problemática da investigação (Quivy & Campenhoudt, 1998).

Adicionalmente, utilizaram-se fontes primárias e fontes secundárias para recolha de informação fidedigna e utilizada. Também com o intuito de conseguir alcançar os objetivos inicialmente estabelecidos para este estudo, entendeu-se ser importante entrevistar as Entidades Municipais e outra Entidade da área do turismo, mas externo ao Município, de modo a aprofundar o tema. A técnica utilizada para a abordagem aos agentes institucionais municipais foi a entrevista.

Com este propósito, foi elaborado um guião (Anexo I) com algumas questões consideradas pertinentes para o presente estudo. O guião, após validação junto de dois académicos especialistas na temática, foi dividido em sete partes, nomeadamente: A) Apresentação do Município de Esposende e linhas orientadoras das estratégias, B) Análise Interna e Externa, C) Análise do Ambiente Competitivo, D) Estratégias Genéricas, E) Estratégias de Cooperação e Internacionalização, F) Avaliação da Estratégia e G) Considerações Finais.

Com as entrevistas, pretendeu-se recolher a informação junto dos principais *stakeholders* públicos. As entrevistas foram efetuadas entre setembro de 2019 e janeiro de 2020.

Na fase de construção foi feita a identificação dos recursos turísticos, o inventário e a classificação dos mesmos. Foi ainda considerado o Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende (2018-2022).

Por último, foram investigados os eixos estruturantes para o desenvolvimento preconizado pelo Município de Esposende e apresentadas algumas propostas estratégicas em consonância. Na “Figura 1”, pode observar-se o Modelo conceptual utilizado para este estudo.

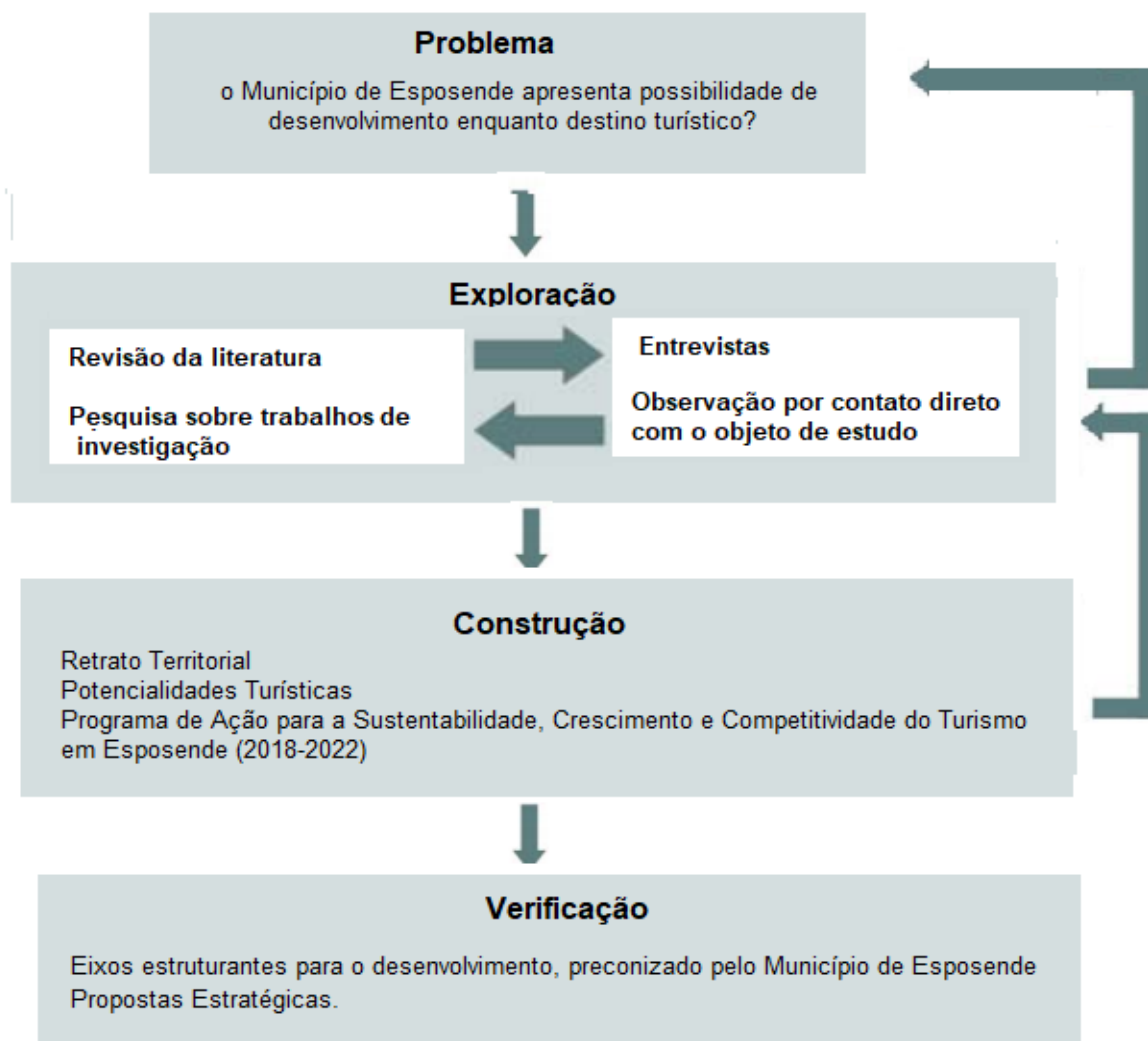


Figura 1 - Modelo conceptual

Elaboração própria: Fonte: Quivy e Campenhoudt (2005)

Parte II - Enquadramento Teórico

1. Turismo

1. 1. Conceitos, Tipos e Características

O tema turismo está em voga e representa uma parte relevante do desenvolvimento económico mundial, nacional, regional e local, pela sua capacidade de gerar riqueza e emprego. Ao longo das últimas décadas, o Turismo tem vindo a manifestar-se como um dos setores económicos com maior crescimento e mais célere à escala mundial. É amplamente reconhecido, como uma das maiores atividades económicas mundiais pela sua capacidade de gerar riqueza e emprego, bem como estimular o desenvolvimento noutros setores económicos (CCE, 2003; Cunha, 2006; OMT, 1999; OMT, 2003).

Esta visão é também sustentada por McIntosh & Goeldner (1992) que afirmam que a importância do turismo na economia mundial é incontestável e que se equipara às atividades económicas mundiais mais importantes. Para estes autores, o turismo é a soma de todos os fenómenos e relações que ocorrem da interação de todos os intervenientes, nomeadamente os turistas, as empresas, os governos e comunidades receptoras no processo de atrair e receber turistas e visitantes. De acordo com Jafari (1977) o turismo envolve diversas dimensões e elementos e define-o como “o estudo do homem longe do seu habitat e da indústria que responde às suas necessidades, e dos impactos que ambos, ele e a indústria têm no meio de acolhimento sob o ponto de vista sociocultural, económico e físico” (Jafari, 1977, p. 8).

Porém a World Tourism Organization (UNWTO) define-o como o conjunto das atividades praticadas pelos indivíduos no trajeto das suas viagens e estadas em locais distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo ininterrupto não superior a um ano, com a finalidade de lazer, de negócios e outras razões não relacionadas com o exercício de uma atividade remunerada a partir do sítio visitado. Esta definição, compreende a existência de dois tipos de visitantes: os que pernoitam (turistas) e os que se deslocam apenas por um dia e não pernoitam no local visitado (excursionistas) (UNWTO, 2001).

O Instituto Nacional de Estatística (INE) define Turismo como “atividades realizadas pelos visitantes durante as suas viagens e estadas em lugares distintos do seu ambiente habitual, por um período de tempo consecutivo inferior a 12 meses, com fins de lazer, negócios ou outros motivos não relacionados com o exercício de uma atividade remunerada no local visitado” (INE, 2019, p.119). Segundo a mesma fonte, visitante é o *“indivíduo que se desloca a um local situado fora do seu ambiente habitual, por um período inferior a 12 meses, cujo motivo principal é outro que não o exercício de uma atividade remunerada no local visitado. Existem duas categorias de visitantes: os excursionistas turistas. Deslocação turística de um só dia (excursionismo) – deslocação a um ou mais destinos turísticos, incluindo o regresso ao ponto de partida no próprio dia, e abrangendo todo o período de tempo durante o qual uma pessoa permanece fora do seu ambiente habitual. Excursionista é um visitante que não pernoita no lugar visitado”* (INE, 2019, p.122).

Neste contexto, viagem turística, corresponde à “deslocação a um ou mais destinos turísticos, incluindo o regresso ao ponto de partida e abrangendo todo o período de tempo durante o qual uma pessoa permanece fora do seu ambiente habitual.” (INE, 2019, p. 122). “Turista - é o visitante que permanece, pelo menos, uma noite num alojamento coletivo ou particular no lugar visitado.” (INE, 2019, p.122). Segundo a mesma fonte INE 2018, pode também classificar-se o turismo como recetor, que é definido como as “atividades desenvolvidas pelos visitantes não residentes no âmbito de uma deslocação ao/no país de referência (ou região), desde que fora do seu ambiente habitual” (INE, 2019, p.119). E o turismo emissor, classificado pelas “atividades desenvolvidas pelos visitantes residentes, no âmbito de uma deslocação para fora do país de referência (ou região), desde que fora do seu ambiente habitual” (INE, 2019, p.119). Face ao exposto, poder-se-á afirmar que “turista” é aquele que gosta de sair do seu quotidiano e conhecer outros locais que não o seu, onde outras culturas e tradições se manifestam e despertam o desejo de conhecer/explorar.

No entanto é importante salientar que as preferências dos turistas divergem. Como tal, existem vários tipos de turismo que vão de encontro às preferências dos mesmos. Assim, alguns dos mais comuns e predominantes em vários países, incluindo Portugal, passam pelo Turismo:

- Sol e Mar: que permite a possibilidade de realizar atividades balneares em praias atrativas num ambiente natural e que só é possível apenas em zonas litorais de determinado território (Cunha, 2007);
- *Touring* Cultural e Paisagístico: no qual as pessoas viajam para descobrir, conhecer e explorar pontos históricos, artísticos e culturais, fazendo percursos/*tours* (abrangendo festivais ou outro tipo de comemoração/ festa tradicional de uma região) (Turismo de Portugal, 2006);
- *City Break*: caracterizado por estadias curtas, cujo objetivo principal é conhecer uma cidade e as suas atrações monumentais, culturais, arquitetónicas, culturais, comerciais e gastronómicas (Castro & Dieguez, 2014);
- **Consumo: orientado para as excursões ou viagens individuais, cujo foco primordial é o de comprar produtos da região (UNWTO, 2014);**
- Formação/ Estudos: com o propósito de concretizar algum curso e alcançar uma qualificação profissional (Cunha, 2011);
- Negócios: muito comum em grandes capitais, normalmente definido como uma visita de interesse profissional, institucional, associativo, de carácter comercial, promocional, científico, técnico ou social, cujo motivo principal é assistir/participar numa reunião (Turismo de Portugal, 2006);
- Ecológico ou Ecoturismo: cujo objetivo é viajar de forma responsável para áreas naturais que preservam o meio ambiente, sustentam o bem-estar da população local sem o invadir e envolvem interpretação e educação (Ecotourism, 2020);
- Aventura: ligado à realização de desafios, atividades ou desportos de risco no ambiente natural (OMT, 2003);

- Religioso: deslocam por motivações religiosas e/ou para visitar construções, monumentos, templos, tradicionais de determinadas religiões e ainda com o objetivo de participar em alguma celebração religiosa (Dias, 2003);
- Saúde e Bem-estar: com o objetivo de obter determinados tipos de consultas, bom como operações e visitas a locais como Spas, Termas e Balneários (Turismo de Portugal, 2013);
- Natureza: orientado para usufruir e interagir com a natureza, praticar desporto e contemplar a mesma (flora, fauna, e a observação de aves) respeitando-a (Turismo de Portugal, 2006a);
- Náutico: prima pelo contato com a água visando a prática de desportos náuticos, em lazer ou competição (Turismo de Portugal, 2006b);
- Gastronómico: com foco na experiência da gastronomia peculiar de umas e tradicional de outras regiões (Bernier, 2003; Chuang 2009; Saramago 2002).

A literatura sobre estes temas é muito rica e muito se poderá acrescentar relativamente a cada uma das tipologias anteriormente referidas. Contudo e tendo como pressuposto o presente estudo e a necessidade de determinar o potencial turístico da região que pretendemos estudar, serão apenas desenvolvidos alguns conceitos sobre Turismo de Natureza, Turismo Náutico e Turismo Gastronómico.

O Turismo de Natureza é uma vertente do turismo cuja procura se tem vindo a manifestar cada vez mais a nível internacional e nacional. Através da revisão bibliográfica, foram encontradas infindas definições de turismo na natureza, ou de natureza, apresentando conceções e níveis de abrangência distintos conforme os autores. Algumas definições destacam a componente territorial (visita a áreas naturais), outras evidenciam a participação em atividades ou em experiências relacionadas com atrativos naturais (Fredman, Reinius e Lundberg, 2009; Graburn, 1983; Mckercher, 2002), outras integram a componente relacionada com a sustentabilidade (Matias & Sardinha, 2009; Philippi & Ruschmann, 2009; Ritchie & Crouch, 2003).

De acordo com Graburn (1983), o turismo na, ou de natureza é o turismo exercido em áreas geralmente naturais e pode ser dividido em turismo ecológico e ambiental. Segundo Mckercher (2002) o turismo na natureza abrange o ecoturismo, turismo de aventura, turismo educacional e uma panóplia de outros tipos de experiências proporcionadas pelo turismo ao ar livre e alternativo. Mais recentemente e de acordo com (Fredman et al. 2009) Turismo de natureza são as atividades humanas decorrentes da visitação de áreas naturais em lugares diferentes do ambiente habitual dos visitantes.

O Ministério da Economia define que o *“Turismo de natureza é o produto turístico composto por estabelecimentos, atividades e serviços de alojamento e animação turística e ambiental realizados e prestados em zonas integradas na rede nacional de áreas protegidas, adiante designadas por áreas protegidas”* (Decreto-Lei nº. 47/99 de 16 de Fevereiro, p. 806). *“As atividades de animação turística desenvolvidas em áreas classificadas ou outras com valores naturais designam -se por atividades de turismo de natureza, desde que sejam reconhecidas como tal pelo Instituto de Conservação da Natureza e da Biodiversidade, I.P (ICNB, I. P.) (...)”* (Decreto-Lei nº. 108/2009 de 15 de Maio, p. 3036).

Por último e de acordo com o (ICNB) o Turismo de *Natureza* “permite conhecer o património natural, as paisagens e as tradições dessas áreas respeitando os valores naturais que nelas existem” (Vieira, 2009, p.30).

O Turismo Náutico continua a não ser fácil definir nem é consensual a sua definição. Alguns autores definem-no ou utilizam os termos turismo náutico e turismo marítimo como sinónimos (Gamito, 2009; Ecorys, 2013). De acordo com Gamito 2009, “ *No Turismo Marítimo podemos incluir diversas e diversos tipos de actividades, umas mais activas, e que podem ou não estar associadas à competição, correspondem àquilo que é vulgar chamar-se de Navegação de Recreio (sobretudo a vela de cruzeiro) e Desportos Náuticos que incluem a vela ligeira, o windsurf, o kitesurf, o surf, o bodyboard, o rafting, o remo, a canoagem, as várias modalidades de kayak, o ski aquático, a motonáutica, e mesmo a pesca desportiva, a caça submarina e o mergulho. Outras mais passivas correspondem às Actividades Marítimo-Turísticas, praticadas em embarcações de média dimensão destinadas a tráfego fluvial ou costeiro, permitindo ou não a pernoita, ou mesmo em pequenas embarcações de passeio local, e aos Cruzeiros Náuticos, que utilizam grandes navios que percorrem os oceanos e escalam vários portos.*” (Gamito 2009 p. 45).

Segundo Ecorys (2013) e em concordância com Gamito (2009), mas apresentando uma definição mais abrangente, o Turismo Marítimo baseia-se principalmente na água e não na terra (por exemplo, passeios de barco, iatismo, cruzeiro, desportos náuticos), contudo inclui instalações em terra, fabricação de equipamentos e serviços necessários para esse segmento de turismo. O turismo costeiro inclui recreação e turismo na praia (por exemplo, natação, surf, sol, banho) e turismo terrestre não relacionado à praia, na área costeira (todas as outras actividades de recreação que ocorrem na zona costeira para as quais a proximidade do mar é uma condição), tais como as indústrias de suprimentos e manufatura associadas a essas actividades (Ecorys, 2013).

Orams (1999) defende que o Turismo Náutico, compreende enormes e variadas actividades que envolvem todo o tipo de embarcações, desde a simples prancha ao imponente navio de cruzeiro, incluindo ainda *resorts* costeiros, clubes náuticos e estaleiros. Este autor ainda define este produto turístico como aquele que inclui actividades recreativas que compreendem uma viagem para longe do local da residência, sendo o principal objetivo o ambiente marinho onde as águas são salinas e influenciadas pelo efeito das marés (Orams, 1999).

Quanto ao Turismo Gastronómico e que, de acordo com Hjalager e Richards (2002), tem vindo a assumir uma relevância cada vez maior como um produto de turismo cultural, desempenha uma função pertinente na promoção de um destino turístico, mesmo considerando as ameaças decorrentes do processo de globalização, integrando uma marca identitária regional e nacional. Mesmo que a gastronomia não seja a motivação primária da viagem, existe sempre necessidade de desfrutar dos serviços de alimentação locais, por razões óbvias, principalmente para o turista que pernoita numa

determinada localidade. No entanto, entende-se que a grande maioria dos turistas consegue entender a cultura local através da sua gastronomia (Schluter, 2003).

Chuang (2009), define o Turismo Gastronómico como uma viagem em que a gastronomia é o único foco, onde o principal objetivo é experimentar sabores diferentes, admitindo, contudo, que existem diferentes tipos de turistas gastronómicos. Nos anos mais recentes verificou-se que surgiu um turismo que começou a procurar restaurantes e lugares públicos, onde comer bem era primordial de tal forma idêntica e com o mesmo entusiasmo com que antes se procuravam igrejas românicas (Saramago, 2002).

Um pouco por toda a parte os turistas viajam para experimentar, degustar, provar novos sabores, seja em restaurantes, feiras gastronómicas, ceias medievais e em outros inúmeros eventos. Todavia, no mesmo local podemos encontrar turistas gastronómicos e turistas que viajam por outros motivos. Se um turista se desloca até um determinado destino para ir almoçar a um restaurante específico, admitindo que é o seu principal motivo de viagem, esse sim é um turista gastronómico. O turista que se desloca até ao mesmo destino para fazer *touring* e que aproveita para, igualmente, provar a gastronomia no mesmo restaurante, não é turista gastronómico, pois o seu principal motivo de deslocação é o *touring* e não a gastronomia (Saramago, 2002).

Inicialmente o turismo era analisado pelo lado da procura como documentam Mathieson e Wall (1982) (citado por Costa, 2005, p. 282) “(...), como sendo o movimento de pessoas para fora das suas áreas habituais de residência habitual por períodos não inferiores a vinte e quatro horas, bem como os impactos que essas mesmas pessoas geram a nível das áreas-destino, com particular destaque para os impactos a nível da cultura, do património e da sociedade.”

Murphy (1985), define turismo de uma forma idêntica, mencionando que o foco do estudo e do tema turismo está na relação, e no impacto estabelecido, entre os modelos sociais e civilizacionais dos turistas e das comunidades acolhedoras, e daí o autor intitular o seu livro *Tourism: a Community Approach*. Nesta perspetiva o movimento das pessoas é que influenciaria as atividades e serviços de lazer e recreio no local para onde se dirigiam, bem como, criariam impacto cultural, patrimonial e social.

Contudo, com o crescimento do turismo e da sua importância para a economia mundial, o mesmo passou a ser também analisado pelo lado da oferta. Neste sentido, e segundo Cunha (2007, p. 175), a oferta turística define-se como “(...) o conjunto de todas as facilidades, bens e serviços adquiridos ou utilizados pelos visitantes bem como todos aqueles que foram criados com o fim de satisfazer as suas necessidades e postos à sua disposição e ainda os elementos naturais ou culturais que concorrem para a sua deslocação.”. Esta perspetiva é suplementada por Beni (2004), para quem “(...) a oferta em turismo pode ser concebida como o conjunto dos recursos naturais e culturais que, em sua essência, constituem a matéria-prima da atividade turística porque, na realidade, são esses recursos que provocam a afluência de turistas. A esse conjunto agregam-se os serviços produzidos para dar

consistência ao seu consumo, os quais compõem os elementos que integram a oferta no seu sentido amplo, numa estrutura de mercado.” (Beni, 2004, p.159).

Face ao exposto, a revisão da literatura efetuada permite-nos concluir que a oferta primária deve constituir o suporte para a delimitação da política turística nos destinos, sendo também fundamental para a orientação da natureza da oferta derivada a construir (hotéis, restaurantes, instalações de animação, entre outros equipamentos), tendo em conta as particularidades das infraestruturas e a qualidade dos serviços a disponibilizar. Assim, e tal como salientam Beni (2004) e Cooper *et al* (2001), os recursos primários, de forma isolada, também são insuficientes para garantir a atração e fixação dos visitantes, dado que estes necessitam de equipamentos apropriados para satisfazer as suas necessidades, daí o foco adicional que também preenche a oferta derivada.

Neste contexto, tudo leva a concluir que o elemento básico da oferta reside no conceito de recurso turístico, o qual, através de um processo de agregação, permite chegar aos dois grandes grupos que constituem a oferta turística, isto é a oferta primária (também reconhecida por vários autores como básica ou original) e a oferta secundária (classificada por agregada ou derivada). Porém, não é suficiente para um destino ter apenas uma forte dotação em recursos, já que “(...) o seu crescimento depende da capacidade de os valorizar e da criação de novos fatores de atração.” (Cunha, 2008 p. 21).

1. 2. Motor de Desenvolvimento

O turismo tem vindo a gerar um impacto de grande dimensão a nível económico, social e ambiental (Barata, 2017). Cada vez mais, as comunidades apostam no potencial turístico dos seus territórios, nos seus recursos naturais e culturais, que por sua vez se manifesta na economia que se tem demonstrado dinâmica. Esta valorização dos recursos locais, abrangem a história e as tradições, os monumentos, a gastronomia e a preservação do meio ambiente.

Quando implementado numa base de sustentabilidade, o turismo detém a capacidade de potencializar o desenvolvimento das economias, através da obtenção de benefícios a longo prazo, envolvendo os agentes que, de forma direta e indireta, influenciam a atividade turística (Vareiro & Ribeiro, 2006). É uma atividade única ao ser tão transversal e conciliar tão eficazmente as estratégias globais com as de pequena escala locais (Cupeto, 2003). Este aspeto é amplamente desenvolvido na literatura e o potencial do turismo enquanto fator de desenvolvimento de regiões mais desfavorecidas (Vareiro & Ribeiro, 2006) ou menos competitivas (Cupeto, 2003) é altamente referido.

O turismo como fator de progresso, apresenta-se hoje, na primeira linha como “(...) *um sector gerador de infra-estruturas, de equipamentos, de actividades, de bens e serviços transaccionáveis e de empregos, tem a capacidade de proporcionar uma cadeia de riqueza com repercussões directas nas economias locais, regionais e nacionais.*” (Silva, 2009, p. 36). O setor turismo, é cada vez mais um fator de desenvolvimento económico, daí a importância também para o Turismo de Portugal a existência e

de um Plano Estratégico Nacional para o Turismo, pois este, tem como objetivo as corretas, preocupadas e indispensáveis estratégias de implementação sustentáveis. Segundo o Presidente do Turismo de Portugal, Luís Araújo, “A visão da Estratégia Turismo 2027 espelha o que se pretende alcançar: «afirmar o turismo como *hub* para o desenvolvimento económico, social e ambiental em todo o território, posicionando Portugal como um dos destinos turísticos mais competitivos e sustentáveis do mundo».” (Turismo de Portugal, I.P., 2017, p.4).

Nesta fase crítica que atravessamos, uma das formas para combater a crise económica poderá ser através da aposta das comunidades no seu potencial turístico, usando em benefício próprio, os seus recursos naturais e culturais, dinamizando, assim, a sua economia. A força da capacidade turística de um determinado local reside igualmente, e em grande parte, nesta valorização dos recursos locais, que englobam a história e tradições, os monumentos, a gastronomia e a preservação do meio ambiente local (Cunha, 2013).

O turismo é um setor de apostas fortes, pela sua capacidade de fazer dos locais e espaços abandonados, locais renascidos. De relembrar velhas tradições e costumes como uma experiência turística enriquecedora e diferenciadora, de preservar e valorizar recursos históricos, culturais e ambientais e de conceber riqueza e emprego.

“O turista de hoje é, cada vez mais, um consumidor verde, com crescente consciência ambiental e sensível às culturas locais, que procura experiências desafiantes e autênticas, mais flexíveis e saudáveis, que contrastem com a crescente urbanização dos locais onde vive. Gosta de praticar atividades ao ar livre, compra produtos locais genuínos e diferenciados, consome o produto turístico de forma ética e afetiva, procura um bom nível de serviços e está apto a fazer comparações.” (Monteiro & Carvalho, 2006, p.55).

A “Tabela 1”, apresenta as cinco razões pelas quais o turismo pode ser observado como um fator de desenvolvimento regional, a partir da visão e razões de Cunha que atenta o turismo como um impulsionador de desenvolvimento regional e ao mesmo tempo da economia global (Cunha, 2013). As razões prendem-se com: i) a capacidade de o turismo tirar proveito dos recursos locais; ii) gerar um fluxo de rendimentos entre as regiões mais desenvolvidas para aquelas menos desenvolvidas; iii) gerar infraestruturas e outros equipamentos; iv) modernizar e impulsionar a produção local e v) recuperar instalações/edifícios antigos ou abandonados para novas finalidades.

Tabela 1 - Razões pelas quais o turismo pode ser observado como um motor de desenvolvimento regional

Razões	Particularidade
--------	-----------------

Turismo é a atividade que pode endogeneizar os recursos locais.	Só existe viabilidade quando existem valores locais que garantam uma vocação turística. O turismo é ao lado do setor primário a atividade económica que possui melhores condições para se inserir num processo de desenvolvimento regional que tenha como resultado o aproveitamento do património e dos valores locais.
Turismo executa uma transferência de rendimentos das regiões mais desenvolvidas para as menos desenvolvidas.	Quando o turista consome bens e serviços produzidos localmente, provoca exportações que mais nenhuma forma de comércio poderia causar.
Turismo obriga e justifica a criação de infraestruturas e de equipamento social.	Na ausência do turismo, estas infraestruturas e equipamentos seriam difíceis de implementar. Para além de servirem os turistas, servem também a população local, proporcionando a instalação de outras atividades que acrescem a produção local.
Turismo colabora para a dinamização e modernização da produção local.	Nota-se esta incidência no domínio industrial e agropecuário. Proporciona também o surgimento de novas atividades como os serviços pessoais e fortalece as produções artesanais.
Turismo atribui permissão para aproveitar instalações abandonadas ou obsoletas garantindo-lhes uma nova vida.	Permite aproveitar minas extenuadas para fins turísticos, construções fabris desmobilizadas e também casas e aldeias abandonadas pelo êxodo da população.

Elaboração própria, Fonte: Cunha (2013)

Em síntese, é consensual que a atividade turística colabora positivamente para vários aspetos do desenvolvimento de uma região, nomeadamente, no que respeita ao seu crescimento económico, à criação de emprego, à proteção ambiental e à preservação do património histórico-cultural, isto se planeada de forma sustentável (Silva, 2009).

1. 2. 1. Segmentação do Mercado

No sentido de posicionar uma determinada região como destino mais competitivo e sustentável, tal como referido no ponto anterior, é importante conhecer o turista do ponto de vista das suas motivações na sua viagem, bem como o seu poder económico, entre outras, de forma a prestar-lhe o melhor serviço com a melhor qualidade. O mercado turístico preocupa-se com a conquista e fidelização do cliente, assim e assumindo os momentos difíceis que estamos a viver e provavelmente ainda se manterão por tempo indeterminado, essa conquista terá de ser ainda mais completa para conduzir à lucratividade dos negócios. Daí, surge a importância de se trabalhar a segmentação, a qual proporcionará o trabalho direcionado das empresas a grupos específicos.

Neste contexto e de acordo com Middleton (2002) a segmentação do mercado é o método de dividir um mercado heterogéneo em vários subgrupos “homogéneos” que detenham particularidades, comportamentos, desejos ou necessidades idênticas. Essa divisão, tem por objetivo, ajustar a gestão de marketing às especificidades do segmento aumentando desta forma a rentabilidade, tanto ao nível da eficiência como da eficácia.

O método de segmentação do mercado admite que os turistas são diferentes quanto às necessidades, gostos, atitudes, estilos de vida e estrutura familiar, entre outros aspetos. Tendo por objetivo maximizar a procura e direcionar os esforços de marketing para subgrupos consideráveis de clientes (Chisnall, 1985). Neste sentido, a divisão em grupos homogêneos é concretizada através da estipulação de alguns critérios, tais como os objetivos de viagem, motivações e benefícios do consumidor, perfil geográfico, demográficos e psicográficos (estilo de vida e a personalidade) bem como os aspetos comportamentais (Middleton, 2002).

1. 2. 2. Sazonalidade

Atualmente as pessoas viajam mais do que outrora, seja por motivos profissionais ou de lazer. Também se verifica, que um grande número de pessoas, num momento ou outro da sua vida, saem do seu quotidiano para tirarem uns dias de descanso, longe da rotina diária. No entanto, essas viagens realizam-se com mais frequência em alturas específicas, como épocas festivas e férias, o que significa que ao longo do ano, a sazonalidade se manifesta. A sazonalidade é, portanto, um problema comum e geral e deve ser combatido com o propósito de o diminuir, sendo erradicá-lo o ideal.

As oscilações que o mercado turístico apresenta ao longo do ano são, sem dúvida, conhecidas por todos de uma forma mais ou menos intensa. Estas oscilações definem diferentes temporadas para um empreendimento turístico – épocas alta, média e baixa. É justamente a estes padrões bem estabelecidos de variação da procura que se refere o conceito de sazonalidade, geralmente expressa pelo número de visitantes ou turistas e pela receita decorrente da sua atividade. (Jang, 2004; Lee et al., 2008).

A sazonalidade confere uma forte instabilidade ao setor turístico e têm vindo a surgir diversos problemas económicos e sociais associados. As flutuações de mercado geram sobretudo impactos ao nível económico (oscilações de preço e exequibilidade financeira), sociocultural (empregabilidade e alterações na estrutura organizacional) e ambiental (segurança e poluição). São vários os estudos de caso, que indicam múltiplos efeitos negativos da sazonalidade e suas repercussões no desenvolvimento local, com uma forte tendência de destaque para os impactos económicos, particularmente no que respeita à necessidade de sustentação do negócio a partir da atividade em época alta (Cannas, 2012; Jang, 2004; Kastenholtz & Almeida, 2008; Lee, et al., 2008).

A grande maioria das reflexões, recaem sobre as dificuldades de gestão face aos picos de procura e prejuízo económico consequentes da redução da receita aliada ao fraco aproveitamento dos recursos (Jang, 2004; Lee et al., 2008). Normalmente as causas da sazonalidade estão geralmente fora do controlo dos agentes e operadores turísticos, mas não obstante a esse problema, a sua previsão permite antecipar estratégias e desenvolver mecanismos que reduzem o seu impacto. A dificuldade de erradicar a sazonalidade é difícil, no entanto conhecem-se algumas abordagens ao desafio das flutuações de mercado e redução dos seus efeitos prejudiciais, ao nível político, mas principalmente de *marketing* estratégico e operacional. São de salientar as estratégias de redistribuição da oferta e de

expansão da procura. No entanto, o foco da questão centra-se na definição de um plano sustentável de potencialização da atratividade de um destino ao longo do ano (Guerra, 2002).

Embora com uma fronteira bastante ténue, na perspetiva do cliente, as reflexões apontam para a importância da diversificação de mercado e produto. (Jang, 2004; Kastenholz & Almeida, 2008; Lee *et al.*, 2008). No entanto as práticas mais comuns têm tendência a concentrar-se na organização de eventos e festas. São diversas as formas adotadas em práticas de turismo de eventos, através do qual se promove um aglomerado, praticamente instantâneo, associado a interesses diversos, como o desporto, cultura ou religião, (Cannas, 2012). Salienta ainda o autor, que uma refletida análise de portfólio promove a melhor alocação de recursos e a identificação dos segmentos de mercado mais interessantes para a estabilidade sazonal de um destino, diminuindo assim o risco de variação da procura a médio e longo prazo.

A promoção externa de um destino é indispensável à captação de turistas estrangeiros. Dá-se como exemplo os países nórdicos que privilegiam o Sul da Europa, como o caso de Portugal, que é distinguido pelo seu clima ameno comparativamente ao rigoroso Inverno de outros países e daí o reconhecimento dos turistas que apostam no nosso país para sua habitação futura aquando a reforma, sugerindo a necessidade de um escalonamento para órgãos superiores, com destaque para medidas de incentivo fiscal. (Daniel & Rodrigues, 2010; Cannas, 2012).

Neste sentido, cabe aos governantes portugueses desenvolver protocolos internacionais que promovam o investimento de capital em Portugal, em detrimento dos países análogos. A intervenção destes governantes, pode manifestar-se também ao nível de apoios financeiros e incentivos à atividade turística, no desenvolvimento de redes de negócio e parcerias locais, assim como da atribuição de benefícios por determinados investimentos. (Lee *et al.*, 2008). Ainda para reforçar a ação de Portugal relativamente ao assunto, Luís Araújo presidente do Turismo de Portugal, acrescenta que a taxa de sazonalidade registada em 2016 foi de 37,6%, a comparar com 2017 em que foi registada uma descida para 36,5%. O presidente do Turismo, acredita que este indicador possa ainda baixar mais. Esta descida deve-se às apostas válidas e adquiridas que têm vindo a ser construídas, tal como a aposta nos produtos que permitem trazer mais pessoas ao longo de todo o ano, tais como o turismo cultural, o turismo religioso, o cycling e o *walking*", o Enoturismo e o Turismo Literário (Matos, 2018).

De forma a combater a sazonalidade, será também importante salientar as apostas e promoção do Turismo de Natureza, o Turismo Náutico e o Turismo Gastronómico que movem turistas estrangeiros a Portugal. As estatísticas comprovam o crescimento que se tem verificado ao longo dos anos e que mais à frente deste trabalho será referenciado.

1.3. Impactos e Sustentabilidade

1.3.1. Impactos

Os impactos do turismo são o resultado das desigualdades sociais, económicas e culturais entre a população residente e os turistas, bem como da exposição aos meios de comunicação social (WTO, 2010). Referem-se às mudanças provocadas pelo processo de desenvolvimento turístico nos destinos (Ruschmann, 1999), podendo inclusivamente tipos similares de turismo originar impactos diferentes, dependendo da natureza das sociedades em que ocorrem e do tipo de turistas que se deslocam a esse destino (Holloway, 1994; Mathieson & Wall, 1996). Atuando como um ativo de mudança, provoca infindos impactos às condições económicas regionais, às instituições sociais e à qualidade ambiental (Mings & Chulikpongse, 1994).

A WTO (1993), refere que muitas vezes o turismo é criticado pelos impactos socioculturais negativos que causa nas comunidades locais, particularmente nas de menor dimensão e nas mais tradicionais. Considerando as implicações do desenvolvimento do turismo nas comunidades dos destinos, é essencial analisar os respetivos impactos. Assim, na “Tabela 2”, são analisados os impactos ambientais, económicos e socioculturais do turismo.

Tabela 2 – Impactos ambientais, económicos e socioculturais do turismo

Impactos	Positivos	Negativos
Ambientais	<ul style="list-style-type: none"> • Criação de planos e programas de preservação de áreas naturais • Empreendedores turísticos que investem em medidas para proteção da natureza • Convivência direta com a Natureza 	<ul style="list-style-type: none"> • Poluição da água e do ar • Poluição sonora • Poluição visual • Erosão do solo • Congestionamento • Consumo de água ⁽¹⁾ • Destruição da paisagem natural e da área agro-pastoril • Destruição da fauna e da flora • Deterioração da paisagem, de sítios históricos e de monumentos
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento do rendimento dos habitantes • Criação de empregos • Modificação positiva da estrutura económica • Industrialização básica da economia regional 	<ul style="list-style-type: none"> • Custos de oportunidade • Dependência desmedida do turismo • Inflação e especulação imobiliária • Sazonalidade da procura turística • Modificação negativa da estrutura económica • Itinerários/ vias de acesso • Acidentes desportivos • Avalanches de neve
Socioculturais	<ul style="list-style-type: none"> • Mudanças positivas da estrutura social ▪ Ampliação dos níveis culturais e profissionais da população ▪ Valorização do artesanato ▪ Valorização da herança e da cultural ▪ Júbilo étnico ▪ Valorização e salvaguarda do património histórico. 	<ul style="list-style-type: none"> • Efeito de demonstração • Modificações na moralidade • Movimento intenso (neocolonialismo) • Discórdias religiosas • Prostituição e degradação • Crime/ delinquência • Descaracterização do artesanato • Manifestações Culturais em vulgarização ⁽²⁾ • Supremacia cultural ⁽³⁾ • Danificação / Destruição do património histórico.

Elaboração própria, Fonte: Adaptado de Holloway (1994), Ruschmann (1999), Ignarra (1999)

⁽¹⁾ O turismo consome muita água (jardins, campos de golfe, piscinas, banhos), que em muitas situações é escassa para as atividades das populações locais.

⁽²⁾ A cultura é considerada uma mercadoria - cerimónias e manifestações culturais com datas históricas, são realizadas várias vezes durante o ano como espetáculos para turistas.

⁽³⁾ Nos *resorts* verifica-se a ausência quase total de contato com pessoas e culturas locais.

1.3.2 Sustentabilidade

O crescimento do turismo tem vindo a ser conduzido por uma descentralização do fluxo turístico ao longo dos últimos sessenta anos e os países em desenvolvimento começam a ocupar mais destaque em relação aos países mais tradicionais como a Europa e o Norte da América (WTO, 2010). Cada dia surgem novos destinos e novas oportunidades, que acabam por afetar, de forma transversal, um número crescente de atividades e de estratos variados da população (Córdoba, 2009).

Mas esta tendência, ao contrário do que se poderia pensar, não contribui para a redução das desigualdades e para a promoção de um ambiente favorável ao desenvolvimento mais equilibrado (Burgos & Mertens, 2015). Com efeito, nos países desenvolvidos o turismo tem possibilitado a abertura de novas zonas económicas ou tem sido um elemento fundamental no câmbio da estrutura económica, mas nas economias emergentes, o turismo frequentemente é apenas um modelo de desenvolvimento alternativo, que auxilia a ultrapassar situações adversas, mas que provoca grandes transformações e impactos negativos (Dachary & Burne, 2006).

Sendo o turismo algo muito mais complexo que o somatório das operações e elementos de carácter económico, gera interações na dupla perspetiva de causa efeito, nos domínios ambientais, socioculturais e económicos (Jafari, 1987; Buhalis, 2000), pois é responsável por mudanças sociais e culturais nos destinos (Dias, 2003; Vera et al., 1997). O seu estudo exige, assim, uma abordagem sistémica, uma visão integradora e interdisciplinar, que considere os mecanismos singulares das relações que acontecem entre os seus elementos (Beni, 2004).

O turismo faz uso de uma grande variedade de recursos naturais e patrimoniais que, em muitos casos, podem ser o atrativo principal de um destino. Mas o turismo tem capacidade para alterar os sítios físicos e culturais que se tornam territórios da função turística (Lage & Milone, 2000; Leiper, 1995; Mathieson & Wall, 1982; Middleton & Hawkins, 1998; Swarbrooke, 2000). Pode, assim, gerar externalidades positivas, mas pode também originar consequências sociais, económicas e ambientais indesejáveis (Buhalis, 2000; Krippendorf, 2003; Swarbrooke, 2000).

Neste sentido, o turismo sustentável apresenta-se como uma proposta alternativa de turismo mais respeitosa com o meio ambiente e mais responsável desde o ponto de vista social e económico, em parte despoletada por uma maior consciencialização ambiental, maior exigência de qualidade nos destinos, maior informação por parte dos turistas e aumento da pressão de grupos ambientalistas (Heras, 2004).

Surge, assim, a definição mais disseminada de turismo sustentável como aquele turismo que atende as necessidades das gerações presentes sem comprometer a capacidade das gerações futuras de satisfazerem as suas próprias necessidades, ao mesmo tempo em que acautela ameaças económicas, sociais e ambientais (WTO, 2004).

Autores posteriores, entre os quais Ruschmann (2002) e Swarbrooke (2000), argumentam que este tipo de turismo implica necessariamente a inclusão de princípios éticos de reciprocidade, responsabilidade, adequação e correspondência entre expectativas e realizações (Swarbrooke, 2000). Mas o uso do conceito de desenvolvimento sustentável é ambíguo (Dieguez, 2018) e muitas vezes confundido com turismo alternativo, turismo verde, ecoturismo ou turismo brando, entre outras (Butler, 1999; Clarke, 1997).

O conceito e as práticas para o desenvolvimento do turismo sustentável são geralmente interpretados dentro de duas escolas básicas de pensamento. Uma escola defende que o turismo é um elemento fundamental nas políticas de desenvolvimento sustentável e fazem esforços na promoção do turismo sustentável. Outra escola percebe o turismo como uma atividade profundamente dependente da lógica de mercado, o que o torna incompatível com os princípios do desenvolvimento sustentável (Lansing & Vries, 2006; Mowforth & Munt, 2003; Sharpley, 2000).

Um destino que oriente a sua estratégia a pensar no lucro rápido não trabalha de forma correta: uma visão de curto prazo põe em causa o capital natural que é a essência do turismo, embora assegurar o capital natural não seja suficiente, já que a sustentabilidade das potencialidades turísticas e do destino, aumentam a sua competitividade (Ritchie & Crouch, 2003).

A literatura no que concerne à relação turismo e sustentabilidade tende a focar-se no meio ambiente físico e no produto (Ritchie & Crouch, 2003; Sharpley, 2000). Mas o turismo sustentável deve ser visto não como um estado ideal, mas como “um processo de mudança qualitativa que oriente e reorienta o desenvolvimento turístico para objetivos alcançáveis” (Vignati, 2008, p. 28). Neste contexto, a noção de sustentabilidade no turismo implica um processo contínuo de aperfeiçoamento ao qual deveriam aspirar todas as iniciativas de turismo. Afinal, o desafio pode passar por desenvolver outro modelo de turismo ambientalmente mais benigno e que melhor se ajuste a critérios sociais e económicos de um destino, independentemente do adjetivo usado para o definir (Burgos & Mertens, 2015).

2. A importância do Turismo na atualidade

2. 1. Contexto Económico Mundial

O Turismo assume-se atualmente como um dos principais motores da economia mundial. A oferta turística está em constante crescimento a pensar na especificidade/tipologia do turista contemporâneo. Todos os dias nos confrontamos com notícias sobre o aumento do turismo mundial, representando ao nível da empregabilidade um contributo significativo e de elevada importância.

Segundo o INE (2019), e com base nos mais recentes resultados divulgados pelo FMI, indicam uma ligeira desaceleração no crescimento do PIB na globalidade das economias em 2018 (+3,6%, -0,2 p.p.), contradizendo a tendência do ano antecedente (+3,8%, +0,4 p.p. face ao ano anterior). Este abrandamento no crescimento verificou-se tanto nas economias mais desenvolvidas (+2,2%, -0,2 p.p.) assim como nas economias emergentes e em progresso (+4,5%, -0,3 p.p.). Entre as fundamentais economias mundiais desenvolvidas (Alemanha, Reino Unido, França, Itália, Canadá, Japão e EUA) assinalaram-se desacelerações na evolução em 2018 (entre -0,7 p.p. e -1,2 p.p.) excetuando o caso dos EUA, com um aceleração de mais (+0,7 p.p.).

O PIB da União Europeia apresentou também um desenvolvimento menos destacado face ao ano antecedente de mais (+2,1%, -0,6 p.p.). De forma mais notória, as desacelerações, aconteceram mais na República Checa (+2,9%, -1,5 p.p.), na Dinamarca (+1,2%, -1,1 p.p.), na Alemanha (+1,5%, -1,0 p.p.) e na Estónia (+3,9%, -1,0 p.p.). Relativamente à Zona Euro, também se verificou um abrandamento, o crescimento foi menor ao da UE (+1,8%, -0,6 p.p. face ao progresso de 2017).

Embora com ligeira desaceleração, as economias da Ásia emergente e em evolução, foram as que registaram o maior crescimento, em conformidade com o ano precedente (+6,4%, -0,2 p.p.). O PIB da China prosseguiu com um crescimento, mas verificando-se um ligeiro abrandamento (+6,6%, -0,2 p.p.). O Bangladesh (+7,7%), a Índia e o Vietname, um e outro com (+7,1%) seguiram com crescimentos expressivos (INE 2019, p. 15).

A “Figura 2” baixo, revela o crescimento do PIB no global das economias, entre os anos 2014 a 2018.

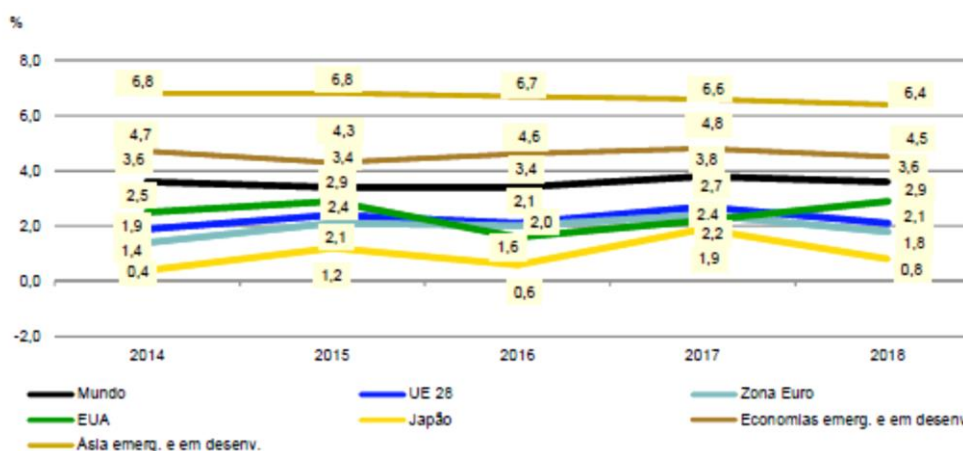


Figura 2 - Taxa de Crescimento do PIB, 2014 – 2018

Fonte: FMI – World Economic Outlook Update – abril 2019 (INE, 2019)

Segundo o INE (2019), com base nos dados provisórios da OMT, em 2018 evidenciou-se um crescimento das chegadas de turistas internacionais, no entanto menos evidente (+5,6%, -1,4 p.p. que no ano antecedente) colocando-se em 1,4 mil milhões (mais 75 milhões face a 2017) (INE 2019, p. 16).

Na figura seguinte pode observar-se a taxa de variação anual das chegadas de turistas internacionais entre os anos 2014 e 2018.

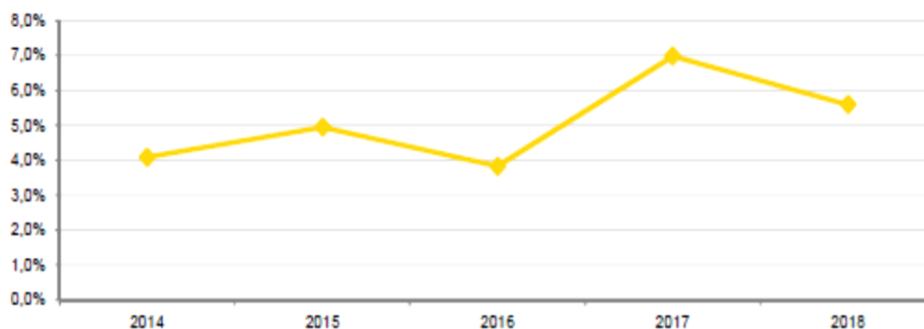


Figura 3 - Taxa de variação anual das chegadas de turistas internacionais, 2014 – 2018
Fonte: UNWTO – Barómetro do Turismo Mundial – maio de 2019 (INE, 2019)

Em relação às chegadas de turistas por destino, apura-se que todas as regiões mundiais variaram afirmativamente. Verificou-se, no entanto, que a região da Ásia e Pacífico (+6,5%) foi a única que o crescimento teve aceleração (+0,8 p.p.). A Europa manteve a concentração da maioria dos turistas internacionais (50,9%) hospedando 713,4 milhões, seguida da Ásia e Pacífico com 24,6% (345,1 milhões). Na terceira posição, manteve-se o continente americano, com uma representação de 15,5% (217,3 milhões de turistas). De seguida a África que centralizou 4,8% das chegadas e, por fim, representando uma quota de 4,3 % do total das chegadas, apresenta-se o Médio Oriente (INE 2019, p. 16).

Na “Tabela 3” e relativamente aos mesmos anos 2014 e 2018, confirma-se as chegadas de turistas por regiões de destino.

Tabela 3 - Chegadas de turistas por regiões de destino, 2014 – 2018

Região	2014	2015	2016	2017	2018 (Po)
Mundo	1 138,5	1 195,0	1 240,9	1 327,7	1 402,8
Europa	576,2	604,5	619,7	672,5	713,4
Ásia e Pacífico	269,5	284,6	306,6	324,0	345,1
Américas	181,9	194,1	201,3	210,8	217,3
África	55,0	53,5	57,8	62,7	67,1
Médio Oriente	55,9	58,3	55,5	57,7	59,9

Unidade: 10⁶

Fonte: UNWTO – Barómetro do Turismo Mundial – maio de 2019 (INE, 2019)

No que concerne às principais sub-regiões de destino, a predileção dos turistas internacionais (Figura 3) manteve-se pelas regiões do Sul da Europa e Mediterrâneo (com 20,6% do total), de seguida pela

Europa Ocidental (14,6%) e pelo Nordeste Asiático com (12,1%). A América do Norte reuniu 66,2% do total de chegadas de turistas ao continente americano, representando 10,3% do total global (INE, 2019, p. 16).

No que concerne à evolução das chegadas de turistas internacionais, constata-se variações positivas na generalidade das sub-regiões, excetuando as Caraíbas (-1,8%, -4,3 p.p.) e da América Central (-2,4%, -7,4 p.p.). Relativamente à Europa, o menor crescimento emergiu da variação quase nula da sub-região do Norte (+0,2%, -6,2 p.p.) assim como do abrandamento do Sul da Europa e Mediterrâneo (+7,8%, -5,1 p.p.), assumindo que esta sub-região teve um peso de 40,4% no global da região.

Verificou-se, todavia, na Ásia e Pacífico, um crescimento com leve aceleração, particularmente influenciado pelo Nordeste Asiático (+6,1%, +2,7 p.p.) com um ónus de 49,0% do total desta região.

Em relação às Américas, verifica-se que a América do Norte apresenta um afirmativo contributo (+4,9%) e na América do Sul (+1,2%), concluindo que as duas possuem um peso de 83,2% do total desta região, equilibrando as variações negativas e América Central e das Caraíbas. Ainda que mantendo uma evolução significativa de (+10,1%, -4,6 p.p.), a África apresentou um abrandamento que determinou no mais baixo crescimento da sub-região do Norte.

Por fim, o Médio Oriente, obteve um crescimento levemente inferior, face ao ano antecedente (+3,8%, -0,3 p.p.) (INE, 2019, p. 17). Tal como se pode observar na “Figura 4” que se segue.

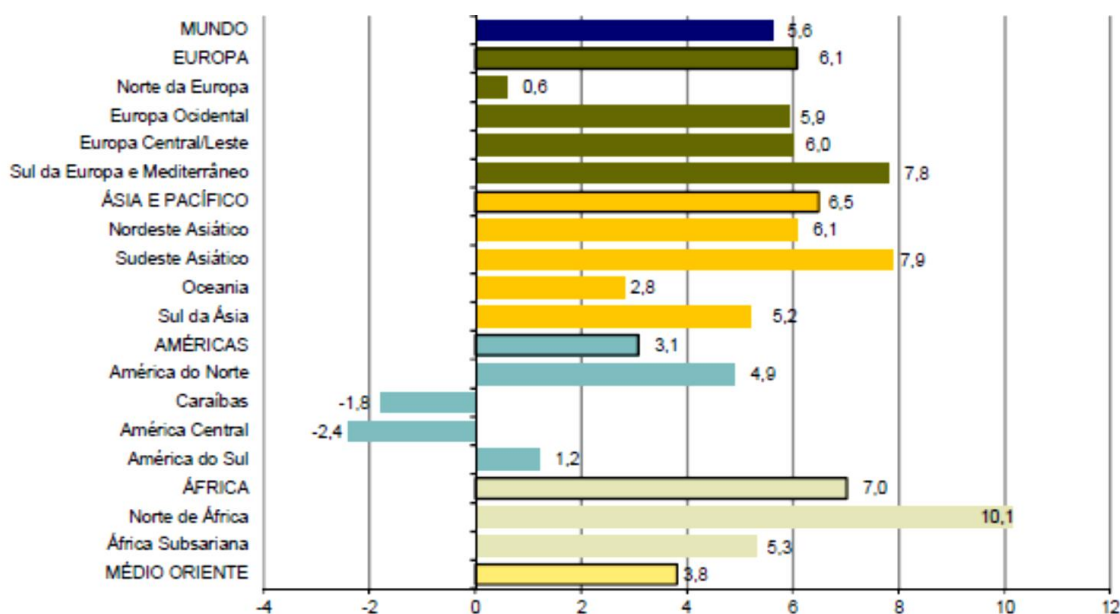


Figura 4 - Taxa de variação chegadas de turistas internacionais, por sub-região de destino 2018
Fonte: UNWTO - Barómetro do Turismo Mundial – maio 2019 (INE, 2019)

No global e apesar do abrandamento que se manifestou em 2018, a evolução no turismo continua a demonstrar resultados positivos. No entanto, é necessário que se continue a desenvolver meios e estratégias para que os turistas continuem a ter confiança no mercado turístico.

2. 2. Contexto Económico Nacional

O Turismo é uma atividade económica estratégica para o desenvolvimento económico e social de Portugal, nomeadamente no que se refere ao emprego e ao crescimento das exportações. De acordo com Manuel Caldeira Cabral, Ministro da Economia “Os resultados obtidos em 2016 confirmam o turismo como a maior atividade exportadora do país fruto de um trabalho articulado e de um investimento forte efetuado por privados e públicos.” (Turismo de Portugal, 2017, p. 2)

Ainda relativamente a dados de 2016, e segundo Ana Godinho, secretária de Estado do Turismo, o Turismo atingiu números recorde. Houve um aumento significativo que se estendeu a meses menos tradicionais, precisamente na designada época baixa. O emprego também aumentou no setor, houve um crescimento turístico em todas as regiões, um crescimento das receitas e proveitos na hotelaria, uma diversificação de mercados emissores, entre os quais é de salientar os mercados americano, polaco e brasileiro e até mesmo mercado interno. Este dinamismo deve-se, também, ao que o país tem para oferecer, desde o sol e mar, a cultura, natureza, tradições, gastronomia e vinhos, tranquilidade, segurança, poder de compra, entre tantos outros motivos (Turismo de Portugal, 2017). E este dinamismo tem vindo a ser reconhecido internacionalmente também através de prémios e distinções, entre os quais os seguintes como se pode observar na “Tabela 4”:

Tabela 4 - Prémios e distinções atribuídos ao Turismo de Portugal

Prémios	Distinções
Prémios Criatividade Meios & Publicidade 2019	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Portugal - Anunciante do Ano • «Onda Times Square» - Grande Prémio na categoria “Formato Especial – Digital” e Ouro nas categorias “Comunicação de Produto e Serviço” e “Mercados Internacionais” . , • Campanha #Brelcome - Prata nas categorias “Filme”, “Redes Sociais” e “Mercados Internacionais”.
World Travel Awards 2019 - edição Europa	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Portugal - Melhor Organismo Oficial de Turismo da Europa, pelo sexto ano consecutivo. • Portugal - Melhor Destino Europeu, pelo terceiro ano consecutivo.
11.ª edição dos Prémios Marketeer	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Portugal volta a ganhar a categoria Turismo Destino.
XXI Festival do Clube de Criativos de Portugal	<ul style="list-style-type: none"> • Anunciante do Ano • Grande Prémio Jornalistas • Melhor Cliente nas categorias Ativação de Marca e Publicidade, pela campanha “Onda gigante da Nazaré em Nova Iorque”.
Prémios Marketing Meios & Publicidade 2019 5 galardões	<ul style="list-style-type: none"> • Ouro com a campanha internacional Can’t Skip Portugal, na categoria Viagens & Turismo • Prata com a campanha Um Plano Pelo Centro, nas categorias Viagens & Turismo e Brand Content . • Prata com a campanha internacional Can’t Skip Portugal nas categorias Digital & Redes Sociais e Mercados Internacionais.
World Travel Awards 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Portugal - Melhor Organismo Oficial de Turismo Mundial • Visitportugal.com - Melhor Site Oficial de Turismo Mundial • Portugal - Melhor Destino Turístico do Mundo e Melhor Destino Turístico Europeu.
World Golf Awards 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Portugal Melhor Destino Mundial e Europeu de Golfe.
Prémio ACEPI Navegantes XXI (Associação da Economia Digital - ACEPI) 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Plataforma Portuguesa Trails.
Prémios Meios & Publicidade 2018	<ul style="list-style-type: none"> • Marca do Ano: Turismo de Portugal • Personalidade de Marketing: Lídia Monteiro (Diretora Coordenadora da Direção de Apoio à Venda)
14.ª edição dos prémios UNWTO 2017	<ul style="list-style-type: none"> • 1.º lugar na categoria Inovação e Políticas Públicas com o projeto formativo Tourism Training Talent das Escolas do Turismo de Portugal.

World Travel Awards 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Turismo de Portugal - Melhor Organismo Oficial de Turismo Mundial • Visitportugal.com - Melhor Site Oficial de Turismo Mundial • Portugal - Melhor Destino Turístico do Mundo e Melhor Destino Turístico Europeu.
World Golf Awards 2017	<ul style="list-style-type: none"> • Portugal Melhor Destino Mundial e Europeu de Golfe.
Prémios à Eficácia da Comunicação da Associação Portuguesa de Anunciantes – APAN	<ul style="list-style-type: none"> • 3 galardões Prata nas categorias de Internacionalização, Comunicação Tática e Low Budget com a campanha internacional de turismo “Can’t Skip Portugal” e a ativação da marca durante o Euro2016.
World Travel Awards anos 2014, 2015 e 2016	<ul style="list-style-type: none"> • Melhor Organismo Oficial de Turismo da Europa-medalha de ouro.

Elaboração Própria, Fonte: Turismo de Portugal, 2019

Segundo dados do INE e relativamente a 2018 “estima-se que o número de chegadas a Portugal de turistas não residentes tenha aumentado 7,5% para 22,8 milhões (crescimento de 16,6% em 2017). Espanha manteve-se como o principal mercado emissor de turistas internacionais (quota de 25,4%; +0,3 p.p.), tendo registado um crescimento de 8,9% em 2018 e contribuído com cerca de 30% para o acréscimo total no número de turistas chegados. Os turistas do Reino Unido (15,5% do total; -1,0 p.p.) apresentaram um ligeiro aumento (+0,7%). As chegadas de turistas de França (quota de 13,3%) aumentaram 4,2%, com este país a perder alguma representatividade (-0,4 p.p.) Os mercados, alemão (8,6% do total) e brasileiro (5,2% do total) aumentaram 7,2% e 13,4%, respetivamente.” (INE, 2019a, p. 21). A “Tabela 5”, apresenta o número de chegadas de turistas a Portugal entre 2017 e 2018, por país de residência.

Tabela 5 - Chegadas de turistas a Portugal, entre 2017-2018

País de residência	2017	2018	Tx Var (%)	Quotas		Acréscimo em 2018	
				2017	2018	valor	peso (%)
Total	21 234,5	22 816,8	7,5%	100,0%	100,0%	1 582,3	100,0%
Espanha	5 326,2	5 799,1	8,9%	25,1%	25,4%	472,8	29,9%
Reino Unido	3 503,1	3 527,4	0,7%	16,5%	15,5%	24,3	1,5%
França	2 920,7	3 042,4	4,2%	13,8%	13,3%	121,7	7,7%
Alemanha	1 821,3	1 953,3	7,2%	8,6%	8,6%	132,0	8,3%
Outros Europa	4 292,7	4 861,4	13,2%	20,2%	21,3%	568,7	35,9%
Brasil	1 043,1	1 182,6	13,4%	4,9%	5,2%	139,5	8,8%
Outros	2 327,3	2 450,6	5,3%	11,0%	10,7%	123,3	7,8%

Unidade: 10³

Fonte: INE, 2019.

Já no que concerne aos dados relativos à balança turística portuguesa entre 2014 e 2018. Receitas, Despesas, Saldo e Taxa das variações de viagens e turismo, mais informação pode ser visualizada na “Figura 5”.

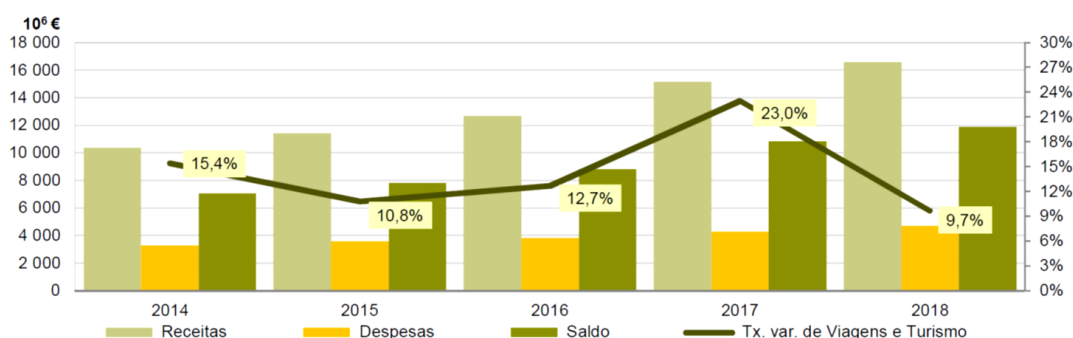


Figura 5 - Balança turística portuguesa, rubrica Viagens e Turismo, 2014 - 2018

Fonte: INE, 2019.

O Banco de Portugal divulga dados relativos à Balança de Pagamentos que demonstram “um aumento de 9,7% no saldo da rubrica de Viagens e Turismo, menos expressivo que o registado no ano anterior (+23,0% em 2017, +12,7% em 2016). Embora as receitas/créditos tenham continuado a aumentar (+9,6% em 2018), cifrando-se em 16,6 mil milhões de euros, este aumento foi, contudo, inferior ao verificado em 2017 (+19,5%). As despesas/débitos em viagens e turismo totalizaram 4,7 mil milhões de euros em 2018, com um aumento de 9,6% (+11,5% em 2017), refletindo um abrandamento menos expressivo que o das receitas.” (INE, 2019a, p. 19).

Segundo o INE (2019b), com base na atividade do setor do alojamento turístico o número de hóspedes em 2018 foi de 25,2 milhões e as dormidas 67,7 milhões, constatando-se aumentos de 5,1% e 3,1%, respetivamente (+12,9% e +10,8%, seguindo-se a mesma ordem, em 2017). Em primeiro lugar, na hotelaria registou-se um número de hóspedes de 81,0% e de dormidas 83,6%. Destaca-se em segundo lugar o alojamento local com quotas de 15,6% e 13,8%, respetivamente. Seguindo-se o turismo no espaço rural e de habitação, com a mesma ordem, de 3,4% e de 2,6%. O mercado interno garantiu 19,9 milhões de dormidas com um total de 29,4% e assegurou um aumento de 6,5% em 2018, face aos 7,3% de 2017.

Respetivamente à evolução das dormidas nas diversas regiões, evidenciaram-se os crescimentos apresentados pelo Norte (+8,5%) e Alentejo (+7,6%). O Algarve assegurou-se como o principal destino com um total de dormidas de 30,2 no entanto com uma ligeira descida total de (-0,5 p.p.), de seguida AM Lisboa com 25,9%, que fortaleceu o seu peso em 0,5 p.p. Relativamente às dormidas dos mercados externos com um registo total de 70,6%, constatou-se um crescimento expressivamente inferior ao de 2017 que foi de 12,2%, enquanto em 2018 foi apenas de 1,8%, tendo atingido os 47,8 milhões. Os residentes em Portugal, em 2018, efetuaram 22,1 milhões de deslocações turísticas, com um crescimento de 4,2%, face aos 5,0% de 2017 e 5,4% de 2016. Totalizaram-se em território nacional, 19,6 milhões de viagens turísticas, constatando-se um aumento de 3,2%, face ao ano precedente com 4,1% (INE, 2019b).

As chegadas de turistas internacionais em 2018, mantiveram a tendência crescente, no entanto menos acentuada, com 5,6%, menos 1,4% relativamente à taxa de crescimento do ano anterior. Segundo dados provisórios da Organização Mundial de Turismo, foram de 1,4 mil milhões de chegadas. Foi da Europa, a origem da maioria dos turistas internacionais com 50,9%, acolhendo 713,4 milhões, seguindo-se a região da Ásia e Pacífico com 24,6% das chegadas (345,1 milhões). Na terceira posição, manteve-se o continente americano com 15,5% (217,3 milhões de turistas) (INE, 2019b).

Como se pode observar na “Tabela 6”, em termos globais, de 2017 para 2018 os resultados aumentaram em todos os índices, exceto na taxa de ocupação por cama (líquida), que apresenta uma ligeira descida em pontos percentuais (p.p.).

Tabela 6 - Resultados globais do setor de alojamento turístico

Resultados globais	Unidade	2017	2018	Tvh (%) ¹
Estabelecimentos	nº	5 840	6 868	14,8
Capacidade de alojamento	"	402 832	423 152	4,3
Hóspedes	10 ³	23 953,8	25 249,9	5,1
Dormidas	"	65 385,2	67 662,1	3,1
Estada média	nº noites	2,7	2,7	-2,0
Taxa de ocupação-cama (líquida)	%	48,9	47,8	-0,9 p.p.
Proveitos totais	10 ⁶ €	3 681,2	3 986,6	8,1
Proveitos de aposento	"	2 738,0	2 993,2	9,1
RevPAR (Rendimento médio por quarto disponível)	€	46,2	47,8	3,8

Fonte: INE, 2019

Na “Figura 6” e ainda relativamente às dormidas, pode observar-se que o Reino Unido foi o principal mercado emissor, com 19,5% do total das dormidas, no entanto foi registado um decréscimo de 5,3% em 2018. O mercado alemão, manteve-se em segundo com 13,5% do total, apresentando uma redução de 0,5%, o mercado espanhol, apresentou uma quota de 10,2%, cresceu 5,4%. Com destaque, e entre os principais mercados, estão os aumentos verificados nos mercados norte americano (+24,0%), canadiano (+20,9%), brasileiro (+14,4%) e o chinês com (+13,8%) (INE, 2019b).

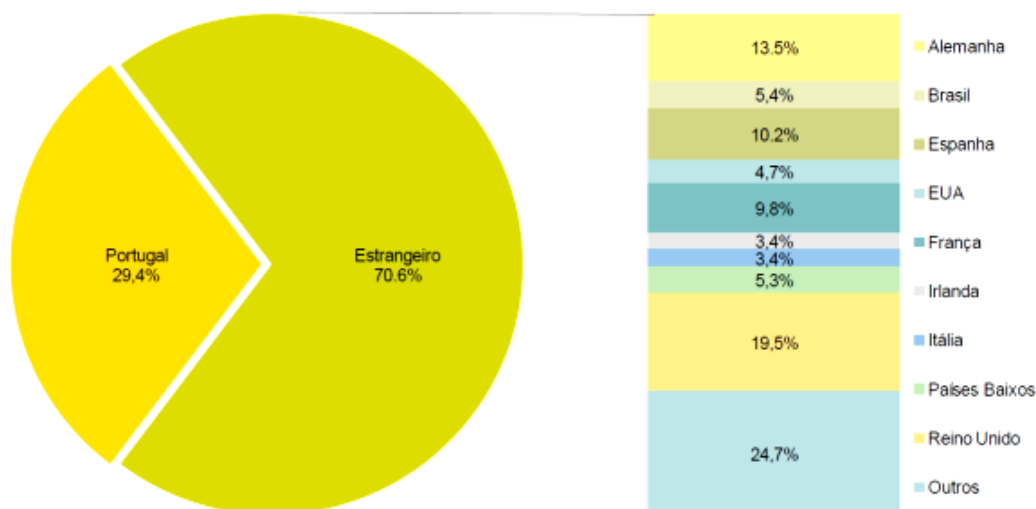


Figura 6 - Dormidas (%) nos estabelecimentos de alojamento turístico por país de residência, 2018

Fonte: INE, 2019

Pode observar-se através da representação da “Figura 6”, que o mercado externo continua a ter um peso mais relevante em termos de dormidas no país, comparativamente ao mercado interno que, apesar do seu contínuo crescimento, é inferior.

De forma a entender melhor o contributo que o alojamento hoteleiro possui no país, é importante aprofundar este tipo de alojamento. Dos estabelecimentos de alojamento turístico existentes, a hotelaria, com uma oferta de 321,0 mil camas, concentrou 75,9% da capacidade global. Esta capacidade, em 2018 teve um crescimento de 2,6%, embora em 2017 tenha tido mais 3,5%. Este segmento era composto por 1 865 estabelecimentos (27,2% do total), mais 6,1% que em 2017, ano em que teve um crescimento de 5,3%. Em 2018 registou 20,5 milhões de hóspedes que proporcionaram 56,6 milhões de dormidas, refletindo variações de +3,4% e +1,5%, respetivamente, descendo face ao ano precedente (+10,1% e +8,4%, seguindo a mesma ordem).

As dormidas do mercado interno em 2018 tiveram um crescimento de 7,0%, tendo tido em 2017 mais 5,4% e atingido 16,0 milhões, significando 28,4% do total das dormidas neste segmento. As dormidas de não residentes, mostraram um ligeiro decréscimo (-0,5%, após +9,6% em 2017) e atingiram 40,5 milhões. Ainda na hotelaria, as dormidas aumentaram em todas as regiões, exceto na RA Madeira com (-2,4%), com destaque para o Norte com (+7,3%) e o Alentejo (+7,0%). Os principais destinos, como habitualmente, foram o Algarve (33,3% das dormidas totais), AM Lisboa (25,1%), o Norte com (13,3%) e RA Madeira (12,4%). As dormidas em hotéis tiveram uma representação de 71,6%, com destaque para as unidades de quatro estrelas com 49,1% e de três estrelas com 22,6% das dormidas em hotéis. A segunda tipologia mais relevante com 13,7%, foram os hotéis-apartamentos. A estada média na hotelaria foi de 2,77 noites, tendo tido uma redução de 1,9%, decréscimo mais acentuado face ao de 2017 que foi de (-1,5%). A taxa líquida de ocupação-cama na hotelaria colocou-se em 51,9% (-1,0 p.p. que em 2017), descida pouco significativa (INE, 2019b).

Segundo o INE, com base no Inquérito às Deslocações dos Residentes, 48,0% da população residente em Portugal em 2018, efetuou pelo menos uma viagem turística, o que significa cerca de 4,9 milhões de pessoas, mais 7,6% que em 2017, ano em que a variação apontada tinha sido +0,8%. Só em 2018, efetuaram-se 22,1 milhões de deslocações turísticas, revelando um crescimento de 4,2% (+5,0% em 2017 e +5,4% em 2016). As viagens turísticas em território nacional atingiram 19,6 milhões (88,7% do total, 89,6% em 2017), observando-se um aumento de 3,2% (+4,1% no ano precedente).

As dormidas originadas pelas viagens turísticas dos residentes subiram a 87,8 milhões em 2018 (+2,8% face a 2017), confirmando-se que a maior parte estarem relacionadas a deslocações domésticas (79,2% do total, -0,8 p.p. face ao ano precedente). O tipo de alojamento que obteve maior número de dormidas foi o “alojamento fornecido por familiares ou amigos e gratuito” (INE, 2019b, p. 6) com 36,6

milhões, (41,4%), tendo sido a primeira opção nas viagens em território nacional (44,5%) (INE, 2019b), conforme poderemos verificar na “Figura 7”.

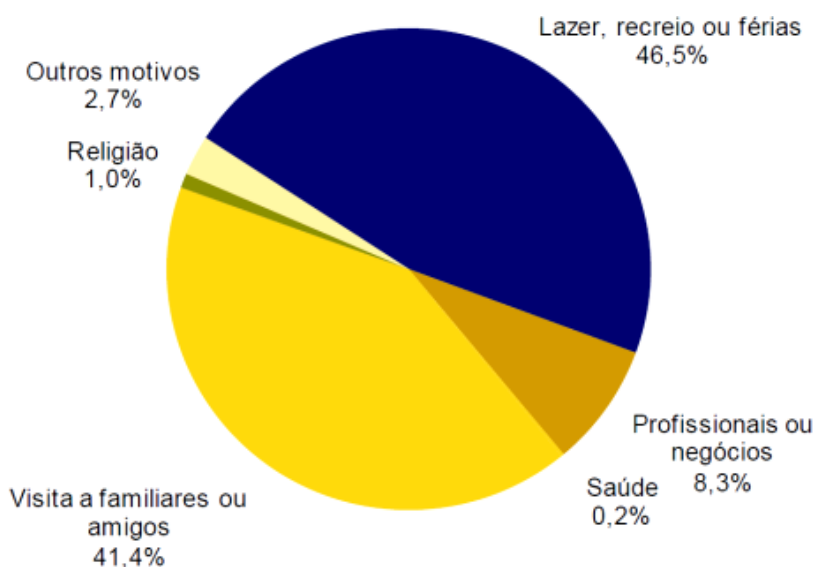


Figura 7 - Repartição das viagens segundo os motivos, 2018
Fonte: INE, 2019

Dados mais recentes publicados pelo INE e já relativos a 2019, o setor do alojamento turístico em maio de 2019 registou 2,6 milhões de hóspedes e 6,5 milhões de dormidas, correspondendo a variações de +7,7% e +3,9%, respetivamente (em abril, seguindo a mesma ordem (+10,0% e +10,5%). Relativamente às dormidas de residentes, tiveram um crescimento de 8,6% (+16,1% em abril), em relação às de não residentes aumentaram 2,5% (+8,5% no mês precedente). Também em maio de 2019, a estada média foi de (2,51 noites) tendo uma diminuição de 3,5% (+1,0% nos residentes e -5,0% nos não residentes).

A taxa líquida de ocupação-cama (50,4%) retrocedeu 1,1 p.p. (+1,8 p.p. em abril). No global, os proveitos totais aumentaram 6,2% (+10,1% em abril; +6,7% no intervalo acumulado até maio), alcançando 398,9 milhões de euros. Os proveitos de aposento (295,7 milhões de euros) obtiveram um crescimento de 5,9% (+11,0% em abril; +6,2% de janeiro a maio) (INE, 2019c), conforme se pode observar na “Tabela 7”.

Tabela 7 - Resultados gerais do setor de alojamento turístico

Estabelecimentos de alojamento turístico	Unidade	Abril 2019		Maio 2019		Jan - Mai 19	
		Valor	Tvh (%)	Valor	Tvh (%)	Valor	Tvh (%)
Hóspedes	10 ³	2 297,0	10,0	2 575,7	7,7	9 308,0	6,6
Residentes em Portugal	"	865,6	10,8	883,2	7,6	3 721,1	6,9
Residentes no estrangeiro	"	1 431,4	9,6	1 692,5	7,8	5 586,9	6,4
Dormidas	10 ³	5 904,1	10,5	6 456,7	3,9	23 183,4	4,1
Residentes em Portugal	"	1 657,0	16,1	1 606,6	8,6	6 558,3	7,1
Residentes no estrangeiro	"	4 247,0	8,5	4 850,1	2,5	16 625,0	3,0
Estada média	n ^o noites	2,57	0,4	2,51	-3,5	2,49	-2,3
Residentes em Portugal	"	1,91	4,8	1,82	1,0	1,76	0,2
Residentes no estrangeiro	8	2,97	-1,0	2,87	-5,0	2,98	-3,2
Taxa líquida de ocupação-cama	%	48,6	1,8 p.p.	50,4	-1,1 p.p.	40,7	-0,3 p.p.
Proveitos totais	10 ⁶ €	332,9	10,1	398,9	6,2	1 314,5	6,7
Proveitos de aposento	"	246,5	11,0	295,7	5,9	952,7	6,2
RevPAR (Rendimento médio por quarto disponível)	€	46,0	5,0	52,5	0,4	37,7	1,9

Fonte: INE, 2019

No que concerne às dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico, por tipo e categoria, a “Tabela 8” apresenta mais informação. Os dados referenciados são de janeiro até maio de 2018 e 2019.

Tabela 8 - Dormidas nos estabelecimentos de alojamento turístico, por tipo e categoria

Tipo de estabelecimento e categoria	Dormidas			Taxas de variação homóloga (%)	
	Mai-18	Mai-19	Jan - Mai 19	Mai-19	Jan - Mai 19
Total	6 211,5	6 456,7	23 183,4	3,9	4,1
Hotelaria	5 317,9	5 435,6	19 623,1	2,2	3,0
Hotéis	3 851,1	3 983,3	14 535,9	3,4	3,4
*****	736,0	747,2	2 701,7	1,5	4,9
****	1 892,0	1 969,7	7 110,3	4,1	2,5
***	850,0	890,6	3 316,0	4,8	4,8
** / *	373,0	375,8	1 408,1	0,7	2,0
Hotéis - apartamentos	717,9	709,1	2 559,4	-1,2	1,5
*****	46,2	72,8	242,9	57,3	46,0
****	525,9	507,5	1 857,1	-3,5	1,0
*** / **	145,8	128,9	459,4	-11,6	-10,9
Pousadas e quintas da Madeira	78,5	75,9	295,7	-3,3	-5,5
Apartamentos turísticos	441,2	454,4	1 447,0	3,0	5,3
Aldeamentos turísticos	229,1	212,9	785,1	-7,1	-0,9
Alojamento local	737,6	864,4	3 052,0	17,2	12,1
Turismo espaço rural e de habitação	156,0	156,7	508,3	0,4	5,3

Unidade: 10³

Fonte: INE, 2019

Assim e como se pode observar, as dormidas na hotelaria representam 84,2% do total, tendo registado um aumento de 2,2% em maio. Quanto às dormidas nos estabelecimentos de alojamento local com 13,4% do total a revelar um crescimento de 17,2%, de referir que as de turismo no espaço rural e de habitação tiveram um total de 2,4% e apresentaram um ligeiro aumento de 0,4%. De salientar que as dormidas nos hotéis, possuem uma importante parcela no que respeita ao alojamento turístico (INE, 2019c). Pode concluir-se com estes dados, que a procura de alojamento de categoria superior é cada vez mais procurada pelos turistas.

Importante será ainda acrescentar que, em termos de empregabilidade, nesta área específica do turismo, o número de trabalhadores possui já um impacto bastante considerável. Segundo dados informativos da Declaração Mensal de Remunerações, fornecida pelas empresas à Segurança Social, a remuneração bruta mensal por trabalhador em 2018 e ao serviço do turismo teve um aumento de (2,9%) comparativamente a 2017, correspondendo a 1 142 euros, para o total da economia tendo sido em 2017 de 1 110 Euros. Na vertente específica, Atividades de Alojamento cujo (CAE é o 55), a remuneração bruta mensal situou-se em 1 031 Euros em 2018, tendo sido em 2017 de 1 001 Euros, significando menos 111 Euros relativamente ao registado no total da economia. Conclui-se que neste ramo de atividade, a remuneração bruta mensal por trabalhador cresceu 3,0 % relativamente ao ano precedente.

Na “Tabela 9”, podem comprovar-se esses resultados, bem como o crescimento do número de empresas e número de trabalhadores em (milhares de euros) entre os anos 2014 e 2018 (INE, 2019b).

Tabela 9 - Número de trabalhadores e remuneração bruta mensal por trabalhador

Portugal	CAE 55		
	Número de empresas	Número de trabalhadores	Remuneração bruta total
	Milhares		Euros
2014	4,1	51,4	973
2015	4,5	55,1	971
2016	5,1	60,4	984
2017	5,7	67,4	1001
2018	6,4	72,7	1031

Fonte: INE, 2019

Face ao exposto, pode-se concluir que ao longo dos anos e considerando os elementos em estudo, houve um crescimento gradual de 2014 até 2018 em termos salariais e de empregabilidade.

2.2.1. Eixos Estratégicos Apontados pelo Turismo 2027

A Estratégia Turismo 2027 (ET2027), aprovada pela Resolução de Conselho de Ministros n.º 134/2017 de 27 de setembro, é o referencial estratégico para o Turismo em Portugal na próxima década. Esta Estratégia foi projetada para tornar Portugal num destino cada vez mais competitivo considerando o contínuo crescimento desta atividade, atenta às mudanças internacionais e ao ambiente tecnológico. Sendo uma estratégia a longo prazo, tem “(...) os seguintes objetivos:

- Proporcionar um quadro referencial estratégico a 10 anos para o turismo nacional;

- Assegurar estabilidade e a assunção de compromissos quanto às opções estratégicas para o turismo nacional;
- Promover uma integração das políticas setoriais;
- Gerar uma contínua articulação entre os vários agentes do Turismo;
- Agir com sentido estratégico no presente e no curto/médio prazo” (Turismo de Portugal, 2017, p. 10).

A construção da Estratégia para o Turismo 2027 teve por base um processo participativo, alargado e criativo, no qual o Estado assume a sua responsabilidade e mobiliza os agentes e a sociedade. Ao consubstanciar uma visão de longo prazo, combinada com uma ação no curto prazo, permitindo atuar com maior sentido estratégico no presente e enquadrar o futuro quadro comunitário de apoio 2021-2027. O processo foi dinamizado através de plataformas tecnológicas, *focus group* internacionais e Laboratórios Estratégicos de Turismo/ Sessões Públicas, tendo decorrido de 24 de maio de 2016 a 6 de janeiro de 2017.

O processo de participação pública apreendeu a execução de *focus group* e reuniões bilaterais em alguns dos principais mercados emissores, visando auscultar quem comercializa e comunica a oferta turística portuguesa. Estas reuniões decorreram em 5 mercados estratégicos, designadamente Espanha, França, Alemanha, Reino Unido e Brasil, tendo envolvido mais de 80 participantes.

Depois de uma participação pública online maciça, sob o mote “Quais os 5 principais desafios para o Turismo em Portugal nos próximos 10 anos?”, os 5 principais desafios identificados pelos participantes foram:

1. o Combate à Sazonalidade,
2. a Valorização do Património e Cultura,
3. a Desconcentração da Procura,
4. a Qualificação e valorização dos Recursos Humanos e
5. o Estímulo à Inovação e ao Empreendedorismo.

Os próximos dez desafios indicados para a Estratégia a 10 anos podem ser encontrados na “Tabela 10”.

Tabela 10 – Os dez desafios para a Estratégia 2027 a 10 anos

Pessoas	Promover o emprego, a qualificação e valorização das pessoas e o aumento dos rendimentos dos profissionais do turismo.
Coesão	Alargar a atividade turística a todo o território e promover o turismo como fator de coesão social.
Crescimento em valor	Ritmo de crescimento mais acelerado em receitas vs dormidas.
Turismo todo o ano	Alargar a atividade turística a todo o ano, de forma a que o turismo seja sustentável.
Acessibilidades	Garantir a competitividade das acessibilidades ao destino Portugal e promover a mobilidade dentro do território.

Procura	Atingir os mercados que melhor respondem aos desafios de crescer em valor e que permitem alargar o turismo a todo ano e em todo o território.
Inovação	Estimular a inovação e empreendedorismo.
Sustentabilidade	Assegurar a preservação e a valorização económica sustentável do património cultural e natural e da identidade local, enquanto ativo estratégico, bem como a compatibilização desta atividade com a permanência da comunidade local.
Simplificação	Simplificar a legislação e tornar mais ágil a administração.
Investimento	Garantir recursos financeiros e dinamizar o investimento.

Fonte: Turismo de Portugal

Segundo a Publituris (2015), com base num estudo da Horwath HTL (empresa de consultoria dedicada a hospitalidade, com foco em hotéis, turismo e lazer), os perfis dos turistas estão a mudar, têm surgido novos destinos, bem como novas classes sociais; as mudanças tecnológicas, o tema política, a fidelização do cliente, a aposta na saúde e na sustentabilidade, vão determinar o comportamento do setor turismo a médio e longo prazo.

A “Tabela 11”, dá-nos a conhecer algumas das tendências internacionais e nacionais que provocam impacto no turismo. Evidenciando-se as mudanças e as perspetivas, bem como as oportunidades e desafios.

Tabela 11 - Tendências Internacionais que provocam Impacto no Turismo

Tecnologias de Informação e Comunicação como veículo condutor da Nova Economia
Expansão das Redes Sociais
Impacto dos <i>millennials</i> na redefinição e criação dos modelos de negócios
Consumidores mais informados e exigentes
Maior enfoque na oferta customizada
Crescimento do turismo sénior – Silver Age
Crescimento dos X-tra Money to spend (solteiros com poder de compra)
Aumento dos Double income no Kids (casais sem filhos)
Crescente importância da saúde e aquisição de hábitos saudáveis
Economia partilhada
Instabilidade nas economias emergentes
Crescimento de fenómenos de insegurança
Aumento do número de Megacidades
Crescimento da indústria de cruzeiros turísticos
Maior cobertura de destinos por Companhias aéreas low cost
Estabilidade e recuperação de destinos que têm estado sob conflitos
Emergência de novos destinos
Crescimento da combinação férias e negócios
Diversificação de fontes de financiamento (por exemplo: <i>crowdfunding</i>)
Alterações Climáticas e maior importância da sustentabilidade

Fonte: Turismo de Portugal I.P., 2017.

2. 3. Contexto Económico Porto e Norte

2.3.1. Especificidades

O Porto e Norte de Portugal ao longo dos últimos anos tem-se vindo a afirmar como um motor da economia no setor do Turismo, sustentado por um património natural, cultural, histórico e arquitetónico singular, que tem desencadeado de forma excepcional o interesse crescente de visitantes nacionais e estrangeiros (Turismo do Porto e Norte de Portugal, E. R., 2015).

A par com a indubitável riqueza patrimonial, o Porto e Norte possui, todavia, uma cultura de hospitalidade única, típica das Gentes do Norte, que sabem e apreciam o receber de forma pura e cordial. Cada visitante é convidado especial, que vem dar alegria às ruas e à vida dos Nortenhos. Os visitantes sentem-se em casa e desejam voltar. Todas estas características, bem como a dinâmica das entidades públicas e privadas que participam do turismo da Região, vêm comprovar o crescimento do setor em todos os mercados (Turismo do Porto e Norte de Portugal, E. R., 2015).

O Porto e Norte tem vindo a crescer de forma sustentável a nível turístico e é dotado de recursos turísticos de grande qualidade, entre os quais destacamos:

- 500 monumentos identificados no IPA - Inventário do Património Arquitetónico, uma base de dados técnico-científica que documenta o património arquitetónico, urbanístico e paisagístico português e de matriz portuguesa.
- Um património com paisagens únicas e diversas áreas protegidas, uma região que possui o único Parque Nacional existente em Portugal, o Parque Natural da Peneda-Gerês. De referir também, os Parques Naturais do Douro Internacional, do Litoral Norte, do Alvão e de Montesinho. São paisagens naturais por onde os peregrinos seguem o caminho de Santiago de Compostela, de Fátima ou de São Bento da Porta Aberta, entre vários destinos de peregrinação (Visite Portugal, Web site).

Estes recursos proporcionaram ao Norte de Portugal seis classificações como Património Mundial da Humanidade da UNESCO e que passamos a apresentar:

- Os Sítios Pré-Históricos de Arte Rupestre do Vale do Rio Côa e de Siega Verde, que comprovam os tempos pré-históricos das gravuras em rocha;
- O Centro Histórico do Porto, com vestígios de ocupação humana que remontam ao 1º Milénio a.C., e o comércio do Vinho do Porto;
- O Centro Histórico de Guimarães, berço de Portugal e de D. Afonso Henrique o primeiro Rei;
- O Alto Douro Vinhateiro, com uma paisagem única que caracteriza a vasta Região Demarcada do Douro, a mais antiga região vitícola regulamentada do mundo;
- O Santuário do Bom Jesus do Monte, em Braga, caracterizado por uma paisagem cultural que remete para Jerusalém, representando um monte sagrado coroado com uma igreja;

- O Entrudo Cocalheiro – Carnaval de Podence, com os coloridos e farfalhudos, chocalhos à cintura e um pau para amparar as tropelias dos Caretos, mais as suas máscaras vermelhas ou pretas, com uma cruz pintada na testa (Visite Portugal, Web site).

No sentido de ir ao encontro das preferências do turista e tendo em conta os objetivos das suas viagens e as suas motivações, esta região tem uma oferta multiproduto direcionada para diferentes segmentos. A promoção da mesma tem como base um conjunto de produtos estratégicos atuais, nomeadamente: Turismo de Negócios; *City & Short Breaks*; Gastronomia e Vinhos; Turismo de Natureza; Turismo Religioso; *Touring Cultural & Paisagístico* e Turismo de Saúde e Bem-Estar; em desenvolvimento o Turismo Náutico, o Golfe e o Sol e Mar (Turismo do Porto e Norte de Portugal, E. R., 2015).

O Porto e Norte de Portugal, abrange o Grande Porto, o Douro, Trás-os-Montes e o Minho, região onde Esposende, zona de estudo do presente trabalho, se insere “Figura 8”.



Figura 8 - Mapa Porto e Norte de Portugal

Fonte: Turismo do Porto e Norte de Portugal, E. R., 2015

2.3.2. Alojamento

As “Tabela” 12 e “Tabela 13” respetivamente, apresentam dados relativos às dormidas e aos hóspedes, com residência em Portugal ou no estrangeiro, estada média e proveitos de aposento no Porto e Norte de Portugal, para os anos de 2017 e 2018.

Tabela 12 - Dormidas

Localização geográfica (NUTS - 2013)	Período de referência dos dados	Dormidas (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica e Local de residência (País - lista reduzida); Anual		
		Local de residência (País - lista reduzida)		
		Total	Portugal	Estrangeiro
		N.º	N.º	N.º
Portugal	2018	67662103	19889676	47772427
	2017	65385210	18595681	46789529
Norte	2018	9778017	4037521	5740496
	2017	9008846	3814341	5194505
Cávado	2018	966614	544265	422349
	2017	889470	496235	393235
Amares	2018	40087	28760	11327
	2017	38396	27568	10828
Barcelos	2018	49769	20288	29481
	2017	40251	16381	23870
Braga	2018	582414	300426	281988
	2017	525419	262896	262523
Esposende	2018	129882	49675	80207
	2017	124751	46380	78371
Terras de Bouro	2018	143564	131079	12485
	2017	143583	131714	11869
Vila Verde	2018	20898	14037	6861
	2017	17070	11296	5774

Fonte: INE, 2019

Segundo informação obtida junto do técnico Nuno Ferreira do Turismo do Porto e Norte, em 2019, a região de Portugal que mais se evidenciou foi o Norte com o maior crescimento de dormidas de não residentes (+12,3%), demonstrando a atração crescente deste destino. Foram registadas no total mais de 6,4 milhões de dormidas de não residentes entre janeiro e dezembro.

Tabela 13 - Hóspedes

Localização geográfica (NUTS - 2013)	Período de referência dos dados	Hóspedes (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Local de residência (País - lista reduzida); Anual		
		Local de residência (País - lista reduzida)		
		Total	Portugal	Estrangeiro
		N.º	N.º	N.º
Portugal	2018	25249904	9941747	15308157
Norte	2018	5285297	2579772	2705525
Cávado	2018	522150	333976	188174
Amares	2018	20065	14114	5951
Barcelos	2018	28457	12056	16401
Braga	2018	330103	204168	125935
Esposende	2018	58265	27755	30510
Terras de Bouro	2018	74087	67711	6376
Vila Verde	2018	11173	8172	3001

Fonte: INE, 2019

O número de hóspedes estrangeiros sobressaiu em relação aos nacionais. Relativamente à estada média, os turistas permaneceram mais tempo no alojamento do turismo no espaço rural e de habitação do que no alojamento local ou hotelaria, no que se refere ao Norte e em 2018, conforme podemos constatar na “Tabela 14”.

Tabela 14 - Estada Média

Localização geográfica (NUTS - 2013)	Período de referência dos dados	Estada média (N.º) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (alojamento turístico); Anual			
		Tipo (alojamento turístico)			
		Total	Hotelaria	Alojamento local	Turismo no espaço rural e de habitação
		N.º	N.º	N.º	N.º
Portugal	2018	2,7	2,8	2,4	2,1
Norte	2018	1,9	1,8	1,8	1,9
Cávado	2018	1,9	1,9	1,5	2
Amares	2018	2			2
Barcelos	2018	1,7	1,7	1,7	2,1
Braga	2018	1,8	1,9	1,4	1,9
Esposende	2018	2,2	2,3		
Terras de Bouro	2018	1,9	2	1,7	2,1
Vila Verde	2018	1,9			1,8

Fonte: INE, 2019

No que concerne aos proveitos, o crescimento entre 2017 e 2018. No que respeita ao tipo de alojamento, a hotelaria foi a que mais se evidenciou em relação aos outros tipos de alojamento. A “Tabela 15”, apresenta informações mais detalhadas.

Tabela 15 - Proveitos de Aposento

Localização geográfica (NUTS - 2013)	Período de referência dos dados	Proveitos de aposento (€) nos estabelecimentos de alojamento turístico por Localização geográfica (NUTS - 2013) e Tipo (alojamento turístico); Anual			
		Tipo (alojamento turístico)			
		Total	Hotelaria	Alojamento local	Turismo no espaço rural e de habitação
		€ (milhares)	€ (milhares)	€ (milhares)	€ (milhares)
Portugal	2018	2993197	2633189	277424	82584
	2017	2737998	2435186	227461	75350
Norte	2018	431009	358718	48133	24158
	2017	374691	313671	39216	21804
Cávado	2018	30304	24584	3780	1940
	2017	27082	22826	2896	1360
Amares	2018	1473			370
	2017	1410	937	121	352
Barcelos	2018	1475	909	331	234
	2017	1222			
Braga	2018	17389	15128	2154	107
	2017	15204	13335	1778	91
Esposende	2018	4638	4527		
	2017	4412	4308	60	43
Terras de Bouro	2018	4394	2917	959	517
	2017	3954	2686	747	520
Vila Verde	2018	936			694
	2017	880			

Fonte: INE, 2019

2.3.3. Perfil do Turista

O perfil dos turistas do Porto e/ou Norte, onde Esposende se insere, são na sua maioria europeus, oriundos, sobretudo de Portugal, Espanha, França, Suíça, Reino Unido, Países Baixos, Alemanha. Também se tem vindo a registar um aumento significativo de turistas oriundo do Brasil que fazem as suas viagens de forma independente ou de forma organizada (*all inclusive package*). Este perfil foi traçado com base num estudo realizado pelo Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo - IPDT (2017), em parceria com a Entidade Regional de Turismo do Norte e Nordeste de Portugal (ERTPNP) e o Aeroporto Sá Carneiro, sendo os resultados deste estudo referentes ao Verão IATA de 2017 (abril a outubro de 2017).

A “Figura 9”, indica que o principal motivo da viagem é descansar, descobrir, conhecer e experimentar um país a poucas horas de viagem, mas com um clima e tradição diferente da dos seus países de origem. Esta vontade de conhecer envolve os vários aspetos do país tais como: a diversidade paisagística, a história, os vários contrastes da cultura, a natureza, o sol e praia, a gastronomia e o povo acolhedor e simpático. São turistas muito aventureiros e de espírito curioso, que valorizam os aspetos distintos do carácter e da personalidade do país (IPDT, 2017).

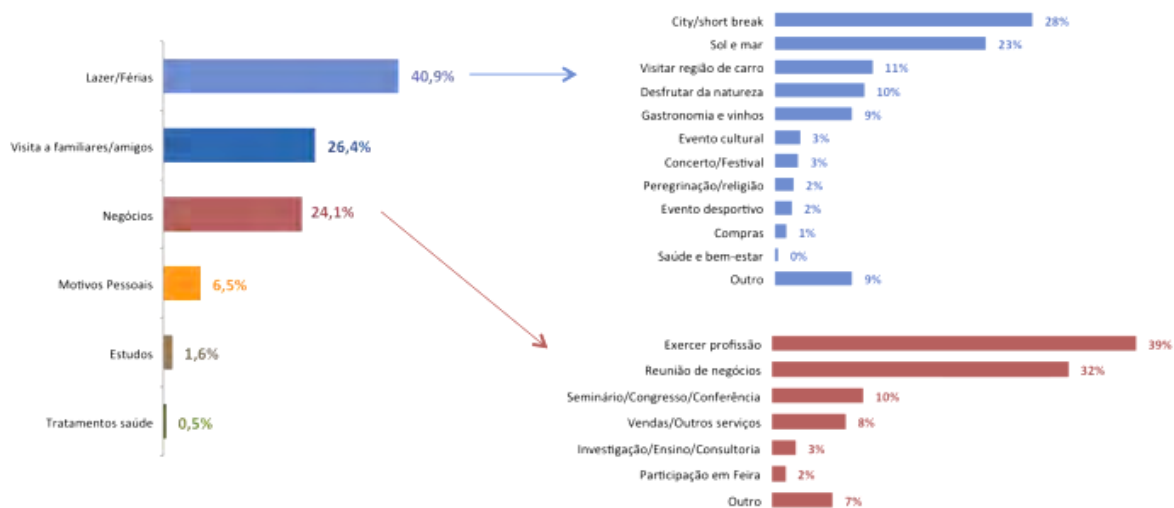


Figura 9 - Segmento e principal motivo da visita

Fonte: IPDT, 2017

Os principais mercados emissores de turistas estrangeiros para o PNP, via Aeroporto do Porto, foram a França, Suíça e Espanha com cerca de 54% de quota de mercado no total. Relativamente ao segmento dos turistas que visitam a família e amigos são de evidenciar os mercados francês (33,3%) e suíço (22,8%). O Porto destacou-se largamente como local de alojamento, absorvendo quase 51% dos turistas inquiridos, seguido de Vila Nova de Gaia (10%), e vários outros concelhos do Norte de Portugal como, Braga (7,8%), Viana do Castelo (5,9%), Guimarães (5,6%), Póvoa do Varzim (3,4%), Maia (4%) e Matosinhos (3,2%). Quanto à tipologia de alojamento no PNP, o hotel representou maior procura com 40%, seguindo-se a casa de familiares/amigos com 23% e a casa própria ficou nos 16%. Com alguma importância surgem ainda as unidades de alojamento local, tal como se pode constatar na “Figura 10”, que se segue (IPDT, 2017).

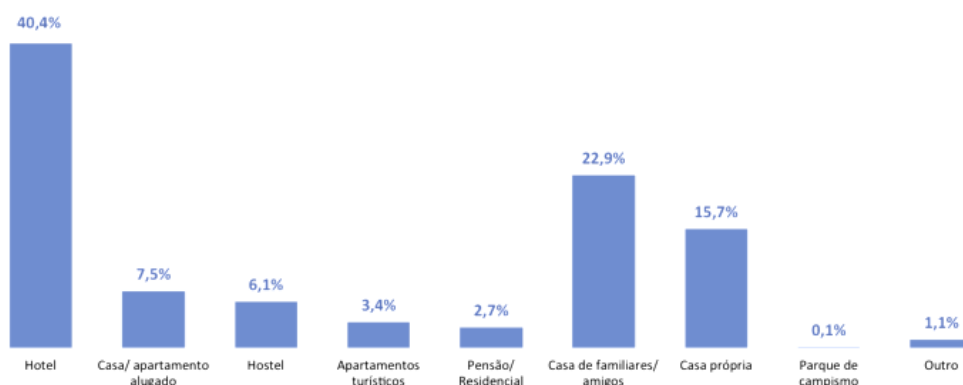


Figura 10 - Tipologia do Alojamento no PNP

Fonte: IPDT, 2017

Na visita ao PNP no verão de 2017, segundo a IATA, o consumo médio global por grupo foi de 1005€, estimando-se que cada turista tenha gasto na visita 568€. As despesas médias unitárias foram de 158€

por noite e de 89€ por noite e por indivíduo. Provar a gastronomia (81%) e fazer compras (42%), a seguir a observação da paisagem (33%), visitar ou fazer praia (32%), a desfrutar da animação noturna (30%) e os passeios de carro (29%), foram as atividades mais praticadas no PNP (IPDT, 2017).

Os turistas em lazer/férias foram os que praticaram mais atividades, uma vez que apresentaram invariavelmente frequências de utilização superiores às dos outros dois segmentos. As compras ganharam alusão no grupo em visita a familiares ou amigos (57%), o que comprova a relevância económica deste segmento para a região. A zona histórica do Porto, as praias, o Rio Douro, a gastronomia e vinhos, o Vinho do Porto e a ribeira foram os principais atrativos reconhecidos pelos turistas. Da série de atrativos identificados ganharam ainda algum destaque o Vale do Douro, o património arquitetónico, a paisagem/natureza e Guimarães. Estes resultados exibem a variedade de recursos e produtos turísticos da região Norte bem como a sua atratividade para díspares segmentos de mercado e motivações da procura (IPDT, 2017).

Quanto às habilitações literárias é importante referir que 56% dos inquiridos concluíram, no mínimo, o ensino superior. Os turistas em negócios, por norma, são os que têm habilitações mais elevadas, seguindo-se os turistas em lazer/férias (IPDT, 2017). Surgem por último os turistas em visita a familiares/amigos. Neste caso, apenas 31% possuíam como habilitações o ensino superior ou mestrado/doutoramento, tal como se pode observar na “Figura 10”, infra.

Os turistas internacionais vivem em agregados familiares com duas pessoas, sendo estes mais frequentes nos turistas em lazer/férias. Os agregados compostos por quatro elementos são mais frequentes nos segmentos de visita a familiares/amigos e negócios. Os *millennials*, foram o segmento de turistas internacionais em visita ao PNP com maior dimensão representando 53% e tinham idades entre os 19 e 40 anos, o grupo da geração X, representou 36% com idades entre 41 e 60 anos. Em termos globais, a média das idades manteve-se nos 39,6 anos não se tendo observado diferenças muito significativas entre os vários segmentos, como se pode analisar na “Figura 10”.

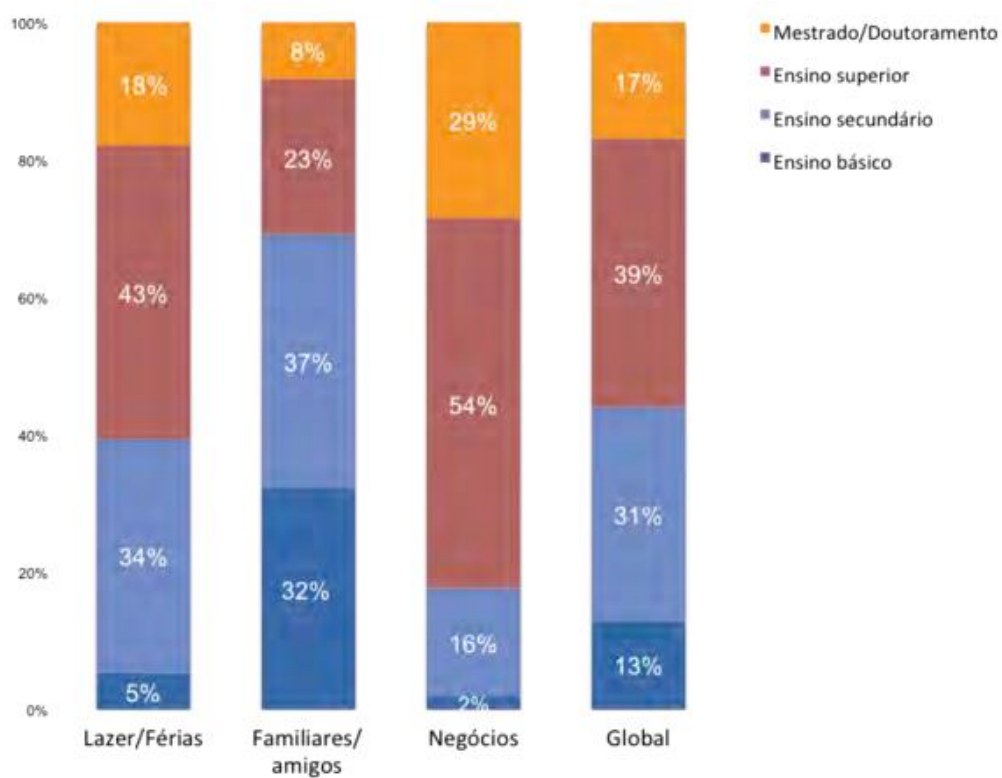


Figura 11 - Habilitações Literárias

Fonte: IPDT, 2017

Em suma, pode concluir-se uma mudança no tipo de turista que visita o Porto e Norte de Portugal. É um turista que viaja mais, tem mais poder de compra, é mais exigente e esmerado na sua escolha, com um nível de educação superior, mais atento e mais preocupado com o seu bem-estar, saúde, com a sustentabilidade e, conseqüentemente, mais difícil de satisfazer.

3. Potencial Turístico

3.1. Conceito e Necessidade da Avaliação

O potencial turístico ou os componentes que definem um destino turístico dependem, basicamente, da quantidade e qualidade dos recursos turísticos existentes nesse local. No entanto existem outros aspetos, como a acessibilidade e os equipamentos, que são também responsáveis pelo seu potencial. Portanto, para poder caracterizar um destino, para além de se avaliar o que se conhece em matéria de recursos, é necessário analisar o espaço geográfico que configura a base desse território, que deve ser considerado, ao mesmo tempo, como recurso e como fator de localização daquelas atividades (Fabeiro & Blas, 2001).

Segundo Licínio Cunha (2008) os recursos turísticos assentam essencialmente na natureza, na história e na cultura, no entanto, são os elementos ou os fatores naturais que originam a estruturação e organização da maior parte dos destinos turísticos. Contudo, com a evolução do turismo, estes elementos não perderam nem o seu significado nem a sua capacidade de atração. Surgiram sim, novos atrativos e transformações em elementos existentes, sem qualquer ligação ao turismo (por exemplo minas ou fábricas inativas), com a finalidade de dar resposta a novas solicitações da procura.

A inovação, o progresso tecnológico e novos estilos de vida, conduziram ao surgimento de novos fatores de atração, apresentando-se como exemplo os 6 complexos distintos parques de diversões Disney espalhados pelo mundo. A democratização do turismo, a ampliação da base motivacional das deslocações turísticas, a segmentação da procura turística, bem como, a conceção de meios artificiais que, pelos seus atributos ou grandiosidade provocam a curiosidade, alteram o elenco de atrativos que originam as correntes turísticas (por exemplo o caso de Las Vegas, Macau ou Dubai não são os fatores naturais nem histórico-culturais que originam a procura, mas sim, um conjunto de elementos concebidos pelo homem com o intuito de desenvolver atividades turísticas). Neste sentido, qualquer país ou região pode ser provido de recursos ou atividades suscetíveis de utilização como atração turística e de permitir o desenvolvimento de atividades turísticas (Cunha, 2008).

No entanto, nem todos os recursos oferecem as mesmas possibilidades: uns possuem um forte poder de atração que isoladamente dão origem a correntes turísticas que justificam o desenvolvimento de atividades de exploração para a satisfação das necessidades; outros desses recursos, desempenham sobretudo um papel de fortalecimento ou de diversificação da atração já existente. Assim, a avaliação do desenvolvimento turístico de uma localidade é baseada nos recursos que possui, mas o seu crescimento está dependente da capacidade de os valorizar e da criação de novos fatores de atração. Assim sendo, cada localidade depende dos recursos que nela existam e as potencialidades turísticas variam de localidade para localidade. Cada localidade, ou cada recurso, oferece um potencial que difere de outro em muitos aspetos que necessitam de ser avaliados (Cunha, 2008).

Mas o termo avaliação pode ser analisado sob vários pontos de vista. Pode ser entendido como o conjunto dos métodos científicos que permitem determinar a eficácia dos programas ou das instituições no desenvolvimento de uma atividade ou serviço ou, o grau de realização dos objetivos fixados (Deng et. al. 2002). Pode ainda ser visto no sentido da determinação de um índice que permita identificar a importância de um dado recurso turístico comparativamente a outro ou a relevância que assume para os visitantes no processo de decisões das suas viagens (Cunha, 2008).

Já os recursos são o suporte da organização dos espaços que garantem a ação turística dos territórios, isto é, o processo de transformação que origina uma nova realidade e novas relações com o objetivo de satisfazer as necessidades turísticas dando origem aos destinos. Espaços que, inicialmente possuíam uma vocação, são modificados para desempenharem uma nova missão (Cunha, 2006). Portanto, os recursos são também a base do processo de organização empresarial. Para garantir o equilíbrio entre recursos e a exploração dos mesmos, é indispensável o conhecimento do potencial turístico, através de medidas de avaliação adaptadas às características específicas dos destinos, tais como as praias, parques naturais, centros históricos e as montanhas.

De acordo com Cerro L. (1992, 1993), para analisar o valor real do potencial turístico de um território, não podemos medir apenas o número de recursos e atrativos que possui. Importa, sobretudo, a sua qualidade, bem como o apetrechamento de outros fatores, tais como as acessibilidades e os equipamentos. A avaliação do potencial turístico tem como objetivo permitir fundamentar as decisões relativas ao aproveitamento turístico de certos territórios ou recursos. No entanto, considerando a grande variedade dos recursos e dos territórios turísticos, é fundamental uma avaliação que admita abarcar realidades tão díspares como praias, montanhas, parques naturais ou cidades.

3.2. Recursos Turísticos

Economicamente, podem definir-se recursos como sendo todos os meios tangíveis ou intangíveis, usados num processo de transformação para a obtenção de bens ou serviços destinados a satisfazer as necessidades do homem. Neste contexto, os recursos não são considerados como tais pelo simples facto de existirem: só o são mediante um processo de transformação que lhes atribua a capacidade de satisfazer necessidades (Zimmermann, citado por O.M.T, 1998).

De acordo com Cunha os recursos turísticos são “(...) *todos os elementos naturais ou actividades humanas que dêem origem à deslocação de visitantes*” e acrescenta “(...) *são os elementos essenciais do desenvolvimento turístico porque são eles que determinam a atracção de um país ou região e definem as suas potencialidades turísticas.*” (Cunha, 2008, p. 24-25).

No entanto, Cunha refere que a «Organização Mundial de Turismo distingue dois conceitos distintos: i) património turístico e ii) recurso turístico (OMT, 1978). O primeiro pode ser definido como sendo “o conjunto potencial (conhecido ou desconhecido) dos bens materiais ou imateriais à disposição do

homem e que podem utilizar-se, mediante um processo de transformação, para satisfazer as suas necessidades turísticas”. O segundo, compreende “todos os bens e serviços que, por intermédio da atividade humana, tornam possível a atividade turística e satisfazem as necessidades da procura” (Cunha, 2008, p.25).

Neste contexto, o património turístico consiste no elemento básico que o homem transforma em recursos turísticos utilizando meios técnicos, humanos e financeiros. Os recursos são então compostos pelo património turístico que se transforma em utilizável mediante uma intervenção (Cerro, 1993).

Segundo Cunha (2008), os recursos naturais (oferecidos pela natureza) não são suficientes para garantir a permanência dos visitantes numa determinada localidade. É fundamental e necessário a construção de equipamentos que, por um lado, permitam a deslocação (acessibilidades e facilidades) e, por outro, garantam a permanência (alojamento, restauração), exigindo uns e outros a construção de infraestruturas. Na ausência destes equipamentos, não subsistirá a atividade turística embora possam existir deslocações. A relevância e as características dos recursos turísticos é que designam a maior ou menor potencialidade dos destinos turísticos, sendo por esse motivo a sua identificação uma das tarefas fundamentais do processo de desenvolvimento turístico.

3.2.1 Tipologias

O valor turístico de um território tem como base os recursos turísticos que possui e as características que o reconhecem, tais como o clima e a cultura, mas a análise do valor real do seu potencial turístico não é medida apenas pelo número dos recursos que possui, mas claramente pela qualidade dos mesmos (Fabeiro & Blas, 2003).

No global, o potencial turístico depende do número e qualidade dos recursos, bem como das acessibilidades, das infraestruturas e equipamentos que essa localidade dispõe/oferece. A avaliação dos recursos implica a identificação das hierarquias primárias, que se determinam para cada recurso (naturais, monumentais, etnográficos) de acordo com as hierarquias da OEA (Cunha, 2008).

A “Tabela 16”, dá-nos a conhecer as diversas tipologias de recursos turísticos existentes, de acordo com alguns autores.

Tabela 16 - Tipologias de Recursos Turísticos

Autor	Tipologia de Recursos
Defert (1966)	Divisão em quatro tipos de recursos: hidromo (elementos de atração relacionados com água), fitomo (elementos terrestres, incluindo os elementos naturais, modificados ou não, que tem capacidade de atração); litomo (elementos construídos pelo Homem que possuam interesse pela sua natureza ou pelos usos a que se destinam), e, antropomo (o Homem como elemento fundamental). Mais tarde (cf. Cerro, 1993) completado com um quinto tipo de recurso a mnémome (a memória, elementos intangíveis que tenham o poder de motivar as deslocações turísticas).
Corna Pellegrini (1973)	Dois tipos de divisão: os recursos originais e os recursos complementares. Nos primeiros incluem-se aqueles recursos com um caráter único e especializado cuja função original é alheia ao fenómeno turístico (ex. um monumento). Os recursos complementares são aqueles que foram criados com o propósito de aumentar a capacidade de atração do recurso original já existente.
Gunn (1988)	Divisão em três categorias principais: recursos naturais (paisagem, vegetação, florestas, clima etc), recursos culturais (património histórico e cultural, museus, manifestações de cultura tradicional, realizações técnicas ou artísticas contemporâneas, folclore, etc) e outros recursos (como aqueles construídos com o propósito de atrair visitantes, parques temáticos).
Gunn, C. A. e Var T. (2002)	Dois tipos: <i>touring attractions</i> e <i>long-stay attractions</i> , distinguindo os recursos relacionados com a visita do destino e outros que atraem e estimulam a estadia.
González, A. M. e Fálcon, J. M. G. (2003)	Com inspiração na análise estratégica da empresa dividem os recursos de turismo em três tipos: ofensivos (os mais relevantes para se criarem vantagens competitivas, atrativos do destino), indiferentes (recursos não diferenciáveis entre destinos em termos de serem criados ou desenvolvidos), defensivos (repelentes de um território e que podem ser usados em benefício próprio por outros destinos).
Vareiro (2007)	Três grandes categorias de recursos turísticos: naturais (relacionados com a água - mar, rios, lagos e com a terra e o seu ecossistema - paisagens, montanhas, vales), histórico-monumentais (todos os vestígios históricos e património cultural, restos arqueológicos, monumentos históricos, pontes, igrejas e outros), e, etnográficos (a vivência e as manifestações de um povo, as suas formas de vida, tradições, costumes, artesanato, festas e romarias, gastronomia, entre outros aspetos).
Cunha (2008)	Os recursos são divididos em cinco grandes categorias: sítios naturais, museus e manifestações culturais históricas, folclore, realizações técnicas, científicas e artísticas contemporâneas, acontecimentos programados.

Elaboração própria, Fonte: baseada na definição dos vários autores estudados

Relativamente às acessibilidades, o grau de acessibilidade de uma determinada localidade é um dos aspetos fundamentais do desenvolvimento de atividades turísticas e é definido em função das condições que permitem a deslocação dos turistas, desde os mercados emissores até aos mercados recetores. De forma a determinar o grau de acessibilidade, é importante considerar individualmente e distinguir a acessibilidade interior da exterior. A interior, refere-se à distância entre os principais centros urbanos e a localidade de destino e avalia-se pela qualidade das vias de comunicação. A segunda, a

exterior, refere-se às facilidades de acesso internacional determinadas pela distância económica (distância tempo/custo). A distância económica para uma região é igual para todos os destinos que nela se situam, podendo desta forma afirmar-se a acessibilidade pode ser classificada em função dos acessos a partir do ponto de chegada das vias nacionais ou internacionais (Cunha, 2008).

Quanto aos equipamentos, este fator é definido em função de dois constituintes primários, os equipamentos turísticos (hotelaria e restauração) e os equipamentos comerciais (comércio local) (Cunha, 2008). Segundo o INE (2019), na hotelaria “Estão incluídos estabelecimentos com 10 ou mais camas: hotéis, hotéis-apartamentos, pousadas, quintas da Madeira, apartamentos e aldeamentos turísticos. O Decreto Lei n.º 168/97, define que “são estabelecimentos de restauração, qualquer que seja a sua denominação, os estabelecimentos destinados a prestar, mediante remuneração, serviços de alimentação e de bebidas no próprio estabelecimento ou fora dele.” (Decreto Lei nº. 168/97, p. 2.).

A variável equipamentos turísticos e a variável equipamentos comerciais podem ser avaliados em função do número e qualidade dos estabelecimentos existentes.

Face ao exposto, podemos afirmar que os recursos se não existirem serão os mais difíceis de criar. Por esse motivo, estão em primeiro lugar de importância. O fator acessibilidade é o segundo em importância porque é impossível reduzir distâncias físicas, mas a qualidade dos acessos e a distância económica podem ser melhorados. Os equipamentos (turísticos e comerciais) constituem o fator menos condicionante, porque a sua criação é mais fácil de desenvolver (Fabeiro & Blas, 2003).

Em síntese, a conjugação dos recursos turísticos, dos destinos turísticos, bem como as acessibilidades e os equipamentos são a essência para avaliar o potencial turístico de um determinado território.

3.3. Métodos de Avaliação

A identificação dos recursos turísticos é fundamental para avaliar o potencial turístico de uma determinada localidade e conseguir o seu desenvolvimento. Portanto esta identificação realiza-se através do inventário dos recursos turísticos que compreende a elaboração de um catálogo dos lugares, elementos naturais, objetos ou estabelecimentos que, consoante suas características e de forma isolada ou em conjunto, causem a deslocação de visitantes e tornem possível o desenvolvimento de atividades turísticas. Por esta definição, o inventário abrange todos os recursos turísticos, por ex: uma praia ou um monumento, mas exclui as atividades, por ex: os hotéis ou restaurantes que são atividades turísticas proporcionadas pelos recursos.

A problemática que se coloca na elaboração de um inventário é o de determinar uma metodologia ou critérios que possibilitem abranger realidades tão díspares de modo a terem aceitação geral com o objetivo de estabelecer classificações comparáveis. Na elaboração de inventários dos recursos, os métodos mais simples seguidos, são aqueles que classificam os elementos em grupos que possuam

características equivalentes. Por exemplo: recursos naturais em que a característica comum é a natureza (os rios, o mar, a montanha, os pinhais). Por conseguinte, estes métodos reconhecem a sua essência, mas não a função e a importância dos recursos, que são um critério mais vantajoso para efeitos de planeamento porque permitem uma melhor identificação do potencial dos recursos (Cunha, 2008).

É importante não só número, natureza ou função dos recursos, bem como investigar a sua relevância para estabelecer uma ordem de prioridade nos programas ou projetos de desenvolvimento. Neste sentido a Organização dos Estados Americanos (OEA), estabeleceu uma metodologia que foi bem aceite por possibilitar, além da classificação, a hierarquização dos recursos turísticos. Esta metodologia estabelece uma classificação dos recursos turísticos em 5 grandes categorias, subdivididas em 5 tipos e subtipos, designadamente:

1. Sítios Naturais: estes abrangem todos os lugares que possuem um valor paisagístico, com eliminação de qualquer outro critério, bem como os recursos relacionados com o interesse paisagístico (tais como a fauna, a flora, a caça e a pesca).
2. Museus e manifestações culturais históricas: compreende o conjunto dos recursos de natureza cultural que possuem um valor histórico, artístico ou monumental tais como: os museus, as realizações urbanas, os lugares históricos ou os centros arqueológicos.
3. Folclore: que abrange todas as manifestações relacionadas com a cultura, os costumes e as tradições da população residente.
4. Realizações técnicas, científicas e artísticas contemporâneas: que abrangem apenas os elementos que pela sua unicidade ou alguma característica excecional têm interesse turístico: tais como as explorações minerais ou industriais, obras de arte e técnica, centros científicos e técnicos.
5. Acontecimentos programados: que compreendem todas as manifestações e eventos organizados, atuais ou tradicionais, tais como os acontecimentos artísticos, desportivos ou outros, que podem ter capacidade para atrair visitantes.

Identificados os recursos, são de seguida classificados em categorias, tipos e subtipos e, conseqüentemente hierarquizados, de acordo com o seu interesse turístico, conforme o seu atrativo seja pouco ou muito relevante. As hierarquias estabelecidas pela OEA são 5, nomeadamente:

- Hierarquia 5: recurso com características excecionais de grandioso significado para o mercado turístico internacional, com capacidade e de forma isolada originar uma importante corrente de visitantes (atual e potencial) (interesse internacional);
- Hierarquia 4: recurso excecional com capacidade para motivar uma corrente (atual ou potencial) de visitantes nacionais ou estrangeiros, seja isoladamente ou em conjunto com outros atrativos locais (interesse nacional);
- Hierarquia 3: recurso com certa capacidade de atração capaz de cativar e interessar visitantes de longa distância, mas que o interesse de se deslocarem é por outras razões turísticas.
- Hierarquia 2: recurso com interesse, com capacidade de originar correntes turísticas regionais ou locais.

- Hierarquia 1: recurso que pelo seu mérito próprio é insuficiente para ser considerado um recurso relevante, mas em conjunto com outros, desempenha um papel importante e complementar, diversificado e potenciando os restantes recursos (Cunha, 2008).

Quando os recursos, de forma isolada ou em conjunto com outros, incentivam a permanência de correntes turísticas, de dimensão considerável, proporcionam o surgimento de atividades turísticas que se desenvolvem em espaços territoriais menores ou maiores. Sem qualquer plano ou estratégia, estas atividades podem surgir de forma informal ou surgir mediante uma decisão organizada estrategicamente, com o objetivo de atrair indivíduos. Daí que possam vir a originar experiências inabituais do seu quotidiano e do lugar onde residem. Independentemente da forma como surgem, as transformações que se realizam no espaço territorial, dão início a novas relações, alteram as suas características e originam novas atividades provocando desta forma uma nova estruturação espacial onde se encontra um conjunto de atrações e serviços que garantem uma produção turística variada (Cunha, 2008). Estes espaços denominam-se por Destinos Turísticos e podem classificar-se como sistemas constituídos por componentes espaciais, administrativos e produtivos, assim como pelas inter-relações e efeitos que geram (Cunha, 2008).

A imagem dos destinos é fundamental, porque a decisão dos turistas não é apenas determinada pelo potencial desempenho do destino, mas também pela perceção da sua personalidade ou imagem (Kim, 1998). Esta imagem é formada pelas impressões visuais ou mentais compostas por uma série de qualidades que definem o destino nas suas inúmeras dimensões o qual provoca uma influência enorme na atitude e na decisão do consumidor turístico (Beerli & Martin, 2004).

Os conceitos de destino turístico, à semelhança dos conceitos de recursos turísticos não têm uma definição estanque. As definições deste conceito na literatura variam conforme a abordagem (oferta ou procura). Analisado pelo lado da procura um destino turístico é um local para o qual as pessoas decidem viajar e manter-se um determinado período de tempo de forma a experimentar as funcionalidades e características desse local (Leiper, 1995). Analisado pelo lado da oferta e de acordo com Hall (2000); Davidson e Maitland (1997), os destinos turísticos são identificados como áreas geográficas (como países, regiões ou cidades) configurando-se como mistos de produtos turísticos que oferecem uma experiência integrada aos seus consumidores.

Mais recentemente, Cracolici e Nijkamp (2009) sugerem uma abordagem integrada de perspetivar este conceito, onde o destino turístico deixa de ser visto apenas como um conjunto de diferentes recursos, e passa a ser visto como um produto global atraente, fundamentado no seu potencial endógeno, disponível numa determinada área que oferece uma experiência de férias com capacidade de satisfazer as necessidades do turista. Por norma, o turismo localiza-se em territórios dotados de recursos turísticos promovendo a multiplicidade de destinos e de respostas dos próprios atores do sistema de turismo.

Em síntese, assumindo que os recursos e os destinos é que atraem os visitantes, a avaliação da capacidade que cada um deles detém, é que garante o desenvolvimento das atividades turísticas, que por sua vez determina o potencial turístico.

Parte III- Município de Esposende

1. Retrato Territorial do Município de Esposende

De forma a contribuir para melhorar o conhecimento e aprofundar o tema turismo do Município de Esposende é essencial ter presente a sua realidade socioeconómica, assim como compreender algumas características da sua oferta turística. Neste contexto, nesta primeira fase do trabalho, começa-se por fazer uma breve apresentação e caracterização socioeconómica do local em estudo, procurando fornecer informações fundamentais que permitam um conhecimento do mesmo nas suas principais vertentes. Posteriormente, será efetuada uma breve descrição da oferta turística do Município, concluindo com uma sucinta abordagem da organização institucional ao nível do turismo. As “Figuras 12, 13 e 14”, representam o Município de Esposende.



Figura 12 – Município de Esposende- Heráldica
Fonte: Município de Esposende - Heráldica, 2019

1.1. Delimitação Geográfica

Esposende é um dos 308 concelhos do país com localização a Norte e pertencente ao Minho e insere-se no distrito de Braga, que detém 14 concelhos, sendo Esposende o único com território litoral (Figura 12). O concelho de Viana do Castelo é o seu limite a norte, a sul o concelho da Póvoa de Varzim, a nascente o concelho de Barcelos, a poente com uma extensão de aproximadamente de 18km é banhado pelo oceano atlântico e é também atravessado pelo rio Cávado a Sul e a Norte pelo Rio Neiva. O seu território compreende uma área de 95.18km², representando 3,41% da área total do distrito de Braga (Município de Esposende, Web site).

Em 2011, o concelho de Esposende tinha 34.361 habitantes. Em termos coreográficos, o concelho apresenta notórias diferenças que podem ser reconhecidas como: planície litoral que se estende desde Apúlia a Antas, com níveis de altitude pouco variáveis e exibindo cotas muito baixas. É constituído por nove Freguesias (Figura 13), (Antas; Apúlia e Fão; Belinho e Mar; Esposende, Marinhas e Gandra; Fonte Boa e Rio Tinto; Forjães; Gemeses; Palmeira de Faro e Curvos; Vila Chã) (Município de Esposende, Web site).



Figura 13 - Vista Aérea de Esposende

Fonte: Município de Esposende, 2019

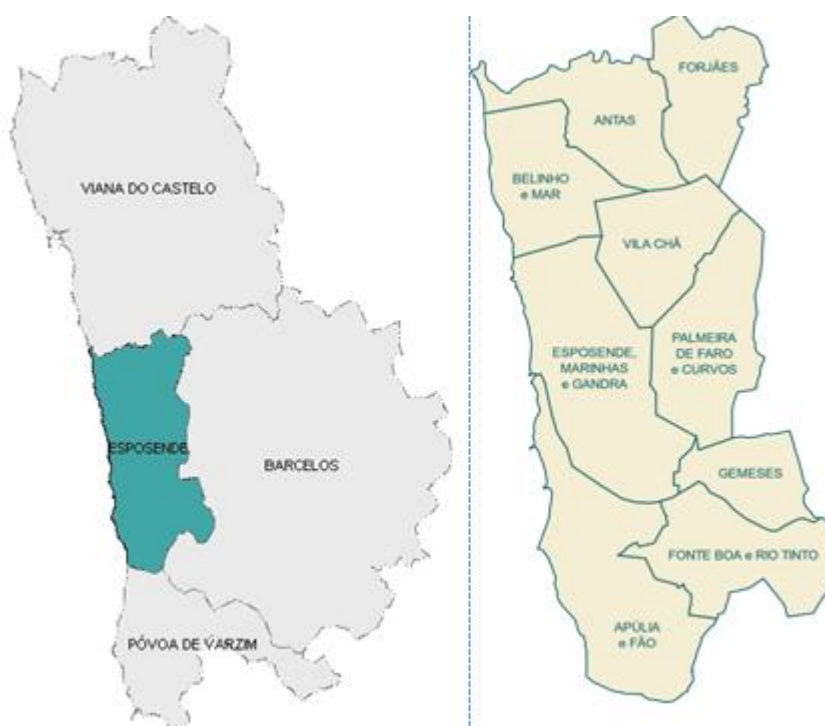


Figura 14 - Mapa de Municípios e Mapa Freguesias do Município de Esposende

Fonte: Município de Esposende, 2019

1.2. Demografia

Sendo Esposende o segundo Município mais pequeno do distrito de Braga, é também aquele que apresenta a maior densidade populacional (359,8 habitantes/Km²) de toda a província do Minho. É o único concelho do distrito de Braga banhado pelo Oceano Atlântico (Pordata, 2019). A “Tabela 17”,

refere os dados censitários relativos aos anos 2001, 2011 e 2017 de Portugal em geral e especificamente do Município de Esposende.

Tabela 17 - Dados Censitários de 2001, 2011 e 2017

	2001		2011		2017	
	Esposende (Município)	Portugal	Esposende (Município)	Portugal	Esposende (Município)	Portugal
População residente	33 380	10 362 722	34 330	10 557 560	33 962	10 300 300
Densidade populacional						
Nrº médio de indivíduos/km2	349,8	112,5	359,8	114,5	356,0	111,7
População idade ativa (%)						
15 aos 64 anos	67,7	67,3	69,3	66,1	68,8	64,8
Idosos (%)						
65 e mais anos	12,1	16,5	14,0	18,9	16,6	21,3
Índice de envelhecimento						
Idosos por cada 100 jovens	59,5	101,6	83,5	125,8	113,7	153,2
População ativa						
Empregada + desempregada	16 324	4 990 208	⊥ 17 023	⊥ 5 023 367	-	-
Taxa de emprego (%)						
População empregada por cada 100 indivíduos com 15 e mais anos	58,3	53,5	52,8	48,5	-	-
População empregada no setor primário (%)	8,2	5,0	5,4	3,1	-	-
População empregada no setor secundário (%)	52,9	35,1	42,5	26,5	-	-
População empregada no setor terciário (%)	39,0	59,9	52,1	70,5	-	-
Taxa de desemprego (%)						
População desempregada por 100 ativos	4,9	6,8	⊥ 11,3	⊥ 13,2	-	-

Fonte: Pordata, 2019

Simbologia: ⊥ Quebra de série

Como se pode observar na tabela anterior, a taxa da população em idade ativa mantém-se praticamente constante nos anos em análise, enquanto a dos idosos aumentou significativamente. O índice de envelhecimento também apresenta um aumento significativo ao longo dos anos. A população ativa empregada e a desempregada, considerando dados provisórios de 2011 também teve um aumento. A taxa de emprego teve um decréscimo ao longo dos anos. O setor terciário, é aquele que apresenta um aumento mais significativo. Por último, a taxa de desemprego, a considerar (⊥ Quebra de série) de 2011 sofreu um aumento significativo.

Em síntese, apesar da taxa de emprego apresentar uma descida ao longo dos anos, o número de população ativa é elevado e é de evidenciar também que o setor terciário é aquele onde o turismo se insere, o que significa um aspeto dinamizador de empregabilidade local.

1.3. Formação e Educação

Outrora o sucesso de um território estava essencialmente dependente, dos seus recursos naturais. Atualmente, os Recursos Humanos e preferencialmente qualificados e abertos a novas tecnologias, são, todavia, essenciais para tornar as regiões efetivamente competitivas. Daí a importância do incentivo à formação, e esta ser um passo essencial para atingir estes objetivos. A “Tabela 18”, dá-nos a conhecer o nível de escolaridade da população do Município de Esposende, em termos de população residente de 15 e mais anos.

Tabela 18 – Nível de escolaridade

	2001		2011		2017	
	Esposende (Município)	Portugal	Esposende (Município)	Portugal	Esposende (Município)	Portugal
População residente de 15 e mais anos, sem nível de escolaridade (%)	16,7	18,0	9,6	10,4	-	-
População residente de 15 e mais anos, com ensino secundário (%)	9,2	13,3	13,6	15,7	-	-
População residente de 15 e mais anos, com ensino superior (%)	4,6	7,6	11,4	13,8	-	-

Fonte: Pordata, 2019

Tal como se pode constatar na “Tabela supra”, no Município de Esposende a taxa de analfabetismo entre 2001 e 2011 teve uma diminuição significativa. Relativamente ao nível de escolaridade, pode verificar-se que nos últimos anos o aumento foi bastante favorável, principalmente ao nível do ensino superior, onde o aumento é notório.

Em suma, através destes dados pode-se afirmar que ao longo dos anos a população se tem vindo a preocupar mais com a sua educação/formação. Este é um motivo para afirmar que o Município de Esposende tem capacidade para atrair empresas e novos investidores, cuja competitividade assenta na tecnologia, em elevar os níveis de qualidade nos serviços prestados e qualificação dos Recursos Humanos, particularmente no que respeita à área do turismo.

1.4. Acessibilidades da Região

No que respeita a acessibilidades internas, o Município de Esposende possui três eixos de circulação rodoviária principais, nomeadamente a Estrada Nacional 13, a A28 e a A11:

- A Estrada Nacional 13, que atualmente tem como principal função a ligação interna do Município;
- A A28, que garante a ligação com o Norte (Viana, Galiza) e o Sul (Porto);
- A A11, que garante a ligação com as principais cidades do Distrito (Esposende, Barcelos, Braga e Guimarães).

O aeroporto Sá Carneiro situa-se a aproximadamente 30 km de Esposende, com a vantagem de se situar no triângulo, Porto, Braga e Viana do Castelo (Município de Esposende, 2019).

No que se refere a acessibilidades externas, apresentam-se razoáveis. A dinâmica de todos os operadores turísticos aéreos, ferroviários e fluviais, as regalias promovidas por estes operadores a nível de facilidades de preços, qualidade dos serviços e a duração de tempo das viagens, é imprescindível para o crescimento do turismo da região. No entanto, o desenvolvimento de parcerias conjuntas nacionais e internacionais constituirá uma mais-valia significativa e que reforçará esta dinâmica.

Quanto às acessibilidades internas, verifica-se a ausência de oferta de transportes que potenciam a acessibilidade ao destino (aeroporto do Porto e Esposende) “Figura 15”. O Município de Esposende, em parceria com os empresários da área, deverá acautelar esta fraqueza e trabalhar no sentido de encontrar soluções.

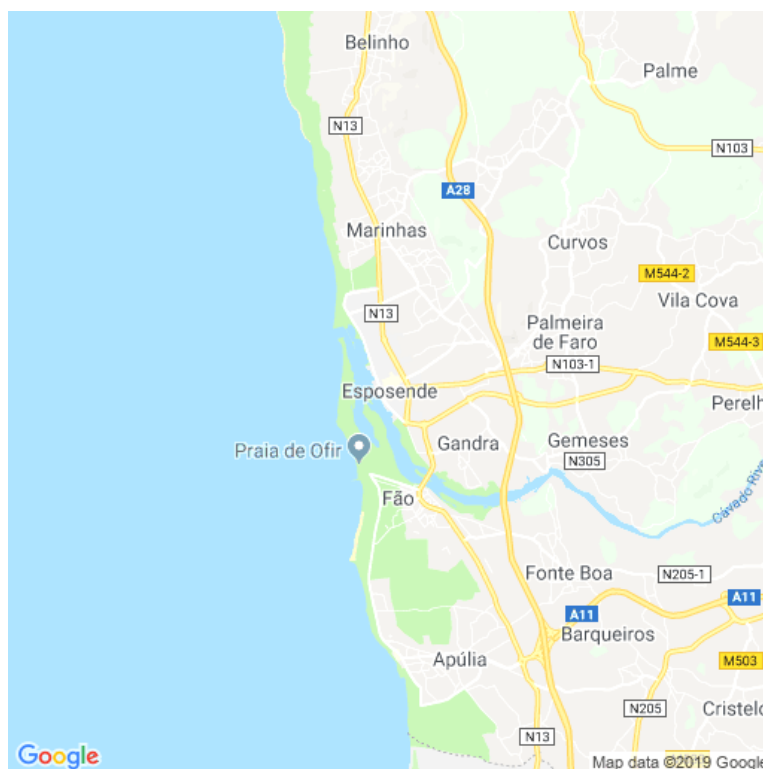


Figura 15 - Mapa de acessibilidades ao Município de Esposende
Fonte: Google Maps

A extensão do metro até Esposende ou mesmo a sua continuidade, será também fundamental, uma vez que a rede de metro tem como termo a cidade da Póvoa de Varzim.

Face aos aspetos atrás evidenciados, pode concluir-se que, no plano das acessibilidades, o Município de Esposende relativamente a outras regiões, está bem posicionado. No entanto, verificam-se algumas condicionantes físicas. Contudo e, mais importante nota, constata-se a ausência de parcerias públicas/privadas (ausência de diálogo, individualidade), para o desenvolvimento do Turismo local.

2. Potencialidades Turísticas

Para além do retrato territorial é ainda fundamental que sejam identificados os principais recursos turísticos do Município de Esposende, como suporte da atividade turística atual e potencial de crescimento, bem como dos elementos complementares, como os estabelecimentos de alojamento e a restauração.

2.1. Inventário de Recursos Turísticos

Os recursos turísticos são determinantes no potencial de desenvolvimento turístico de um destino (Cunha, 2008). Para o presente estudo, adaptado à realidade do Município de Esposende enquanto destino turístico, considerou-se os Tipos e a Classificação e Hierarquização dos Recursos Identificados.

2.1.1. Tipos de Recursos Turísticos

Relativamente aos tipos, o Município de Esposende beneficia de um leque de Recursos turísticos relacionados com o Património Natural, Património Histórico Monumental e Património Etnográfico, recursos que iremos expor nos parágrafos seguintes.

- **Recursos Naturais**

As potencialidades ambientais e os recursos naturais existentes no Município de Esposende possuem um valor turístico absolutamente importante. O Município tem o privilégio de possuir paisagens de enorme beleza natural, tais como o mar, os rios e os montes. É um território com características únicas e está inserido no Parque Natural do Litoral Norte, que foi criado (...) “com o objetivo de proteger e conservar o litoral do Município de Esposende e os seus elementos naturais físicos, estéticos e paisagísticos, bem como suste e corrigir os processos conducentes à destruição do património natural e dos recursos naturais, promovendo o uso ordenado do território e a sua utilização para fins recreativos.” (Despacho nº. 4270, DR. 2017, p. 9662).

É um destino com condições excecionais para a prática de desportos de natureza, numa vertente de lazer ou mais desportiva. Os recursos marítimos e fluviais permitem o aproveitamento para atividades náuticas, como por exemplo a pesca, os passeios de barco, o Kitesurf “Figura 16”, o surf “Figura 17”, o

windsurf “Figura 18”, a canoagem “Figura 19”, o mergulho “Figura 20”, o jetski, a vela e o bodyboard, entre outros.



Figura 16 - Kitesurf
Fonte: Município Esposende, 2019



Figura 17 - Surf
Fonte: Surf-forecast, 2019



Figura 18 - Windsurf
Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 19 - Canoagem

Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 20 - Mergulho

Fonte: Visite Esposende, 2019

O *birdwatching* “Figura 21 e Figura 22” é outra vertente em crescimento e uma opção para aqueles que procuram uma atividade mais calma, como observar as aves que procuram refúgio no rio e pinhal. Esposende foi considerado pela Observanatura (feira de turismo de natureza, considerada a mais importante do país), o principal destino para observação de aves na região norte, pela sua localização geográfica, pela biodiversidade e pela variedade de espécies (Município de Esposende, 2020).



Figura 21 - Birdwatching

Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 22 - Birdwatching

Fonte: Visite Esposende, 2019

O golfe “Figura 23”, os percursos pedestres, a equitação (sendo Esposende considerado destino equestre internacional), os passeios a cavalo “Figura 24 e Figura 25” ou em bicicleta, são também outras alternativas (Município de Esposende, 2019).



Figura 23 - Golfe

Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 24 - Escola de Equitação

Fonte: Clube Hípico do Norte, 2019



Figura 25 - Passeios a cavalo

Fonte: Visite Esposende, 2019

As praias marítimas possuem uma riqueza única pelas suas características e benefícios do iodo e algas e são aconselhadas por médicos para fins terapêuticos. De salientar as praias da Apúlia “Figura 26” e Ofir, entre as praias mais procuradas para veraneio, por residentes e também por turistas nacionais e estrangeiros. A comprovar a qualidade destas praias é a obtenção “Bandeira Azul” (Apúlia, Ofir, Suave Mar e Cepães) (Município de Esposende, 2019).



Figura 26 - Praia de Apúlia

Fonte: Visite Esposende, 2019

- **Recursos Históricos Monumentais**

De salientar, todavia, a história e monumentos longínquos que atravessam milénios e deixam uma herança e marcas profundas no património construído, não só em consequência da intensa romanização que esta área sofreu, mas também pela afirmação da riqueza agrícola de outros tempos, que permitiu a construção de residências apalaçadas, bem como igrejas e capelas (Município de Esposende, 2019).

De seguida são apresentadas algumas imagens do Castro de S. Lourenço “Figura 27”, Museu Municipal de Esposende “Figura 28”, Moinhos de Apúlia “Figura 29” e Igreja da Misericórdia de Esposende “Figura 30”.



Figura 27 - Castro de S. Lourenço
Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 28 - Museu Municipal de Esposende
Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 29 - Moinhos de Apúlia
Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 30 - Igreja da Misericórdia de Esposende
Fonte: Visite Esposende, 2019

- **Recursos Etnográficos**

Os costumes e as tradições locais, com as suas festas, romarias, tradições populares, a magia da arte e do artesanato ainda produzidos com ferramentas rudimentares marcam a diferenciação de uma cultura. De entre a sua vasta oferta cultural, podemos referir alguns recursos mais relevantes como os Caminhos de Santiago, onde milhares de peregrinos seguem as características setas amarelas com o objetivo de chegar ao seu destino.

As festas e romarias são os eventos que mais se destacam no município, registando-se festas populares e religiosas em todas as freguesias do Município. Destacam-se nas figuras seguintes o Peregrino a Caminho de Santiago “Figura 31”, Caminho Português da Costa Esposende “Figura 32”, Festas em Honra de N^a. Senhora da Saúde e Soledade “Figura 33” e S. Bartolomeu do Mar “Banho Santo” “Figura 34”.



Figura 31 - Peregrino a caminho de Santiago
Fonte: Município de Esposende, 2019



Figura 32 - Caminho Português da Costa Esposende
Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 33 - Festas em Honra de N^a. Senhora da Saúde e Soledade
Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 34 - S. Bartolomeu do Mar (Banho Santo)
Fonte: Visite Esposende, 2019

O Folclore, os grupos etnográficos com os seus trajes típicos locais, de salientar o caraterístico traje do grupo de Sargaceiros da Casa do Povo de Apúlia “Figura 35 e Figura 36” (Município de Esposende, 2019).



Figura 35 - Grupo de Sargaceiros da Casa do Povo de Apúlia
Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 36 - Apanha do Sargaço
Fonte: Município de Esposende, 2019

O Artesanato figura em praticamente todas as freguesias do município, sendo uma atração turística. O Município de Esposende é extremamente rico em granito “Figura 37”, matéria-prima que é trabalhada pela "magia das mãos" dos canteiros, que renovam estes materiais pétreos em verdadeiras obras de arte.



Figura 37 - Artesanato em granito e madeira e conchas do mar

Fonte: Município de Esposende, 2019

Os caraterísticos trabalhos de junco “Figura 38”, que resultam na elaboração de carpetes, passadeiras e cestas, são, todavia, o testemunho de uma confeção artesanal legada através de gerações mais antigas (Município de Esposende, 2019).



Figura 38 - Artesanato em junco

Fonte: Município de Esposende, 2019

A Gastronomia local, a sua riqueza, singularidade e variedade são objeto de culto e uma mais valia para os turistas que visitam Esposende. O asseio colocado na arte de bem confeccionar e servir colossais refeições, refletem a pureza, variedade, genuinidade e tradição da cozinha da região onde se manifestam os produtos alimentares endógenos que caraterizam a dieta atlântica, baseada nos peixes do mar e rios.

Os suculentos e deliciosos robalo, a tainha, o sargo, o salmão, a sardinha, o tradicional bacalhau e obviamente a riqueza dos mariscos “Figura 39” e a lampreia desta costa “Figura 40”, são servidos à mesa com toda a perfeição. De salientar também a importância dos vinhos verdes “Figura 41 e Figura 42” das quintas da região (Município de Esposende, 2019).



Figura 39 - Prato de mariscos
Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 40 - Prato de lampreia
Fonte: Município de Esposende, 2019



Figura 41 - Vinho verde
Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 42 - Vinha

Fonte: Município de Esposende, 2019

A pastelaria e doçaria regional, são um verdadeiro marco identitário da população local. Algumas “casas” locais, mantêm as suas tradições, sendo detentoras da sua especialização em determinados produtos, tais como os folhadinhos e cavacas e obviamente as “conventuais” clarinhas de Fão “Figura 43”. E o famoso queijo das Marinhas “Figura 44” confeccionado de forma artesanal, bem como a manteiga considerada pela Wallpaper a melhor do mundo (Município de Esposende, 2019). A confirmar a importância da gastronomia local, esta foi reconhecida pelo Governo através da resolução do Conselho de Ministros n.º 96/2000 que consagrou a sua integração como um bem imaterial integrante do património cultural de Portugal (Resolução Conselho Ministros, DR, 2000).



Figura 43 - Clarinhas e Folhadinhos de Fão

Fonte: Visite Esposende, 2019



Figura 44 - Queijo e manteiga das Marinhas

Fonte: Visite Esposende, 2019

Para finalizar, é importante referir a panóplia de bares/ discotecas existentes no município que atraem imensos turistas, jovens e menos jovens. De destacar o Bib`Ofir, de grande dimensão, sendo o seu funcionamento normal entre os meses de junho e setembro, passagem de Ano e Carnaval. Representa um dos melhores locais para passar uma noite inesquecível, onde a descontração e diversão são o principal motivo. Ainda de referir a famosa Discoteca Pacha Ofir de referência mundial, tendo sido em 1999 considerada pela revista Britânica "MUSIK", uma das melhores discotecas do mundo. Conhecida pela produção dos seus magníficos eventos e pelos seus convidados internacionais de renome. Com características únicas tendo uma área total de 95.000 m², uma área coberta de 5.500 m², 6 pistas, entre tantas outras características diferenciadoras (Porto e Norte, 2019, Web site).

2.1.2. Classificação e Hierarquização dos Recursos identificados

Relativamente à classificação e hierarquização dos recursos identificados, foi feita segundo a metodologia proposta pela Organização dos Estados Americanos (OEA), que Cunha (2008) defende ser de grande aceitação. Esta metodologia já foi exposta no ponto 3.3 da revisão de literatura da presente dissertação. Assim, passaremos agora diretamente para a Classificação e Hierarquização dos Recursos Turísticos do Município de Esposende. As fontes de informação foram, entre outras, o Município de Esposende/Visite Esposende, 2019.

Neste contexto, a "Tabela 19", apresenta as classificações dos recursos turísticos identificados no Município de Esposende.

Tabela 19 - Classificação dos Recursos Turísticos do Município de Esposende

Classificação	Recurso
Sítios naturais	Parque Natural do Litoral Norte (único no Litoral Norte) Rios Cávado (mais significativo) e Neiva Praia e Mar (águas ricas em iodo) Pinhais de Ofir e Montanha Monte de São Lourenço (Vila Chá)
Museus e manifestações culturais históricas	Caminhos de Santiago (rota milenar seguida por milhões de Peregrinos desde o início do séc. IX) Museu Municipal de Esposende (Arq. Miguel Ventura Terra) Museu Marítimo de Esposende Castro e Centro Interpretativo de S. Lourenço Casa das Marinhas (Arq. Viana de Lima) Atelier Museu Henrique Medina/ Museu / Palácio (Pintor) Igreja da Misericórdia de Esposende Igreja do Bom Jesus de Fão Igreja da Misericórdia de Fão Museu de Arte Sacra da Igreja da Misericórdia (Fão)
Folclores	Grupo dos Sargaceiros da Casa do Povo de Apúlia Grupo Associativo de Divulgação Tradicional de Forjães Cantares e Dançares de S. Paio de Antas Rancho Folclórico de Fonte Boa Rancho Folclórico de Danças e Cantares de Marinhas Rancho Folclórico "As Moleirinhas" de Marinhas Grupo Folclórico de Palmeira de Faro Ronda de Vila Chã
Realizações Técnicas, científicas e artísticas contemporâneas	Não identificados
Acontecimentos programados	Março com Sabores do Mar (Esposende) Encontro Luso Galaico (Esposende) Festival Sons de Verão (Esposende) Galaicofolia (Monte S. Lourenço) Festa da Cerveja e do Marisco (Fão) Jornadas Gastronómicas de Apúlia Feira Medieval (Esposende) Festa do Pão (Marinhas) Festival Ofir

	Festival Internacional de Folclore (Esposende)
--	--

Elaboração Própria

Segundo informações recolhidas através dos intervenientes da área do turismo de Esposende, o tipo de turista que visita o Município mudou: é um turista mais exigente, mais preocupado, com mais tempo e mais poder económico. Pernoita, uma, duas, ou mais noites no Município, o oposto de outrora que apenas se refletia na época balnear ou em alturas muito específicas. O Sol e mar, já não são os principais motivos de viagem. A tranquilidade, o lazer, a natureza, os desportos náuticos e a gastronomia, entre outros, são também interesses principais.

Tendo em conta os dados até ao momento referidos, processou-se à hierarquização dos recursos turísticos do Município de Esposende “Tabela 20” que, conforme poderemos constatar, nos permite concluir que esta localidade é rica em recursos turísticos, os recursos são valorizados, mas não é possível identificar nenhum que se enquadre na hierarquia 5 (recurso com características excecionais de grandioso significado para o mercado turístico internacional, com capacidade e de forma isolada originar uma importante corrente de visitantes (atual e potencial) (interesse internacional) (Cunha, 2008).

Tabela 20 - Hierarquização dos Recursos Turísticos do Município de Esposende

Hierarquias	Tipos de Recursos	Alteração de comportamento/Atividades/Observações
Hierarquia 5	<ul style="list-style-type: none"> • Não identificados 	
Hierarquia 4	<ul style="list-style-type: none"> • Caminhos de Santiago • Parque Natural do Litoral Norte • Mar, Rio Cávado e Rio Neiva • Praia e Mar (Apúlia, Ofir, Esposende) • Pinhal de Ofir e Montanha • Encontro Luso Galaico (Esposende) 	<ul style="list-style-type: none"> • Tipo turista mudou; Possui mais tempo e mais poder económico; Pernoita 1, 2 ou mais noites no município • Lazer, Tranquilidade Birdwatching (Observação de pássaros), Flora e Fauna • Desportos Náuticos (Passeios de barco, Jetski, Mergulho, Canoagem, Vela, Windsurf, Surf, Bodyboard e particularmente Kitesurf). • Banhos de água e sol (efeitos terapêuticos resultantes da presença elevada de iodo). • Piqueniques, passeios a pé ou bicicleta • Luso Galaico de BTT (Homem, natureza, emoções) Assume-se como prova de excelência no panorama ciclista nacional.
Hierarquia 3	<ul style="list-style-type: none"> • Museu Municipal de Esposende (Arq. Miguel Ventura Terra) • Museu Marítimo de Esposende • Castro e Centro Interpretativo de S. Lourenço • Casa das Marinhas (Arq. Viana de Lima) • Igreja da Misericórdia de Esposende • Igreja do Bom Jesus de Fão (ostenta na fachada as armas reais portuguesas); • Igreja da Misericórdia de Fão; 	<ul style="list-style-type: none"> • Dá a conhecer a cultura e o património locais • Retrata a vida piscatória e atividades relacionadas com o mar (ex: o sargaço) • Sítio arqueológico e histórico • Um dos principais responsáveis pela implementação do Movimento Moderno da arquitetura em Portugal • Templo edificado no séc. XVI (ricamente decorado em talha, trabalhado em madeira representando várias personagens) • Ostenta na fachada as armas reais portuguesas • Traça renascentista, data finais do séc. XVI;

	<ul style="list-style-type: none"> • Museu de Arte Sacra da Igreja da Misericórdia (Fão) 	<ul style="list-style-type: none"> • Reúne uma coleção de arte sacra (pintura, escultura, alfaias litúrgicas e painéis de indulgências, desde o séc. XVII ao séc. XX)
Hierarquia 2	<ul style="list-style-type: none"> • Março com Sabores do Mar (Esposende) • Galaicofolia (Castro S. Lourenço) • Festival Sons de Verão (Esposende) • A Festa da História • Festival Internacional de Folclore (Esposende) • Feira Medieval (Esposende) • Festival Ofir (Pacha Ofir) • Festa da Cerveja e do Marisco (Fão) • Jornadas Gastronómicas de Apúlia 	<ul style="list-style-type: none"> • Evento gastronómico que traz turistas vindos de várias localidades do país. A gastronomia e vinhos é reconhecida como uma das principais atrações turísticas do Município • Evento cultural de lazer e entretenimento, o objetivo de afirmar e divulgar o património de Esposende (julho) • Tem como propósito essencial a divulgação e promoção da música portuguesa (agosto); • Evento cultural de recriação histórica (de forma muito própria procura contar “estórias” da história de Esposende (agosto e setembro) • Festival que integra grupos estrangeiros nacionais e locais • Tradicionais animações de rua e torneios medievais • Festival com forte impacto local, atrai principalmente a classe mais jovem, mas também os mais velhos, com concertos inéditos no exterior e interior e dispõe de 6 áreas com diferentes pistas) • Está entre os maiores festivais do género que acontecem no país e o que mais se destaca no Norte (baseia-se no marisco), (agosto) • Promove a gastronomia local, com destaque para o peixe fresco onde se destaca o polvo na pedra, o bacalhau e as sobremesas tradicionais
Hierarquia 1	<ul style="list-style-type: none"> • Gastronomia • Entretenimento 	<ul style="list-style-type: none"> • Uma das principais razões de atração local. Peixes e Mariscos do mar e rio • Doçaria Tradicional (clarinhas, folhadinhas, cavacas,...) • Diversão, bares, discotecas de entre outros. • O Bib`Ofir, Discoteca/ Bares de grande dimensão, sendo o seu funcionamento normal entre os meses de junho e setembro, passagem de Ano e Carnaval e representa um dos melhores locais para passar uma noite inesquecível, onde a descontração e diversão são o principal motivo. • A famosa Discoteca Pacha Ofir de referência mundial, tendo sido em 1999 considerada pela revista Britânica “MUSIK”, uma das melhores discotecas do mundo. Conhecida pela produção dos seus magníficos eventos.

Elaboração Própria

2.2. Equipamentos

Para além dos recursos turísticos, é também importante ter presente os aspetos complementares a estes recursos, pois facilitam o consumo. Mesmo que os aspetos complementares de um destino não sejam ou não possam ser, constituídos apenas pela oferta de alojamento e restauração, são, no entanto, imprescindíveis para estabelecer uma harmonia nesse local de um pacote turístico o mais variado possível e com a melhor qualidade, com o intuito de atrair um maior número de pessoas, do seu tempo e do seu dinheiro no território em causa.

O Alojamento foi o primeiro a ser estudado e as fontes de informação foram o Posto de Turismo, a pesquisa dos Web sites dos alojamentos, os Panfletos e o Telefone.

2.2.1. Oferta de camas

Com a presente dissertação pretende-se verificar se o Município de Esposende se encontra provido em termos de Alojamento para satisfazer a procura turística. Assim, a “Tabela 21”, apresenta todos os Alojamentos Turísticos existentes no Município de Esposende, tendo sido contabilizados o número de Hotéis e outros Alojamentos Locais bem como as respetivas classificações. Também foram contabilizados os números de quartos, o número de camas, a variação dos preços por quarto “Tabela 21”.

Tabela 21 - Hotéis e Outros Alojamentos Locais (Município)

Hotéis e Outros locais de Alojamento	Nº. de Quartos	Nº. de Camas	Preços (variação)
Hotel Apúlia Praia****	44	58	Desde €60 até €90
Axis Ofir Beach Resort Hotel****	190	326	Desde €65 até €100
Clube Pinhal da Foz*** AL	16 studios/duplex	32	Desde €32 até €65
Hotel Apartamentos Parque do Rio****	32	138	Desde €35 até €150
Hotel Estalagem Zende***	25	52	Desde €35 até €75
Hotel Mira Rio**	14	26	Desde €32 até €65
Hotel Regenga**	17	38	
Hotel Suave Mar****	83	132	Desde €55 até €110
Pousada da Juventude Ofir	27	91	Desde €12 até €45
Albergue de S. Miguel das Marinhas	2 dormitórios mistos	17 camas com capacidade p/34 utentes	€5
Hostel Eleven Esposende AL	2 dormitórios mistos 1 quarto privado	15 camas com capacidade p/15 utentes	Desde €12 até €50
Eskama Hostel AL	5 quartos	8 camas com capacidade p/10 utentes	Deste €30 até €45

Sleep & Go Hostel AL	2 dormitórios 2 quartos	14 camas c/capacidade p/14 utentes	Desde €10 até €40
INN Sports Hostel AL	2 dormitórios 2 quartos	34 camas c/capacidade p/34 utentes	Desde €12 até €45
Cantinho D`Avó Hostel AL	8 quartos	8 camas c/capacidade p/16 utentes	Desde € 100 até 150€
Esposende Guesthouse AL	5 dormitórios mistos	18	Desde €12 até €60
Antas Guesthouse AL	4 quartos	10 camas c/capacidade p/10 utentes	Desde €45 até €65

Elaboração Própria

Averiguou-se, adicionalmente, a existência de hotéis com classificação superior de 5* estrelas “Tabela 22”. Constatou-se que existem no Município oito Hotéis, dos quais, quatro com 4* (estrelas), dois com 3* (estrelas) e dois com 2* (estrelas).

Tabela 22 - Categorização dos Hotéis

Hotéis	Classificação (*)
4	****
2	***
2	**

Elaboração Própria

Os outros alojamentos são compostos por cinco *Hostels*, duas *Guesthouse*, um Albergue e uma Pousada da Juventude, conforme podemos ver na Tabela seguinte “Tabela 23”.

Tabela 23 - Alojamento Local

Tipologia	<i>Hostel</i>	<i>GuestHouse</i>	Albergue	Pousada Juventude
Quantidade	5	2	1	1

Elaboração Própria

Nesta primeira abordagem e não tendo ainda conhecimento de dados sobre a procura no Município de Esposende, não se pode afirmar que a oferta a nível de Hotéis e outros Alojamentos é limitada. Contudo, confirma-se logo numa primeira instância uma lacuna no que concerne à oferta de alta qualidade, isto é, Hotéis de 5* estrelas, dado que não existem.

Para complementar a informação, foi feito ainda um estudo sobre a proveniência do turista, o número de hóspedes e dormidas por hotéis, bem como a sazonalidade no Município de Esposende. Os parágrafos seguintes apresentam informação mais detalhada.

- **Proveniência e Dormidas**

Uma vez exposta a oferta de alojamento (camas) do Município de Esposende, no que concerne ao número de hotéis/classificações e outros tipos de alojamento, foi efetuado um estudo para compreender a proveniência do turista, o número de hóspedes e dormidas por hotéis.

A pesquisa foi feita apenas tendo em conta os oito Hotéis locais, dado ter sido considerado não se justificar alargar o estudo aos outros alojamentos referidos anteriormente, incluindo às múltiplas casas particulares para arrendar dispersas pelo Município que, apesar de terem alguma capacidade de alojamento, não existem dados fidedignos sobre os mesmos, para além de alguns terem iniciado a atividade recentemente. Adicionalmente, a opção atendeu ao objeto do estudo da presente dissertação, que procura aprofundar a oferta de alojamento para classes superiores. Os dados foram recolhidos através do Posto de Turismo. A proveniência do turista, o número de hóspedes e dormidas nos oito Hotéis do Município constituíram a amostra deste trabalho, tendo sido considerados os últimos 3 anos com informação disponível (2016, 2017 e 2018).

Relativamente à proveniência dos hóspedes, foram considerados os países que mais procuraram Esposende, não desconsiderando que existem outros que também possuem importância. No entanto graficamente não seria perceptível se fossem evidenciados todos os países. Por isso, optou-se por mencionar aqueles países que possuem maior impacto de proveniência. A “Figura 45” evidencia a proveniência dos hóspedes em 2016.

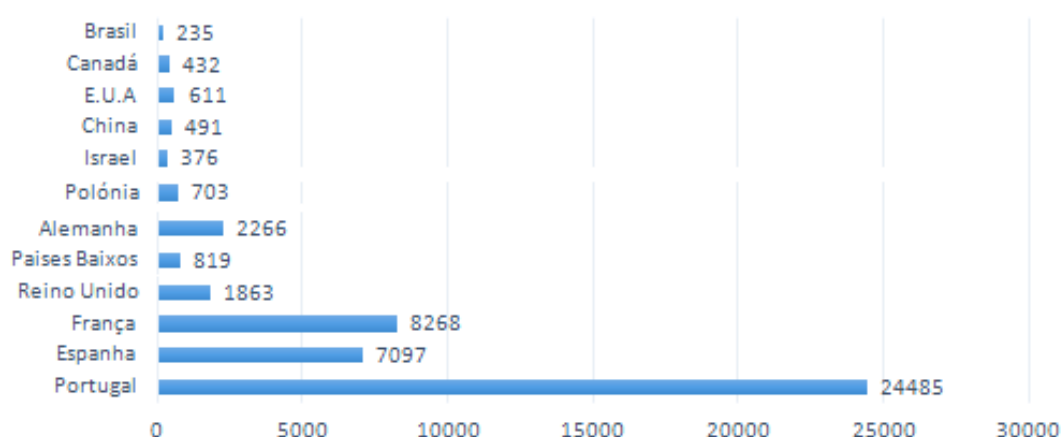


Figura 45 - Proveniência dos Hóspedes 2016

Elaboração própria

Através da figura anterior, pode concluir-se que em 2016 a proveniência dos hóspedes foi maioritariamente de Portugal, seguidos da França, Espanha, Alemanha e Reino Unido.

Já no que respeita ao número de dormidas por Hotel em 2016, a “Figura 46” apresenta dados mais concretos.

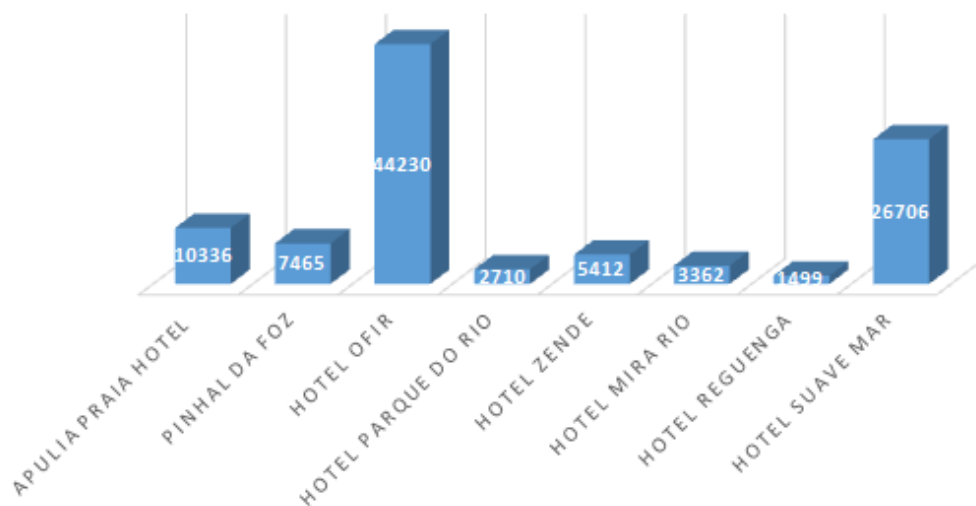


Figura 46 - Número de dormidas por Hotel em 2016

Elaboração própria

Verifica-se que dos oito Hotéis, o que apresenta maior número de dormidas é o Hotel Ofir (aquele que possui também maior capacidade de camas), seguido do Hotel Suave Mar (segundo em capacidade). Em terceiro encontra-se o Apúlia Praia Hotel, em quarto o Hotel Zende, em quinto o Hotel Mira Rio, em sexto o Hotel Parque do Rio, em sétimo o Pinhal da Foz e por último o Hotel Reguenga. A “Figura 47” evidência a proveniência dos hóspedes em 2017.

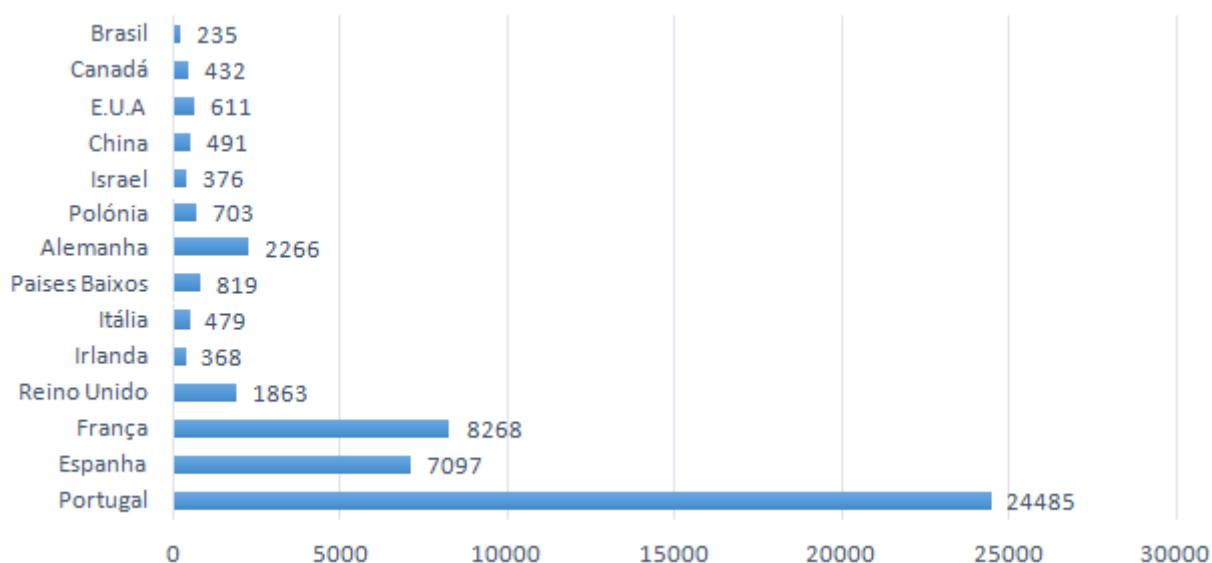


Figura 47 - Proveniência dos Hóspedes 2017

Elaboração própria

Tal como em 2016, pode concluir-se que em 2017 a proveniência dos hóspedes é maioritariamente de Portugal, seguidos da França, Espanha, Alemanha, Reino Unido, seguindo-se os restantes. No entanto, verifica-se um aumento significativo de Portugal e Espanha e uma descida da França, Alemanha e Reino Unido.

Já que concerne ao número de dormidas por Hotel em 2017, a “Figura 48”, apresenta informação mais detalhada.

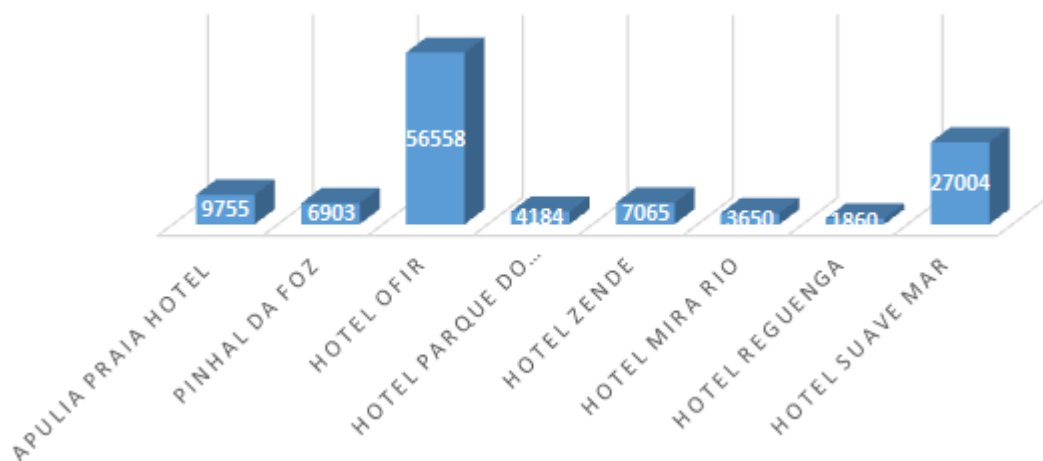


Figura 48 - Dormidas Hotéis 2017

Elaboração própria

Tal como em 2016, pode concluir-se que em 2017 o Hotel que apresenta maior número de dormidas é o Hotel Ofir, seguido do Hotel Suave Mar. Em terceiro lugar surge o Apúlia Praia Hotel, em quarto o Hotel Zende, em quinto o Hotel Mira Rio, em sexto o Hotel Parque do Rio, em sétimo o Pinhal da Foz e por último o Hotel Reguenga. A “Figura 49” evidência a proveniência dos hóspedes em 2018.

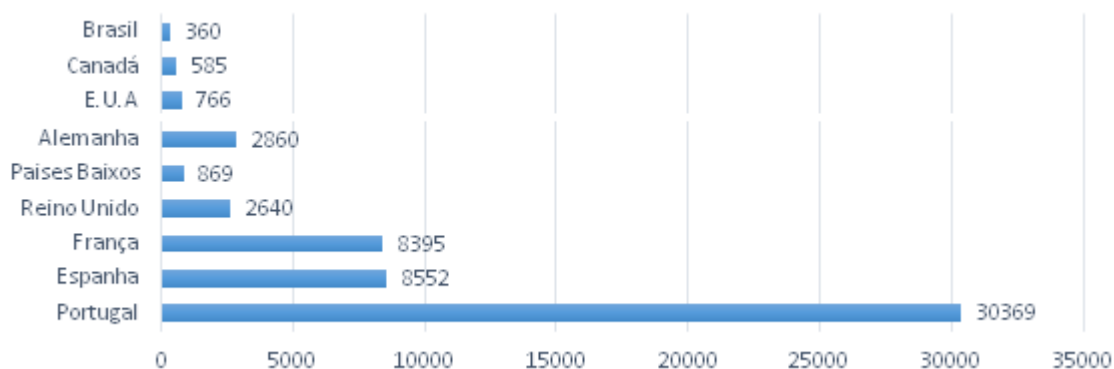


Figura 49 - Proveniência dos Hóspedes 2018

Elaboração própria

Mais uma vez, pode observar-se que a proveniência dos hóspedes se mantém nos mesmos países, pela mesma ordem. A “Figura 50”, indica o número de dormidas por Hotel em 2018.

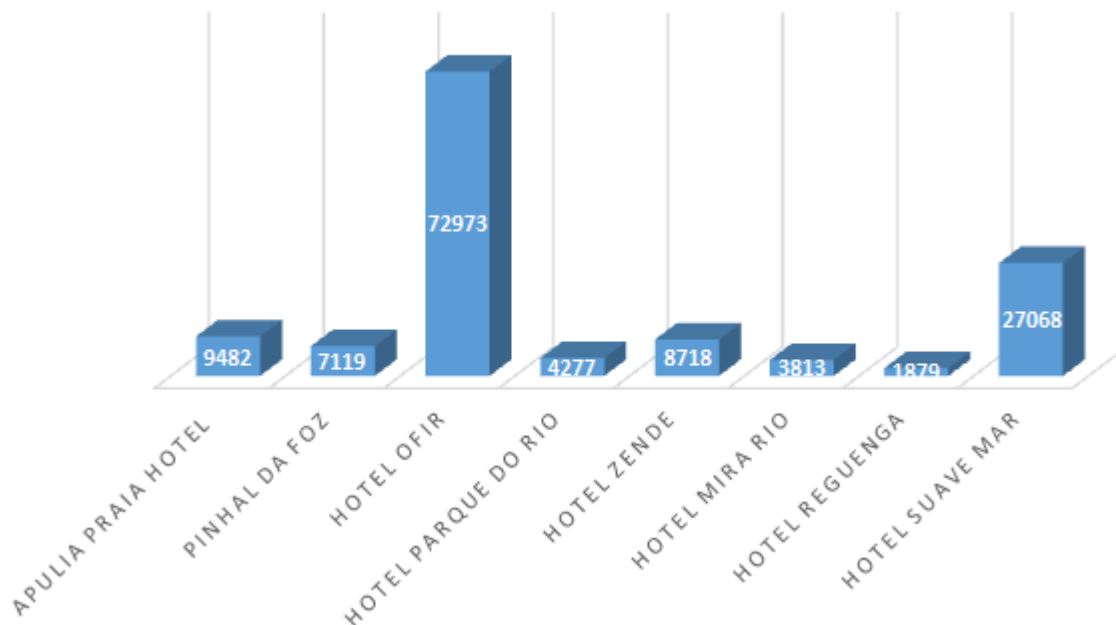


Figura 50 - Dormidas Hotéis 2018

Elaboração própria

Tal como em 2016 e 2017, conclui-se que em 2018 o Hotel que apresenta maior número de dormidas continua a ser o Hotel Ofir, seguido do Hotel Suave Mar. Em terceiro lugar surge o Apúlia Praia Hotel, em quarto o Hotel Zende, em quinto o Hotel Mira Rio, em sexto o Hotel Parque do Rio, em sétimo o Pinhal da Foz e por último o Hotel Reguenga. É de evidenciar, que o número de dormidas em 2018 cresceu face aos anos anteriores.

A “Figura 51”, indica o número de dormidas por Hotel nos três anos em estudo. Decidiu-se optar por mencionar apenas as dormidas, por forma a limitar a informação e tendo em consideração que esta determinante é aquela que possui mais relevância para o estudo (o número de dormidas nos hotéis).

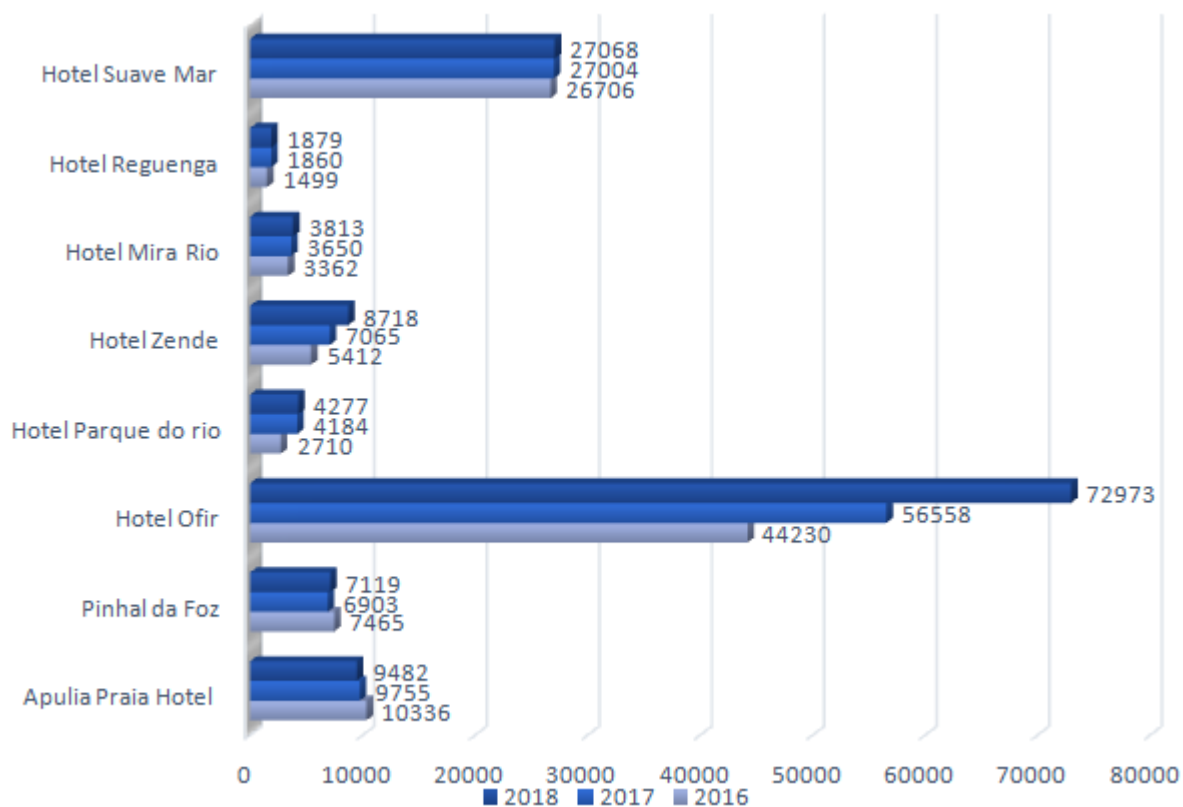


Figura 51 - Dormidas nos (oito) Hotéis, nos três anos em estudo (2016, 2017 e 2018)

Elaboração própria

No global, ao longo dos anos a proveniência dos Hóspedes manteve-se nos mesmos países anteriormente referidos. As dormidas como se pode observar na última figura a “Figura 50” tiveram um crescimento na maioria dos hotéis e ao longo dos três anos. No *ranking* manteve-se o Hotel Ofir: reforça-se que o Hotel Ofir é aquele que possui maior capacidade de camas e é um Hotel com classificação de quatro (4) * estrelas.

A “Tabela 24” permite observar a taxa média de ocupação nos oito hotéis no ano 2019. A fonte de informação, foram os hotéis.

Tabela 24 - Taxa Média de Ocupação nos oito Hotéis em 2019

Hotéis e Outros locais de Alojamento	Taxa média de ocupação novembro e dezembro 2019 (época baixa)	Taxa média de ocupação julho e agosto 2019 (época alta)
Hotel Apúlia Praia****	20 a 25 %	90 a 100 %
Axis Ofir Beach Resort Hotel****	40 a 50 %	95 a 100 %
Hotel Suave Mar****	15 a 25 %	95 a 100 %

Hotel Apartamentos Parque do Rio****	15 a 25 %	95 a 100 %
Hotel Estalagem Zende***	25 a 30 %	70 a 80 %
Clube Pinhal da Foz***	50 a 60 %	95 a 100 %
Hotel Mira Rio**	25 a 30 %	75 a 95 %
Hotel Regenga**	20 a 30 %	80 a 85 %

Elaboração própria

Face ao exposto, conclui-se que no global dos hotéis, a taxa média de ocupação na considerada época baixa (novembro e dezembro) situa-se entre os 20% e os 60 %, enquanto na época alta (julho e agosto) situa-se entre os 70% e os 100 %, dependendo do hotel. Também se pode concluir, através da informação fornecida pelos mesmos, que nos últimos anos se tem vindo a verificar maior procura turística, principalmente na época alta.

De forma a conhecer melhor a realidade do Município de Esposende, bem como o seu potencial turístico, procurou-se ainda o valor do crescimento das dormidas e hóspedes entre 2014 e 2018, bem como a estada média das dormidas e hóspedes e comparar o crescimento de 2018 face a 2017 “Figura 52”. A fonte de informação foi a Câmara Municipal de Esposende.

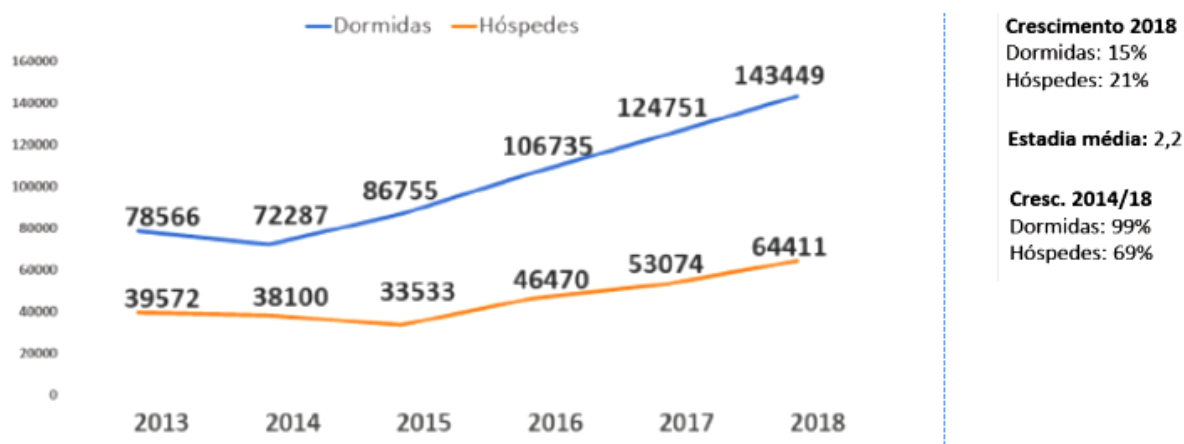


Figura 52 - Crescimento das Dormidas e Hóspedes no Município

No global, conclui-se que o crescimento das dormidas e hóspedes ao longo dos anos em estudo mantiveram um crescimento positivo, com tendência para continuar, ao comparar os dois últimos anos, quanto à estada média, a percentagem é positiva.

Quanto ao Crescimento comparativo de Esposende, face ao Porto e Norte e Portugal no global, a informação também foi procurada e está refletida na “Tabela 25”, onde se pode observar que o Município de Esposende se encontra muito bem posicionado, exibindo ao nível dos indicadores, valores bastante satisfatórios face ao TPNP e Portugal no global.

Tabela 25 - Crescimento comparativo Portugal |TPNP |Esposende – 2018

Indicador	Esposende	TPNP	Portugal
Hóspedes	64 411	4 334 900	21 051 000
Dormidas	143 449	7 870 600	57 600 300
Tx crescimento hóspedes	21,36%	4,60%	1,70%
Tx crescimento dormidas	14,98%	5,20%	-
Tx média de ocupação	2,2	1,8	2,7
Proveitos de estada	7 980 000	482 700 000	3 602 400 000

Elaboração própria

A percentagem de crescimento de dormidas por Hóspedes nos municípios da CIM (Comunidade Intermunicipal do Cávado), em 2017, pode ser visualizada na “Figura 53”. Os municípios em estudo são, Amares, Barcelos, Braga, Esposende, Terras do Bouro e Vila Verde.

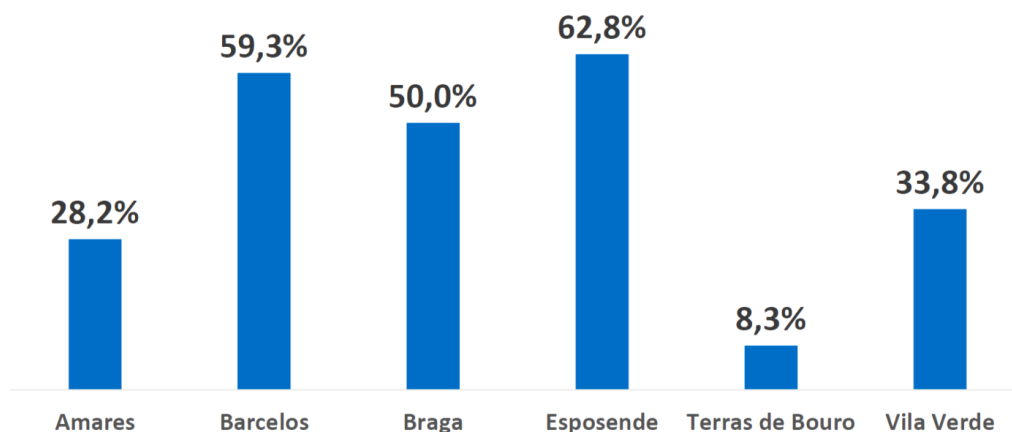


Figura 53 - Percentagem do Crescimento de Dormidas por Hóspedes Estrangeiros nos Concelhos da CIM Cávado 2017

Tal como se pode observar, o Município de Esposende é aquele que possui a percentagem do crescimento das dormidas por hóspedes estrangeiros mais elevado de todos os municípios da CIM (Comunidade Intermunicipal do Cávado).

- **Sazonalidade**

Como referido na revisão da literatura, a sazonalidade é um problema que se manifesta a nível global e nacional. O Município de Esposende não constitui exceção. Centrando-nos agora em Esposende, e através de informação obtida através das entidades competentes municipais, tem-se verificado uma queda da sazonalidade ao longo dos últimos anos.

As estatísticas do Município confirmam que o número de dormidas em Esposende no primeiro trimestre de 2018 (meses de Inverno), cresceram 15% e o número de hóspedes cresceu 30%, comparativamente com o 1.º trimestre de 2017.

O número de turistas que procuram Esposende está em crescimento e ficam em média, duas noites. Esta tendência para as denominadas “escapadinhas” deve-se à forte aposta e promoção do Município de Esposende no turismo de natureza, de lazer, de desporto, em eventos promovidos pelo município e na divulgação alargada que tem sido implementada. Relembre-se, todavia, o importante contributo dos Peregrinos que fazem os Caminhos de Santiago (Município de Esposende, 2019).

Segundo o site “Visite Esposende”, a três meses do último trimestre de 2017, o Albergue de São Miguel de Marinhas referia um total de 5.023 dormidas, significando, mais 1,908 que o número total de Peregrinos do ano anterior 2016. O Albergue das Marinhas desde a sua inauguração em maio de 2011 registou um crescimento de 241%. Só em 2012 albergou 336 peregrinos e no final de 2017, o total rondou as seis mil dormidas.

Os números do turismo subiram em todos os índices, sendo notório o crescimento de turistas que procuraram informação, junto do Centro de Informação Turística. No final de setembro de 2016 foram 44.123 e em 2017 chegaram aos 46.136, número que ainda não contempla os últimos três meses do mesmo ano. As visitas no Castro e Centro Interpretativo de S. Lourenço, no final de setembro de 2017 registavam a passagem de 9.349 indivíduos pela unidade museológica, números bem diferentes do ano 2009, ano de abertura, com um registo de 1.357 visitas.

Tem-se verificado também em relação a pesquisas nas redes sociais um crescimento significativo, no que concerne à procura de informação e acompanhamento das atividades de Esposende. Em 2015 registaram-se um número de «gostos» na página do Município no Facebook de (3634), e em 2016 (8045), atingindo um crescimento imparável de 11.305.

Por último e revelando-se uma determinante de extrema importância para o Município de Esposende, a ocupação hoteleira das oito unidades existentes registaram em final de agosto de 2017, um total de 80, 289 dormidas, significando um aumento de 5, 278 dormidas face ao período homólogo de 2016. Estes números exibem que a política de divulgação e marketing desenvolvido pelo Município de Esposende tem sido importante e ajustada, sendo a nível económico para as empresas locais um contributo imprescindível, assim como para o aumento de postos de trabalho (Visite Esposende, 2019).

No entanto, não deixa de ser importante salientar, que estes números não são um dado adquirido, é necessário dar continuidade à aposta na divulgação e marketing do destino.

As dormidas no Município de Esposende entre julho e setembro de 2012 até 2017, podem ser visualizadas na “Figura 54”, que se segue.

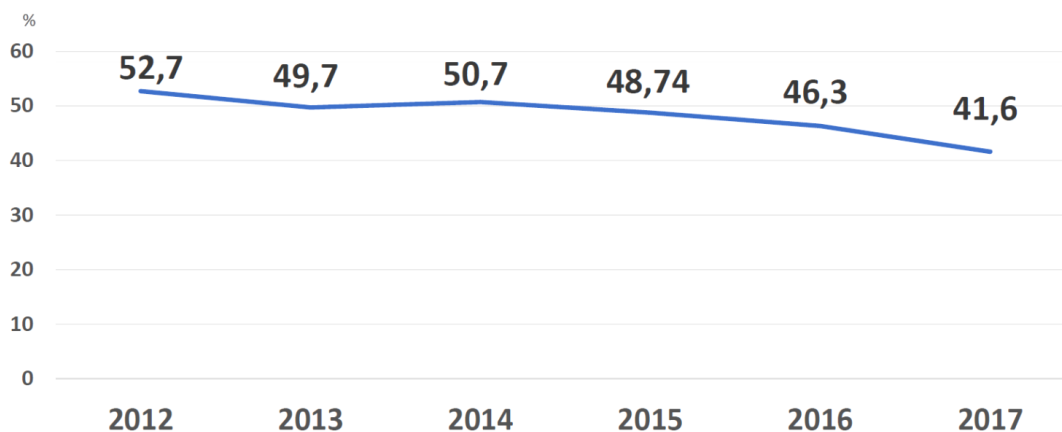


Figura 54 - Evolução das dormidas entre julho e setembro

Como se pode observar na figura anterior, em 2012 as dormidas entre julho e setembro, representavam 52,7%, verificando-se uma descida gradual ao longo dos anos, chegando a 2017 com 41,6%. Estes valores parecem indicar que a procura turística de Esposende já não se limita apenas ao período balnear ou época alta, mas também se está a estender ao longo de todo o ano.

Face ao exposto, pode-se concluir que o Município de Esposende apresenta um crescimento gradual em termos de dormidas e hóspedes ao longo dos anos (entre 2014 e 2018), mantendo-se em 2018 com valores bastante satisfatórios e sendo a estada média de 2,2 dias nos estabelecimentos de alojamento. Quando comparado ao TPNP e Portugal no global, o crescimento de Esposende em termos de hóspedes e dormidas, é mais elevado em todos os indicadores.

De todos os municípios da CIM (Comunidade Intermunicipal do Cávado) em 2017, o Município de Esposende, foi o que apresentou uma percentagem mais elevada de dormidas por hóspedes estrangeiros. Relativamente à sazonalidade, verifica-se que a aposta, na promoção e divulgação do Município na área do turismo e eventos tem sido assertiva, minimizando desta forma o problema da sazonalidade ao longo do ano. No entanto, ainda há muito a fazer neste campo.

2.2.2. Restauração

“A Dieta Mediterrânea, classificada Património Mundial pela Unesco, faz parte do bilhete de identidade da gastronomia portuguesa.” (Visite Portugal, 2019). Com efeito, a cultura portuguesa tem nas suas tradições gastronómicas um valor incomensurável, que muito tem contribuído para a valorização da

oferta turística do país. Portugal é considerado um dos melhores destinos da Europa para viagens de gastronomia e vinhos.

A oferta da restauração contempla um conjunto de variáveis associadas a uma dimensão material, como o preço ou a segurança alimentar. Este valor patrimonial da gastronomia portuguesa, da região do Porto e Norte e, nomeadamente do Município de Esposende, pode afirmar-se pelas melhores razões. O peixe e o marisco sempre frescos e saborosos, com sabores característicos do mar do Norte, os vinhos verdes e as tradicionais clarinhas de Fão, cavacas e folhadinhos. As fontes de informação foram o Posto de Turismo, panfletos e pesquisas de web sites do município. Na “Tabela 26”, podem ser visualizados os vinte Principais Restaurantes do Município.

Tabela 26 - Principais Restaurantes do Município

Total	Restaurantes	Localidade
1	A Cabana	Apúlia
2	Pedrinhas	Apúlia
3	Camelo	Apúlia
4	Salgueira	Apúlia
5	Adega do Forno	Apúlia
6	Agostinho	Apúlia
7	Reguenga	Antas
8	Tiro no Prato	Antas
9	Pedra Alta	Fão
10	Tio Pepe	Fão
11	Lareira	Fão
12	Casa da Fonte	Forjães
13	Zé dos Leitões	Forjães
14	Lima	Gandra
15	Tapas P' Eat	Esposende
16	Água Pé	Esposende
17	Adega Regional do Cuco	Esposende
18	O Buraco	Esposende
19	Foz do Cávado	Esposende
20	Sra. Peliteiro	Gemeses

Elaboração Própria

Da pesquisa efetuada, pode-se concluir que o Município de Esposende possui uma vasta oferta de restaurantes. Nesta pesquisa, só foram mencionados vinte restaurantes dos aproximadamente quarenta a cinquenta existentes. Salienta-se, no entanto, e igualmente o mérito dos não mencionados.

A gastronomia do Município de Esposende, é uma das principais atrações turísticas locais. No mês de março, realiza-se um evento dedicado à arte e mestria dos chefes de cozinha das unidades de restauração local. Estas unidades de restauração empenham-se para receber os comensais, ansiosos por degustar estas ofertas deliciosas e cheias de arte dos chefes da restauração da beira-mar. A Gastronomia e Vinhos são reconhecidos como principais motivos que levam os turistas a este destino de excelência. (Visite Esposende, 2019)

Esta afirmação, pode em parte ser ainda corroborada pela evolução do setor do Alojamento e da Restauração, entre 2013 e 2017, espelhada na “Figura 55”, onde se constata um crescimento do VAB de 17%, valor bastante positivo para o Município. Tendo sido a fonte a Câmara Municipal de Esposende.

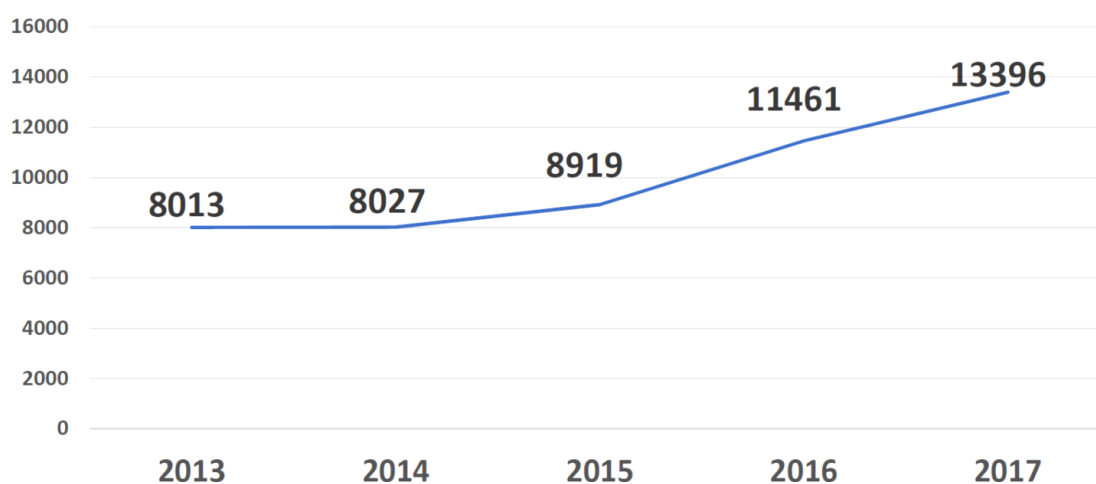


Figura 55 - Evolução do VAB do setor Alojamento e Restauração

2.2.3. Empresas de Animação Turística

Esposende, tem o privilégio de se situar na zona territorial do Parque Natural do Litoral Norte. O Turismo de Natureza e o Náutico (marítimo e fluvial), são também uma atração turística do Município. A aposta dinâmica dos operadores locais que prestam serviços de atividades na natureza (entre outras o *birdwatching*, a observação da flora e fauna), e náutica (entre outras, o *Kitesurf*, *surf*, canoagem) tem sido bem evidente, alargando o número dos turistas que se sentem atraídos pela natureza e, para os mais corajosos, os desportos radicais (Visite Esposende, 2019).

A “Tabela 27” apresenta uma relação do número de empresas de Animação Turística que o Município de Esposende oferece. O Município dispõe de uma vasta oferta de dezoito empresas de Animação Turística e este segmento tem vindo a aumentar.

Tabela 27 - Empresas de Animação Turística

Empresas Animação Turística	Atividades proporcionadas
Aquajet	Jetski
Forum Esposendense	Mergulho, Passeios de Barco
Dunar Turismo e Laser – canoagem	Painball, Moto 4, Canoagem e Canyoning.
Kook Proof	Aulas de Kitesurf, Aulas de Surf, Aulas de Stand Up Paddle (Sup) Yoga, Kite Camps, Surf Camps, Yoga Camps, Taxi Boat e Apoio ao Kitesurf e Mountain Bike Tours.
Esposende Surf School	Surf, Bobbyboard
Onda Magna – Escola de Surf	Escola de Surf, Surf Shop, Yoga Surf, Paddle Surf, SUP Tours, Surf Camps, Surf Trips, Aluguer de Equipamento.
Elementfish – Water Sport Camp	Kite Surf, Paddle Surf, Stand-Up Paddle, Surf, Kit Surf e Yoga Camps.
LUHU Surf Co	Surf
GKS - Go Kite School	Kitesurf, Paddlesurf, Kitecamps, Aulas de SUP, e Taxi Boat e Apoio ao Kitesurf.
Esposende 2000 Atividades Criativas e Desportivas	Piscinas, Clube de Saúde, Desporto Outdoor
Salt Flow Fórum Esposendense	Escola de Surf
Proriver – Atividades Turísticas, Unipessoal	Desportos Náuticos, Passeios Fluviais, Aluguer de Kayaks (descidas rio Cávado)
Centro de Mergulho e Ecologia Marinha Esposendense	Formação em mergulho PADI e SSI, desde o nível iniciado ao profissional. Saídas organizadas a partir de Esposende, Aluguer e manutenção de equipamento, serviço de captação de imagem e apoio a mergulho científico.
Nature Equestrian Trails	Equitação, Passeios a Cavalo
Portugal Equestrian	Equitação, Passeios a Cavalo
Imagine Tours – Tours & Transfers	Circuitos Turísticos no Concelho e Região
North Birding Tours	Observação de Aves (Birdwatching)
Dunar	Paintball, Arvorismo, Cordas, Canoagem, Jangadas e Moto 4

Elaboração própria

2.2.4. Agências de Viagens

As agências de Viagens são importantes intermediárias entre os clientes e determinados prestadores de serviços turísticos, tais como empresas aéreas, hotéis, cruzeiros, entre outros. Têm como objetivo vender produtos e serviços relacionados com as viagens a um preço e com determinadas condições especialmente atrativas em relação com as que se poderia conseguir ao dirigir-se diretamente aos prestadores.

O Município de Esposende dispõe de cinco Agências de Viagens, como podemos observar na tabela.

Tabela 28 - Agências de Viagens no Município de Esposende

Agência de Viagens Solawest
Vício do ócio – Viagens e Turismo
Avic Esposende
CJF Turismo
Nortur – Agência de Viagens e Turismo

Elaboração própria

2.2.5. Serviços

O Município de Esposende dispõe de vários serviços que se encontram ao dispor dos cidadãos residentes e não residentes. Alguns desses serviços são os serviços de Segurança, os serviços de Correios e Telecomunicações, os serviços de Apoio Social, os serviços do Notariado e Finanças, os serviços de Saúde e os Serviços Municipais. A “Figura 55”, apresenta alguns dos logotipos.



Figura 56 - Logotipo de alguns serviços do Município de Esposende

Fonte: Câmara Municipal Esposende, 2019

Podem ainda referir-se outros serviços, tais como, o Arquivo Municipal, a Biblioteca Municipal, a Escola de Música, o Museu Municipal e o Posto de Turismo.

Tabela 29 – Principais Serviços no Município de Esposende

Saúde	Justiça	Segurança	Transportes	Atividades Económicas	Ensino
Hospitais e Centros de Saúde	Tribunais			Associações	Escolas
Hospital Valentim Ribeiro Hospital da Santa Casa Misericórdia Fão; Centro de Saúde Esposende, Extensões de Saúde Apúlia, Belinho, Fão, Forjães	Tribunal Judicial de Esposende	Guarda Nacional Republicana – Esposende Guarda Fiscal Subdestacamento de Controlo Costeiro de Esposende	Auto Viação do Minho – Esposende Foz do Cávado Transportes Unipessoal Lda. Táxi	Acice – Associação Comercial Industrial Concelho Esposende Associação dos Pescadores Profissionais do Concelho de Esposende Cooperativa Agrícola de Esposende	EB António Correia de Oliveira; EB António Rodrigues Sampaio; EB Apúlia; EB Forjães; Escola de Música de Esposende; Escola Profissional de Esposende; Escola Secundária 3º. Ciclo Henrique Medina
Farmácias		Proteção Civil			Religiosas
Ana Silva Belinho; Marinhas; Gomes Esposende; Higiénica Fão; Laguna Palmeira de Faro; Monteiro Esposende; Santa Marinha Forjães		Associação Humanitária de Bombeiros de Fão; Associação Humanitária de Bombeiros de Esposende; Cruz vermelha Portuguesa – Delegação de Esposende Cruz vermelha Portuguesa – Delegação das Marinhas Proteção Civil Municipal			Paróquias Esposende, Curvos, Gemeses, Mar, Marinhas, Palmeira de Faro, Rio Tinto, Santa Marinha, Palmeira de Faro, Rio Tinto, Santa Marinhas de Forjães, S. João Batista de Vila Chá, S. Martinho de Gandra, S. Miguel de Apúlia, S. Paio de Antas, S. Paio de Fão, S. Pedro Fins de Belinho, Divino Salvador de Fonte Boa

Elaboração própria

3. Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende (2018-2022)

Outro importante indicador que permite avaliar o potencial turístico de uma região é o conhecimento dos projetos turísticos previstos para a mesma. Assim, o Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende, tem como objetivo identificar um conjunto de ações urgentes para o desenvolvimento da economia local e do crescimento do setor do turismo no Município. A fonte de informação foi a Câmara Municipal de Esposende, tendo sido o documento o “Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende – 2018-2022. CME.”

Constatam-se no Programa de Ação essencialmente duas dimensões de suporte: a sustentabilidade e a competitividade.

Adicionalmente, surgem três eixos estratégicos, nomeadamente a Ambiental (Natureza), a Económica (Economia Azul) e a Sociocultural (Comunidade, Cultura e Criatividade). A “Tabela 30” apresenta as dimensões e eixos estratégicos do programa de ação para o Município de Esposende.

Tabela 30 - Dimensões e eixos estratégicos

1º. Esposende um privilégio da Natureza /Sustentabilidade Ambiental	2º. O Crescimento do Turismo Náutico /Sustentabilidade Económica	3º. A Aposta nos Caminhos de Santiago/ Sustentabilidade Sociocultural
<p>Município detentor de recursos naturais únicos. O Parque Natural Litoral Norte é um parque de valioso relevo e é preciso valorizá-lo cada vez mais, assim como o aparecimento de ofertas cada vez mais procuradas, levam à aposta de Esposende ao desenvolvimento estratégico desta vertente, a Natureza.</p>	<p>Este tipo de turismo é costeiro e marítimo na Europa. Segundo a Comissão Europeia (2014) “emprega mais de 3,2 milhões de pessoas e gera um total de 183 mil milhões de euros em valor acrescentado bruto, representado mais de um terço da economia azul”. Com reconhecimento internacional, do seu potencial e investimento significativo nas indústrias e práticas do turismo náutico. Esposende investe neste eixo estratégico de desenvolvimento: a economia azul.</p>	<p>De realçar o Caminho Português da Costa, a valorização dos recursos patrimoniais, arquitetónicos e culturais. As apostas nos eventos, nas tradições, nas festas e romarias, proporcionam uma aposta de crescimento da cultura ao serviço do turismo e na qualidade de vida das pessoas. O valor atribuído à gastronomia, às artes tradicionais, bem como ao turismo criativo, dinamizam este destino Esposendense como um destino inovador e empreendedor.</p>

Elaboração própria

No que concerne à síntese das medidas de desenvolvimento, medidas e ações, as “Tabelas 31, Tabela 32 e Tabela 33” fornecem mais detalhes.

A “Tabela 31” orientada para o Eixo 1 (Natureza), a “Tabela 32” para o Eixo 2 (Economia) e a “Tabela 33” para o Eixo 3 (Sociocultural).

Tabela 31 - Síntese das medidas de desenvolvimento relativas ao Eixo 1

<p>1. Natureza (Eixo 1) Síntese das medidas de desenvolvimento</p>	<p>Medidas e ações – Natureza (Eixo 1)</p>
<p>1.1. Valorização do território (terra, rio, mar e ar)</p>	<p>1.1.1. Passadiços do Litoral de Esposende 1.1.2. Caminhos de Santiago-potenciar o crescimento-associar à gastronomia: menu do peregrino 1.1.3. Ecovias (Ecovia do Litoral Norte e a Ecovia do Cávado e do Homem) 1.1.4. Rede Municipal de Percursos Pedestres 1.1.5. Navegabilidade e desenvolvimento do curso do rio Cávado</p>
<p>1.2. Preservação dos espaços naturais</p>	<p>1.2.1. Preservação e gestão do Parque Natural Litoral Norte 1.2.2. Criação da “Porta do Parque” 1.2.3. Promoção nacional e internacional em parceria com o Centro de Educação Ambiental do potencial do Parque Natural Litoral Norte 1.2.4. Criação do Parque da Cidade</p>
<p>1.3. Rentabilização dos recursos endógenos (peixes e mariscos, hortícolas, laticínios, vinho verde, doçaria)</p>	<p>1.3.1. Produção local/endógenos: Km 0 (Da terra para a mesa) 1.3.2. Projeto Sargaço e do Junco 1.3.3. Projeto da criação da “Quinta Pedagógica” (em parceria com a Cooperativa Agrícola e a Esposende Ambiente)</p>
<p>1.4. Incremento de práticas ambientalmente mais sustentáveis e investimento em projetos empreendedores e inovadores em produtos e tecnologias sustentáveis e amigas do ambiente</p>	<p>1.4.1. Incremento da produção de produtos biológicos, apostando na produção de “vinhos biológicos” 1.4.2. Sensibilização à indústria (água, energia, reciclagem, resíduos) (candidatura programa “valorizar”) 1.4.3. Formação para os operadores locais</p>
<p>1.5. Desenvolvimento da atividades e experiências locais com base no território</p>	<p>1.5.1. Experiências de natureza (litoral e montanha) 1.5.2. Experiências náuticas 1.5.3. Experiências culturais e criativas</p>

	<p>1.5.4. Experiências gastronómicas</p> <p>1.5.5. Experiências desportivas</p> <p>1.5.6. Experiências agrícolas</p>
--	--

Elaboração própria

Tabela 32 - Síntese das medidas de desenvolvimento relativas ao Eixo 2

2. Economia Azul (Eixo 2) Síntese das medidas de desenvolvimento	Medidas e ações – Economia Azul (Eixo 2)
2.1. Fomentar a “educação para o turismo”	<p>2.1.1. Dinamizar os projetos em curso para a “educação para o turismo”</p> <p>2.1.2. EPE – ensino da gastronomia: criação de projeto âncora tendo por base os projetos das PAP</p> <p>2.1.3. Ensino Superior – turismo, hotelaria e gastronomia (CTSP) e Licenciatura)</p> <p>2.1.4. Criação “cluster do turismo” com base na inovação e criatividade</p> <p>2.1.5. Programa de “Surf Camps” para formação e treino para estudantes nacionais e internacionais (Privados, Hostel, Escolas)</p> <p>2.1.6. Programa de “Gastronomy Camps” para a formação e treino para os estudantes nacionais e internacionais (EPE, Hostel, Ex-Alunos)</p>
2.2. Incentivar o Investimento e o Empreendedorismo jovem”, atrair projetos inovadores e competir em ofertas e experiências;	<p>2.2.1. Gabinete de Apoio Local e Incentivos (a inserir no projeto do Centro Empresarial: incubação de empresas, co-working, empreendedorismo, internacionalização)</p> <p>2.2.2. Criação de infraestruturas e dinâmicas turísticas (Município)*</p> <p>2.2.3. Projeto de criação da Gastronomia e do Caminho de Santiago (com hotelaria, restauração, cafetaria e pastelaria)</p> <p>2.2.4. Programa de captação de Jovens Chefes com incentivos e estímulos à criação de novas ofertas gastronómicas (Pop-up restaurantes, cozinhas partilhadas, espaços de degustação e eventos enogastronómicos)</p> <p>2.2.5. Academia Internacional da Alimentação Atlântica coma criação do Observatório de Boas Práticas de Experiências</p> <p>2.2.6. Criação do “Museu da Gastronomia” (iniciativa para o ano 2022)</p> <p>2.2.7. Projeto “Cidade da Gastronomia da Unesco” (iniciativa para o ano 2022)</p>
2.3. Projetar a marca “Esposende”	<p>2.3.1. Esposende “Destino Gastronómico”</p> <p>2.3.2. Esposende “Destino Náutico”</p>

	<p>2.3.3. Esposende “Destino de Desporto ao Ar Livre”</p> <p>2.3.4. Gastronomia Identitária</p>
<p>2.4. Fomentar as parcerias e a criação de redes e dinamizar a internacionalização do “Destino”</p>	<p>2.4.1. Projeto de parceria entre a Cooperativa Agrícola, Associação de Pescadores Locais, os Produtores Locais e os Restaurantes Locais</p> <p>2.4.2. Integrar Redes Internacionais de Gastronomia (UNESCO)</p> <p>2.4.3. Criação de Fórum Internacional de Gastronomia e Prémio de Gastronomia (bianual) para partilha de experiências*</p> <p>2.4.4. Criação de Festival de Gastronomia Internacional Anual (associar ao março com sabores a Mar)</p> <p>2.4.5. Seminário Internacional sobre Alimentação Atlântica e Seminário Internacional de Vinhos Atlânticos (bianual)</p>
<p>2.5. Potenciar os “eventos” nacional e internacionalmente</p>	<p>2.5.1. Março com Sabores do Mar</p> <p>2.5.2. Esposende, Terra de Mar</p> <p>2.5.3. GalaicoFolia</p> <p>2.5.4. Festa da História</p>

Elaboração própria

Tabela 33 - Síntese das medidas de desenvolvimento relativas ao Eixo 3

<p>3. Comunidade Cultura Criatividade (Eixo 3) Síntese medidas de desenvolvimento</p>	<p>Medidas e ações – Comunidade Cultura Criatividade (Eixo 3)</p>
<p>3.1. Incentivar práticas de turismo acessível</p>	<p>3.1.1. Esposende “Destino Turístico Acessível”</p> <p>3.1.2. Turismo acessível: Análise diagnóstico da situação atual de infraestruturas, equipamentos e conteúdos</p> <p>3.1.3. Ações de sensibilização para os diferentes públicos</p> <p>3.1.4. Projeto piloto de desenvolvimento e integração do turismo acessível na experiência turística</p>
<p>3.2. Valorização das “relações intergeracionais e salvaguarda da “Identidade e da Memória”</p>	<p>3.2.1. Cozinha intergeracional e receituário tradicional</p> <p>3.2.2. Programas para as Famílias integrando as diferentes gerações realizando atividades tradicionais e a fruição de espaços e equipamentos</p> <p>3.2.3. Folclore e festividades tradicionais</p>
<p>3.3. Desenvolvimento de atividades e experiências locais com base na cultura e tradição com novas dinâmicas museológicas suportados por novas tecnologias e conteúdos inovadores</p>	<p>3.3.1. Empreendedorismo cultural e criativo (junco, sargaço, gastronomia)</p> <p>3.3.2. Centro Interpretativo do Sargaço</p> <p>3.3.3. Centro Interpretativo do Junco</p> <p>3.3.4. Parque Temático dos Moinhos da Abelheira</p>

<p>3.4. Rentabilizar o investimento realizado nos trilhos, nos roteiros e no “Caminho”</p>	<p>3.4.1. Roteiros turísticos (património, arte, cultura, tradição e gastronomia)</p> <p>3.4.2. Roteiros locais (território, produção, produtos, experimentação e venda)</p> <p>3.4.3. Roteiros eno-gastronómicos (quintas, produtores, gastronomia, culinária, degustação, harmonização, restauração)</p> <p>3.4.4. Roteiro: Paisagens literárias, pintura, arquitetura...(Figuras Distintivas em Esposende)</p> <p>3.4.5. Roteiro da Arqueologia</p> <p>3.4.6. Caminho de Santiago</p>
<p>3.5. Investir e potenciar o turismo cultural e criativo</p>	<p>3.5.1. Atividades e experiências locais de turismo criativo (junco, sargaço, gastronomia): Esposende EScriativo</p> <p>3.5.2. Seminário Internacional de Turismo Criativo (3ª. Edição)</p>

Elaboração própria

Em suma, todas as medidas de desenvolvimento a implementar passam pela aposta no Turismo de Natureza, no Turismo Náutico e Cultural, como o caso dos “Caminhos de Santiago”. O Programa no que respeita à Síntese das Medidas de Desenvolvimento, prevê medidas que visam o incentivo ao investimento e o Empreendedorismo “jovem”, atração de projetos inovadores, com o projeto criação da Gastronomia e do Caminho de Santiago (com hotelaria, restauração, cafetaria e pastelaria, bem como a criação de infraestruturas e dinâmicas turísticas, entre outras. Verifica-se a ausência, de qualquer medida específica para a hotelaria, (como ex: necessidade de infraestruturas hoteleiras de alta qualidade 4* e 5* estrelas e quantidades) e verifica-se também que só uma das medidas está prevista nas ações prioritárias 2018-2020, as restantes apenas entre 2020-2022. No entanto, a concretizarem-se as medidas descritas, considera-se que o destino Esposende terá uma maior procura turística, o que beneficiará socialmente e economicamente a localidade.

4. Análise e Discussão dos Resultados

O levantamento de informação relevante sobre o Território correspondente ao Município de Esposende, às Potencialidades Turísticas e ao Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende, foi resultado de uma investigação profunda, aliando ferramentas e processos de natureza qualitativa e de natureza quantitativa.

A abordagem aos agentes institucionais (Entidades Municipais e Turismo do Porto e Norte), foi feita através de uma entrevista semiestruturada, tendo sido elaborado um guião com essa finalidade. Considerou-se que esta metodologia seria a mais indicada e enriquecedora, na medida em que permitiria a possibilidade de interação e flexibilidade dos interlocutores, considerando a própria natureza das funções exercidas nas diferentes instituições, apesar de interligadas.

Pretendia-se que o guião fosse o orientador da conversa presencial, mesmo que fosse dado “sinal verde” ao entrevistado para falar livremente, sem limitações de tempo ou assunto, para que se sentisse à vontade para exprimir as suas ideias, perceções e sentimentos de forma natural. Seria, todavia, uma mais-valia para a entrevistadora, admitindo que o objetivo era obter o máximo de informação possível e credível. No entanto, por motivos alheios à vontade dos participantes, o processo não decorreu como previsto. Parte da informação foi obtida presencialmente, tendo existido limitações de tempo por parte de um responsável. Outra parte foi recolhida por escrito, com uma *décalage* temporal grande e após alguma insistência.

No que foi possível apurar, os principais resultados obtidos foram os seguintes:

- O município apresenta notórias diferenças que podem ser reconhecidas como: planície litoral que se estende desde Apúlia a Antas, com níveis de altitude pouco variáveis e exibindo cotas muito baixas;
- Apesar da taxa de emprego apresentar uma descida ao longo dos anos, o número de população ativa é elevado e o setor terciário, pode ser um agente dinamizador de empregabilidade local;
- A população tem-se vindo a comprometer com a educação/formação, motivo que pode atrair empresas e novos investidores, cuja competitividade assente na tecnologia, em níveis de qualidade nos serviços prestados e na qualificação dos Recursos Humanos, particularmente no que respeita à área do turismo;
- Comparado com outras regiões, Esposende, está bem posicionado em termos de acessibilidade. No entanto, verificam-se algumas condicionantes físicas como a **escassez de oferta de transportes** que potenciam a acessibilidade ao destino. O município, em parceria com os empresários do setor, deverá acautelar esta fraqueza e trabalhar no sentido de encontrar soluções, em particular através de parcerias públicas/ privadas, com o objetivo de progresso do turismo local;
- As potencialidades ambientais e os recursos naturais locais, possuem um valor turístico absolutamente importante, considerando as paisagens variadas e de enorme beleza natural e o facto de o município estar inserido no Parque Natural do Litoral Norte (único no litoral norte). Possui

condições excecionais para a prática de desportos de natureza, numa vertente de lazer ou mais desportiva;

- Os costumes e as tradições locais, como as suas festas, romarias, tradições populares, a magia da arte e do artesanato ainda produzidos com ferramentas rudimentares marcam a diferenciação de uma cultura e uma vasta oferta cultural;
- O Município de Esposende possui Sítios naturais, Museus e manifestações culturais históricas, Folclore e tem vários Acontecimentos programados, o que claramente potencia a atração do turismo;
- Através de informações recolhidas junto dos intervenientes da área do turismo de Esposende, o tipo de turista que visita o Município é um turista exigente, esmerado, preocupado com o ambiente, com mais tempo e poder económico, que pernoita em média uma a duas noites no destino;
- A tranquilidade, o lazer, a natureza, os desportos náuticos e a gastronomia, a segurança, entre outros, são os principais motivos que levam o turista a visitar Esposende;
- A hierarquização dos recursos turísticos do Município de Esposende elaborada “Tabela 20”, permite concluir que esta localidade é rica em recursos turísticos e os recursos são valorizados. Contudo, não foi possível identificar nenhum recurso turístico que se enquadre na hierarquia 5, o que pode limitar claramente uma importante corrente de visitantes (atual e potencial);
- Não sendo limitada a oferta ao nível de outros Alojamentos, existe uma lacuna no que concerne à oferta de alta qualidade, isto é, escassez de Hotéis de quatro 4* estrelas e ausência de cinco 5* estrelas;
- As dormidas têm tido um crescimento na maioria dos oito hotéis nos últimos três anos. No *ranking* mantém-se o Hotel Ofir, o hotel que possui maior capacidade de camas e é um Hotel com classificação de 4* estrelas;
- No global dos hotéis, a taxa média de ocupação na considerada época baixa (novembro e dezembro) situa-se entre os 20% e os 60 %, enquanto na época alta (julho e agosto) situa-se entre os 70% e os 100 %, dependendo do hotel;
- Nos últimos anos, no global dos oito hotéis, tem-se vindo a verificar maior procura turística, principalmente na época alta. Contudo, os valores encontrados parecem indiciar que a procura turística de Esposende já não se limita apenas ao período balnear ou época alta, constata-se que se estende ao longo ano;
- **Face** ao exposto, pode-se concluir que o Município de Esposende apresenta um crescimento gradual em termos de dormidas e hóspedes ao longo dos anos (entre 2014 e 2018), mantendo-se em 2018 com valores bastante satisfatórios e sendo a estada média de 2,2 dias nos estabelecimentos de alojamento. Quando comparado ao TPNP e Portugal no global, o crescimento de Esposende em termos de hóspedes e dormidas, é o mais elevado em todos os indicadores.
- De todos os municípios da CIM (Comunidade Intermunicipal do Cávado), o Município de Esposende, foi o que apresentou uma percentagem mais elevada de dormidas por hóspedes estrangeiros;

- A comunicação e divulgação do Município na área do turismo e eventos tem sido assertiva, ajudando a minimizar desta forma o problema da sazonalidade ao longo do ano, apesar de ser importante a continuidade dessa comunicação;
- A oferta de restaurantes é vasta, sendo a gastronomia e vinhos da região, um dos principais motivos de atração dos turistas a este destino de excelência;
- O segmento de Animação Turística, composto por dezoito empresas, tem vindo a aumentar;
- O Município de Esposende dispõe de cinco Agências de Viagens e vários serviços que se encontram ao dispor dos cidadãos residentes e não residentes;
- O Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende (2018-2022) assenta em duas dimensões: a sustentabilidade e a competitividade. As estratégias de desenvolvimento, medidas e ações, são estruturadas em torno de três eixos estratégicos, nomeadamente a Ambiental (Natureza), a Económica (Economia Azul) e a Sociocultural (Comunidade, Cultura e Criatividade).

Numa perspetiva global e apesar de toda a complexidade ocorrida durante o processo de recolha da informação, foi possível perceber que, de facto, nos últimos anos a procura em Esposende por parte de visitantes e turistas tem vindo a crescer acima da média face a outras regiões e a nível nacional. Este crescimento, segundo os respondentes, deve-se à estratégia implementada no Município, sendo os grandes impulsionadores a natureza, a valorização dos desportos náuticos e da gastronomia local.

Neste sentido, tudo parece indicar que o investimento no alojamento de qualidade é fundamental para atrair os turistas que atualmente procuram Esposende, assim como a criação de novos projetos de excelência, capazes de oferecer experiências singulares e que se repitam. Os respondentes foram da opinião que o Município deveria implementar um centro de congressos e um espaço coberto para realização de eventos de grande dimensão.

Ainda segundo os respondentes, no que concerne às empresas de desportos náuticos, o facto de não operarem todo o ano, torna-se um obstáculo e um aspeto dissuasor a quem as procura. Os respondentes disseram ainda, que se verifica por parte de alguns investidores do setor a forma individualizada como trabalham, observando-se uma fraca abertura e cooperação. Ao ser abordado o assunto sazonalidade, estes, admitiram que o problema pode ser ultrapassado com produtos estratégicos para cativar o turista, tal como referido no ponto anterior.

No que concerne à aposta num segmento superior, com elevado poder de compra, a opinião dos respondentes é unânime, o investimento em alojamento hoteleiro de qualidade superior 4* e 5* estrelas é uma prioridade municipal. Apesar das 3000 “camas disponíveis” que o município oferece, que incluem os hotéis, hostels, aparthotel, pousada da juventude e o denominado alojamento local, a escassez de oferta de camas de qualidade é insuficiente. A procura na época alta é um problema que as entidades do setor, afirmam ser uma necessidade resolver, sendo uma mais valia para o município.

Neste contexto e segundo o Sr. Vereador do Turismo, o Município tem disponível um regulamento de incentivos ao investimento que possibilitam a atribuição de isenções fiscais e desburocratização dos processos aos investidores.

Na “Figura 57”, podemos observar algumas das palavras proferidas pelos respondentes do município.



Figura 57 - Palavras chave proferidas pelos respondentes

Face ao atrás exposto e pretendendo responder à pergunta de partida e questões de investigação, a “Tabela 34” pretende resumir o estudo efetuado sobre o potencial turístico do município Esposende. Este estudo foi baseado no estudo do perfil do turista do Porto e Norte realizado pelo Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo - IPDT (2017), em parceria com a Entidade Regional de Turismo do Porto e Norte de Portugal (ERTPNP) e o Aeroporto Sá Carneiro, sendo os resultados deste estudo referentes ao Verão IATA de 2017 (abril a outubro de 2017). No entanto, o Posto de Turismo de Esposende e a pesquisa de campo, foram também fontes utilizadas.

Como se pode observar na “Tabela 34”, foram efetuadas algumas questões que foram consideradas pertinentes para perceber qual o perfil do turista que visita Esposende.

Tabela 34 - Perfil do turista que visita Esposende

Questão	Resposta

Que tipo de turista procura Esposende?	É um turista com mais poder de compra, é mais informado, com nível de educação superior, mais preocupado com a saúde/ bem-estar, com a sustentabilidade, aposentado e está aberto a novas tecnologias e todavia o turista jovem, que procura aventuras no rio e/ou no mar.
Qual o conceito associado a este turista?	É um turista que viaja principalmente por motivos de negócios. Famílias é outro tipo de turista e jovens que procuram adrenalina no rio ou mar.
O que procura em Esposende?	Procura diversidade, nomeadamente a paisagem, a história, a cultura, a natureza, o sol e praia, a gastronomia a simpatia e o bem receber. As aventuras no rio e mar associados aos desportos mais arriscados. O Birdwatching (observação de aves), os passeios na natureza. Procura também um lugar tranquilo, confortável, com qualidade, tudo isto, associado a algum luxo.
Porque razão procura Esposende quando à volta existem outras alternativas?	Porque é um destino muito tranquilo, seguro (a vários níveis) e com reduzida poluição. Ao contrário de outros destinos próximos, por ex. a Póvoa de Varzim e Viana do Castelo que têm mais movimento de dia e principalmente à noite. Assim, Esposende oferece noites reparadoras de sono depois de um dia mais agitado e porque as férias têm mesmo esse objetivo “o descanso” e os negócios necessitam de “descanso”.
Sendo um turista com poder económico, porquê que vai escolher Esposende e não outro destino próximo?	Precisamente pela panóplia de produtos diferenciados que o destino oferece, já referidos. Esposende é considerado um dos melhores destinos a Norte para usufruir da praia (areais extensos e planos) e que faz destas praias mais seguras que outras nas proximidades) e o mar, pelas suas propriedades medicinais. As algas marinhas e o iodo destas praias são recomendados por vários médicos como o destino ideal para a cura de várias doenças, de salientar a de Apúlia. A praia de Ofir, também tem a designação de praia de turistas de segmento superior. Os turistas que vêm em negócios e por motivos de comodidade e devido ao crescimento e impacto da indústria, acabam por pernoitar nesta localidade.
O turista que procura Esposende tem alojamento onde ficar? Que tipo de alojamento?	Sim, tem alojamento onde ficar até porque o município é grande e possui cerca de “3000” camas. Entre hotéis, hostel’s, albergue de peregrinos, pousada da juventude outras casas locais. Existe, no entanto, um problema de falta de resposta para um turista de segmento superior. Verifica-se a necessidade de investir na renovação dos hotéis existentes,

	<p>pois já são muito antigos e as condições não são as melhores. Seria importante que os atuais, ou outros investidores da área, apostassem neste campo. Passaria certamente pela criação de hotéis de alta qualidade 4* e 5* estrelas.</p>
<p>O que é que Esposende oferece em termos de gastronomia/restauração diferente de outros destinos?</p>	<p>A gastronomia de Esposende é rica em peixes e mariscos. As existências de restaurantes de renome nacional trazem turistas de propósito ao destino. Dá-se como exemplo o Camelo “Apúlia”, a Cabana (a simpatia, entusiasmo e interação com os turistas são admirados nacionalmente), a Pedra Alta “Ofir” (pelo melhor marisco do mar local), O Tio Pepe “Fão”, todos eles de categoria superior. Onde o esmero com que a comida é posta no prato, o prazer do paladar é um “Must”.</p>
<p>Como tem sido feita a comunicação do destino?</p>	<p>Verifica-se que em relação ao TPNP a comunicação tem sido eficaz continua e tem conseguido atrair um número significativo de turistas. Em relação ao município, a comunicação também tem vindo a ser feita. Tem conseguido atrair mais turistas, mas este crescimento não tem sido acompanhado pelos investidores, sejam eles públicos ou privados.</p>

Elaboração própria

5. Propostas Estratégicas

Finalizado o estudo de caso sobre o Município de Esposende, entendeu-se pertinente apresentar um conjunto de propostas estratégicas assentes nos Recursos e Infraestruturas, Atividade de Animação e Eventos e Organização Institucional, com vista a promover um crescimento e desenvolvimento sustentável para a região.

O pressuposto é a necessidade crucial que os diversos atores com responsabilidades na área do turismo local entendam que para o turismo funcionar é necessário o envolvimento de todos e que a concretização das medidas a adotar, devem ser tomadas em conjunto. Neste sentido, os pontos seguintes pretendem contribuir para o pensamento crítico das entidades oficiais do Município de Esposende.

5.1. Recursos e infraestruturas

Da análise dos fatores recursos, é de salientar que o Município de Esposende, dispõe de uma particular dotação de recursos naturais, património histórico e etnográfico, desenvolvendo assim ofertas distintas. Da análise dos fatores de qualificação, a autenticidade, a diversidade, a tradição e a hospitalidade, estão intrínsecos às populações desta região Norte.

Porém, apesar do território ser dotado de excelentes recursos naturais (mar, rios e montes), constata-se que ainda há muito a fazer no sentido de os fazer “render”, cabendo aos responsáveis esta função. Verifica-se a necessidade de elaboração de material de comunicação em papel e digital; recomenda-se a utilização das novas tecnologias como meio de comunicação e comercialização.

É importante sublinhar, ainda, a ausência de uma cuidada organização e administração dos recursos turísticos. Verifica-se o abandono, a desvalorização e deterioração de parte do património natural, com mais ênfase no património histórico-monumental, de que são exemplo a Estação Rádio Naval Apúlia, o Forte de S. João Batista em Esposende, as Escolas, entre outros.

Também é de referir o património imóvel de particulares, cujas características representativas de uma época são evidentes, como estátuas, vasos e azulejos, que os responsáveis pela preservação deste património deixam que “caia” por terra. Ainda há muito trabalho pela frente, é necessário que estes recursos sejam preservados e é necessário que o incentivo ao investimento não fique “só na intenção”, “saia do papel” e passe para a ação. Quanto aos proprietários destes imóveis, é fundamental uma mudança de mentalidade, maior abertura, mais informação, sobre o valor patrimonial dos seus imóveis e sobretudo da legislação em vigor. Grande parte desta sensibilização deve ser também feita pelas Entidades Municipais.

Ainda referente aos recursos turísticos, para serem consumidos e comercializados pelos que os procuram, é necessário um conjunto de infraestruturas e serviços que ajudem a satisfazer a experiência

turística. Neste contexto, proceder a melhorias nas acessibilidades, principalmente internas (parcerias entre empresas de transportes e alojamento local, aeroporto Porto – Esposende), melhorias em algumas estradas secundárias, melhorias na sinalização e informação turística, entre outras, são cruciais.

Esposende é detentor de uma restauração invejável e de grande qualidade, no entanto seria importante a requalificação de alguns desses espaços e trabalhar no melhoramento dos serviços prestados através da qualificação dos seus Recursos Humanos.

Promover a criação de uma oferta hoteleira de elevada qualidade, bem como a requalificação da existente, renovando os hotéis e aumentando, quantitativa e qualitativamente os mesmos, é uma prioridade. A escassez de hotelaria de alta qualidade 4* e 5* estrelas é um problema que Esposende enfrenta. No sentido de promover este destino e atrair turistas, os investidores em conjunto com os responsáveis municipais terão mesmo que investir neste tipo de infraestruturas de qualidade superior, bem como dos serviços prestados.

A presente proposta passa muito por investir neste tipo de segmento superior, o que gera a necessidade de atrair mais empresários na área do turismo, com preocupações na qualidade de construção das infraestruturas e onde a inovação e a sustentabilidade sejam “prioridade”. Distinguir-se pela diferença, no qual os serviços devem ter um papel fundamental, onde o turista se sinta num ambiente confortável, tranquilo, com magnificência, onde a tecnologia/modernização estejam sempre na linha da frente e fundamentalmente na qualificação dos seus Recursos Humanos.

Mais especificamente, são necessários hotéis que ofereçam várias valências, como piscina interior e exterior, spa, massagens/ tratamentos (com algas do mar, considerando as inúmeras características benéficas e terapêuticas que possuem para a saúde). Ginásio, sala de convívios, sala de danças, espaço para desportos em grupo, salas de conferências/congressos, sala de cinema/ teatro, golfe/ parcerias, ténis, bares, espaços de diversão para as crianças e baby-sitter. Restauração, com manutenção das tradições locais, sem, no entanto, descorar a inovação e a diferenciação, aproveitando os bens que a natureza oferece e inserir nos pratos (Porque não, a aposta na preparação de pratos com algas do mar?).

5.2. Atividades de Animação e Eventos

A animação é essencial para o desenvolvimento local e turístico de um território ao cativar e manter os visitantes e turistas. Esposende, possui várias empresas de animação turística, mas constata-se que nos meses mais baixos, Outono e Inverno, se encontram inoperantes. Esta evidência não deveria acontecer, pois leva o turista a procurar outros destinos.

Neste contexto é necessário que em parceria e coordenação com as entidades municipais, parte destas empresas se mantenham operacionais todo o ano. Importa, igualmente, melhorar o calendário de eventos e, particularmente, desenvolver uma maior coordenação para evitar que atividades idênticas sejam realizadas em simultâneo nas proximidades. Um espaço coberto para a realização de eventos de grande dimensão, também seria uma aposta a ter em conta. As atividades e eventos realizados em períodos alargados visariam, também, atenuar o problema da sazonalidade de que sofre o turismo desta região.

5.3. Organização Institucional

Neste contexto de mudança e comunicação/promoção de um destino turístico competitivo e sustentável, cabe aos agentes locais a avaliação e possivelmente a concretização destas propostas de melhoria aqui mencionadas. Os agentes locais devem ser os primeiros a mostrar os bons exemplos e a estarem preparados para novos desafios. Dado que são eles que dispõem das ferramentas necessárias e melhor conhecem o seu território e os seus recursos, acredita-se que esboçarão os melhores caminhos a percorrer para o desenvolvimento turístico do Município de Esposende.

A colaboração e coordenação pública/privada, a opinião de técnicos especializados e serviços serão essenciais para que sejam operacionalizadas e monitorizadas as recomendações que se apresentam neste trabalho. Atenta-se que as medidas propostas contribuirão para o desenvolvimento sustentado do turismo local, assumindo que o setor público e o privado em conjunto tomarão as devidas providências e responsabilidades, com o objetivo de beneficiar este destino litoral, cujo potencial é uma realidade.

Conclusões, Limitações e Futuras Linhas de Investigação

A evidência empírica, revela que o turismo pode dar um contributo marcante para o desenvolvimento das regiões e no caso de certas regiões onde a procura é menos acentuada, esse contributo poder-se-ia tornar ainda maior. Sendo o setor turismo um dos melhores setores posicionados para alcançar esse objetivo, é necessário descentralizá-lo e diversificá-lo, aproveitando o potencial endógeno dessas mesmas regiões.

O objetivo principal do presente trabalho é propor estratégias para colmatar a escassez da oferta de camas, face ao aumento da procura no Município de Esposende. Sobretudo na época alta, e direcionado para um público específico de segmento superior.

Porém, compreender o comportamento dos diversos atores do território na dinâmica do desenvolvimento turístico era também pertinente. Do estudo realizado constata-se que o Município de Esposende é uma região do litoral norte, sendo o fenómeno do envelhecimento demográfico ainda uma preocupação. Embora a taxa de analfabetismo ainda seja acentuada, observam-se níveis de escolaridade em progresso, com tendência de qualificação dos seus Recursos Humanos.

Esposende é um território, rico em recursos naturais, paisagísticos, património construído, tradições que, a serem explorados convenientemente podem constituir uma forte potencialidade e uma forte imagem de marca da região.

Nota-se atualmente uma mudança no tipo de turista que procura Esposende: tem mais poder de compra, é mais informado, possui educação superior, preocupa-se mais com a saúde e bem-estar, com a sustentabilidade, está aberto a novas tecnologias, procura qualidade, tranquilidade, conforto, e tudo isto, associado a algum luxo. E é aqui que se manifesta o problema do Município de Esposende que promoveu o seu território e agora colhe os frutos desse trabalho. Contudo, o número de investidores manteve-se praticamente constante e a oferta não acompanhou a dinâmica sentida. Verifica-se uma escassez de oferta hoteleira de 4* estrelas e ausência de 5* estrelas, criando um vazio para um segmento superior de mercado com maior poder de compra.

Será desejável, relativamente às acessibilidades externas e internas, que sejam promovidas parcerias públicas e privadas, nacionais e internacionais. Adicionalmente diligenciar a oferta de transportes que potenciam a acessibilidade ao destino e alargar o metro até esta região, uma vez que o seu termo é a Póvoa de Varzim.

Relativamente às empresas de atividades de animação turística em coordenação com as entidades municipais, propõe-se que a oferta e a calendarização esteja disponível todo o ano, de forma a

satisfazer as necessidades dos turistas procurando desta forma, retê-los por mais tempo no Município e combater o problema da sazonalidade.

Em relação aos intervenientes municipais e agentes privados, ainda se constata a forma individualizada como trabalham, condicionando desta forma a possibilidade de desenvolverem estratégias conjuntas e de colaborarem na comunicação turística. Quer em termos do suporte físico em papel, quer nas páginas informativas na *Internet* ou outros, verifica-se a necessidade da elaboração de mais e melhor material de comunicação do destino/experiência, bem como a escassez de sinalética e informação.

No que concerne à restauração, verifica-se uma oferta abrangente e de grande qualidade. Contudo, existe uma maior concentração nalgumas localidades e nota-se a necessidade de requalificação de alguns espaços, em particular no que respeita à qualificação de Recursos Humanos, qualificação essa que a curto e médio prazo estará assegurada, conforme estudos comprovam.

Em suma, constata-se um aumento contínuo da procura, que não tendo vindo a ser tão acompanhado pelo lado da oferta, o que pode limitar a capitalização de novos turistas. O potencial é enorme, mas constata-se a escassez de unidades hoteleiras de 4* e ausência de 5* estrelas. Neste contexto é importante que o município considere como factor estratégico de desenvolvimento a captação de novos investimentos de forma a ir de encontro às necessidades dos turistas que procuram Esposende.

Os incentivos nacionais e municipais são vários, englobam apoios e soluções de financiamento, regulamentos de incentivos ao investimento que possibilitam a atribuição de isenções fiscais e desburocratização dos processos aos investidores. Infelizmente, na prática os processos de desburocratização não são tão simples como seria desejável, pelo que será fundamental trabalhar no sentido de contrariar esta tendência.

Como principais limitações deste estudo apontam-se a dificuldade em recolher dados mais prospetivos, dadas as restrições que foram surgindo ao longo das entrevistas. Se por um lado os Recursos Turísticos e as Potencialidades Turísticas estão bem identificadas, por outro lado a recolha de informações de carácter mais qualitativo poderia ter conduzido a resultados ligeiramente diferentes.

Neste sentido, propõe-se para futuros estudos que haja maior enfoque na recolha de dados mais estratégicos e de longo prazo, com incidência na relação das entidades municipais com os diferentes *stakeholders* do ecossistema do Município de Esposende. O futuro sustentável depende do esforço de cooperação e cocriação que for feito entre todos os atores envolvidos.

Bibliografia

- Barata, M. C. (2017). *Os Impactos Socioculturais de um Evento num Destino Turístico Estudo de caso: LUMINA Festival da Luz, Cascais*. Dissertação apresentada à Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril Para a obtenção do grau de Mestre em Turismo Especialização em Gestão Estratégica de Eventos. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril ESHT – Cascais. 140 pp.
- Barros, V. (2016). *Turismo em Portugal*. Editor: Fundação Francisco Manuel dos Santos.
- Berli, A., & Martin, J. (2004). *Tourism Management -Tourists Characteristics and perceived image of tourist destinations: a quantitative analysis a case study of Lanzarote*. Spain. Elsevier Science Ltd. Vol. 25, Edição 5., pp. 623-636. Spain.
- Beni, M. C. (2004). *Análise Estrutural do Turismo*. 10ª Edição actualizada, Editora Senac. São Paulo.
- Bernier, E. (2003). *Del Turista que se Alimenta al Turista que Busca Comida – Reflexiones sobre las relaciones entre la gastronomía y el turismo*. In Lacanau, G., Norrild, J. *Gastronomía y Turismo. Cultura al Plato*. (pp. 305-320). Buenos Aires: CIET
- Bogdan, R. e Biklen, S. (1994). *Investigação Qualitativa em Educação – uma introdução à teoria e aos métodos*. Porto Editora. Porto.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the Competitive Destination of the future*. *Tourism Management*. Vol. 21, Edição 1, pp. 97 -116. 21 (1): 97-116.
- Burgos, A., & Mertens, F. (2015). *Os desafios do turismo no contexto da sustentabilidade: as contribuições do turismo de base comunitária*. *Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, Vol. 13, Edição 1, pp. 57-70. 13 (1): 57-70.
- Butler, R. (1999). *Sustainable tourism: A state-of-the-art review*. *Tourism Geographies*. 1: 1, 7-25.
- Câmara Municipal de Esposende (2018, setembro). *Programa de Ação para a Sustentabilidade, Crescimento e Competitividade do Turismo em Esposende (2018-2022)*. CME. Esposende.
- Câmara Municipal de Esposende (2019). *Março com Sabores do Mar, Esposende` 19*. CME. Esposende.
- Cannas, R. (2012). *An overview of tourism seasonality: Key concepts and policies*. *AlmaTourism*, Vol. nº 3, Edição, nº. 5. pp. 40-58.
- Castro, C., & Dieguez, T. (2014). *Características empreendedoras dos proprietários/gestores de hostels na cidade do Porto*. In CEPESE (Ed.), *Porto as a tourism destination*. Porto: Formal Press – Publicações e Marketing, Lda. ISBN: 978-989-729-128-9.
- CCE - Comissão das Comunidades Europeias (2003). *Orientações de base para a sustentabilidade do turismo europeu, Comunicação da Comissão ao Conselho, ao Parlamento Europeu, ao Comité Económico e Social e ao Comité das Nações*. (COM 716 final). Bruxelas.
- Cerro L. F. (1992). *La evaluación del potencial turístico en un proceso de planificación: el Canal de Castilla*. *Estudios Turísticos*. nº. 116, pp. 49-85.
- Cerro, L. F. (1993). *Técnicas de evaluación del potencial turístico*. Centro de Publicaciones. Ministerio de Industria, Comercio i Turismo. Madrid.
- Chisnall, P. M. (1985). *Marketing: A Behavioural Analysis*. 2ª Ed. McGraw-Hill. Londres.
- Chuang, H. (2009). *The Rise of Culinary Tourism and Its Transformation of Food Cultures: The National Cuisine of Taiwan*. *The Copenhagen Journal of Asian Studies*, 27(2). 84-108.

- Clarke, J. (1997). *A framework of approaches to sustainable tourism*. Journal of Sustainable Tourism Vol. 5, Edição 3, pp. 224 - 233. 5 (3): 224-233.
- Cooper, C., Fletcher, J., Fyall, A., Gilbert, D. e Wanhill, S. (2001). *Turismo, princípios e prática*. 2ª Edição, Bookman. Porto Alegre.
- Córdoba, J. (2009). *Turismo, desarrollo y disneyzación: Una Cuestión de Recursos o de Ingenio?* Investigaciones Geográficas. Vol. 70, pp. 33 -54.
- Coriolano, L. N. M. T. (2009). *Arranjos produtivos locais do turismo comunitário: atores e cenários em mudança*. Coriolano. EDUECE. Fortaleza.
- Corna Pellegrini, G. (1973). *Studi e ricerche sulla regione turistica. I lidi ferraresi, em Corna*
- Costa, C. (2005). *Turismo e Cultura: avaliação das teorias e práticas culturais do sector do turismo (1990-2000)*. Análise Social, Vol. XL (175). 279-295.
- Cracolici, M. F. e Nijkamp, P. (2009). *Tourism Management - The attractiveness and competitiveness of tourist destinations: A study of southern Italian regions*. Elsevier Science Ltd., Vol. 30, Edição nº. 3. pp. 336-344.
- Creswell, J. W. (2013). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. 4ª. Edição, Sage Publications. United Kingdom. London.
- Cunha, L. (2006). *Economia e Política do Turismo*. Editorial Verbo. Lisboa.
- Cunha, L. (2007). *Introdução ao Turismo*. 3ª Edição, Editorial Verbo. Lisboa.
- Cunha, L. (2008). *Avaliação do Potencial Turístico*. COGITUR - Journal of Tourism Studies. 21-40.
- Cunha, L. (2013). *Economia e política do turismo*. 3ª. Edição, Editora Lidel. Lisboa.
- Cunha, S. C. (2011). *A satisfação dos estudantes Erasmus em Lisboa*. Mestrado em Psicologia do Trabalho em Contextos Internacionais e Interculturais. Universidade Lusófona de Humanidades e Tecnologias - Faculdade de Psicologia. Lisboa. 66 pp.
- Dachary, A. C., & Burne, S. M. (2006). *El estudio del turismo: un paradigma en formación??. Estudios y Perspectivas en Turismo*. Vol. 15, nº. 2 pp. 179 -193.
- Daniel, A. e Rodrigues, P. (2010). *Volatility and seasonality of tourism demand in Portugal*. *Economic Bulletin*. Banco de Portugal. Spring 2010. pp. 87-102.
- Davidson, R., e Maitland, R. (1997). *Tourism Destinations*. Hodder & Stoughton. London.
- Decreto Lei nº 168/97 de 4 de julho. *Diário da República Eletrónico nº 152/1997, Série I-A (1997)*. *Regime jurídico da instalação e do funcionamento dos estabelecimentos de restauração e de bebidas*.
- Decreto Lei nº. 47/99 de 16 de fevereiro. *Diário da República – Série I – A*. Ministério da Economia. p. 806
- Decreto-Lei nº. 108/2009 de 15 de maio. *Diário da República, Série I — N.º 94*. Ministério da Economia e da Inovação. p. 3036.
- Defert, P. (1966). *La localisation touristique: problèmes théoriques et pratiques*. Gurten. Berne.
- Deng J., King B. e Bauer T. (2002). *Evaluating Natural Attractions for Tourism: Annals of Tourism Research*. Elsevier Science Ltd., vol. 29, Edição nº. 2, pp. 422-438. 29 (2): 422-438
- Despacho nº. 4270/2017 de 18 de maio. *Diário da República – 2ª. Série – nº. 96*. p. 9662.

- Dias, R. (2003). *Turismo sustentável e Meio Ambiente*. São Paulo: Altas
- Dias, R., Silveira, E. J. S. (2003). *Turismo religioso: ensaios e reflexões*. Alinea. Campinas.
- Dieguez, T. (2018). *Sustainable Development: a controversial concept*. International Journal of Modern Research in Engineering & Management. Vol. 1, Edição 7, pp. 15-21. International Journal of Modern Research in Engineering & Management (IJMREM) ||Volume|| 1||Issue|| 7 ||Pages|| 15-21 || July 2018|| ISSN: 2581-4540 1 (7): 15-21.
- Ecorys (2013). *Study in support of policy measures for maritime and coastal tourism at EU level*. Client: DG Maritime Affairs & Fisheries Rotterdam/Brussels. 1-161.
- Fabeiro, C. P. e Blas X.X. P. (2001). *El patrimonio etnográfico y el desarrollo local: el Baixo Miño como destino turístico en Galicia*. IV Congreso de Turismo, Universidad y Empresa. Castellón. 353-376.
- Fabeiro, C. P. e Blas X.X. P. (2003). *Estudios Turísticos - El Potencial Turístico de la Costa Gallega Después de la Catástrofe des Prestige: La diversidade de la oferta como propuesta*. Ministerio de Energia y Turismo, nº 157. pp. 41-63.
- Fredman, P., Reinius, S. W. e Lundberg, C. (2009). *Nature tourism in Sweden: Definitions, extent, statistics*. (2009:24). Härnösand: ETOUR - European Tourism Research Institute.
- Gamito, T.M. (2009). *Desenvolvimento da Economia do Mar: Turismo Marítimo*. Nação e Defesa. nº. 122 – 4ª. Série. 43-60.
- González, A. M. e Fálcon, J. M. G. (2003). *Competitive potential of tourism in destinations*. Annals of Tourism Research, Vol. 30. Edição nº 3, pp 720-740. 30 (3): 720-740.
- Graburn, N. (1983). The anthropology of tourism. *Annals of Tourism Research*. University of California Berkeley. USA. V. 10(1), 9-33.
- Guerra, I. (2002). *Fundamentos e processos de uma sociologia de acção*. Principia Editora, Lda. Cascais.
- Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning*. 2ª Edição, Taylor and Francis. New York.
- Gunn, C. A. e Var T. (2002). *Tourism planning: basics, concepts, cases*. 4ª Edição, Routledge. New York.
- Hall, C. M. (2000). *Tourism Planning: Policies, processes, relationships*. Prentice Hall. UK.
- Heras, M. P. (2004). *Manual Del Turismo Sostenible: Cómo Conseguir un Turismo Social, Económico y Ambientalmente Responsable*. Editorial, MundiPrensa. Madrid.
- Hjalager, A. M., e Richards, G. (2002). *Tourism and Gastronomy*. New York. Routledge.
- Holloway, J. C., (1994). *The Business of Tourism*. 4ª Edição. Pitman Publishing. London.
- Ignarra, L. R. (1999). *Fundamentos do Turismo*. Editora, Pioneira. S. Paulo,
- INE *Estatísticas do Turismo 2018*, Edição 2019. ISSN/0377-2306 - ISSN/978-989-25-0497-1 Periodicidade / Anual.
- Instituto de Planeamento e Desenvolvimento do Turismo (IPDT). (2017). *Perfil dos Turistas do Porto e Norte de Portugal*. IPDT. Porto.
- Instituto Nacional de Estatísticas (INE) (2018). *Estatísticas do Turismo 2017*. Edição 2018. INE. Lisboa.
- Instituto Nacional de Estatísticas (INE) (2019). *Destaque - informação à comunicação social*. INE. Lisboa.

- Instituto Nacional de Estatísticas (INE) (2019). *Destaque - Informação à Comunicação Social: Estatísticas do Turismo 2018*. INE: 1-9.
- Instituto Nacional de Estatísticas (INE) (2019). *Estatísticas do Turismo 2018*. Edição 2019: 1-125.
- Instituto Nacional de Estatísticas (INE) (2019). *Estatísticas do Turismo 2018*. Edição 2019. INE. Lisboa.
- Instituto Nacional de Estatísticas (INE) (2019a). *Estatísticas do Turismo 2018*. Edição 2019. INE. Lisboa.
- Instituto Nacional de Estatísticas (INE) (2020). *Destaque - Informação à Comunicação Social. Estatísticas do Turismo 2020*. INE. Lisboa.
- Instituto Nacional de Estatísticas (INE). (2019b). *Estatísticas do Turismo 2018*. Destaque: informação à comunicação social. INE. Lisboa.
- Instituto Nacional de Estatísticas (INE). (2019c). *Atividade Turística maio de 2019*. Destaque: informação à comunicação social. INE. Lisboa.
- Jafari, J. (1977). Editor's page. *Annals of Tourism Research*, 5 (Supplement 1), pp. 6-11.
- Jafari, J. (1987). *Tourism models: the sociocultural aspects*. *Tourism Management*. vol. 8, Issue 2, pp. 151-159.
- Jang, S. (2004). *Mitigating tourism seasonality – A quantitative approach*. *Annals of Tourism Research*. Elsevier Science Ltd., Vol. 31, Edição n.º 4. pp. 819-836.
- Kastenholz, E. e Almeida, A. (2008). *Seasonality in rural tourism – The case of north Portugal*. *Tourism Review*. Vol. 63, Edição n.º. 2. pp. 5-15.
- Kim, H. (1998). *Perceived Attractiveness of Korean Destinations: Annals of Tourism Research*. Elsevier Science Ltd., Vol.25 Edição n. 2, pp. 340-361. 25 (2): 340-361.
- Krippendorf, J. (2003). *Sociologia do Turismo: por uma nova compreensão do lazer e das viagens*. São Paulo: Aleph.
- Lage, B. H. G., & Milone, P. C. (2000). *Turismo: teoria e prática*. Editora Atlas: São Paulo.
- Lansing, P., & Vries, P. (2006). *Sustainable Tourism: Ethical Alternative or Marketing Ploy?* *Journal of Business Ethics*. (72) pp. 77-85.
- Lee, C., Bergem, S., Galloway, G., O' Mahony, B., e McMurray, A. (2008). *Seasonality in tourism industry: Impacts and strategies*. CRC – Sustainable Tourism Pty Ltd. Australia.
- Leiper, N. (1995). *Tourism Management*. RMIT Press. Melbourne.
- Lemma, A. F. (2014). *Tourism Impacts Evidence of Impacts on employment, gender, income*. Overseas Development Institute. EPS PEAKS. Longman.
- Maldonado, C. (2006). *Negócios turísticos com comunidades (NETCOM). Manual de facilitador. Módulo 3. El turismo comunitário en América Latina*. OIT-REDTUS, Quito. Ecuador.
- Martins, A. (2017). *Planeamento estratégico de destinos turísticos: contributos para o desenvolvimento da atividade turística no concelho de Tomar*. Tese de Mestrado em Turismo. Especialização em Gestão Especialização em Gestão Estratégica de Destinos Turísticos. Escola Superior de Hotelaria e Turismo do Estoril, Estoril. 284 pp.
- Mason, P. (2015). *Tourism impacts, planning and management*. Routledge.
- Mathieson, A. e Wall, G., (1996). *Tourism – Economic, physical and social impacts*. Longman. London.
- Mathieson, A., & Wall, G. (1982). *Tourism: Economic, Physical and Social Impacts*. Harlow: Longman.

- Matias, A., & Sardinha, R. (2009). *Avanços economia e Gestão do Turismo – Novas Tendências, Sustentabilidade e Desenvolvimento Regional*. Editora, Instituto Piaget.
- Mcintosh, Robert; Goeldner, Charles (1992). *Tourism: Principles, Practices, Philosophies*. Grid Publishing Inc., Columbus. Ohio.
- Mckercher, B. (2002). *Turismo de natureza: Planejamento e sustentabilidade*. Contexto. São Paulo.
- Middleton, V. & Hawkins, R. (1998). *Sustainable tourism: a marketing perspective*. 1ª. Edição, Butterworth - Heinemann. Oxford.
- Middleton, V. T. C. (2002). *Marketing de Turismo, Teoria e Prática*, 3ª Ed. Elsevier Editora, Rio de Janeiro.
- Mings, R. C. e Chulikpongse, S. (1994). *Tourism in far southern Thailand: a geographical*. Vol. 19, Edição nº. 1, pp. 25-31.
- Monteiro, M. L., e Carvalho, F. (2006). *O Turismo no Espaço Rural e a intervenção da Direcção Regional da Economia do Centro*. Revista Turismo e Desenvolvimento. Edição nº. 6. p. 55-62.
- Mowforth, M., & Munt, I. (2003). *Tourism and sustainability*. London: Routledge.
- Murphy, P. E. (1985). *Tourism: A Community Approach*. Nova Iorque. Methuen.
- Nunes, I. (2009). *Turismo, desenvolvimento e dependência em Cabo Verde*. Dissertação de Mestrado em Economia. Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra, Coimbra. 126 pp.
- OMT - Organização Mundial de Turismo (1978). *Evaluación de los Recursos Turísticos*. OMT. Madrid.
- OMT - Organização Mundial de Turismo (1998). *Introducción al turismo*. 1ª. Edição Julho.
- OMT - Organização Mundial de Turismo (1999). *Guía para Administraciones Locales: Desarrollo Turístico Sostenible*. OMT. Madrid.
- OMT - Organização Mundial de Turismo (2003). *Turismo Internacional: Uma perspectiva global*. 2ª edição, Tradução em língua portuguesa. Bookma. Porto Alegre.
- Orams, M. (1999). *Marine tourism: development, impacts and management*. London. Routledg.
- Pellegrini, C. G. (1973). *La ricerca geografica urbana: Contributi per una metodologia*. Vita e Pensiero. Milano.
- Philippi, Jr., Arlindo & Ruschmann, Doris. (2009). *Gestão Ambiental e Sustentabilidade no Turismo*. Editora, Manole.
- Punch, K. (2013). *Introduction to social research: Quantitative and qualitative approaches*. 3ª. Edição, Sage. Publications City Road. London.
- Quivy, R., & Campenhoudt, L. (1998). *Manual de investigação em ciências sociais*. Vasa, 1–34.
- Quivy, R., e Campenhoudt, L. (2005). *Manual de Investigação em Ciências Sociais*. 4ª Edição, Gradiva. Lisboa.
- Resolução do Conselho de Ministros n.º 96/2000. *Diário da República n.º 171/2000, Série I-B de 2000-07-26*. Presidência do Conselho de Ministros. Lisboa.
- Ritchie, J. R., & Crouch, G. I. (2003). *Competitive Destination A Sustainable Tourism Perspective*. Editor, Cabi Publishing. Latrobe University, Australia. Austrália.
- Roussel, D. (2006). *Tourisme et développement local: expérience de la Réunion*. Tese de doutoramento em Ciências Económicas. Université Du Littoral, Côte d'Opale (ULCO).

- Ruschmann, D. (1999). *Turismo e planeamento sustentável – a Protecção do Meio Ambiente*. 5ª Edição. Papyrus Editora.
- Ruschmann, D. (2002). *Turismo e Planeamento Sustentável*. Campinas. Papyrus.
- Saramago, A. (2002). *Com os Olhos no Futuro - Reflexões Sobre o Turismo em Portugal*. Secretaria de Estado do Turismo. Lisboa.
- Schluter, R. (2003). *Gastronomia e Turismo*. São Paulo. Aleph.
- Scótolo, P. N. (2015). *Contribuições do turismo para o desenvolvimento local*. Revista de Cultura e Turismo- Cultur. Ano 9º. nº. 1. p. 1-24.
- Sharpley, R. (2000). *Tourism and sustainable development: exploring the theoretical divide*. *Journal of Sustainable Tourism*. Vol. 8, Edição 1, p. 1 -19. [Tourism 8 \(1\): 1-9 artigo](#)
- Silva, G. J. (2019). *Estratégia e Atratividade no Setor da construção Civil: Uma Abordagem ao Contexto Português*. Tese de Mestrado em Gestão das Organizações - Ramo de Gestão de Empresas. Instituto Politécnico do Cávado e do Ave – IPCA. Barcelos. pp. 147.
- Silva, J. (2009). *A visão holística do Turismo Interno e a sua modelação*. Tese de Doutoramento no Ramo de Turismo. Universidade de Aveiro, Aveiro. 715 pp.
- Sobh & Perry, (2006). *“Reachearch design and data analysis in realism research”*. European Journal of Marketing, vol. 40, pp. 11-12.
- Swarbrooke, J. (2000). *Turismo Sustentável: conceitos e impacto ambiental*. São Paulo: Aleph.
- Turismo de Portugal, I. P. (2017). *Estratégia Turismo 2027: Liderar o Turismo do Futuro*. I.P. Lisboa.
- Turismo de Portugal, I.P. (2006). *Touring Cultural e Paisagístico - 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa.
- Turismo de Portugal, I.P. (2006a). *Turismo de Natureza - 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa.
- Turismo de Portugal, I.P. (2006b). *Turismo Náutico - 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa.
- Turismo de Portugal, I.P. (2006c). *Turismo de Negócios - 10 produtos estratégicos para o desenvolvimento do turismo em Portugal*. Lisboa.
- Turismo de Portugal, I.P. (2013). *Plano Estratégico Nacional do Turismo - Revisão e Objetivos 2013-2015*. Lisboa.
- Turismo do Porto e Norte de Portugal, E. R. (2015). *Estratégia de Marketing Turístico do Porto e Norte de Portugal*. TPNP. Viana do Castelo.
- UNWTO - World Tourism Organization (2001) - *Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework, World Tourism Organization*. Madrid. Spain.
- UNWTO - World Tourism Organization (2014). *AM Reports, Volume eight - Global Report on Shopping Tourism*. UNWTO. Madrid, Spain.
- Vareiro, L. M. (2007). *Turismo como estratégia integradora dos destinos locais: o caso da NUT III Minho-Lima*. Tese de Doutoramento em Ciências Económicas. Universidade do Minho - Escola de Economia e Gestão, Braga, Braga. 319 pp.
- Vareiro, L., e Ribeiro, J.C., (2006). *A imagem de destino e o potencial turístico do Minho (Portugal)*. Asociación Galega de Ciencia Rexional, p. 28.

- Vera, J. F., Palomeque, F. L., Marchena, M. J., Anton, S. (1997) - *Análisis territorial del turismo*. Ariel Geografía, Barcelona.
- Vieira, C. (2009). *Cento e Picos Termos sobre Conservação da Natureza*. ICNF- Instituto de Conservação da Natureza e Biodiversidade. 1-33.
- Vignati, F. (2008). *Gestão de destinos turísticos: Como Atrair Pessoas Para Pólos, Cidades e Países*. Rio de Janeiro: Senac.
- Wahyuni, (2012). *The Research Design Maze: understanding paradigms, cases, methods and methodologies*. Journal of applied management accounting research. Vol. 10, Edição nº. 1, pp. 69-80. 10 (1): 69-80.
- UNWTO (1993). *Sustainable Tourism: Guide for local planners*. Madrid. Tourism and the Environmental Publication.
- UNWTO (2003). *El Turismo Mundial en 2002: Mejor de lo previsto*. World Tourism Organization Madrid: WTO.
- UNWTO (2004). *Indicators of sustainable development for tourism destinations*. World Tourism Organization. WTO. Madrid.
- UNWTO (2010). *World Tourism Barometer*. World Tourism Organization. WTO. Madrid.
- Zaoual, H. (2008). *Do turismo de massa ao turismo situado: quais as transições?* Caderno Virtual de Turismo. Vol. 8, n. 2, p. 1-14.

Web Sites:

- Acedido em 10 de março de 2020 em: <https://www.visitportugal.com/pt-pt/>
- Acedido em 14 de fevereiro de 2020, no Web site do: *Turismo de Portugal. Prémios e distinções atribuídos ao Turismo de Portugal*:
http://www.turismodeportugal.pt/pt/quem_somos/Organizacao/Premios_Distincoes/Paginas/default.aspx
- Acedido em 18 de fevereiro de 2020, no Web site da: Publituris. *As 10 Tendências do Futuro do Turismo*:
- Acedido em 19 de maio de 2020 em: <https://city-break-s-em-lisboa.webnode.pt/news/teste-2/>
- Acedido em 20 de maio de 2020 em: <https://ecotourism.org/what-is-ecotourism/>
- Acedido em 20 de março de 2020, em:
http://www.portoenorte.pt/fotos/gca/plano_estrategico_10327505915894b4d3a978b.pdf
- Acedido em 25 de janeiro de 2019, no Web site do: *Porto e Norte*: <http://www.portoenorte.pt/pt/o-que-fazer/discoteca-pacha-ofir/>
- Acedido em 25 de novembro de 2019, no Web site das: *Cidades Portuguesas*:
<https://cidadesportuguesas.com/esposende/>
- Acedido em 25 de novembro de 2019, no Web site do: *Município de Esposende*:
<http://www.municipio.esposende.pt/>
- Acedido em 25 de novembro de 2019, no Web site do: *Município de Esposende*:
<http://www.municipio.esposende.pt/pages/134>

Acedido em 25 de setembro de 2019, no Web site da: *Pordata*: <https://www.pordata.pt/>

Acedido em 27 de novembro de 2019, no Web site de: *Visite Esposende*: <https://www.visitesposende.com/pt/>

Acedido em 27 de novembro de 2019, no Web site do: *Clube Hípico do Norte*: <http://www.chn.pt/pt/9-servicos/2-escola-de-equitacao/>

Acedido em 27 de novembro de 2019, no Web site da: *Surf-forecast*: <https://pt.surf-forecast.com/breaks/Esposende>

Acedido em 28 de novembro de 2019, no <http://www.esposendeservicostv.com/ns/romaria-de-s-bartolomeu-do-mar/>

Acedido em 30 de novembro de 2019, no Web site de: *Visitar Portugal*: <https://www.visitarportugal.pt/>

Cupeto, C. (2003). *O turismo é um factor de desenvolvimento, sobretudo para países ou regiões onde o tecido económico e produtivo é pouco competitivo*. A Página da Educação. Edição nº 126. Agosto/Setembro 2003. Acedido em: 08, fevereiro, 2020, em: <https://www.apagina.pt/?aba=7&cat=126&doc=9605&mid=2>.

<https://www.publituris.pt/2015/12/30/as-10-tendencias-do-futuro-do-turismo/>

Matos, I. (2018). *Turismo de Portugal Anuncia “Sazonalidade mais baixa dos países do Mediterrâneo”*. Publituris. Acedido em: 14, outubro, 2019, em: <https://www.publituris.pt/2018/12/18/turismo-de-portugal-anuncia-sazonalidade-mais-baixa-dos-paises-do-mediterraneo/>.

Município de Esposende (2014). *Município de Esposende promoveu observação de aves na Observanatura* – 15 de outubro 2014. Acedido em 26 de fevereiro de 2020, em: http://www.municipio.esposende.pt/frontoffice/pages/702?news_id=954

Município de Esposende (2016). <http://www.municipio.esposende.pt/pages/135>

Município de Esposende (2018). *Turismo em Esposende cresce a bom ritmo* – 15 de maio 2018. Acedido em 19 de junho 2019, em: http://www.municipio.esposende.pt/frontoffice/pages/702?news_id=4400


Visite Esposende (2017). *Procura turística continua a aumentar em Esposende* – 6 de outubro 2017. Acedido em 19 de junho 2019, em: <https://www.visitesposende.com/pt/noticias/procura-turistica-continua-a-aumentar-em-esposende>

Visite Portugal. *Dieta Mediterrânica*. Acedido em 02 de março de 2020 em: <https://www.visitportugal.com/pt-pt/content/dieta-mediterr%C3%A2nica-0>

Anexos

Anexo I - Guião da Entrevista

Potencial Turístico de Esposende: proposta estratégica, face à escassez de camas e direcionada para um público específico de segmento superior.

<p>Guião de Entrevista</p>	
<p>A. Apresentação do Município de Esposende e linhas orientadoras da estratégia</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Qual a principal missão do Posto de Turismo de Esposende? 2. Considera a existência do mesmo uma mais-valia para o município? Se sim, porquê? 3. Quais são os principais valores do mesmo? 4. Considera que os valores são reconhecidos por todos os intervenientes municipais ligados ao turismo, ou apenas por alguns?
<p>B. Análise Interna e Externa</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Verifica-se um aumento de turistas e visitantes ao longo dos últimos anos no Município? 2. Explique qual foi a estratégia implementada pelo Município, que refletiu este aumento? De que forma contribuiu o Posto de Turismo? 3. Que tipo de turista procura Esposende? 4. Pode afirmar-se que existe um problema de escassez de camas no Município? 5. Foi efetuado algum estudo no sentido de chegar à conclusão que o município enfrenta um problema de escassez de alojamento superior, isto é, hotéis de 4 e 5 estrelas? 6. Quais os principais pontos fortes e pontos fracos do Município?
<p>C. Análise do Ambiente Competitivo</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. A confirmar-se a escassez de oferta de alojamento hoteleiro superior de 4 e 5 estrelas no Município, pode este problema ser visto por parte dos investidores como uma oportunidade para investir? 2. Quais as condições que deveriam ser criadas para a concretização da valorização do destino Esposende? 3. Verifica rivalidade no setor do turismo? Se sim, o que determina esta rivalidade? E em relação a Esposende, confirma-se esta mesma rivalidade? 4. Como se posiciona o Município face aos Concorrentes atuais, novos concorrentes e futuras ameaças? 5. De que forma é que Esposende se destaca das restantes regiões do país? 6. Como é que o Município de Esposende se comporta perante movimentos ofensivos da concorrência?
<p>D. Estratégias Genéricas</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Considera que Esposende possui uma maior vantagem competitiva comparativamente com as restantes regiões quando apresenta um serviço ao preço mais baixo, ou quando apresenta um serviço diferenciado, mas com um preço um pouco mais elevado? Ou por sua vez, considera que deve existir uma conjugação entre os dois? 2. No caso de existir uma conjugação entre os dois, essa vantagem é comum em todos os mercados ou tem nichos específicos? 3. A sazonalidade é um problema comum na maioria das regiões nacionais, incluindo Esposende. O que está a ser feito para erradicar este problema e fazer crescer a taxa de ocupação nos hotéis ao longo de todo o ano.

E. Estratégias de Cooperação e Internacionalização	<ol style="list-style-type: none"> 1. Atualmente quais são os principais mercados do Município? 2. De que forma considera a importância do mercado nacional e internacional para o Município e a que fatores é que prestam mais atenção quando estudam um novo mercado? 3. Considera existirem dificuldades no processo de cooperação e internacionalização de novos mercados?
F. Avaliação da Estratégia	<ol style="list-style-type: none"> 1. O Município dispõe de algum regulamento de incentivos ao investimento? Se sim, nesse mesmo regulamento, consta a importância e necessidade de novos investimentos na área da hotelaria, sobretudo de qualidade e para um público específico de segmento superior (hotéis de 4 e 5 estrelas)? 2. E no Plano Estratégico de Esposende, refere a importância de infraestruturas hoteleiras com características superiores 4 e 5 estrelas? 3. O que está a ser feito para assegurar mais e melhores condições a quem nos visita?
G. Considerações Finais	<ol style="list-style-type: none"> 1. Quais são os principais produtos turísticos do município? Na vossa opinião o Município de Esposende tem potencial Turístico? 2. O que é que o Município de Esposende tem projetado para o futuro? 3. Considerando a vossa vasta experiência e sendo importante intervenientes nesta área do turismo e obviamente os melhores conhecedores do tipo de turista que procura Esposende, o que há a fazer no sentido de atrair mais turistas e sobretudo turistas com mais poder económico? 4. Relativamente a infraestruturas e acessibilidades, como caracterizam o Município? 5. Comentários que entendam por pertinentes?